



# Políticas & Procedimientos

---

Lo que necesitas saber sobre cómo  
administrar y desarrollar tu negocio

---

COLOMBIA

# Contenido

## SECCIÓN 1

### INTRODUCCIÓN

1.1	Políticas y Procedimientos, Parte del Acuerdo de Membresía.....	1
1.2	Propósito.....	1
1.3	Dimensión.....	1
1.4	Políticas y Disposiciones Separables.....	1
1.5	Exención de Responsabilidad.....	1
1.6	Preguntas sobre el Acuerdo de Membresía.....	1

## SECCIÓN 2

2.1	Definiciones.....	2
-----	-------------------	---

## SECCIÓN 3

3.1	El Código de Ética.....	2
-----	-------------------------	---

## SECCIÓN 4

### INSCRIPCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE CUENTA

4.1	Beneficios del Consultor.....	3
4.2	Plan de Compensación.....	3
4.3	Solicitud de Consultor NSP.....	3
4.4	Número de ID de Consultor.....	3
4.5	Edad Legal.....	3
4.6	Territorio y Patrocinio Global.....	3
4.7	Intereses Beneficiosos.....	4
4.8	Corporaciones, sociedades, fideicomisos, propietarios únicos y otras entidades.....	4
4.9	Matrimonio del Consultor.....	4
4.10	Muerte del Consultor.....	4
4.11	Cambios de Cuenta del Consultor.....	4
4.12	Transferencia de Membresía por Venta....	4
4.13	Transferencia de Membresía por Testamento.....	4
4.14	Reconocimiento y Beneficios por Cuentas con Cambio de Propiedad.....	5

## SECCIÓN 5

### OPERACIÓN DEL NEGOCIO

5.1	Comportamiento Ético.....	5
5.2	No Pactos Parasociales (Acuerdos paralelos).....	5
5.3	Estatus de Contratista Independiente.....	5
5.4	Competencia Desleal – Patrocinio Cruzado/ Allanao de Grupo.....	5
5.5	Actividades Denigrantes o Despectivas....	5
5.6	Declaración de Mercado y de Ventas de Productos.....	5
5.7	Declaraciones de Respaldo Gubernamental.....	5
5.8	Exclusión de Responsabilidad.....	6
5.9	Ley Norteamericana sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero.....	6
5.10	Reporte de Comportamiento Corrupto...6	

5.11	Acusaciones Falsas.....	6
5.12	Impuestos.....	6
5.13	No venta/Compra de Clientes Potenciales.....	6

## SECCIÓN 6

### RESPONSABILIDADES DE PATROCINIO

6.1	General.....	6
6.2	Responsabilidades con Posibles Consultores Distribuidores.....	6
6.3	Cambio de Patrocinio.....	6
6.4	No Compra de Inventario Estático.....	7
6.5	No Acaparamiento.....	7
6.6	No Patrocinio de Empleados de la Compañía ni Familia o Parientes de los Mismos.....	7
6.7	Competencia de Empleo.....	7
6.8	No solicitud de Miembros de Synergy.....	7

## SECCIÓN 7

### RESPONSABILIDAD DE VENTAS

7.1	Pago de Producto.....	7
7.2	Derecho de Retracto (Colombia).....	7

## SECCIÓN 8

### POLÍTICA DE CONTABILIDAD

8.1	Política de Devolución de Cheques.....	7
-----	--	---

## SECCIÓN 9

### PEDIDO DE PRODUCTOS

9.1	Pedidos por Teléfono.....	8
9.2	Pedidos por Correo Electrónico.....	8
9.3	Calendario y Horario de Pedidos.....	8
9.4	Productos Descontinuados .....	8

## SECCIÓN 10

### ENVÍO

10.1	Métodos de Envío.....	8
10.2	Cambio de Dirección de Envío.....	8
10.3	Pedidos Perdidos.....	9
10.4	Seguimiento del Pedido.....	9
10.5	Otros cargos.....	9
10.6	Pedidos Pendientes.....	9
10.7	Cargos de Manejo y Envío.....	9

## SECCIÓN 11

### DEVOLUCIÓN DE PRODUCTO

11.1	Garantía del Producto - 100% de Satisfacción.....	9
11.2	11.2 Procedimiento de Devolución de Producto .....	9
11.3	Productos Defectuosos o Dañados.....	9
11.4	Revocación de Cuenta – Procedimiento de Readquisición de Producto.....	10

11.5	11.5 Devolución de Producto – Muerte de un Consultor.....	10
------	---	----

## SECCIÓN 12

### GUÍA GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN

12.1	Reglas y Normas sobre la Discusión de Productos.....	10
12.2	Sitios de Subasta por Internet.....	10
12.3	Ventas por Catálogo.....	10
12.4	Tiendas de Distribución Minorista.....	10

## SECCIÓN 13

### PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS NSP

13.1	Normas Generales de Publicidad.....	11
13.2	Identificación del Consultor.....	11
13.3	Usos no medicinales.....	11
13.4	Propiedad Intelectual NSP.....	11
13.5	Reportando Reclamos Legales.....	11
13.6	Publicidad Producida por Consultores o Distribuidores y/o Modificación de Materiales NSP por el Consultor.....	11
13.7	Reclamo de Productos.....	11
13.8	Materiales de Interés General Producido por NSP.....	12
13.9	Telemercadeo.....	12
13.10	Mercadeo por Internet.....	12
13.11	Política de Precios por Internet.....	13
13.12	Medios y Redes Sociales.....	13
13.13	Sitios Web.....	14
13.14	No se Permite Email No Solicitado.....	14

## SECCIÓN 14

### INACTIVIDAD Y REVOCACIÓN

14.1	Renovación de Membresía.....	14
14.2	Revocación de la Membresía.....	14

## SECCIÓN 15

### SOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y

### ACCIONES DISCIPLINARIAS

15.1	Investigación y Acción Disciplinaria.....	14
15.2	Revocación Involuntaria.....	15
15.3	Efecto de Revocación.....	15
15.4	Litigio.....	15

## SECCIÓN 16

16.1	Información de Contacto.....	15
------	------------------------------	----

## ANEXO

El Código de Ética.....	16
-------------------------	----

# NUESTRO PROPÓSITO

EN NATURE'S SUNSHINE, ESTAMOS EN EL NEGOCIO DE TRANSFORMAR VIDAS.

Creemos que la salud natural y el bienestar tienen el poder de cambiar vidas; y a través de nuestros productos, nuestra gente y nuestra oportunidad de negocio, trabajamos para hacer que esto sea una realidad.

## MISIÓN:

Nuestra misión es transformar vidas alrededor del mundo proveyendo las soluciones de salud más innovadoras y de la más alta calidad.

## VALORES:

Por 40 años, hemos desarrollado juntos un negocio, basado en cinco valores principales:

Calidad – Configurar las normas, no solo satisfacerlas

Integridad – Hacer lo correcto porque es correcto

Servicio – Proveer valor y mostrar respeto a todos

Comunidad – Conectar con quienes comparten nuestra pasión

Innovación – Nutrir el espíritu de descubrimiento y avance

Mientras que la transformación es una promesa audaz para hacer, la hacemos con confianza. Nature's Sunshine ofrece la promesa de una mejor salud y bienestar a millones de clientes cada día. Y cuando la gente está más saludable, está más feliz y sus vidas realmente se transforman.

## SECCIÓN 1 INTRODUCCIÓN

### 1.1 Políticas y Procedimientos, Parte del Acuerdo de Membresía

Nature's Sunshine Products de Colombia S.A.S. (NSP) ha establecido estas Políticas y Procedimientos (las "Políticas") en su forma actual y puede modificarlas de vez en cuando a su entera discreción. Cualquier modificación será inmediatamente vinculante para todos los Consultores o Distribuidores. Las Políticas, incluyendo posibles modificaciones, se incorporan en el Acuerdo de Membresía NSP, junto con el Plan de Compensación NSP. A lo largo de estas políticas, **cuando se usa el término Acuerdo de Membresía, se refiere colectivamente al formulario de Solicitud de Consultor, el Plan de Compensación NSP y estas Políticas.**

Este Acuerdo de Membresía constituye un contrato completo de membresía entre el Consultor o Distribuidor independiente y NSP. Es la responsabilidad de cada Consultor o Distribuidor independiente de leer, comprender, seguir y asegurarse de que él/ella opera su negocio independiente NSP bajo la versión más actualizada de estos documentos, incluyendo cualquier enmienda. Las versiones más actuales se encuentran en el sitio web corporativo de NSP en [www.nspcol.com](http://www.nspcol.com). La versión en línea de las Políticas sustituirá a todas las demás versiones.

### 1.2 Propósito

El propósito del Acuerdo de Membresía NSP es gobernar la manera en que un Consultor o Distribuidor independiente hace negocios con NSP, con otros Consultores o Distribuidores Independientes y clientes. En él se establecen normas de comportamiento empresarial aceptables para garantizar el funcionamiento eficaz y ético de su negocio independiente

NSP o membresía (como se define más adelante). El incumplimiento de cualquier aspecto de las disposiciones del Acuerdo de Membresía puede dar lugar a, entre otras cosas, la pérdida del derecho del Consultor o Distribuidor Independiente a la información sobre su organización NSP, la pérdida del derecho a recibir un cheque de bonificación, multas, suspensión, y/o revocación de la membresía.

### 1.3 Dimensión

Estas Políticas y Procedimientos se aplican en Colombia. Otras o adicionales Políticas y procedimientos se pueden aplicar en otros países. Todos los documentos que constituyen el Acuerdo de Membresía y todos los documentos relacionados se interpretarán de acuerdo a la ley de Colombia.

Estas Políticas y Procedimientos son efectivos el 1ro de junio de 2016. Toda disposición o causa a tratar establecida bajo una versión anterior de estas Políticas y Procedimientos ya no es válida o reconocida por NSP a partir de la fecha anteriormente indicada. También pueden aplicarse en ciertas jurisdicciones, así como términos adicionales o diferentes basados en los requisitos legales o de operación específicos a la jurisdicción en particular.

### 1.4 Política y Disposiciones Separables

Si alguna de las disposiciones actuales o con enmiendas del Acuerdo de Membresía se encuentra inválida o inaplicable por cualquier razón, sólo dicha disposición será separada y los demás términos y condiciones permanecerán en pleno vigor y efecto, y se interpretará como si la disposición inválida o inejecutable nunca hubiera formado parte del Acuerdo de Membresía.

### 1.5 Exención de Responsabilidad

NSP nunca renuncia a su derecho de exigir a los Consultores o Distribuidores independientes el cumplimiento de los de todos los aspectos del Acuerdo de Membresía, con todas las leyes aplicables que rigen la conducta empresarial. NSP se reserva el derecho de anular cualquier política o procedimiento a su discreción, y dicha renuncia será transmitida por escrito por el Jefe de Cumplimiento del Distribuidor o un funcionario autorizado de NSP. La exención sólo se aplicará a ese caso específico.

### 1.6 Preguntas sobre el Acuerdo de Membresía

La intención de NSP es que sus Consultores o Distribuidores cumplan con las leyes, políticas y pautas legales establecidas. NSP mantiene personal legal para ayudar en este sentido. Si un Consultor o Distribuidor Independiente tiene preguntas sobre el Acuerdo de Membresía o estas Políticas y Procedimientos, éste puede contactar a Servicio al Cliente y/o el Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor. El Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP está disponible para discutir la aplicación de las Políticas y Procedimientos, incluyendo el mercadeo de productos NSP, las publicaciones propuestas, publicidad propuesta, entrevistas con los medios y relación con las autoridades de gobierno. NSP no provee consejo legal a sus Consultores o Distribuidores. El Departamento Legal de NSP sólo representa a NSP y no a un Consultor o Distribuidor en cualquiera de sus capacidades.

## SECCIÓN 2

### DEFINICIONES

2.1 En estas Políticas y Procedimientos, los términos siguientes tendrán los significados que a continuación se especifican:

“**Centro de Distribución**” es una persona natural vendedor independiente que ha completado y presentado su Acuerdo de Membresía, cuyo Acuerdo ha sido aceptado por NSP y continúa así mientras que permanezca en buena situación. El término “Consultor” incluye cualquier persona con un interés benéfico en una membresía NSP. Los Consultores o Distribuidores no son empleados de NSP.

“**Membresía**” significa el derecho a distribuir los productos NSP y cumplir las obligaciones como Consultor o Distribuidor de NSP. Los términos “Membresía”, “Consultor” o “Consultores o Distribuidores” no deberán connotar derecho o interés alguno en NSP, sus productos o cualquier otra cosa más que la de tener el derecho de distribuir productos de NSP.

“**Solicitud de Consultor**” significa el contrato que une al Consultor o Distribuidor y NSP, que registrará la membresía de dicho Consultor o Distribuidor.

“**Acuerdo de Membresía**” significa la “Aplicación” o Solicitud de Consultor y cualquier documentación requerida que será presentada a NSP y que está sujeta a su aceptación o rechazo por NSP. Al ser aceptado por NSP, la “Solicitud de Consultor”, junto con el Plan de Compensación de NSP y las Políticas y Procedimientos de NSP, constituyen el “Acuerdo de Membresía”.

“**Patrocinador**” es el Consultor o Distribuidor que invita personalmente a un nuevo Consultor o Distribuidor para entrar en un Acuerdo de Membresía con NSP y es identificado en la Solicitud del nuevo Consultor.

“**Afiliado**” Un cliente de NSP que ha completado y enviado una Acuerdo de Afiliado (el “Acuerdo de Afiliado”) para recibir ganancias o crédito de producto por recomendar los Productos de NSP a otros. Los Afiliados no son empleados de NSP.

“**Oficina Central**” es la Oficina Corporativa de NSP ubicada en Bogotá en la dirección Cra 47 No. 91-67.

“**Plan de Compensación**” Es el sistema establecido libremente por NSP, el cual define entre otros, los márgenes de utilidad de los Consultores o Distribuidores por el volumen de compra personal o del grupo y los demás beneficios que de tiempo en tiempo establezca NSP.

“**Centro de Distribución**” es el establecimiento de comercio propiedad de NSP o de un Consultor o Distribuidor, en donde se venden los productos a los Consultores o Distribuidores y a aquellas personas cuya membresía se encuentra en trámite. Los Centros de Distribución también servirán para tramitar la correspondencia de los Consultores o Distribuidores a la Oficina Central de NSP y de ésta a los Consultores o Distribuidores, así como la entrega de cheques (cuando sea necesario), premios y demás materiales que deban ser recibidos por los Consultores o Distribuidores.

“**Dolo**” significa que la persona conoce los hechos constitutivos de falta disciplinaria, su ilicitud y quiere su realización.

“**Cuenta NSP Establecida**” Una cuenta NSP que fue formada originalmente por un dueño anterior.

## SECCIÓN 3

### EL CÓDIGO DE ÉTICA

3.1 El Código de Ética

Todo Consultor o Distribuidor acuerda realizar su negocio como Consultor o Distribuidor Independiente de NSP, actuando con honestidad y en forma ética y profesional en todo momento, y de acuerdo con estas Políticas y Procedimientos. La violación ética por Consultores o Distribuidores independientes daña la reputación de NSP. NSP se reserva el derecho de tomar las decisiones correspondientes, como se indican en este documento, o de otra manera conforme con la legislación aplicable.

NSP es miembro de la Asociación Colombiana de Venta Directa (ACOVEDI) y acata el Código de Ética de la ACOVEDI. Junto con nuestra guía ética, los Consultores o Distribuidores de NSP también deberán cumplir con el Código de Ética de la ACOVEDI. Este código se puede encontrar en <https://nyc3.digitaloceanspaces.com/acovedi/acovedi/CODIGO-DE-ETICA-ACOVEDI-2019-2.pdf> y adjunto como Anexo B.

Como contratista independiente y Consultor o Distribuidor de NSP, acuerdo que, entre otras cosas, que:

- Seré cortés, respetuoso, honesto y justo en todos mis tratos mientras actúe como Consultor o Distribuidor Independiente de NSP. Por otra parte, desempeñaré mis actividades profesionales de manera que mejorará mi reputación y la reputación positiva de NSP.
- Cumpliré con mis responsabilidades de liderazgo como Patrocinador por medio de la capacitación, ayuda y apoyo a los Consultores o Distribuidores de mi organización de ventas. Respetaré la relación como patrocinador de cada miembro de la familia NSP y no voy a tratar de interferir o cambiar estas relaciones. No voy a hacer declaraciones despectivas o falsas sobre otros Consultores o Distribuidores de NSP.
- Seguiré las Políticas y Procedimientos utilizando los mejores esfuerzos para seguir el espíritu y la letra de estas Políticas y Procedimientos.
- Cumpliré con los términos y condiciones a los que me comprometí al momento de firmar mi Solicitud de Consultor.
- No voy a diagnosticar o prescribir un tratamiento para enfermedad alguna ni voy a hacer ningún reclamo. Nunca recomendaría a nadie que suspenda los servicios, recomendaciones o medicamentos de cualquier médico u otro profesional de la salud.
- No tergiversaré o haré declaraciones con respecto al potencial de ingresos del Plan de Compensación.
- No tergiversaré los productos NSP o el Plan de Compensación, ni voy a participar en prácticas denigrantes, engañosas, fraudulentas o ilegales.
- Garantizaré todas las ventas de los clientes de acuerdo con los términos de la Política de Devolución para el cliente.
- No omitiré, causaré o permitiré que se omita cualquier material relacionado con los productos NSP, el Plan de Compensación o las Políticas y Procedimientos.
- No voy a omitir, causar o permitir que se omita cualquier material relacionado con los productos de NSP, el Plan de Compensación o las Políticas y Procedimientos.

## SECCIÓN 4

### INSCRIPCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE CUENTA

#### 4.1 Beneficios del Consultor

Los Consultores o Distribuidores de NSP pueden inmediatamente disfrutar los beneficios estipulados en el Plan de Compensación de NSP. Estos beneficios incluyen la capacidad de:

- Comprar productos NSP a costo de Consultor o Distribuidor a NSP.
- Vender productos NSP y patrocinar a nuevos Consultores o Distribuidores en cualquier territorio o país, sujeto a las regulaciones de registro de producto y de patrocinio internacional, y consistente a las leyes y regulaciones federales, estatales y de gobierno local aplicables.
- Patrocinar a otras personas en una membresía para desarrollar una organización de ventas y progresar en el plan de compensación.
- Patrocinar a cualquier cliente que pida los privilegios de compra a costo directo.
- Recibir un pago mensual basado en su nivel de calificación y compra de producto bajo el plan de compensación de NSP.
- Participar en concursos de incentivo patrocinados por NSP o sus Consultores o Distribuidores. Disfrutar de la oportunidad de asistir a eventos educativos de NSP.
- Asistir a seminarios de capacitación pagando cualquier cargo aplicable.

#### 4.2 Plan de Compensación

El Plan de compensación está diseñado para aquellos que su meta principal es la de ser Consultores o Distribuidores de salud o vender productos al público. El Plan está dirigido para quienes desean desarrollar un negocio patrocinando a otros en su grupo y crean una red de negocio de revendedores de producto.

#### 4.3 Solicitud de Consultor NSP

NSP no requiere pedido inicial de producto inicial u otro pedido, compra o pago, con excepción de comprar un Kit de Bienvenida convertirse en un Consultor.

Una persona puede convertirse en Consultor o Distribuidor de NSP al completar la Solicitud de Consultor de NSP y comprar el Kit de Bienvenida. Los Consultores o Distribuidores de NSP disfrutan de costo "directo" por sus compras de productos NSP, junto con otros diversos beneficios. La membresía se otorga sólo sobre una base de 12 meses y debe ser renovada cada año (ver Renovación de Membresía).

#### 4.4 Número de ID de Consultor

Cada Consultor o Distribuidor obtendrá un número de identificación (Número de ID) emitido por NSP.

#### 4.5 Edad Legal

Los Consultores o Distribuidores deberán tener como mínimo 18 años. Si una membresía es una entidad, todos los participantes que la controlan deberán tener como mínimo 18 años.

#### 4.6 Territorio y Patrocinio Global

La aceptación de la Solicitud de Consultor provee autorización para conducir la venta de productos y negocio en el territorio de Colombia. Además, NSP ofrece a sus Consultores o Distribuidores la capacidad de patrocinar a nuevos Consultores o Distribuidores en cualquier mercado internacional donde se encuentre NSP operando como compañía de ventas directas. A través del Patrocinio Legal se tiene la oportunidad de desarrollar su negocio más allá de las fronteras de su país de residencia, lo que abre la oportunidad potencial de crecimiento y éxito. Se espera que todos los Consultores o Distribuidores de NSP aprovechen esta fenomenal oportunidad de desarrollo de negocio.

La siguiente política se aplica a todas las actividades de Patrocinio Global sin importar el actual país de residencia. Si tiene más preguntas sobre el Patrocinio Global, favor visitar [www.nspcol.com](http://www.nspcol.com) o enviar email a [globalsponsoring@natr.com](mailto:globalsponsoring@natr.com).

Los Patrocinadores Globales están obligados a observar las leyes de los países donde operan.

Los Patrocinadores Globales están obligados a operar solamente en los países/mercados que han sido abiertos oficialmente por NSP para actividad de venta directa. Una lista de estos países se encuentra en [www.nspcol.com](http://www.nspcol.com).

Los Patrocinadores Globales deberán sujetarse al Formulario de Acuerdo, las Reglas, Política y Procedimientos, el Plan de Compensación, etc. de la oficina o subsidiaria NSP legalmente reconocida en el país/mercado donde opera.

Los Patrocinadores Globales están obligados a reclutar a nuevos Consultores o Distribuidores patrocinados globalmente de acuerdo con el Formulario de Acuerdo, las Reglas, Política y Procedimientos, el Plan de Compensación, etc. del país/mercado donde el nuevo Consultor o Distribuidor patrocinado globalmente reside.

Los Patrocinadores Globales no califican para los incentivos del plan de compensación del país donde reside el Consultor o Distribuidor patrocinado globalmente (por ejemplo: asistencia a convenciones locales de dicho mercado, viajes TAC, etc.).

Los Patrocinadores Globales pueden inscribir a cuantos Consultores o Distribuidores deseen en todos los países participantes; sin embargo, no pueden inscribirse como Consultores o Distribuidores autorizados en cualquier país excepto en el de su residencia. Como política en toda la compañía, cualquier Consultor/Cliente puede operar sólo una membresía NSP a la vez.

Cualquier ganancia por Patrocinio Global está basada en la venta de productos en el país extranjero donde el Consultor o Distribuidor patrocinado reside y es pagado al Patrocinador Global por la oficina/subsidiaria NSP reconocida legalmente en el país o mercado de tu residencia. Donde se aplique, los impuestos serán manejados como la ley de cada país/mercado lo requiera.

Los productos NSP NO DEBERÁN ser distribuidos/vendidos de un país/mercado a otro.

El incumplimiento de cualquiera de estas políticas puede resultar en consecuencias legales, perjudiciales para todas las partes interesadas, y

constituye motivo para la revocación inmediata del acuerdo de distribución en su país de residencia, en los términos previstos por el presente documento.

#### 4.7 Intereses Beneficiosos

Los Consultores o Distribuidores de una misma unidad familiar –definido como esposo, esposa e hijos viviendo en la misma dirección– no pueden tener más de una cuenta total de membresía. El Acuerdo de Membresía queda nulo si cualquier Consultor o Distribuidor de una unidad familiar se ha inscrito previamente como Consultor o Distribuidor, y que la cuenta original todavía está activa.

#### 4.8 Corporaciones, sociedades, fideicomisos, propietarios únicos y otras entidades

Para utilizar una sociedad anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada u otra entidad como un vehículo para tu membresía NSP, debe:

1. Presentar una solicitud por escrito al Departamento de Servicio al Cliente de NSP, con Atención al Coordinador de Servicio al Cliente.
2. Solicitar que NSP configure la cuenta como una sociedad o corporación (o cualquier otra entidad legal, como sea el caso).
3. Proporcionar el Número de Identificación Tributaria y cualquier número de impuestos estatales solicitado para esa entidad.
4. Proporcionar los estatutos sociales de esa entidad. Estos deben incluir el nombre o nombres de los agentes de la entidad (debe haber nombrado por lo menos dos de estos funcionarios) y los socios.
5. Incluir los nombres y firmas de cada persona con autoridad para cobrar o hacer pedidos de productos NSP en la cuenta de su entidad.
6. El número de miembros y todos los pagos de las primas, la correspondencia y la información serán procesados y tratados en el nombre de la empresa o entidad.

#### 4.9 Matrimonio del Consultor

Las parejas casadas o las parejas que viven juntas en una relación bajo la ley deben estar inscritas con una sola membresía. La Solicitud de Consultor debe estar firmada por ambas personas y se les dará un único número de identificación. Los Consultores o Distribuidores que posteriormente se casen o cohabiten con otro Consultor o Distribuidor deben combinar sus membresías con la continuación de la membresía del Consultor o Distribuidor más antiguo y la cancelación de la membresía del Consultor o Distribuidor más nuevo. Divorcio del Consultor.

Si los Consultores o Distribuidores casados se divorcian, NSP seguirá tratando a los Consultores o Distribuidores de conformidad con el Acuerdo de Membresía original hasta el momento en que NSP reciba notificación por escrito de ambas partes, o la documentación oficial de la autoridad competente, indicando lo contrario. La notificación por escrito deberá venir en forma de un documento de Actualización de Información de Cuenta y Negocio NSP (que se encuentra en el sitio web corporativo) y debe ser firmado por todas las partes y luego notariado. Para más ayuda, favor contactar a Servicio al Cliente o el Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP.

#### 4.10 Muerte del Consultor

En el caso de fallecimiento de un Consultor o Distribuidor, la membresía puede ser transmitida por la voluntad o las leyes de sucesión intestada o testada a los herederos de los Consultores o Distribuidores. El certificado de defunción, una copia de la escritura de sucesión o sentencia judicial, así como una nueva solicitud de membresía con nombre del nuevo Consultor o Distribuidor que reciba la membresía, deben enviarse al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP. NSP también proporciona un formulario llamado “Beneficiario de Cuenta” para ayudar proactivamente en este asunto (ver la página web corporativa).

#### 4.11 Cambios de Cuenta del Consultor

Hacer cambios a la cuenta, por ej., añadir o borrar un nombre, el nombre de un nuevo negocio, beneficiario, cambio de pertenencia, etc., requiere llenar un formulario de NSP que podrá encontrar en el sitio web corporativo. Para más ayuda, contacte Servicio al Cliente de NSP. Los formularios completados, incluyendo las firmas y notaría según se requiera, deben ser presentados al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP.

#### 4.12 Transferencia de Membresía por Venta

No se permite la venta parcial o la división de un grupo. Sin embargo, un Consultor o Distribuidor puede vender su Membresía de NSP, sujeto a la aprobación previa por escrito de NSP. NSP proporciona el formulario de “FORMULARIO PARA REALIZAR CAMBIOS DE INFORMACIÓN EN LA CUENTA” para este fin (que se encuentra en el sitio web corporativo). Los formularios completamente llenados, incluyendo las firmas y la certificación notarial que se requiera, deben enviarse al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP. El vendedor debe notificar a su Patrocinador de la venta. Los términos y condiciones del Acuerdo de Membresía siguen vigentes, independientemente de los cambios organizativos debidos a la venta de una Membresía de NSP. NOTA: Cualquier Consultor o Distribuidor activo que desee adquirir un interés en el negocio de otro Consultor o Distribuidor debe terminar primero la membresía existente del comprador y dejar de funcionar de cualquier manera como Consultor o Distribuidor de NSP, incluida la compra de productos por un período mínimo de seis (6) meses. El comprador debe volver a presentar una solicitud como Consultor o Distribuidor en la Membresía recién adquirida mediante la presentación de una nueva Solicitud de Membresía y el artículo de incorporación o asociación, que debe ser aceptado por NSP. NSP se reserva el derecho de denegar la transferencia de cualquier membresía de NSP por cualquier motivo o sin motivo.

#### 4.13 Transferencia de Membresía por Testamento

El negocio de un Consultor o Distribuidor puede ser transferido por medio de un testamento. Se debe completar todos los pasos de preparación legal para asegurarse de que la transferencia cumpla con los requisitos de NSP y con las leyes que se apliquen. El sucesor o sucesores adquieren el derecho de las ganancias de Consultores o Distribuidores del grupo, pero también necesitan alcanzar las metas de puntaje de VP y de liderazgo, y deben conducir el negocio de acuerdo a las Políticas y Procedimientos de NSP, al Acuerdo de Membresía, a la Solicitud de Consultor y el Plan de Compensación.

#### 4.14 Reconocimiento y Beneficios por Cuentas con Cambio de Propiedad

NSP ofrece a los titulares de cuentas muchos beneficios basados en rango. Algunos elementos de reconocimiento y premios pueden estar diseñados para honrar sólo a los que originalmente desarrollaron el negocio.

Una persona que gana cualquier tipo de participación en una cuenta NSP establecida será designada como “titular de la cuenta heredada”. Las cuentas heredadas no son diferentes de cualquier otra cuenta NSP, excepto que los titulares de las cuentas heredadas pueden obtener reconocimiento publicado y en el escenario por separado de NSP propietarios de la cuenta. Los titulares de cuentas heredadas pueden recibir avance de rango y reconocimiento adicional a medida que crecen sus grupos sujetos a los requisitos de calificación establecidos en el Plan de Compensación y publicados de vez en cuando por NSP.

## SECCIÓN 5 OPERACIÓN DEL NEGOCIO

### 5.1 Comportamiento Ético

Cada Consultor o Distribuidor debe cumplir con el Código de Ética de NSP, estas Políticas y Procedimientos, con la Solicitud de Consultor, el Plan de Compensación, con todas las obligaciones contractuales y leyes aplicables.

NSP no tolerará la actividad no ética de un Consultor. NSP puede interceder cuando se descubre o se informó del comportamiento no ético. NSP se reserva el derecho de utilizar su mejor juicio y discreción para establecer si una determinada actividad del Consultor o Distribuidor no es ética. En cualquier caso, NSP efectuará un procedimiento interno en el cual se permitirá que el Consultor o Distribuidor NSP pueda dar a conocer o manifestar su opinión sobre alguna situación que se considere que ha violado la presente Política.

Cualquier incumplimiento o violación de estas Políticas y Procedimientos pueden considerarse no ético. Cualquier acción que pueda causar que NSP o sus Consultores o Distribuidores pierdan la reputación o que sea perjudicial para los negocios NSP, será considerado una práctica comercial no ética y será motivo de medidas, incluyendo la revocación de la membresía..

### 5.2 No Pactos Parasociales (acuerdos paralelos)

No habrá acuerdos o arreglos escritos u orales entre los Consultores o Distribuidores en relación con la reventa de los productos NSP u otros aspectos de su negocio, excepto en el Acuerdo de Membresía. Esto incluye, pero no se limita, a acuerdos o arreglos relativos a las tiendas, “franquicias” o acuerdos similares, a “oportunidades de negocio” ofrendas, centros comerciales o pequeños centros comerciales de franja (carros, quioscos, etc.), los territorios asignados, dinero en efectivo, multas u otras consideraciones para la creación de estos lugares, o la compra de productos de NSP o para el almacenamiento en estos lugares. NSP no hará cumplir ni adjudicar contratos separados o secundarios entre los Consultores o Distribuidores, considerando dicho acuerdo válido, y puede terminar o de otra manera disciplinar a los Consultores o Distribuidores para entrar en ese tipo de acuerdos.

### 5.3 Estatus de Contratista Independiente

Cada Consultor o Distribuidor es un vendedor independiente de NSP. Los Consultores o Distribuidores no son empleados, agentes, socios, empresas conjuntas o representantes de NSP, su patrocinador o de cualquier otro Consultor. Los Consultores o Distribuidores no tienen derecho a reclamar el desempleo o la remuneración de trabajador como consecuencia de haber sido o ser un Consultor. Ningún Consultor o Distribuidor está autorizado para actuar en nombre de NSP, o para obligar legalmente a NSP, a su Patrocinador o cualquier otro Consultor o Distribuidor o individuo.

### 5.4 Competencia Desleal – Patrocinio Cruzado/Allanado de Grupo

Los Consultores o Distribuidores no pueden, directa o indirectamente, patrocinar o solicitar a otros Consultores o Distribuidores en cualquier otra organización o grupo multinivel o de compañía de ventas directas (ej. “Cruce de Patrocinios”). Los Consultores o Distribuidores no promoverán otra compañía o sus productos durante o en conexión con cualquier reunión o función de NSP patrocinada por o para cualquier Consultor o Distribuidor del grupo de dicho Consultor. Esto incluye en los medios sociales y los sitios Web.

Un Consultor o Distribuidor no puede tratar de convencer a otros Consultores o Distribuidores a cambiar Patrocinadores o posiciones en el grupo u organización dentro de NSP (ej., “Robo de Grupos”). Los Consultores o Distribuidores que deciden estar participando en estas actividades se revocarán sus membresías.

### 5.5 Actividades Denigrantes o Despectivas

Los Consultores o Distribuidores llevarán a cabo sus negocios con profesionalismo e integridad. Los Consultores o Distribuidores no desacreditarán o desprestigiarán de ninguna manera a NSP, sus empleados o cualesquier otro Consultor. Por otra parte, los Consultores o Distribuidores no deberán hacer declaraciones falsas o despectivas sobre la calidad del producto o de la empresa de un competidor.

### 5.6 Declaración de Mercado y de Ventas de Productos

Los Consultores o Distribuidores no deberán hacer ninguna afirmación falsa o engañosa u omisión material de hechos relevantes. Los Consultores o Distribuidores no deben hacer declaraciones inapropiadas o engañosas u otras tergiversaciones de recompensas financieras, ganancias, ingresos potenciales o ventajas fiscales de membresía. Los Consultores o Distribuidores no implicarán ni afirmarán que se añadirán los productos, servicios o territorios adicionales hasta que tal hecho haya sido anunciado oficialmente por NSP a todos los Consultores o Distribuidores.

### 5.7 Declaraciones de Respaldo Gubernamental

Los Consultores o Distribuidores no afirmarán, sugerirán o darán a entender a las personas que los Planes de Compensación de NSP, productos NSP o membresías son aprobados, patrocinados o respaldados por ningún fiscal colombiano, autoridad gubernamental o agencia, u otro tercero.

## 5.8 Exclusión de Responsabilidad

Bajo ninguna circunstancia NSP ni ninguno de sus Consultores o Distribuidores, accionistas, ejecutivos, directores ni empleados, serán responsables ante usted como Consultor o Distribuidor (ni ante cualquiera que reclame por o a través de usted) por daños o perjuicios, fortuitos o no, indirectos, incidentales o especiales

## 5.9 Ley Norteamericana sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero

Los Consultores o Distribuidores no deben hacer, ofrecer, prometer o autorizar cualquier pago, préstamo, regalo, donación u otra entrega de dinero o cosas de valor, directa o indirectamente, ya sea directamente o a través de sus accionistas, socios, funcionarios, empleados, agentes o representantes, ya sea en efectivo o en especie, y si es o no de conformidad con el contrato por escrito, o para el uso de cualquier funcionario del gobierno, o de ningún partido político o funcionario del mismo, o cualquier candidato a un cargo político, con el propósito de influir o inducir a cualquier acto oficial o decisión con el fin de promover las actividades contempladas por estas Políticas y Procedimientos, o violar de cualquier manera la Ley Estadounidense de Prácticas Corruptas en el Extranjero o en cualquier convención, ley o reglamento que prohíba pagos ilícitos a funcionarios gubernamentales, sus agentes o instrumentos o a terceros. Una violación de esta sección será una violación material de las Políticas y Procedimientos. Además, ningún Consultor o Distribuidor podrá hacer negocios en cualquier país en el que NSP no ha registrado sus productos para la venta legal y transmitida a los Consultores o Distribuidores que es oficialmente "abierta" para los negocios. Específicamente, bajo ninguna circunstancia puede cualquier Consultor o Distribuidor hacer negocios en Cuba, Corea del Norte, Irán, Sudán o Siria. La violación de esta obligación dará lugar a su revocación.

## 5.10 Reporte de Comportamiento Corrupto

Los Consultores o Distribuidores deben desalentar e informar con prontitud a NSP cualquier actividad que sería perjudicial para NSP, el suplemento y productos de cuidado personal industria alimenticia, o la industria de venta directa.

Un Consultor o Distribuidor que tiene una queja específica sobre otro Consultor o Distribuidor o tiene conocimiento de alguna violación de estas Políticas y Procedimientos por otro Consultor o Distribuidor, debe dirigir tales quejas por escrito al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP, con el fin de minimizar los aspectos negativos que acompañan a dichos reclamos.

## 5.11 Acusaciones Falsas

Cualquier reclamo hecho al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP que se ha determinado como falso puede ser interpretado como un comportamiento poco ético y puede resultar en una acción disciplinaria.

## 5.12 Impuestos

NSP no es responsable por ningún impuesto, ni ningún otro tipo de retenciones de impuestos del Consultor. Cada Consultor o Distribuidor deberá presentar oportunamente todas las declaraciones e informes requeridos por las autoridades tributarias y pagar todos los impuestos correspondientes o relacionados a sus actividades como Consultor.

## 5.13 No venta/compra de Clientes Potenciales

NSP prohíbe a los Consultores o Distribuidores la venta de clientes potenciales a otros Consultores o Distribuidores y la compra de clientes potenciales de terceros.

# SECCIÓN 6

## RESPONSABILIDADES DE PATROCINIO

### 6.1 General

- El patrocinio es una parte importante del ser Consultor o Distribuidor, y conlleva muchos beneficios y responsabilidades. Un Consultor o Distribuidor puede actuar como patrocinador de nuevos Consultores o Distribuidores si el Patrocinador está en buenos términos con NSP.
- Un nuevo Consultor o Distribuidor tiene el derecho de escoger su patrocinador y tener a dicho patrocinador listado en la Solicitud de Consultor.
- NSP no mediará disputas resultantes de uno o más individuos que contactan al mismo prospecto.
- Si más de un Consultor o Distribuidor reclama el patrocinio de la misma persona, NSP reconocerá el patrocinio que se detalla en el primer formulario de Solicitud de Membresía firmado, completo, aceptado y recibido por la Oficina Central.
- La Solicitud de Consultor firmada protegerá la relación de Patrocinador/Consultor.

### 6.2 Responsabilidades con Posibles Consultores o Distribuidores

Un patrocinador debe indicar claramente a los posibles Consultores o Distribuidores, en todas las presentaciones, que no hay compensación pagada a ningún Consultor o Distribuidor únicamente por patrocinar nuevos Consultores o Distribuidores. Un patrocinador también debe indicar claramente que todas las compras de productos son voluntarias, y que se desalienta el incurrir en deudas para buscar la oportunidad del negocio NSP.

### 6.3 Cambio de Patrocinio

NSP desalienta cualquier cambio de Patrocinadores. La única manera de que un Consultor o Distribuidor cambie patrocinadores es con la dimisión o revocación de la cuenta del Consultor o Distribuidor escribiendo una carta al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor pidiendo la dimisión o cese. El Consultor o Distribuidor debe esperar seis meses a partir de la fecha de la renuncia para solicitar la membresía bajo un nuevo patrocinador.

Durante este período de espera, el Consultor o Distribuidor debe cesar toda participación de actividades en NSP, incluyendo la asistencia a todas las reuniones, y la compra y reventa de los productos NSP.

Un Consultor o Distribuidor cuya cuenta ha pasado la fecha de vencimiento anual puede volver a inscribirse inmediatamente, siempre y cuando ninguna actividad se ha realizado en la cuenta en el mes antes del vencimiento y en el mes de vencimiento.

Si no ha habido actividad en la cuenta en el mes anterior y durante el mes de vencimiento, el Consultor o Distribuidor podrá volver a aplicar 30 días después del vencimiento, siempre y cuando no haya más actividad durante ese tiempo.



#### 6.4 No Compra de Inventario Estático

Los Consultores o Distribuidores no deberán alentar a su grupo ni a ningún otro Consultor o Distribuidor a hacer compras innecesarias de productos que puedan resultar en un inventario excesivo y estático. A esto se le llama compra de inventario estático por adelantado y se refiere a la compra de productos que son almacenados, destruidos o desechados sin ser consumidos o vendidos por un Consultor. NSP espera que ese producto sea consumido—no simplemente comprado y almacenado.

Los Consultores o Distribuidores deberán consumir sus productos o venderlos a personas que sí los consumirán.

#### 6.5 No Acaparamiento

La práctica llamada acaparamiento (stacking) está prohibida. El acaparamiento se define como el uso de una o más Consultores o Distribuidores o una o más personas en el grupo de un Consultor o Distribuidor que aparentemente venden productos ostensiblemente y reciben descuentos y ganancias basados en dichas ventas, pero que, en realidad, no son responsables de la venta de dichos productos; o varios Consultores o Distribuidores de una familia en el mismo domicilio que se patrocinan mutuamente y de esta manera se unen a la organización para manipular fraudulentamente el sistema de ganancias y descuentos. Los Consultores o Distribuidores no pueden tener más de una cuenta NSP. Los participantes no deben reportar falsamente ventas de otros como si fueran suyas. Membresía será revocada inmediatamente por dichos causales.

#### 6.6 No Patrocinio de Empleados de la Compañía ni Familia o Parientes de los Mismos

Un Consultor o Distribuidor no deberá solicitar o patrocinar a empleados de NSP, Synergy o a los miembros de la familia o parientes de tales empleados para que sean Consultores o Distribuidores, ni debe solicitar que provean endoso alguno de materiales que NO sean producidos por NSP o Synergy. A ninguno de los oficiales corporativos de NSP o Synergy, empleados, proveedores de productos, agentes, representantes, Consultores o Distribuidores, miembros de la familia, o parientes de tales, se les permitirá ser Consultores o Distribuidores, o formar grupos/ organizaciones dentro de NSP y/o Synergy. Para los efectos de este párrafo, “familia y parientes” se refiere a todos los parientes de sangre y sus cónyuges/parejas, así como a los familiares similares por matrimonio, sin importar que la persona o personas resida(n) o no con el funcionario, empleado, proveedor de productos, agente, representante o consultor. Un ejemplo de esto sería los abuelos, padres, hermanos, hijos, nietos y sus cónyuges/parejas, así como “familia política” del mismo tipo.

#### 6.7 Competencia de Empleo

Un Consultor o Distribuidor no puede ser empleado de otra compañía multinivel o de ventas directas. Cualquier Consultor o Distribuidor que se encuentre en plena violación de este punto está sujeto a una cesantía inmediata.

#### 6.8 No solicitud de Miembros de Synergy

Synergy Worldwide (Synergy) es una subsidiaria de propiedad total de

NSP. Para proteger la integridad de nuestros planes de venta separados y las organizaciones originales de multinivel, es imperativo que los Miembros/ Consultores o Distribuidores de ambas compañías sean prohibidos de patrocinar o reclutar a Miembros / Consultores o Distribuidores de una u otra compañía. Un Consultor o Distribuidor de NSP no puede inscribirse bajo Synergy. La Política de Synergy establece que: “Ningún grupo o Miembro de Synergy puede solicitar la inscripción a Synergy, directa o indirectamente a ningún Consultor o Distribuidor de NSP. Synergy terminará su membresía inmediatamente notificándole por escrito, sea por fax, e-mail o correo regular. Inclusive, Synergy prohibirá a cualquier Consultor o Distribuidor de NSP a ser parte como Miembro de Synergy”.

## SECCIÓN 7

### RESPONSABILIDAD DE VENTAS

#### 7.1 Pago de Producto

Ningún dinero debe ser pagado o aceptado por cualquier Patrocinador o Consultor o Distribuidor, excepto en el momento de la entrega del producto. Los Consultores o Distribuidores no deben adelantar dinero a cualquier Patrocinador o Consultor o Distribuidor, ni deben mantener el dinero en depósito en previsión de futuras entregas.

#### 7.2 Derecho de Retracto

El derecho de retracto, consagrado en el estatuto de protección al consumidor de Colombia (Ley 1480 de 2011), establece en favor de los consumidores, el derecho a retractarse dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la entrega de los productos. Este derecho de retracto aplica para la venta de bienes y prestación de servicios mediante sistemas de financiación otorgada por el productor o proveedor, venta de tiempos compartidos o ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, que por su naturaleza no deban consumirse o no hayan comenzado a ejecutarse antes de cinco (5) días. Para ejercer el derecho de retracto el consumidor deberá devolver el producto por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió. Los costos de transporte y los demás que conlleve la devolución del bien serán cubiertos por el consumidor. Para más detalles sobre el cumplimiento de esta regla, revise la página de la Superintendencia de Industria y Comercio.

## SECCIÓN 8

### POLÍTICA DE CONTABILIDAD

#### 8.1 Política de Devolución de Cheques

NSP puede verificar los pagos con cheque mediante una agencia de verificación de su elección, sin importar el monto del cheque. Cuando el cheque es devuelto por el banco por fondos se le informa al Consultor o Distribuidor y este tiene cinco (5) días hábiles para consignar el valor del cheque, de lo contrario este será enviado a la agencia de verificación para el respectivo trámite y desembolso a NSP (La agencia verificadora paga a Nsp y cobra el valor del cheque más una sanción al Consultor). Con respecto a los Consultores o Distribuidores, después que el banco devuelve los cheques por falta de fondos, NSP aceptará pedidos del cliente sólo contra pago en efectivo o tarjeta de crédito. Seis meses después de haber pagado su cuenta, el Consultor o Distribuidor puede volver a solicitar el uso de cheques nuevamente. Si se devuelve un

segundo cheque, el Consultor o Distribuidor abandona permanentemente el derecho de comprar productos con cheques personales. Los Consultores o Distribuidores de NSP acuerdan que NSP puede retener o descontar de las ganancias del Consultor o Distribuidor si se ha devuelto un cheque y la cuenta no haya sido completamente saldada.

## SECCIÓN 9

### PEDIDO DE PRODUCTOS

#### 9.1 Pedidos por Teléfono

Los Consultores o Distribuidores pueden hacer pedidos por teléfono usando una tarjeta de crédito o con cargo a su cuenta bancaria. El número telefónico del Departamento de Pedidos de NSP es 01 8000119612 y 794 0398.

Los representantes del Departamento de Pedidos pueden procesar sólo pedidos de productos y ayudarles con preguntas sobre pedidos. No pueden ayudarle con otros mensajes, preguntas o problemas. Cuando haga un pedido por teléfono, recuerde:

1. Calcular el costo total del pedido y el total del puntaje de VP de su pedido. El sistema computarizado de NSP le calculará estos totales automáticamente, pero usted puede asegurarse por anticipado de que sus cantidades y las de la computadora concuerden y de que su pedido sea correcto.
2. identificarse con su nombre y número de cuenta.
3. Indicar primero el número de stock de cada artículo, luego la cantidad. No necesitará indicar el nombre del producto, puntaje VP ni costo.
4. Si paga con cargo en su cuenta bancaria, la cantidad del cargo será la misma que el monto que le indique el representante del Departamento de Pedidos (a menos que usted haya solicitado una forma especial de envío). En caso de pago con tarjeta de crédito, el nombre en la tarjeta de crédito debe ser el mismo nombre de la cuenta NSP o el nombre de la persona a la cual se está remitiendo el pedido. El portador o dueño de la cuenta NSP es últimamente el responsable de todas las transacciones hechas en su cuenta con tarjeta de crédito. Se deberá proveer también el código postal de facturación de la tarjeta de crédito. NSP llama a un centro de aprobación de tarjetas de crédito para obtener un número de autorización. Si el centro de servicio deniega la autorización a dar a NSP un número de autorización, el pedido se cancelará o se mantendrá pendiente por un periodo de tiempo hasta que usted haga otros arreglos para el pago (dentro de las 24 horas). Todos los pedidos deberán ser pagados en su totalidad antes del último día o en el último día del mes en el cual se recibió el pedido. El agente del Departamento de Pedidos le dará un número de pedido. Anote el número para referencia futura. Todos los pedidos que se hayan hecho en forma apropiada son procesados 15 minutos después de haberse presentado. Si usted llama después de ese tiempo para agregar al pedido, se considerará como un pedido separado y estará sujeto a cobros adicionales separados de envío y manejo.
5. Los pedidos telefónicos se despachan el mismo día; el pedido debe completarse y el pago debe haberse aprobado antes de las 2:30pm. Los pedidos que se reciban los sábados o días feriados se despacharán el día hábil siguiente. Ningún pedido será procesado, llenado, o enviado en domingo o días feriados. El puntaje de VP de los pedidos por teléfono será acreditado en el mes en el que se efectúa el pedido, aprobado por NSP. El departamento de

Servicios al Cliente necesita el número del pedido para efectuar créditos por productos, reemplazos o devoluciones. (Ver Devolución del Producto).

#### 9.2 Pedidos por Correo Electrónico

Los Consultores o Distribuidores también pueden hacer pedidos por correo electrónico, enviando el pedido a servicio@natr.com. Al hacer el pedido por correo electrónico, el Consultor o Distribuidor debe diligenciar el formulario estándar de pedidos de NSP, el mismo que se utiliza con pedidos por correo. El formulario debe ser diligenciado, escaneado y adjuntado al correo. El asunto del correo electrónico debe incluir "Solicitud de Pedido".

Los pedidos por correo electrónico se pagan sólo mediante tarjeta de crédito o cargo en cuenta bancaria. No se aceptará o procesará el pedido hasta que se reciba el pago.

Para garantizar la recepción del pedido por este medio, es necesario confirmar el recibo tanto del pedido como del pago llamando a la línea de servicio al cliente 794 0398 en Bogotá o la línea gratuita 01 8000119612 a nivel nacional.

#### 9.3 Calendario y Horario de Pedidos

De Lunes a viernes de 8:30 am a 5:30 pm Sábados de 9:00 am a 12:00 pm.

#### 9.4 Productos Descontinuados

Ocasionalmente se hace necesario discontinuar un producto en particular. Los productos que se identifiquen como "descontinuados" no serán facturados y el Consultor o Distribuidor recibirá un reembolso en el próximo pago por descuento/de ganancias, o un crédito a su tarjeta de crédito que utilizó al momento de hacer su pedido.

NOTA: No se aceptan devoluciones de productos descontinuados del inventario de un Consultor

## SECCIÓN 10

### ENVÍO

#### 10.1 Métodos de Envío

A menos que lo especifique de otra manera, NSP mantiene contrato con transportadora para los pedidos que pesan más de 1 libra, despachándose vía terrestre. Como la transportadora no puede remitir a casillas de correo, se necesita la dirección con calle y número.

#### 10.2 Cambio de Dirección de Envío

Los Consultores o Distribuidores que se mudan deberán notificar con prontitud a NSP su nueva dirección, sea por correo, e-mail o por teléfono. Los cambios permanentes de dirección no pueden ser efectuados con una anotación en el formulario de pedido. Todos los cambios de dirección enviados por correo deberán ser presentados en forma separada, a la atención del Departamento de Pedidos. Para cambiar la dirección por teléfono, contacte a Servicio al Cliente o al Dpto. de Pedidos. Para garantizar el envío apropiado de producto después de un cambio de dirección, deberá notificarlo a NSP con dos semanas de anticipación.

### 10.3 Pedidos Perdidos

Los envíos por despachos terrestres no pueden considerarse “perdidos” sino hasta el quinto día hábil después de despacharse el pedido. Si han transcurrido cinco días hábiles y el pedido no se ha recibido, NSP puede hacer seguimiento del pedido. Después de verificar que el pedido haya sido devuelto o se haya perdido, NSP puede volver a remitirlo o devolver el dinero.

### 10.4 Seguimiento del Pedido

Se puede hacer seguimiento de un paquete enviado por correo. Después de transcurridos 30 días hábiles desde que se remitió inicialmente, NSP tratará de verificar si el correo nos lo ha devuelto. Sólo entonces volveremos a remitirlo.

En caso de emergencia, NSP puede enviar y cobrar un pedido duplicado antes del proceso de seguimiento. Se aplicará el crédito correspondiente en el pedido original cuando éste sea devuelto a la Oficina Central.

Ni NSP ni los proveedores de los medios de envío que utiliza son responsables por las demoras del embarque del producto causadas por circunstancias fuera de su control razonable, incluyendo las interrupciones o demoras por causa de guerras, ataques terroristas o por desastres naturales.

### 10.5 Otros Cargos

NSP cobrará nuevamente el manejo y envío cuando el pedido es devuelto y tiene que enviarse nuevamente por causa de un error de quien hizo el pedido. Este cargo se cobra en las siguientes situaciones:

- El Consultor o Distribuidor se muda sin haber notificado previamente a NSP, y el pedido se envía a la dirección antigua.
- El Consultor o Distribuidor completa su pedido con una dirección incorrecta. El Consultor o Distribuidor proporciona una dirección incorrecta cuando el envío es para un tercero.
- La Compañía transportadora se ve forzado a corregir la dirección.
- La Compañía transportadora se ve forzado a enviar el pedido por otra ruta.

### 10.6 Pedidos Pendientes

Los productos que no estén disponibles al momento de efectuar el despacho de un pedido, quedarán pendientes. Esto se indica con las letras “B.O.” (Back Order) en la boleta de despacho. Tan pronto como estén disponibles, los pedidos pendientes se consolidarán y remitirán dentro de los próximos 5 días con otros pedidos que usted haya efectuado.

Si no se hubiesen despachado dentro de los cinco días, los pedidos se remitirán por separado. Los pedidos pendientes se facturan junto con el pedido original.

### 10.7 Cargos de Manejo y Envío

Si el pedido no supera los \$500.000 COP el valor del pedido será asumido 100% por el Consultor o Distribuidor, sin embargo si el pedido supera los \$500.000 COP el costo del envío será asumido en su totalidad por NSP.

## SECCIÓN 11 DEVOLUCIÓN DE PRODUCTO

### 11.1 Garantía del Producto – 100% de Satisfacción

La calidad de los productos de NSP está garantizada. Si después de comprar un producto NSP el cliente no está satisfecho, puede devolver al Consultor o Distribuidor NSP la porción no usada del producto para su reemplazo, crédito, o reembolso completo.

Esta garantía sólo se aplica a los productos que no han sido mal usados, dañados intencionalmente, descontinuados o caducos.

La meta de NSP es satisfacer al cliente, garantizando la pureza y calidad de nuestros productos. Si por alguna razón, después de comprar un producto NSP y usarlo por un período razonable, el cliente no está 100% satisfecho con un producto de NSP, el Consultor o Distribuidor deberá cortésmente aceptar la devolución de la porción del producto que no se usó y éste a su vez devolverlo a NSP para su reemplazo, crédito para efectuar otra compra, o reembolso completo, dentro de los 90 días de haberse efectuado la compra. Los Procedimientos de devolución de compra se explican más adelante. El crédito será calculado al 100% del precio pagado menos cualquier descuento o comisión otorgada por los productos.

### 11.2 Procedimiento de Devolución de Producto

Todas las devoluciones deben ser autorizadas previamente por el departamento de Servicios al Cliente mediante un número de autorización “RG” Todos los números de autorización por productos devueltos (RG) deben indicarse claramente en el exterior del paquete en que se devuelven a NSP. No califica para reembolso las cajas regresadas a NSP sin el número RG visible, ni se remitirá nuevamente la caja. Los números de pedido son su comprobante de compra y le dan al Consultor o Distribuidor el derecho de poder devolver los productos. Para referencia, guarde todas las facturas hasta por un año, ya que para una devolución se requiere el número original de pedido y de lote. No se acepta la devolución por crédito de productos de los que haya un inventario excesivo, o estén obsoletos, los productos de estación descontinuados o de promoción. Si NSP recibe un paquete cuya devolución no haya sido autorizada, los productos serán desechados y no se otorgará crédito. Las devoluciones autorizadas deberán ser enviadas solamente al almacén de Bogotá.

Todo producto que se devuelve deberá tener un número de lote dentro de los 12 meses de la fecha de compra a NSP. Los Consultores o Distribuidores, a su sola discreción, aplicarán la política de devolución de su preferencia a sus clientes.

### 11.3 Productos Defectuosos o Dañados

Si un producto resulta dañado o defectuoso, puede ser devuelto por un crédito o reemplazo hasta 90 días después de su compra. Se otorgará crédito por el 100%, menos los descuentos pagados por los productos. NSP reembolsará al Consultor o Distribuidor por los costos de envío incurridos del producto devuelto vía terrestre o correo regular.

Todas las devoluciones deben efectuarse con flete prepagado.

Los reembolsos de las devoluciones serán acreditados a la tarjeta de crédito usada al momento de la compra. Los pagos efectuados con cheque o efectivo serán reembolsados por medio de crédito a la cuenta del Consultor. Si el producto se está devolviendo por ser defectuoso o haber sido dañado durante el tránsito o hay un error por parte de NSP, el

participante será reembolsado por el costo del flete, siempre que lo haya autorizado Servicios al Cliente.

Nota: NSP se reserva el derecho de rehusar otorgar un crédito o devolución si se sospecha fraude o abuso de las Políticas y Procedimientos de NSP.

#### 11.4 Revocación de Cuenta – Procedimiento de Readquisición de Producto

Los Consultores o Distribuidores pueden cancelar su relación con NSP en cualquier momento por cualquier razón, dando a NSP su indicación escrita con por lo menos 30 días de anticipación de su intención de discontinuar su negocio. Cuando un Consultor o Distribuidor renuncia o hace cesar su membresía, la compañía puede readquirir los productos del que renuncia, de acuerdo a la “Regla del 70%”.\*

#### LA REGLA DE 70%

La devolución máxima permitida es de 100% por el último pedido hecho, y hasta 30% del pedido realizado antes que éste. Se espera que el 70% de los productos adquiridos hayan sido vendidos a consumidores que no participan en la membresía o consumidos personalmente antes de volver a hacer otro pedido. No se autorizará ninguna devolución de productos de pedidos anteriores.

Se acreditará a un promedio de 90% del precio de compra, menos los descuentos y ganancias pagadas. Todas las devoluciones deberán ser autorizadas previamente por Servicios al Cliente e incluir visiblemente el número RG (de autorización de regreso de producto); de no ser así, se seguirán los procesos para devolución de productos. Dichas devoluciones realizadas apropiadamente serán procesadas dentro de los 10 días de haberlas recibido.

Todo producto devuelto deberá contar con que el número de lote sea menor a los 12 meses de la fecha de su compra a NSP.

Esta regla concierne sólo a las devoluciones de inventario y no incluyen las devoluciones regulares hechas por clientes insatisfechos con el producto de NSP, o por defecto o daño del mismo.

#### 11.5 Devolución de Producto – Fallecimiento de un Consultor

En caso del fallecimiento de un Consultor o Distribuidor, el albacea o un Consultor o Distribuidor de la familia debe llamar a Servicios al Cliente para averiguar sobre la posibilidad de devolver los productos que no se hayan utilizado.

Dirección para Devoluciones

Todas las devoluciones deben ser enviadas a:

Nature's Sunshine Products de Colombia S.A.S

Calle 163A # 21 13 Barrio Toberín Bogotá, Colombia

## SECCIÓN 12

### GUÍA GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN

#### 12.1 Reglas y Normas sobre la Discusión de Productos

1. Los productos NSP se venden solamente como alimentos y suplementos nutritivos. Ningún producto de NSP se vende para la prevención, cura, tratamiento o mitigación de enfermedades. Los productos de cuidado personal son para uso exclusivamente tópico cómo está indicado en la etiqueta del producto.

2. Sólo los profesionales en medicina debidamente certificados pueden diagnosticar o efectuar prescripciones para el tratamiento de las enfermedades. **NO DIAGNOSTIQUE ENFERMEDADES NI PRESCRIBA NINGÚN PRODUCTO.** Nunca recomiende a nadie que descontinúe los servicios, las recomendaciones o medicaciones de cualquier doctor u otro profesional de la salud. No combine las capacitaciones de la salud o de producto con las ventas y el patrocinio de nuevos Consultores o Distribuidores en la misma reunión. Separe todos los materiales de capacitación o de instrucción de salud de las reuniones de patrocinio de nuevos Consultores o Distribuidores y venta.
3. Motive a sus clientes y demás personas en su grupo a que estudien y aprendan a usar las hierbas y otros suplementos nutritivos.
4. NSP no permite que sus productos sean vendidos a través de organizaciones que no tienen fines de lucro. NSP es un negocio de persona a persona. La venta a través de instituciones religiosas o educativas (para el propósito de juntar fondos u otro propósito estaría en competencia directa con los Consultores o Distribuidores de NSP. Por ejemplo, los padres que tengan hijos que van a la misma escuela/iglesia y que todos tengan membresía en NSP. El permitir esto se tomaría injusta ventaja de un Consultor o Distribuidor sobre otro.
5. Los Consultores o Distribuidores son comerciantes independientes embarcados en un negocio ético. Los Consultores o Distribuidores deberán conducir su negocio en una manera legal, prudente y profesional.

#### 12.2 Sitios de Subasta por Internet

Los Consultores o Distribuidores no venderán cualquier producto de NSP a través de cualquier sitio Internet de subasta, de ventas o de pedidos, incluyendo y no limitándose a tiendas como eBay, eBay Store, Amazon®, OverStock®.com etc.

#### 12.3 Ventas por Catálogo

Los Consultores o Distribuidores no venderán cualquier producto de NSP por medio de catálogo de ventas nacional o regional.

#### 12.4 Tiendas de Distribución Minorista

Los Consultores o Distribuidores no venderán cualquier producto de NSP por medio de tiendas bajo franquicia, que pertenezca o sea afiliada con una compañía cuyas acciones son mercadeadas públicamente, sean una cadena nacional o regional o una tienda de ventas al por mayor, o tienda o almacén de provisión (tales como Falabella, El Éxito, Colsubsidio, etc.).

Los Consultores o Distribuidores pueden establecer un establecimiento minorista donde lo deseen dentro del país de su membresía. Los participantes que operan un sitio de tiendas al por menor o en locales de ventas pueden vender a cualquier cliente de dicha tienda o sitio, sin importar donde reside el cliente en Colombia. NSP no proporciona consejos o recomendaciones o de otra manera se involucra en las decisiones sobre la ubicación de las tiendas minoristas o quioscos. Las membresías operadas a través de tiendas minoristas o quioscos también deben proporcionar a los clientes interesados la oportunidad de convertirse en Consultores o Distribuidores.

## SECCIÓN 13

### PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS NSP

#### 13.1 Normas Generales de Publicidad

NSP ha adoptado la siguiente política para la publicidad de los productos NSP por sus Consultores o Distribuidores:

1. Como siempre, la ley permite a los Consultores o Distribuidores de NSP vender productos a cualquier precio y por los medios que ellos vean pertinentes. Esta política no debe ser interpretada como un esfuerzo de cambiar eso en cualquier forma. Sin embargo, NSP tiene la facultad discrecional de que en el futuro no continúe supliendo productos a Consultores o Distribuidores que, directa o indirectamente, venden productos de NSP en contravención a esta Política. Los Consultores o Distribuidores además pueden referirse a la Política de Precios NSP por Internet, que indica sobre la venta de productos NSP en el Internet. Es la política de NSP que a discreción exclusiva de NSP, ésta pueda en el futuro decidir no continuar supliendo productos a ningún Consultor o Distribuidor que haga anuncios comerciales de productos de NSP a precios por lo bajo del precio mayorista en vigor, con el envío y los impuestos aplicables. Si NSP determina que un producto de NSP fue anunciado por un Consultor o Distribuidor contraviniendo de esta política, o si de alguna forma que, según nuestra discreción exclusiva, no sirve para el mejor interés de NSP, NSP puede elegir no continuar supliendo productos a tal Consultor. Esta es una política corporativa de NSP y ningún Consultor o Distribuidor tiene la autorización de interpretarla o deslindarse de ella.

#### 13.2 Identificación del Consultor

Cuando haga publicidad a su negocio y los productos NSP, el Consultor o Distribuidor debe identificar su negocio o a sí mismo(a) como independiente de NSP. Un Consultor o Distribuidor debe identificarse siguiendo el siguiente formato: “Juan Zutano o Juana Mengana, Consultor(a) Independiente de los productos NSP”.

Todo Consultor o Distribuidor deberá identificar su número telefónico gratuito como de Consultor o Distribuidor Independiente de NSP y no directamente como NSP, ni conllevará a los que llamen a creer que están llamando a la Oficina Central de NSP.

Los Consultores o Distribuidores pueden usar el logotipo de Consultor o Distribuidor Independiente, siendo previsto que este logotipo podrá ser usado solamente con productos de NSP y no con cualquier otro producto o servicio de la competencia.

#### 13.3 Usos No Medicinales

Un Consultor o Distribuidor deberá asegurarse de que los anuncios comerciales no atribuirán los usos medicinales de las hierbas de NSP u otros suplementos nutritivos.

#### 13.4 Propiedad Intelectual NSP

Toda marca, logotipo, literatura o formulario producido por la Oficina Central de NSP es propiedad de NSP. Usted puede adquirir específicamente literatura o logotipo para publicidad directamente de la Oficina Central de NSP pidiéndolos al Dpto. de Servicio al Cliente o ser bajados del sitio Web de NSP ([www.nspcol.com](http://www.nspcol.com)). Los Consultores o Distribuidores no pueden usar cualquier nombre registrado, logotipo o

símbolo de NSP sin el permiso escrito de NSP.

Además, los nombres comerciales de NSP, marcas comerciales y marcas de servicio son activos empresariales importantes y valiosos. Ayudan a identificar la fuente y la reputación de los productos y servicios de NSP en todo el mundo y distinguirlos de los competidores. Por lo tanto, NSP hace todo lo posible para proteger sus marcas, sus logotipos corporativos, diseños de etiquetas y nombres de productos, salvo su disposición contraria en el presente documento, para asegurarse de que los demás no los usen mal. NSP no permitirá el uso de su nombre comercial (nombre de la empresa), marcas, diseños o símbolos por parte de cualquier persona, incluyendo a un Consultor o Distribuidor independiente, sin la previa autorización concedida por la Corporación. El incumplimiento de esta política puede resultar en una acción disciplinaria contra el Consultor o Distribuidor, incluyendo la revocación de la membresía.

#### 13.5 Reporte Reclamos Legales

Si alguno hiciese un reclamo legal contra un Consultor o Distribuidor como resultado del uso por éste del material para anuncios creados por NSP, dicho reclamo debe ser reportado al Departamento Legal de NSP inmediatamente.

#### 13.6 Publicidad Producida por Consultores o Distribuidores y/o Modificación de Materiales NSP por el Consultor

En la medida en que un Consultor o Distribuidor crea algún material publicitario de forma independiente o modifica cualquier material creado por NSP, diversas leyes requieren el uso de estos materiales (denominados colectivamente como Material de Publicidad Comercial Independientemente Creada) de una manera que no infrinja o diluya los derechos de NSP o de terceros. Entre otras cosas, las leyes federales y estatales requieren que los Materiales de Publicidad Comercial Independientemente Creados se usen de una manera que no infrinja o diluya las marcas registradas o derechos de autor de NSP o de terceros, y que no haga ninguna afirmación falsa o engañosa acerca de NSP o de los productos anunciados.

El Consultor o Distribuidor es responsable de los materiales de anuncios comerciales independientemente creados, de su forma de uso y por quién lo use. NSP se abstiene del derecho u obligación de controlar el contenido del material creado independientemente por el Consultor o Distribuidor en cualquiera de sus presentaciones o medios de propagarlo, incluyendo la forma impresa, televisada, radial o por Internet. NSP no indemnizará a ningún Consultor o Distribuidor contra declaraciones hechas por materiales independientemente creados que violen los derechos de terceros. Sin embargo, NSP se reserva el derecho de demandar la abstención del uso de dichos materiales, si la Compañía considera que los materiales independientemente creados por el Consultor o Distribuidor violan los derechos de NSP o de terceros. Un Consultor o Distribuidor que falla en adherirse a las demandas de NSP para cesar el uso de cualquier Material de Publicidad Comercial Independientemente Creado será sujeto a la revocación de su cuenta.

#### 13.7 Reclamo de Productos

Cuando se haga publicidad de productos de NSP, los Consultores o Distribuidores no pueden hacer declaraciones inapropiadas tal como se describe en las secciones del Código de Ética, Mercado y Publicidad encontrados en estas Políticas y Procedimientos. NSP ha proporcionado

ejemplos de declaraciones apropiadas en las etiquetas de cada producto y en materiales de mercadeo producido por NSP, incluyendo el folleto “¿Puedo Decir Eso? - Una Guía de Declaraciones Aceptables sobre Productos”.

### 13.8 Materiales de Interés General Producido por NSP

NSP algunas veces prepara materiales de interés general o para propósitos educativos sobre las hierbas, productos para el cuidado de la piel e ingredientes en sus productos. Sólo los materiales de mercadeo específicamente preparados por NSP para uso particular de determinado producto NSP son patrocinados por NSP y aprobado para el uso comercial de dichos productos.

### 13.9 Telemercado

Cualquier Consultor o Distribuidor que usa el teléfono para promover los productos NSP deberá acatar todas las regulaciones estatales y federales para el uso del teléfono como herramienta de mercadeo y de solicitud, incluyendo la inscripción como tele mercader (telemarketer). Es la política de NSP de que todos los Consultores o Distribuidores deberán respetar la lista federal de “no llamadas”. Los Consultores o Distribuidores deben identificarse a sí mismos como independientes de NSP.

### 13.10 Mercadeo por Internet

1. Toda publicidad y norma de ventas bajo estas Políticas y Procedimientos también se aplica al uso del Internet por el Consultor o Distribuidor para vender productos de NSP o hacer propaganda o ayudar a desarrollar el negocio del Consultor o Distribuidor, incluyendo aquellos sobre no practicar la medicina o el diagnóstico.
2. Estas Políticas y Procedimientos, incluyendo la publicidad y normas de ventas y restricciones sobre la práctica de medicina o diagnóstico, se aplica a las comunicaciones enviadas por correo electrónico (e-mail) o cualquier otra forma o medio. La violación de la ley puede resultar en la revocación inmediata de su membresía en NSP con justa causa.
3. Al hacer publicidad por el Internet (incluyendo los sitios privados y publicidad por Internet) deberá declarar en un lugar prominentemente visible que usted es un Consultor o Distribuidor Independiente de NSP. Para la publicidad por el Internet, esta declaración deberá ser puesta en la página inicial (Home Page) de su sitio Web.
4. NSP previene a sus Consultores o Distribuidores de poner su número de cuenta NSP en sus sitios web; porque si un Consultor o Distribuidor escoge poner su número de cuenta en su sitio Web, cualquiera podría ponerse en contacto con el Departamento de Servicio al Cliente de NSP y pedir información sobre su cuenta o la posible compra de productos a su nombre, o el abuso de los privilegios de su cuenta. El Consultor o Distribuidor, no NSP, será responsable por el uso o abuso de su cuenta y las violaciones del Acuerdo de Membresía o a las Políticas y Procedimientos que de aquí puedan ocurrir.
5. Algunos Consultores o Distribuidores de NSP venden en sus sitios Web productos que no son de NSP. NSP deberá aparecer clara y conspicuamente en una página separada de las otras marcas para evitar la confusión sobre qué productos son exclusivos de NSP. Ninguna marca registrada de NSP deberá

ser usada en ninguna página web que contenga información o anuncio comercial sobre cualquier otro producto o servicio que no sea de NSP.

6. Los Consultores o Distribuidores no deberán registrar o usar ningún nombre de dominio de sitio Internet o anuncio comercial que contenga cualquier marca registrada, nombre de producto, eslogan o nombre de promoción de NSP como su nombre de dominio, o que no llene los parámetros aprobados o no sea aprobado por NSP, o que simplemente tenga error gramatical o de deletreo, o que sea confusamente similar a cualquier marca registrada, nombre del producto, eslogan o nombre de promoción de NSP; no es aprobado y no puede usarse, y el Consultor o Distribuidor deberá inmediatamente cerrar/ clausurar el sitio web anuncio comercial o cambiar el nombre del dominio. Si falla en hacerlo, la membresía estará sujeta a su revocación.
7. Todo Consultor o Distribuidor deberá tener la aprobación escrita del Departamento Legal para tener un enlace (link) al sitio Web corporativo de NSP ([www.nspcol.com](http://www.nspcol.com)). Al tener el permiso de enlace al sitio corporativo, hay una “regla de doble pulso (doble clic)”. Esta regla indica que deberá haber una página que incluye un párrafo de desligamiento de responsabilidades (que el Departamento Legal proporcionará) entre todos los enlaces del sitio Web del Consultor o Distribuidor y el sitio Web corporativo. Está estrictamente prohibido enmarcar el sitio Web Corporativo (hacer que el sitio Web de NSP aparezca dentro del marco del URL del Consultor).
8. El sitio Web de un Consultor o Distribuidor o el sitio Internet de anuncio publicitario no debe dar al usuario la impresión o razón alguna de hacer creer que ha llegado al sitio Web de NSP o que será dirigido al sitio Web de NSP. El sitio Web/ o anuncio comercial deberá establecer clara y conspicuamente que pertenece y es operado por un Consultor o Distribuidor Independiente de NSP y que NSP no es responsable por cualquier declaración, omisión o representación equívoca en el sitio Web.
9. Los Consultores o Distribuidores no deben diseñar sitios web o páginas de entrada para dar la apariencia o impresión de que entraron al sitio NSP o que son parte de “NSP/la compañía” o sitio corporativo de NSP. Es la responsabilidad del Consultor o Distribuidor identificar claramente su sitio web como Consultor o Distribuidor independiente que vende productos de NSP.
10. Los Consultores o Distribuidores no deben registrar ninguna marca o nombres de terceros, especialmente de compañías competidoras de NSP al registrar las meta etiquetas (metatags) con los indexadores de información de Internet (search engines). Dicha acción puede ser causa de una acción disciplinaria y la revocación de tu membresía.
11. Los Consultores o Distribuidores que mantienen su propio sitio o sitios Web acuerdan de ser éticos en sus prácticas de negocios y declaraciones de publicidad en el Internet. Además acuerdan no hacer anuncios comerciales de los productos de otra compañía en la misma página web con productos de la marca NSP. NSP tiene el derecho a terminar una cuenta por causas de injusticias o falta de ética en la práctica de negocios, incluyendo y no limitándose a declaraciones engañosas y publicidad falsa.
12. Todos los Consultores o Distribuidores que hacen anuncios comerciales por Internet deberán incluir su nombre o el nombre de su negocio (tal como es reconocido por NSP) en la página de “contácteme” o en otro lugar prominente en el sitio. Esto es necesario para tener un servicio adecuado al cliente y para poder resolver problemas.

13. Todos los Consultores o Distribuidores serán única y unilateralmente responsables de cualquier obligación o daños causados por su uso de un sitio Web para impulsar su negocio de membresía, especialmente frente a las obligaciones derivadas del estatuto de protección al consumidor.
14. NSP puede, de tiempo en tiempo, prohibir la publicidad o venta de uno o todos sus productos o servicios por el Internet.
15. NSP puede en cualquier momento prohibir a los Consultores o Distribuidores de cualquier país en particular de hacer pedidos de productos que se venden en una jurisdicción o territorio diferente al de residencia del Consultor.
16. Cualquier sitio Web (del Consultor) que no acate estas Políticas y Procedimientos puede tener como resultado una acción disciplinaria, incluyendo la revocación de su membresía.
17. NSP publica un Precio de Venta Sugerido del Manufacturero (MSRP) para todos sus productos. Para acatar la ley Anti Monopolio de los EE.UU., y debido al hecho que nuestros Consultores o Distribuidores son Consultores o Distribuidores Independientes, NSP recomienda y alienta a los Consultores o Distribuidores a que puedan poner en forma independiente los precios al por menor, de acuerdo a sus respectivos mercados. NSP no puede “fijar” precios al por menor en productos vendidos a Consultores o Distribuidores Independientes.
18. Los Consultores o Distribuidores serán los únicos responsables de verificar que sus páginas web cumplan con todos los requisitos legales, especialmente con las disposiciones contenidas en el Estatuto de Protección al Consumidor - Ley 1480 de 2011.

### 13.11 Política de Precios por Internet

NSP profesa que la meta establecer los productos NSP como la línea líder en hierbas, vitaminas, minerales y suplementos nutritivos se cumple mejor al ofrecer nuestros productos por medio de Consultores o Distribuidores que proveen un servicio superior y que apoyan los programas de NSP, promoviendo agresivamente la imagen de NSP. NSP además ha determinado que esta meta se daña cuando hay métodos que eliminan la interacción personal en el proceso de venta, permitiendo que algunos Consultores o Distribuidores “sean llevados” por la benevolencia y el reconocimiento de la marca creados por los esfuerzos de otros, o que de otra forma permite a algunos Consultores o Distribuidores aprovecharse injustamente de nuestros esfuerzos promocionales de los productos NSP.

Por lo tanto, NSP ha adoptado unilateralmente la política de que cualquier Consultor o Distribuidor, sin importar su rango o ubicación geográfica, que venda o promueva productos en cualquier forma o en combinación vía el internet a un monto bajo al precio actual al por menor (como está publicado por NSP), será sujeto a la revocación de su membresía. El poner en tu sitio meta etiquetas o palabras que puedan llevar a la persona a creer que usted está vendiendo bajo el precio de venta al por mayor en cualquier forma, es una violación directa de nuestra política y deberá ser corregido inmediatamente. Usted no debería pagar por anuncios comerciales, mercadeo por Internet o buscar términos que sean de cualquier modo engañosos, falaces o dolosos.

Los representantes y empleados de NSP están estrictamente prohibidos de discutir la aplicación o interpretación de esta política de ventas, o cualquier otra práctica de avalúo de precios con cualquier Consultor. Es más, nuestros representantes y empleados están estrictamente prohibidos

a buscar o aceptar cualquier aseveración de cumplimiento de la política con un Consultor. Toda pregunta con respecto a la aplicación o interpretación de esta política debe ser dirigida por escrito a:

NSP Distributor Education and Compliance  
2901 Bluegreass Blvd, Suite 100  
Lehi, UT 84043

NSP, bajo ninguna circunstancia, discutirá con otros Consultores o Distribuidores los tratos de negocios de Consultor o Distribuidor alguno en lo que se relaciona a esta política. Al hablar de las violaciones de esta política, NSP se reserva el derecho de cambiar, enmendar o discontinuar esta política en cualquier momento, y ningún Consultor o Distribuidor tiene el derecho de apoyarse/ confiar en la continua existencia de esta política o cualquiera de los esfuerzos de NSP para aplicar sus términos y condiciones.

NSP se reserva el derecho de escoger los Consultores o Distribuidores con los cuáles hará negocios y el derecho de aceptar o rechazar cualquier pedido de producto de cualquier Consultor o Distribuidor en cualquier momento.

### 13.12 Medios y Redes Sociales

NSP reconoce que los Consultores o Distribuidores pueden desear usar varias aplicaciones en los Medios Sociales de Comunicación (ejemplo, Blogger, Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.) como herramientas de mercado para apoyar sus esfuerzos de mercadeo. Los mensajes sobre los medios sociales tienden a ser más cortos, más frecuentes, más interactivos y muchas veces más casuales que en otro medio social de mercado. Como tal, el medio social puede llevar mayor riesgo de violar las Políticas y Procedimientos, así como otras leyes aplicables y regulaciones. Todas las guías y restricciones sobre el mercadeo que se encuentran en las Políticas y Procedimientos además se aplican a los mensajes a través de los medios sociales. Además, las siguientes precauciones y restricciones se aplican con respecto a su uso por los Consultores o Distribuidores:

1. Identificación – Los números de cuenta/identificadores no deben incluir ninguna marca registrada controlada por NSP o de propiedad de NSP. Todos los perfiles/descripciones de cuenta deben presentar la identidad del Consultor o Distribuidor y su naturaleza de Consultor o Distribuidor Independiente de la naturaleza de su membresía con NSP. Las descripciones de la cuenta deberán expresar claramente que la cuenta y cualquiera de las declaraciones hechas en dicha cuenta o por medio de ella, son responsabilidad única del Consultor.
2. Avatares/logotipos – Los Consultores o Distribuidores sólo pueden usar el logotipo de “Consultor o Distribuidor Independiente” de NSP, en relación con sus cuentas. Otro uso de propiedad intelectual perteneciente a NSP es prohibido a menos se NSP de permiso expreso por escrito.
3. Exclusividad – Las cuentas profesionales de mercadeo no deberán ser para mensajes casuales no profesionales. No deberán usarse videos, fotos, gráficos, texto u otros mensajes que tengan naturaleza ofensiva o política, asociados con la cuenta.
4. Exactitud – Todo mensaje de cuenta e información de perfil deberá ser exacto y no deberá ser ambiguo, doloso o engañoso, sino que deberá cumplir con todos los requisitos de estas Políticas y Procedimientos o cualquier instrucción dada por NSP.

5. Cuentas no profesionales – Si los comentarios hechos por un Consultor o Distribuidor en una cuenta o cuentas personales no profesionales son ofensivos u objetables, a sola discreción de NSP, sea o no directamente relacionada con NSP o cualquiera de sus demás Consultores o Distribuidores Independientes, NSP se reserva el derecho de cerrar la cuenta de Distribución Independiente del Consultor o Distribuidor para proteger los intereses y reputación de NSP.
6. Cuenta de terceros – Cuando se pone comentarios o se comenta en sitios o cuentas de medios sociales de comunicación de terceros, los Consultores o Distribuidores deberán acatar todos los controles y restricciones ya mencionados. Tales comentarios e intercambios deberán ser en todo tiempo profesionales y apropiados.

### 13.13 Sitios Web

NSP no es responsable de cualquier costo de programación o mantenimiento de sitios personales o cualquier enlace con otro sitio. Es la responsabilidad del Consultor o Distribuidor mantener su sitio personalizado.

### 13.14 No se Permite Email No Solicitado (Spam)

Los Consultores o Distribuidores están prohibidos de enviar comunicaciones de ningún tipo por e-mail sin haberseles solicitado (SPAM). Los Consultores o Distribuidores acuerdan que no usarán listas compradas o rentadas cuando envían comunicaciones o publicidad por e-mail. El enviar fax sin haberseles solicitado también está considerado como spamming. El no acatar esta política puede resultar en una acción disciplinaria, incluyendo la revocación de la membresía.

## SECCIÓN 14 INACTIVIDAD Y REVOCACIÓN

### 14.1 Renovación de Membresía

La membresía está activa por un año a partir de la fecha de su aceptación. Antes de la fecha de vencimiento de ese año, NSP notificará al Consultor o Distribuidor de la fecha de renovación. Para extender la membresía por otros doce meses, el Consultor o Distribuidor deberá llenar la aplicación y remitirla a NSP, al Departamento de Servicios al Cliente o el de Pedidos, junto con la cuota correspondiente de renovación, a más tardar en la fecha indicada. Si no efectúa esta renovación, la cuenta quedará inactiva. Si una cuenta inactiva escoge inscribirse nuevamente con el mismo patrocinador, se usará y renovará su número de cuenta inactivo. No se creará un número de cuenta nuevo. NSP puede, por justa causa, rehusar renovar la membresía, en cuyo caso enviará una nota escrita al último domicilio conocido del Consultor. Para éste propósito, buena causa incluye (pero no está limitada) a:

1. La violación de cualquier disposición de las Políticas y Procedimientos, del Acuerdo de Membresía, la Solicitud de Consultor y/o el Plan de Compensación de NSP.
2. La conducta del Consultor o Distribuidor (o de alguno de sus oficiales, agentes o empleados) que en cualquier forma traiga mala reputación a NSP, a sus oficiales, agentes o empleados, a los suplementos nutritivos y a la industria de productos de cuidado personal, o a la industria de las ventas directas y que, según la

exclusiva discreción de NSP, sea ilegal, engañosa o defraude a NSP o a Clientes, Consultores o Distribuidores potenciales, Consultores o Distribuidores o cualquier otro Consultor.

3. Por la violación de cualquier ley, disposición u ordenanza.

### 14.2 Revocación de la Membresía

NSP puede, a su sola discreción y con aviso, revocar la membresía de cualquier Consultor o Distribuidor que:

1. Viola cualquier provisión del Acuerdo de Membresía, la Solicitud de Consultor o estas Políticas y Procedimientos.
2. Participa en cualquier conducta que pudiera dañar de cualquier manera la reputación de NSP, de cualquiera de sus oficiales, agentes o empleados, de la reputación de los suplementos nutritivos y productos de cuidado personal o de la industria de ventas directas.
3. Viola las leyes, disposiciones u regulaciones gubernamentales o cualquier norma de NSP. NSP puede también, con previo aviso, revocar la membresía de cualquier Consultor o Distribuidor que a través de su capacidad de Consultor o Distribuidor inicie una acción legal o induzca o facilite a cualquier agencia de gobierno a presentar cualquier acción contra NSP, la cual NSP considera a su sola discreción que no tenga fundamento legal o base de hecho.

Adicionalmente, NSP puede revocar unilateralmente la membresía y por tanto, dar por terminado el Solicitud de Consultor, en cualquier tiempo, mediante el envío de una notificación al Consultor o Distribuidor con una anticipación de treinta (30) días a la fecha de terminación.

Cualquier Consultor o Distribuidor puede cancelar o renunciar a su membresía en cualquier momento enviando a NSP una carta fechada y firmada indicando su deseo de cancelar su membresía. El Solicitud de Consultor podrá, a menos de que sea prohibido por estatutos locales aplicables, ser interpretado bajo las leyes del Estado de Utah tal como éstas se aplican a contratos completamente ejecutables en dicho Estado entre partes residentes del estado de Utah. El Consultor o Distribuidor entiende que al cancelar su membresía sea por el Consultor o Distribuidor o por NSP, el Consultor o Distribuidor no podrá recuperar ganancias futuras que pudieron haberse recibido de ventas hechas antes o después de la fecha de cancelación y que hubiere recibido si hubiese continuado siendo Consultor.

Al ser revocada la membresía, un Consultor o Distribuidor perderá todos los privilegios relacionados con tal membresía incluyendo el derecho de recibir ganancias u otros pagos.

## SECCIÓN 15 SOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y VERIFICACIÓN DE INCUMPLIMIENTO

### 15.1 Notificación

Cualquier parte puede dar aviso por escrito a la otra de cualquier diferencia o controversia no resuelta en el curso normal de su trato comercial. El conflicto será tratado directamente por las partes o por quien tengan autoridad para dirimirlo, quienes se reunirán dentro de los quince (15) días hábiles siguientes al recibo del aviso de la diferencia, debiendo resolverla dentro del término máximo de quince (15) días hábiles siguientes a la celebración de la reunión mencionada.



## 15.2 Investigación

NSP se reserva el derecho a realizar investigaciones sobre los Consultores o Distribuidores y sus actividades para garantizar el cumplimiento de estas Políticas y Procedimientos. Durante el curso de estas investigaciones.

El Dpto. de Educación del Distribuidor y Cumplimiento de NSP se comunicará con los Consultores o Distribuidores implicados y, en caso necesario, emitirá una carta de investigación notificando formalmente al Consultor o Distribuidor sobre una investigación. Revocación Involuntaria.

Si es necesario, la membresía de un Consultor o Distribuidor puede ser revocada por NSP. NSP tiene el derecho de tomar medidas rápidas y decisivas para limitar o revocar una membresía que se encuentra en violación de las Políticas y Procedimientos, la Solicitud de Consultor, las normas que gobiernan el Plan de Compensación, o cualquier ley o estatuto federal y/o las regulaciones que pertenecen a la actividad de NSP.

Son causales de revocación involuntaria:

1. La violación de cualquier disposición de las Políticas y Procedimientos, del Acuerdo de Membresía, la Solicitud de Consultor y/o el Plan de Compensación de NSP.
2. La conducta del Consultor o Distribuidor (o de alguno de sus oficiales, agentes o empleados) que en cualquier forma traiga mala reputación a NSP, a sus oficiales, agentes o empleados, a los suplementos nutritivos y a la industria de productos de cuidado personal, o a la industria de las ventas directas y que, según la exclusiva discreción de NSP, sea ilegal, engañosa o defraude a NSP o a Clientes, Consultores o Distribuidores potenciales, Consultores o Distribuidores o cualquier otro Consultor.

La violación de cualquier ley, disposición u ordenanza.

## 15.3 Efecto de Revocación

Cuando una membresía es revocada por medio de una renuncia voluntaria o por medio de una revocación involuntaria por NSP, dicho Consultor o Distribuidor ya no tiene el derecho a vender productos NSP o patrocinar a otros Consultores o Distribuidores potenciales.

El Consultor o Distribuidor cesante perderá todos los derechos de su actual grupo u organización y ya no tendrá derecho a recibir bonos, premios o compensación alguna de NSP, ni tampoco el Consultor o Distribuidor tendrá derecho alguno a cualquier derecho sobre las listas de Consultores o Distribuidores.

El Consultor o Distribuidor cesante deberá inmediatamente cesar todo esfuerzo de mercadeo relacionado con NSP, incluyendo y no limitándose a la publicidad, sitios web personales y correspondencia. La posición cesada no puede ser transferida o vendida a ninguna parte.

## 15.4 Ley Aplicable y Litigio

La relación entre Consultores o Distribuidores y NSP será regida por la ley colombiana. Cualquier litigio con respecto a los acuerdos entre los Consultores o Distribuidores y NSP se llevará a cabo ante los jueces competentes de la república de Colombia. Imitiándose, a los cargos de reembolso y las tasas manejo y envío.

# SECCIÓN 16

## INFORMACIÓN DE CONTACTO

Cuando tenga preguntas sobre cualquier aspecto del negocio del Consultor o Distribuidor, problemas sobre pedidos, envíos, procedimientos, organización o compensación, dirija sus cartas y llamadas telefónicas a Servicios al Cliente, a los teléfonos: 018000 119612 ó 6767430.

### HORARIO OPERATIVO DE SERVICIO AL CLIENTE:

Lunes a Viernes: 8:30 a.m. a 5:30 p.m. Sábado: 9:00 a.m. to 12:00 p.m.

Servicios al Cliente no puede diagnosticar, prescribir ni recomendar el uso de productos específicos. NSP monitorea toda llamada (tanto de Servicios al Cliente como del Dpto. de Pedidos) para asegurarse que quienes llamen reciban un servicio rápido, cortés y de ayuda. Tal monitoreo puede incluir la grabación de llamadas para futuras revisiones y con el propósito de entrenamiento.

### OFICINA CORPORATIVA

ATTN:

Nature's Sunshine Products, Inc. 2901 Bluegrass Blvd, Suite 100  
Lehi, Utah 84043

### OFICINA CENTRAL

ATTN:

Nature's Sunshine Products de Colombia S.A.S.  
Cra 47 No. 91-67 Barrio La Castellana  
Bogotá, Colombia

### OTROS CONTACTOS

[www.nspcol.com](http://www.nspcol.com)

Email: [servicio@natr.com](mailto:servicio@natr.com)

Teléfono: (57) (1) 794 0398

Bogotá, Colombia

## CAPITULO I GENERALIDADES

### ARTÍCULO PRIMERO. ALCANCE. LA ASOCIACIÓN.

Colombiana de Venta Directa adopta el presente Código de Ética, como una medida de regulación que contiene normas de conducta ética para compañías de venta directa que hacen parte de dicha Asociación, como miembros Fundadores, y para todas aquellas compañías que con posterioridad sean admitidas como miembros adherentes, quienes se comprometen a acatar sus disposiciones, como condición de admisión a LA ASOCIACIÓN y para continuar como miembro de esta.

### ARTÍCULO SEGUNDO. OBJETIVOS.

El presente Código de Ética de LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa tiene como objetivo principal la adopción de unas normas generales para reglamentar las relaciones entre las compañías de venta directa, entre sus Vendedores Independientes y hacia los Consumidores, así como para lograr la calidad de los productos, la satisfacción y la protección de dichos consumidores, la promoción y el mejoramiento de la imagen pública del sistema de Venta Directa, dentro de un ambiente de libertad empresarial, sin competencia desleal y la representación ética de la oportunidad de utilidades de la industria de la Venta Directa.

### ARTICULO TERCERO. DEFINICIONES.

Para los efectos del presente código, los términos aquí utilizados tendrán el siguiente significado:

WFDSA (por su siglas en Inglés): Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa

ACOVEDI: Asociación Colombiana de Venta Directa

FUNDADORES: Personas jurídicas cuyo objeto principal es el desarrollo del sistema de venta directa, que constituyeron LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa desde su origen y quienes están obligados a adoptar y cumplir las normas del presente Código de Ética.

ADHERENTES: Personas jurídicas cuyo objeto principal es el desarrollo del sistema de venta directa que se unen a LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa con posterioridad a su constitución para permanecer en ella en forma activa y quienes están obligados a cumplir con las normas del presente código de ética. Los adherentes tiene 3 tipos de clasificación: miembros provisionales, miembros activos y miembros colaboradores.

VENTA DIRECTA: Es la comercialización de bienes de consumo general, directamente a los consumidores, en sus hogares o en los hogares de otros, en su sitio de trabajo, y en otros lugares apartados de los sitios de venta al detal y del comercio en general, realizada usualmente a través de un vendedor independiente, mediante la explicación o demostración directa de los productos, con el fin de obtener un pedido que será cobrado y entregado a los consumidores.

VENTA DE GRUPO: Se refiere a la venta por parte de un vendedor independiente, a través de la explicación y la demostración de productos a un grupo de posibles consumidores, realizada por lo general en el hogar de un anfitrión que invita a otras personas para este fin.

VENDEDOR INDEPENDIENTE: Toda persona natural o jurídica que ejerce actividades mercantiles y que tiene relaciones exclusivamente comerciales con las compañías de venta directa, encargada de distribuir u ofrecer al público en general, o a una parte de él, productos destinados a satisfacer una o mas necesidades de ese público. Este vendedor independiente, que desarrolla la actividad de venta directa, puede ser un proveedor, agente mercantil, un comisionista independiente, un distribuidor independiente, o tener alguna calidad similar a las anteriores.

COMPAÑÍA DE VENTA DIRECTA: Es una persona jurídica comercial, que utiliza el sistema de Venta Directa para la comercialización y distribución de productos relacionados con su marca comercial o marca de servicio u otro símbolo de identificación comercial.

PRODUCTOR: Toda persona natural o jurídica, que elabore, procese, transforme o utilice uno o más bienes, con el propósito de obtener uno o más productos destinados al consumo público. Los importadores se reputan productores respecto de los bienes que introduzcan al mercado nacional.

PRODUCTOS: Incluye bienes suministrados y servicios prestados por las compañías de venta directa o por sus vendedores independientes, ya sean tangibles o intangibles.

**CONSUMIDOR:** toda persona, natural o jurídica, que contrata la adquisición, utilización o disfrute de un bien o producto, para la satisfacción de una o más necesidades.

**PROPAGANDA COMERCIAL:** Todo anuncio que se haga al público o una parte de él, para promover o inducir a la adquisición, utilización, o disfrute de un bien o producto, con o sin indicación de sus calidades, características o usos, a través de cualquier medio de divulgación, tales como radio, televisión, prensa, afiches, pancartas, volantes, vallas, folletos, revistas y en general, todo sistema de publicidad.

**IDONEIDAD DE UN BIEN:** Su aptitud para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido, así como las condiciones bajo las cuales se debe utilizar en orden a la normal y adecuada satisfacción de la necesidad o necesidades para las cuales está destinado.

**CALIDAD DE UN BIEN:** El conjunto total de las propiedades, ingredientes o componentes que lo constituyen, determinan, distinguen o individualizan. La calidad incluye la determinación de su nivel o índice de contaminación y de los efectos conocidos que ese nivel de contaminación puede producir.

**PEDIDO U ORDEN:** Recibo donde se hace un pedido u orden. Puede ser un contrato o una forma impresa y escrita.

**INCORPORACIÓN O INGRESO:** Cualquier actividad realizada con el fin de estimular a una persona natural o jurídica a convertirse en vendedor independiente.

**ADMINISTRADOR DEL CÓDIGO:** Es la persona natural o cuerpo independiente de personas, designado por la Junta Directiva de LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa para vigilar el cumplimiento diario y continuo del código de ética, por parte de las compañías de venta directa, y para resolver las quejas presentadas de conformidad con el presente código.

## **CAPITULO II**

### **CONDUCTAS GENERALES DE LAS COMPAÑÍAS DE VENTA DIRECTA**

**ARTÍCULO CUARTO.** Las compañías de venta directa, miembros de Acovedi, deberán asumir, en el ámbito de su actuación, el compromiso de conducirse lícitamente, dentro del marco general de las normas colombianas y de los Códigos Mundiales de Ética de la WFDSA, hacia los Vendedores Independientes, entre Vendedores Independientes y entre las Compañías de Venta Directa, obrando con justicia, veracidad, responsabilidad, respeto y lealtad hacia las otras empresas asociadas, las diversas autoridades gubernamentales y el consumidor.

**ARTÍCULO QUINTO.** Las compañías de venta directa desempeñarán sus funciones dentro de los parámetros de la buena fe comercial y se comprometen a no realizar actos constitutivos de competencia desleal, es decir actos o hechos contrarios a dicha buena fe comercial y al honrado y normal desenvolvimiento de las actividades industriales y comerciales.

**PARÁGRAFO PRIMERO.** Para los efectos de este artículo, constituyen competencia desleal los siguientes hechos:

1. Los medios o sistemas encaminados a crear confusión con un competidor del sistema de venta directa, sus establecimientos de comercio y sus productos.
2. Los medios o sistemas tendientes a desacreditar a un competidor del sistema de venta directa, sus establecimientos de comercio y sus productos.
3. Los medios o sistemas dirigidos a desorganizar internamente una empresa competidora en el sistema de venta directa o a obtener sus secretos.
4. Los medios o sistemas encauzados a obtener la desviación de la clientela de cualquiera de las compañías de venta directa, siempre que sean contrarios a las costumbres comerciales.
5. Los medios o sistemas encaminados a crear desorganización general del mercado de la venta directa.
6. Las maquinaciones reiteradas tendientes a privar a un competidor de sus técnicos o empleados de confianza, aunque no produzcan la desorganización de la empresa de venta directa ni se obtengan sus secretos.
7. La utilización directa o indirecta de una denominación de origen falsa o engañosa; la imitación de origen aunque se indique la verdadera procedencia del producto o se emplee en traducción, o vaya acompañada de expresiones tales como “género”, “manera”, “imitación”, o similares.
8. Las indicaciones o ponderaciones cuyo uso puede inducir al consumidor a error sobre la naturaleza, modo de fabricación, características, aptitud en el empleo o cantidad del producto, y
9. En general, cualquier otro procedimiento similar a los anteriores, realizado por un competidor en el mercado de venta directa, en detrimento de otros o de la colectividad, siempre que sea contrario a las costumbres mercantiles.

ARTÍCULO SEXTO. Las compañías de venta directa actuarán dentro de los parámetros legales establecidos para la libre competencia, quedando prohibida la realización de actos que la limiten y la ejecución de conductas y prácticas o convenios comerciales prohibidos por las leyes colombianas o que constituyan un abuso de la posibilidad de determinar, directa o indirectamente, las condiciones del mercado de venta directa. No obstante lo anterior, las compañías de venta directa podrán:

1. Cooperar en investigaciones y desarrollos de nuevas tecnologías relacionadas con el negocio de la venta directa;
2. Realizar acuerdos sobre cumplimiento de normas estándares y medidas no adoptadas como obligatorias, cuando las mismas no limiten la entrada de competidores al mercado de la venta directa;
3. Establecer procedimientos, métodos sistemas y formas de utilización de facilidades comunes.

PARÁGRAFO PRIMERO. Para los efectos de este artículo, se consideran conductas, actos o acuerdos contrarios a la libre competencia, entre otros, los siguientes:

1. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la fijación directa o indirecta de precios.
2. Los que tengan por objeto o tengan como efecto determinar condiciones de venta o comercialización discriminatoria para con terceros.
3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la repartición del mercado de venta directa entre productores o entre distribuidores.
4. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la asignación de cuotas de producción o de suministro.
5. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la asignación, repartición o limitación de fuentes de abastecimiento de insumos productivos.
6. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la limitación a los desarrollos técnicos.
7. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que por su naturaleza no constituyan objeto del negocio.
8. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la colusión de las licitaciones o concursos o los que tengan como efecto la distribución de adjudicaciones de contratos, distribución de concursos, o fijación de términos de las propuestas.
9. La infracción de normas sobre publicidad contenidas en el Estatuto de Protección al Consumidor Colombiano.
10. Influenciar a una empresa para que incremente los precios de los productos o para que desista de su intención de rebajar los precios.
11. Negarse a vender a un consumidor o discriminar en contra del mismo cuando ello pueda entenderse como una retaliación a su política de precios.

PARÁGRAFO SEGUNDO. Para los efectos del presente artículo, se considerará que hay abuso de la posición dominante, por parte de las compañías de venta directa, cuando realicen las siguientes conductas:

1. La disminución de precios por debajo de los costos cuando tengan por objeto eliminar uno o varios competidores o prevenir la entrada o expansión de estos.
2. La aplicación de condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a un consumidor o proveedor en situación desventajosa frente a otro consumidor o proveedor de condiciones análogas.
3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituyen el objeto del negocio.
4. La venta a un comprador en condiciones diferentes de las que se ofrecen a otro comprador cuando sea con la intención de disminuir o eliminar la competencia en el mercado de la venta directa.
5. Vender en alguna parte del territorio colombiano a un precio diferente a aquel al que se ofrece en otra parte del territorio colombiano, cuando la intención o el efecto de la práctica sea disminuir o eliminar la competencia en esa parte del país y el precio no corresponda a la estructura de costos de la transacción.

ARTÍCULO SÉPTIMO. Los perjudicados por actos de competencia desleal, que limiten la libre competencia o se constituyan en abuso de la posición predominante, tendrán derecho a ejercitar contra la compañía que los realice, todas las acciones que consagra la ley colombiana para lograr la indemnización de los perjuicios causados con ocasión de los mismos.

ARTÍCULO OCTAVO. Las compañías de venta directa se obligan a asumir las siguientes conductas respecto de los consumidores:

1. A garantizarles la calidad e idoneidad de los bienes.
2. A que la propaganda comercial, literatura y material promocional empleada por las compañías de venta directa, sea clara y precisa, para no inducir a los consumidores al error de pensar que los productos tengan una aplicación distinta a la que realmente tienen o cualidades o ventajas que no posean.
3. A garantizar que los productos que se sean ofrecidos a través del sistema de venta directa, sean los que se entreguen efectivamente a los consumidores.
4. A no emplear engaños, ni prácticas desleales en su acercamiento a los consumidores.
5. A cumplir con el Estatuto Colombiano de Consumidores.

**ARTÍCULO NOVENO.** Las compañías de venta directa se obligan a asumir las siguientes conductas respecto de los vendedores independientes:

1. A no seducir o solicitar a cualquiera de los vendedores independientes, mediante la seducción sistemática, para que pasen a otra compañía competidora de la suya.
2. Denigrar injustamente de sus vendedores independientes, productos, ventas y planes de comercialización y no permitir que los vendedores independientes denigren injustamente de los productos las ventas y planes de comercialización de otras compañías competidoras, ni de las características de las mismas.

### **CAPÍTULO III**

#### **CONDUCTAS GENERALES DE LAS COMPAÑÍAS DE VENTA DIRECTA HACIA LOS VENDEDORES INDEPENDIENTES**

**ARTÍCULO DÉCIMO.** Es obligación de las compañías de venta directa velar porque sus vendedores independientes se adhieran al presente código y cumplan con sus reglas y normas de conducta, buscando que dicho cumplimiento se de como una condición previa para el desarrollo de sus actividades de venta directa.

**ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.** Además de las conductas establecidas en el artículo noveno de este código, las compañías de venta directa no podrán emplear prácticas engañosas o injustas de incorporación o ingreso, o realizar actividades engañosas o injustas, tendientes a inducir a una persona natural o jurídica a convertirse en vendedor independiente o que puedan llevar a confusión acerca del negocio de venta directa.

**ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.** Es responsabilidad de las compañías de venta directa proveer, tanto a sus vendedores independientes como a los potenciales, la información comercial exacta y completa relacionada con la oportunidad, las condiciones de venta, sus derechos y obligaciones. En consecuencia, las compañías de venta directa, de manera falsa o engañosa, no podrán realizar ninguna representación táctica que no pueda verificarse o hacer promesas que no puedan ser cumplidas por los vendedores independientes potenciales.

**ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO.** Las compañías de venta directa se comprometen a que no representarán a sus vendedores independientes información inexacta relacionada con las ventas reales o potenciales y que la misma se basará en hechos reales y totalmente documentados y soportados contablemente.

**ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO.** Las compañías de venta directa se responsabilizarán de entregar a sus vendedores independientes, ya sea un documento escrito que será firmado entre las mismas y estos, o cualquier tipo de declaración escrita que contenga todos los detalles esenciales sobre su relación comercial relacionada con la venta directa. Las compañías adquieren el compromiso de informar a sus vendedores independientes sobre sus obligaciones legales, incluso todas las licencias, registros e impuestos aplicables a su negocio.

**ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO.** Es responsabilidad de las compañías de venta directa no pedir a sus vendedores independientes cuotas excesivamente altas, por concepto de ingreso, capacitación, franquicia, propaganda comercial u otros conceptos relacionados con el derecho de participar en la misma en dicha condición.

**ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.** Las compañías de venta directa se responsabilizarán de no exigir a los vendedores independientes que compren inventarios de los productos en cantidades no razonablemente grandes. Para ello buscarán determinar la cantidad adecuada de sus inventarios, la relación de los mismos con base en la realidad de las ventas, la naturaleza de la competencia de los productos, el ambiente del mercado, y las políticas de devolución y de reembolso de las compañías.

**ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO.** Las compañías de venta directa podrán proporcionar, a solicitud de los vendedores independientes, reportes concernientes a sus ventas, compras, comisiones, honorarios, descuentos, entregas, cancelaciones, y otros datos relevantes, de conformidad con el contrato y/ o los documentos pactados entre las compañías y los vendedores independientes. Todo lo devengado por estos últimos será pagado y cualquier retención será hecha de conformidad con las normas legales, comerciales y fiscales pertinentes.

**ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.** Las compañías de venta directa se comprometen a proporcionar a sus vendedores independientes formación y capacitación que les permita funcionar éticamente. Lo anterior puede lograrse mediante sesiones de capacitación o a través de manuales, guías escritas, o materiales audiovisuales.

## CAPÍTULO IV

### CONDUCTAS GENERALES DE LAS COMPAÑÍAS DE VENTA DIRECTA HACIA LOS CONSUMIDORES Y PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES

**ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO.** La calidad de los bienes ofrecidos a los consumidores por las compañías de venta directa o por sus vendedores independientes, así como la información que debe suministrarse a dichos consumidores están protegidas por la constitución y la ley colombiana.

Serán responsables, de acuerdo a la ley colombiana, quienes en la producción y en la comercialización de bienes atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO.** Todo productor deberá informar al público de manera suficiente, respecto de la calidad e idoneidad de los bienes que se ofrecen a los consumidores potenciales, mediante la mención del número y la fecha del registro, la entidad ante la cual se haya efectuado, y, si es del caso, la licencia o normas técnicas oficializadas, en el caso de aquellos bienes que así lo requieran.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.** Quedan terminantemente prohibidas las explicaciones, demostraciones, marcas, leyendas y propaganda comercial que no correspondan a la realidad así como las que induzcan o puedan inducir a error respecto de la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las características, las propiedades, la calidad, la idoneidad, o la cantidad de los bienes ofrecido.

Cuando la propaganda comercial de los bienes se haga utilizando imágenes del bien o del conjunto, como cuando en su envase o en su empaque, o en cualquier otro medio de publicidad empleado para hacer la propaganda, aparezcan películas, fotografías, o dibujos del bien o conjunto de bienes, la cantidad de uno u otro, contenida dentro del envase o empaque deberá ser, como mínimo, la que aparezca en las imágenes empleadas en la propaganda. En caso contrario, el productor responderá por la inducción a error al consumidor respecto a la cantidad.

Las compañías de venta directa se comprometen a que los documentos relacionados con promociones, anuncios, o envíos por correo, no tendrán ninguna descripción del producto, aseveraciones o ilustraciones engañosas, y contendrán el nombre, domicilio y número telefónico de la compañía o del vendedor independiente.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO.** Los consumidores tienen el derecho a que toda información que se les de acerca de los componentes y propiedades de los productos ofrecidos por el vendedor independiente, sea exacta, completa, veraz y suficiente, en particular respecto del precio y, si es aplicable, respecto del precio a crédito, los plazos de pago, el período de retracto en la venta y los procedimientos de devolución de los productos, garantía de satisfacción, y sobre las condiciones de idoneidad y calidad de los mismos, según sea la naturaleza y clase de los productos, el servicio posterior a la venta, así como la entrega y plazos para la misma.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO.** Las compañías de venta directa se comprometerán a que sus vendedores independientes no utilicen prácticas engañosas o injustas en la venta de los productos hacia los consumidores potenciales. Para ello, desde el inicio de la venta, se buscará que los vendedores independientes se identifiquen en forma veraz ante dichos clientes potenciales e identifiquen a la compañía de venta directa, sus productos y el objetivo de su utilización. En las ventas de grupo, se propenderá a que los vendedores independientes dejen claro el objetivo de la reunión, tanto a la anfitriona de la misma como a los participantes.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO CUARTO.** Las compañías de venta directa se comprometen a que los vendedores independientes proporcionen respuestas precisas y comprensibles a todas las preguntas de los consumidores relacionadas con el producto y las condiciones de ofrecimiento efectuadas sobre el mismo.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO QUINTO.** Las compañías de venta directa no podrán autorizar a sus vendedores independientes a realizar promesas verbales con respecto al producto, a menos que expresamente hayan sido autorizadas por aquellas para el efecto.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO SEXTO.** Las compañías de venta directa buscarán mecanismos que conlleven a que sus vendedores independientes no manipulen las ofertas o venta de productos en una manera tal que las mismas tiendan a engañar al consumidor. Para ello, se abstendrán de hacer comparaciones que puedan engañar y que sean incompatibles con los principios de la competencia leal. Los puntos de comparación no se seleccionarán injustamente y se basarán en hechos que puedan justificarse y demostrarse por cualquier medio probatorio. Así mismo, las compañías de venta directa propenderán a que los vendedores independientes no denigren injustamente de cualquier empresa o producto que sea su competencia en el mismo ramo de negocios, ni aprovechen injustamente la buena fe adjunta al nombre comercial y al símbolo de la empresa de venta directa o de sus productos.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO SÉPTIMO.** Las compañías de venta directa orientarán a sus vendedores independientes para que los contactos personales o telefónicos se realicen de una manera razonable y durante horas razonables, con el fin de evitar cualquier imposición en la venta hacia un consumidor potencial. Así mismo, buscarán que los vendedores independientes discontinúen una demostración o presentación de ventas, cuando se lo solicite el consumidor.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO OCTAVO.** Las compañías de venta directa propenderán a que los vendedores independientes no abusen de la confianza de los consumidores individuales, no se aprovechen de su falta de experiencia comercial y no exploten la edad, enfermedad, falta de comprensión y falta de conocimiento del lenguaje o cualquier otra limitación física o mental de los consumidores.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO NOVENO.** Las compañías de venta directa sugerirán a sus vendedores independientes que no induzcan a sus consumidores a comprar los productos con base en la promesa que realicen a estos de poder reducir o recuperar el precio de compra recomendando a otros consumidores potenciales sobre ventas similares, si dichas reducciones o recuperaciones están condicionadas o dependen de algún acontecimiento futuro, incierto y poco seguro.

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO.** Las compañías de venta directa velarán porque cualquier pedido hecho por un consumidor potencial sea diligenciado por este en el momento de la venta. Se buscará igualmente, que en dicho pedido se identifique a la compañía de venta directa, su domicilio y número telefónico; al vendedor independiente con su nombre o razón social, domicilio permanente y número telefónico y, por último, los términos materiales de la venta en forma claramente legibles.

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO PRIMERO.** Las compañías de venta directa se comprometen a que sus vendedores independientes se asegurarán que cualquier forma de pedido contenga un plazo de garantía de satisfacción, distinto del inherente a la garantía de calidad que se menciona más adelante, que le permita al consumidor rechazar su pedido dentro de un período de tiempo especificado y obtener el reembolso de cualquier pago de bienes comercializados. Las compañías de venta directa que ofrezcan un derecho incondicional de devolución, deberán indicarlo expresamente por escrito al consumidor potencial.

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO SEGUNDO.** Las compañías de venta directa velarán porque sus vendedores independientes den cumplimiento y efectúen la entrega de los pedidos realizados por sus consumidores, de manera oportuna y de acuerdo con los plazos a que se comprometieron.

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO TERCERO.** Los detalles y las limitaciones del servicio posterior a la venta, los términos y vigencia de las garantías de satisfacción y de calidad sobre los productos, el nombre y domicilio del garante y la forma de reclamar dichas garantías por el consumidor, serán explicados claramente en la forma de pedido o en otros documentos que éste acompañe o se proporcionarán junto con el producto.

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO CUARTO.** Los términos de una garantía de calidad, sobre las condiciones de calidad e idoneidad de los bienes que vendan las compañías de venta directa o sus vendedores independientes y el término de la misma, serán de responsabilidad de las primeras, sin perjuicio de que estos puedan exigir el cumplimiento de dichas garantías a otros vendedores o comercializadores, sean o no productores.

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO QUINTO.** Los consumidores tendrán derecho a reclamar la efectividad de las garantías de calidad sobre los productos vendidos, antes del vencimiento de su plazo. En este evento, las compañías de venta directa y sus vendedores independientes, no podrán cobrar suma alguna del consumidor, por los gastos y costos que implique la reparación, reposición o devolución de los productos, por fallas en la calidad o idoneidad de los mismos, ni por el transporte o acarreo hacia el consumidor, todos los cuales correrán en todo caso por cuenta de quién efectuó la venta. En caso de repetirse la falla del bien se procederá a su cambio por otro de la misma especie, si lo solicita el consumidor, salvo convención expresa en contrario y a condición de que la solicitud se haga estando aún vigente el plazo de la citada garantía.

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO SEXTO.** Las conductas de las empresas de venta directa y de los vendedores independientes hacia los consumidores y los derechos de los consumidores, se regirán de una manera general por las normas contempladas en el código de comercio colombiano y en las establecidas en la Ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor y las normas que lo complementen, acondicionen, sustituyan o modifiquen.

## **CAPITULO V**

### **RESPONSABILIDAD, ADMINISTRACIÓN, VIGILANCIA, APLICACIÓN Y VIGENCIA DEL CÓDIGO DE ÉTICA DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE VENTA DIRECTA**

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO SÉPTIMO.** La responsabilidad original para el cumplimiento de este Código de Ética, descansa primordialmente en LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa y específicamente en sus miembros fundadores y adherentes, quienes, para su operatividad, delegan la administración, vigilancia y cumplimiento de las normas en él contempladas, en la Junta Directiva de dicha Asociación.

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO OCTAVO.** Para un cabal cumplimiento de las normas contenidas en el presente código de ética, la Junta Directiva, en su calidad de administrador y vigilante principal del mismo, podrá delegar las funciones de vigilancia y de cumplimiento diario y continuo del código de ética, por parte de las compañías de venta directa y de sus vendedores independientes, en personas naturales o en

un grupo de personas que se denominarán Administrador del Código, quien se obliga, a mantener informada a la Junta Directiva sobre sus acciones, a través de informes escritos o verbales, que serán presentados en las reuniones de dicho órgano directivo.

**ARTÍCULO TRIGÉSIMO NOVENO.** La Junta Directiva a través de su director ejecutivo será la encargada de definir las pautas de acción que tenga el Administrador del Código, así como los procedimientos para solucionar todo tipo de quejas que presenten los miembros de LA ASOCIACIÓN, los vendedores independientes de las compañías de venta directa y los consumidores. La delegación que realice la Junta Directiva a través de su director ejecutivo en el Administrador del Código, implica que este está facultado para solucionar en un período reducido de tiempo dichas quejas y para determinar las acciones sobre las mismas, sin poder imponer sanciones, ni establecer procedimientos de solución diferentes a los fijados por la Junta Directiva.

**ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO.** En el evento de comprobarse casos de difícil solución o situaciones que impliquen la violación de las disposiciones del presente Código de Ética, el Administrador del Código deberá presentar la solicitud correspondiente ante la Junta Directiva, debidamente sustentada en hechos ciertos y comprobados, sugiriendo las acciones a seguir y/ o las sanciones a imponer, para que este órgano directivo, que es el competente para fijarlas, defina, según el orden de cada solicitud, los casos de cancelación de pedidos, devolución de bienes comprados por los consumidores, el reembolso de pagos u otras acciones adecuadas, incluso advertencias a los vendedores independientes, la cancelación y terminación de los contratos celebrados entre las compañías de venta directa y los vendedores independientes, otras relaciones entre las compañías de venta directa, advertencias a las mismas, su inclusión y exclusión como miembros de LA ASOCIACIÓN y la forma como se darán a conocer públicamente sus decisiones.

**ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO PRIMERO.** El presente Código de Ética tendrá aplicación en todo el territorio de la República de Colombia y obliga desde la fecha de su expedición a todos los miembros fundadores y adherentes de LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa, quienes se comprometen a mantener un nivel de conducta ética que será superior a cualquier norma o requisito legal existente sobre la materia.

Es condición esencial, para la aplicación de este Código de Ética, ser miembro activo de LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa y asistir a las reuniones que convoque dicha asociación en forma permanente.

Cuando una compañía de venta directa sea excluida de LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa o deje de ser miembro, no estará obligada por este código, cuyas disposiciones continuarán siendo aplicables a acontecimientos o transacciones que ocurran durante el tiempo en el cual la compañía era miembro de LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa.

No obstante lo previsto en el presente Código de Ética, las compañías de venta directa y sus vendedores independientes se obligan a cumplir con los requisitos legales y oficiales previstos en las normas colombianas que regulan las materias respectivas.

**ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO SEGUNDO.** En el evento en que haya modificación a las normas legales que reglamentan las materias comerciales y jurídicas de este código, LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa debe variar sus disposiciones, bajo la condición de que se conserve su filosofía y fundamentos éticos primordiales o según lo requieran la constitución política y las leyes colombianas.

**ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO TERCERO.** El presente código rige a partir de la fecha de su firma y expedición. Para su divulgación en la forma más amplia que sea posible, LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa publicará el presente código en ejemplares impresos, que serán distribuidos en forma gratuita al público en general.

Para constancia de su aprobación, los miembros fundadores de LA ASOCIACIÓN Colombiana de Venta Directa firman el presente Código de Ética en la ciudad de Santa Fe de Bogotá, D. C., a los siete (7) días del mes de Febrero de Mil Novecientos Noventa y Seis (1996).

Actualizado Junio de 2014





