

# MANUAL DE POLÍTICAS PARA VENDEDORES INDEPENDIENTES

Fecha de Publicación 2023

# MANUAL DE POLÍTICAS - COLOMBIA

## ÍNDICE DE MATERIAS

SECCIÓN 1. MISIÓN, VALORES, Y CÓDIGO DE ÉTICA.....	1
1A. Misión de dōTERRA.....	1
1B. Valores de dōTERRA.....	1
1C. Código de Ética para Vendedores Independientes.....	1
SECCIÓN 2. INSCRIPCIÓN COMO VENDEDOR INDEPENDIENTE.....	2
2A. Requisitos para la Inscripción.....	2
2B. Aceptación o Rechazo de Solicitudes de Vendedor.....	3
2C. Deber de Mantener Información Precisa.....	3
2D. Efecto Obligatorio de Co-Solicitantes.....	3
2E. Se Prohíbe Tener Beneficio Simultáneo en más de un Derecho de Distribución....	3
2F. Relación de Contratista Independiente entre el Vendedor y la Empresa.....	3
2G. Indemnización.....	4
2H. Contrato y Partes.....	4
2I. Cumplimiento del Contrato.....	4
2J. Plazo y Renovación del Contrato.....	5
2K. Terminación del Contrato.....	5
2L. Modificaciones al Contrato.....	5
2M. Transferencia y Sucesión del Derecho de Distribución.....	6
2N. Reconocimiento de dōTERRA.....	7
2O. Preguntas y Solicitudes del Vendedor.....	7
SECCIÓN 3. COMPRAR, REVENDER, Y DEVOLVER PRODUCTOS.....	7
3A. No se Requiere Comprar Productos.....	7
3B. Reventa de Productos.....	7
3C. Se Prohíbe la Compra de Productos Únicamente para Ganar Bonos y Comisiones	7
3D. Limitaciones en las Cantidades de Compra.....	7
3E. Se Prohíbe Re-empacar.....	8
3F. Programa de Auto Envío (LRP).....	8
3G. Uso de Tarjetas de Crédito.....	8
3H. Cargos por Cheques sin Fondos.....	9
3I. Órdenes Para ser Recogidas en el Centro de Productos.....	9
3J. Política de Devolución de Productos.....	9
3K. Obligaciones del Vendedor en Ventas Minoristas.....	11
3L. Limitación de Responsabilidad.....	11
3M. Reclamos de Responsabilidad de Productos por Terceros.....	11
SECCIÓN 4. PATROCINAR E INSCRIBIR A OTROS VENEDORES INDEPENDIENTES.....	12
4A. Deber de Aceptar Responsabilidades Contractuales.....	12
4B. Mercados Locales Abiertos.....	12
4C. Cómo Ser un Patrocinador de Colocación o Patrocinador de Inscripción Exitoso	12
4D. Deber de Cuidado del Patrocinador de Colocación e Patrocinador de Inscripción	13
.....	13
4E. Colocaciones y Movimientos de Inscritos.....	13
4F. Conversión de un Cliente Mayorista en Vendedor.....	14
4G. Se Prohíbe el Reclutamiento Cruzado Entre Empresas y Movimiento Cruzado Entre	14
Líneas.....	14
4H. Realineación de Toda o Parte de la Organización.....	15

SECCIÓN 5. PLAN DE COMPENSACIÓN DE VENTAS.....	15
5A. Lineamientos Generales.....	15
5B. Ganancias por las Ventas de Productos.....	15
5C. Bonos y Comisiones de Ventas en el Plan de Compensación de Ventas.....	16
SECCIÓN 6. OBLIGACIONES DEL VENDEDOR EN HACER EL NEGOCIO DE DOTERRA .....	23
6A. Afirmaciones de Productos.....	23
6B. Divulgación de Estatus de Vendedor Independiente.....	24
6C. Publicidad y Uso de los Derechos de Propiedad Intelectual de la Empresa.....	24
6D. Ventas por Internet, en Tiendas Minoristas, Establecimientos de Servicio y Ferias Comerciales .....	30
6E. Negocios Internacionales .....	31
6F. Pago de impuestos .....	33
SECCIÓN 7. USO DE LOS DATOS DE VENEDORES INDEPENDIENTES .....	34
7A. Política de Privacidad para Garantizar la Protección de Datos Personales.....	34
7B. Autorización de Uso de Datos Personales del Vendedor .....	34
7C. Uso de Listas de Vendedores y Clientes por el Vendedor .....	34
SECCIÓN 8. MEDIDAS SANCIONATORIAS.....	35
8A. Derechos Condicionados por el Desempeño .....	35
8B. Posibles Medidas Sancionatorias .....	36
8C. Investigaciones .....	36
SECCIÓN 9. DISPUTAS.....	37
9A. Ley Aplicable.....	37
9B. Resolución de Disputas .....	37
9C. Litigio Y Reclamos .....	38
SECCIÓN 10. MISCELÁNEO .....	38
10A. Renuncia.....	38
10B. Contrato Integrado .....	38
10C. Separación .....	38
10D. Fuerza Mayor.....	39
10E. Supervivencia.....	39
10F. Encabezados .....	39
10G. Notificaciones .....	39

\*\* VER APÉNDICE 1 Y SECCIÓN 6C PARA DEFINICIONES DE LOS TÉRMINOS EN MAYÚSCULAS \*\*

## SECCIÓN 1. MISIÓN, VALORES Y CÓDIGO DE ÉTICA

**1A. Misión de dōTERRA.** dōTERRA tiene el compromiso de mejorar la vida del mundo a través de los beneficios de los aceites esenciales de esta manera:

- (i) Descubriendo y desarrollando productos con aceites esenciales grado puro de la más alta calidad en el mundo, mediante una sofisticada red de botánicos, químicos, científicos de la salud y profesionales médicos con altos niveles de educación y experiencia.
- (ii) Creando nuestros productos de aceites esenciales según las más altas normas de calidad, pureza, comprobación y seguridad usadas en la industria —denominado “CPTG Certificado de Pureza Total Garantizada”.
- (iii) Distribuyendo nuestros productos por medio de Vendedores Independientes que, trabajando desde casa, presentan y venden los Productos de dōTERRA, educando al usuario sobre sus usos y beneficios.
- (iv) Proveyendo oportunidades educativas para todas las personas interesadas en aprender la manera en que pueden usarse los aceites esenciales grado puro como una alternativa de cuidado personal para el bienestar.
- (v) Juntando profesionales del cuidado de la salud de los campos de medicina tradicional y alternativa para fomentar mayores estudios y aplicaciones de aceites esenciales grado puro en las prácticas de cuidado de salud modernas.

**1B. Valores de dōTERRA.** dōTERRA conducirá sus negocios de modo tal que sea una influencia positiva para el bien de cada persona, Cliente, Vendedor, empleado, proveedor y socio con quien entre en contacto, de esta manera:

- (i) Conduciendo nuestros negocios con absoluta honestidad e integridad.
- (ii) Capacitando a todas las personas con amabilidad y respeto.
- (iii) Conduciendo nuestras interacciones con otras personas con un espíritu de servicio y diligencia.
- (iv) Trabajando arduamente y administrando sabiamente el uso de los recursos de la Empresa.
- (v) Fomentando un ambiente de trabajo edificante con sonrisas, risa y diversión.
- (vi) Estando agradecidos por el éxito y dando reconocimiento a los demás.
- (vii) Siendo generosos con los menos afortunados de nuestra comunidad y del mundo.

**1C. Código de Ética para Vendedores Independientes.** dōTERRA espera y requiere que su fuerza de ventas independiente actúe de conformidad con las más altas normas de conducta ética. Se espera que los Vendedores practiquen la siguiente conducta ética al presentar dōTERRA y sus Productos a otras personas. Las violaciones al código de ética pueden hacer que el Vendedor quede sujeto a medidas sancionatorias por parte de la Empresa según la magnitud de la violación. Las siguientes directrices ayudan a asegurar una norma uniforme de excelencia a lo largo de la organización de dōTERRA. Todos los Vendedores deben:

- (i) Ser respetuosos con toda persona mientras realicen negocios relacionados con dōTERRA.

- (ii) Conducirse a sí mismos y sus actividades de negocios en forma ética, moral, legal y financieramente honesta. No deben participar en actividades ni conductas que podrían causar falta de respeto o vergüenza a dōTERRA, sus oficiales corporativos, empleados, a sí mismos o a otros Vendedores.
- (iii) Evitar hacer comentarios negativos o denigrantes acerca de otras personas, Vendedores, dōTERRA, otras empresas, sus empleados o sus productos.
- (iv) Ser veraces en sus afirmaciones acerca de los Productos. No hacer afirmaciones de diagnóstico, terapia, curación o exageradas a menos que dichas afirmaciones sean aprobados y publicados en materiales oficiales de la Empresa de acuerdo con estudios científicos apropiados y permisos gubernamentales.
- (v) Dar apoyo y aliento a los Clientes para asegurar que su experiencia con dōTERRA sea significativa y satisfactoria. Los Vendedores deben dar capacitación y apoyo apropiados a quienes patrocinen y sean miembros de su Organización.
- (vi) Enseñar y representar precisamente el Plan de Compensación de Ventas de dōTERRA. Ser honestos al explicar los ingresos que uno puede ganar, y no deben usar sus propios ingresos como indicación del posible éxito de otra persona, ni usar sus cheques de remuneración como materiales de mercadotecnia.
- (vii) Obedecer todas las políticas y procedimientos de la Empresa tal y como se encuentran actualmente en este Manual de Políticas y otros documentos anexados al Contrato, y según sean modificados en el futuro.
- (viii) Cumplir todos los términos y condiciones a los que se obliga al momento de la suscripción del Contrato.
- (ix) Dar cabal y estricto cumplimiento a legislación colombiana, específicamente a la Ley 1700 del 27 de diciembre de 2013 y aquellas que la reglamenten, compilen y/o modifiquen de tiempo en tiempo.

## SECCIÓN 2. INSCRIPCIÓN COMO VENDEDOR INDEPENDIENTE

Las relaciones con los Vendedores son las más valiosas relaciones en dōTERRA. dōTERRA se complace enormemente en asociarse con sus Vendedores para presentar y ofrecer nuestros Productos y oportunidad que cambian la vida.

**2A. Requisitos para la Inscripción.** Para inscribirse como Vendedor, un solicitante debe:

- (i) Ser mayor de edad y ser competente legalmente para celebrar el Contrato.
- (ii) Proveer su documento de identidad u otro número de identificación tributaria válido.
- (iii) Entregar un Acuerdo de Vendedor Independiente a la Empresa debidamente diligenciado y firmado, dentro de un plazo máximo de 30 Días siguientes a la fecha de Inscripción.
- (iv) Pagar a la Empresa la Cuota de Inscripción no reembolsable. La Cuota de Inscripción corresponde a costos administrativos y no es reembolsable. El paquete de materiales introductorios de capacitación se proporciona al Vendedor gratis.
- (v) Para inscribirse como Persona Jurídica, adicionalmente debe llenar y entregar a la Empresa la Adenda de Negocio.

**2B. Aceptación o Rechazo de Solicitudes de Vendedor.** La Empresa se reserva el derecho, con criterio exclusivo, de aprobar o rechazar solicitudes de Vendedor presentadas a la Empresa. Un formulario incompleto, incorrecto o fraudulento se considerará inválido desde su origen. Los hospitales no pueden inscribirse sin permiso por escrito de los departamentos de Cumplimiento y Legal.

**2C. Deber de Mantener Información Precisa.** El Vendedor debe avisar a la Empresa acerca de cualquier cambio a la información contenida en los formularios y anexos entregados.

**2D. Efecto Obligatorio de Co-Solicitantes.** Donde haya una o más Personas formando parte de un Derecho de Distribución como co-solicitantes, las acciones, aprobaciones o aceptaciones de uno obligan a todos los titulares del Derecho de Distribución.

**2E. Se Prohíbe Tener Beneficio Simultáneo en más de un Derecho de Distribución.**

- (i) El Vendedor no puede tener beneficios o intereses simultáneos o ser co-solicitante en más de un Derecho de Distribución o ser propietario simultáneamente de un interés económico en una cuenta de Cliente Mayorista. Un interés económico incluye, pero no se limita a, cualquier interés de propiedad; cualquier derecho a beneficios presentes o futuros, financieros o de otro tipo; derecho a comprar a precios al por mayor; reconocimiento; u otros beneficios tangibles o intangibles asociados con un Derecho de Distribución o cuenta de Cliente Mayorista.
- (ii) Los cónyuges tienen que ser parte del mismo Derecho de Distribución y no pueden tener más de un Derecho de Distribución entre ellos, ni ser propietarios de intereses económicos adicionales en una cuenta de Cliente Mayorista.
- (iii) Un propietario de negocio no puede tener un Derecho de Distribución a nombre del negocio y otro Derecho de Distribución a nombre del propietario, o tener un interés económico en una cuenta de Cliente Mayorista u otro negocio.
- (iv) Una excepción a esta regla es la Cuenta Multiplicadora de Diamantes Presidenciales (Ver la Sección 5).

**2F. Relación de Contratista Independiente entre el Vendedor y la Empresa.** El Vendedor es un contratista independiente, con autonomía técnica y administrativa, y no un empleado, agente, socio, representante legal o propietario de franquicia de la Empresa. En consecuencia, entre el Vendedor y la Empresa hay una relación exclusivamente comercial, en los términos del artículo 4° de la Ley 1700 de 2013. El Vendedor no está autorizado para incurrir (y promete no incurrir) ninguna deuda, gasto u obligación; ni abrir ninguna cuenta bancaria a favor de, para o a nombre de la Empresa. El Vendedor controla la manera y los medios por los cuales opera sus negocios dōTERRA, en sujeción a los términos del Contrato. El Vendedor es exclusivamente responsable de pagar todos los gastos que incurra, incluso, pero sin limitarse a viajes, alimentación, hospedaje, servicios secretariales y de oficina, teléfono de larga distancia y otros gastos.

El Vendedor no es un empleado de la Empresa, ni tiene la calidad de representante de la misma, en su condición de contratista independiente el Vendedor deberá pagar y hacer la declaración de todos los impuestos, tasas y contribuciones, directas o indirectas, nacionales, departamentales o municipales que esté obligado a cumplir según los que establecen las normas tributarias vigentes.

El Vendedor declara conocer las normas tributarias vigentes y, en especial, las relacionadas con la retención en la fuente de todo tipo de impuestos, con el Impuesto sobre las Ventas y con el Impuesto de Industria y Comercio. Igualmente, el Vendedor deberá ponerse al tanto de cualquier modificación o derogatoria de tales normas así como de la entrada en vigencia de otras adicionales de manera que siempre deberá estar en cumplimiento de la normatividad tributaria aplicable a las actividades que se relacionen directa o indirectamente con el Contrato y que sean de su cargo.

El Vendedor acuerda que la relación entre el Vendedor y la Empresa es totalmente contractual. Por tanto, la Empresa no honrará ni respetará ningún reclamo de parte del Vendedor de que la relación es o ha sido cuasi-contractual, que ha surgido por implicación de cualquier práctica o curso de acción continuo, que ha sido verbalmente autorizada por un empleado de la Empresa en contradicción de los términos del Contrato, o que es de algún otro modo un contrato implícito.

**2G. Indemnización.** El Vendedor se obliga a eximir de responsabilidad y acuerda indemnizar a la Empresa, sus filiales y socios junto con sus empleados, administradores, directores y encargados de cualquier y toda responsabilidad, daños, multas, sanciones, pérdidas, costos (incluyendo los gastos y honorarios legales razonables) u otras reclamaciones, pleitos o demandas que surjan o estén relacionadas con las acciones del Vendedor en la operación de su propio negocio independiente de dōTERRA y cualquier actividades relacionadas con este (por ejemplo, entre otros, la presentación de Productos o el Plan de Compensación, la operación de un vehículo de motor, el alquiler de instalaciones para reuniones, la contratación de empleados, las relaciones comerciales y contractuales con sus clientes o el incumplimiento de las leyes aplicables).

**2H. Contrato y Partes.** Este Manual de Políticas de dōTERRA ("Manual de Políticas"), el Acuerdo de Vendedor Independiente, la Política de Privacidad para Garantizar la Protección de Datos Personales, la Adenda de Negocio y todos los otros formularios y documentos auxiliares colectivamente constituyen el acuerdo total ("Contrato") entre dōTERRA y el Vendedor Independiente ("Vendedor").

dōTERRA GH Ireland Limited, una empresa irlandesa ("dōTERRA GH Ireland"), tiene la responsabilidad de promover la venta de productos globalmente a través del Plan de Compensación de Ventas, y de licenciar la red de Vendedores y el Plan de Compensación de Ventas a los afiliados locales, incluidos dōTERRA Colombia LLC Sucursal Colombia, una empresa colombiana ("dōTERRA Colombia"). Como resultado de la licencia, dōTERRA Colombia tiene la responsabilidad, dentro de Colombia, de promover la venta de Productos a los Vendedores y de pagar compensación por esas ventas. Por conveniencia administrativa, los Bonos y las Comisiones obtenidos de la promoción y venta de Productos dentro y fuera de Colombia generalmente son pagados por dōTERRA Colombia en un pago combinado al Vendedor. A menos que se indique lo contrario, dōTERRA GH Ireland y dōTERRA Colombia se denominan colectivamente aquí como "dōTERRA" o "la Empresa".

**2I. Cumplimiento del Contrato.** Si el Vendedor deja de cumplir cualquiera de las disposiciones y obligaciones del Contrato, podría ocasionar, a criterio exclusivo de la Empresa, cualquiera o todas de las medidas sancionatorias indicadas en el Contrato (ver la Sección 8), incluyendo pero no limitado a la terminación del Contrato y del Derecho de Distribución del Vendedor, pérdida del derecho a patrocinar a otras personas, pérdida del derecho a recibir Bonos y Comisiones, pérdida de reconocimiento formal de parte de la Empresa, y suspensión o cancelación de otros derechos y privilegios.

**2J. Plazo y Renovación del Contrato.** El término del Contrato es de 1 año. A menos que el Vendedor notifique a la Empresa su intención de no renovar, o a menos que el Contrato sea cancelado por la Empresa, el Contrato se renovará automáticamente cada año el día de su aniversario. El Vendedor acuerda pagar la Cuota de Renovación Anual a más tardar en la fecha de cada aniversario del Contrato. La Cuota de Renovación Anual corresponde a costos administrativos y no es reembolsable. A menos que el Contrato se termine antes, el Vendedor acuerda y autoriza a la Empresa para que cargue automáticamente a la tarjeta de crédito en archivo en la Empresa la cantidad de la Cuota de Renovación Anual cada año en la fecha de aniversario, o agregarla a la siguiente orden de Productos. Si el Vendedor no tiene una Línea Descendente en la fecha de renovación, verá su cuenta renovada como Cliente Mayorista y acuerda quedar sujeto al Acuerdo de Cliente Mayorista.

**2K. Terminación del Contrato.**

- (i) Terminación Voluntaria por el Vendedor. El Vendedor puede dar por terminado el Contrato en cualquier momento y por cualquier razón enviando a la Empresa notificación escrita. En este caso, la cuenta es colocada en un estatus de suspensión y permanece en el árbol genealógico por un período de 12 meses a partir de la fecha en que dejó de estar Activo. La Línea Descendente no sube durante el período de suspensión. Debido a la Compresión en el Plan de Compensación (según se define en la Sección 5C), sin embargo, el volumen subirá más allá del Vendedor suspendido, permitiendo así el pago máximo al campo. Luego de dicho período la cuenta es realmente terminada y retirada del árbol genealógico.
- (ii) Terminación por la Empresa. La Empresa tiene el derecho de dar por terminado el Contrato y los Derechos de Distribución en los siguientes casos:
  - a. Por no pagar el Vendedor la Cuota de Renovación Anual.
  - b. Como medida sancionatoria según las disposiciones del Contrato (Ver la Sección 8).
  - c. Si el Vendedor deja de estar Activo.
- (iii) Re-Inscripción Después de Terminación. Si el Contrato es terminado por cualquier razón, el Vendedor no puede inscribirse de nuevo como Vendedor durante los siguientes 6 meses a partir de la última fecha en la que estuvo Activo (12 meses si ha logrado el Rango de Plata o superior), una vez vencido este plazo, podrá inscribirse de nuevo.

**2L. Modificaciones al Contrato.** La Empresa se reserva el derecho de hacer cualquier enmienda o modificación al Contrato, mediante notificación escrita previa al Vendedor con 30 Días de anticipación a través de cualquiera de los canales oficiales de comunicación de la Empresa, incluso los sitios web de la Empresa, correos electrónicos, boletines informativos u otras publicaciones o envíos postales a los Vendedores. La Empresa hará todos los esfuerzos necesarios a fin de darle a conocer al Vendedor las modificaciones realizadas, con el fin de permitirle decidir si bajo las nuevas condiciones desea continuar con el desarrollo del negocio. Se entenderá que el Vendedor ha aceptado las modificaciones si dentro de los 5 Días siguientes al recibo de la notificación no ha manifestado expresamente a la Empresa su deseo de desvincularse de la organización. Al continuar actuando como Vendedor, o participando en cualquier actividad del Derecho de Distribución, incluso comprando Productos, reclutando a otros Vendedores, o ganando Bonos o Comisiones, después

de que las enmiendas y modificaciones hayan entrado en vigor, el Vendedor reconoce su aceptación de los nuevos términos del Contrato.

## **2M. Transferencia y Sucesión del Derecho de Distribución.**

- (i) **Efectos Obligatorios y Beneficios Continuos.** El Contrato tendrá carácter de obligatoriedad sobre las partes y tendrá el propósito de beneficiar a dichas partes del Contrato y a sus respectivos sucesores y cesionarios. El Vendedor puede delegar sus responsabilidades, pero es finalmente responsable de cerciorarse del cumplimiento del Contrato y las leyes aplicables. Cualquier Persona que trabaje con o para el Vendedor como parte de su Derecho de Distribución lo hace bajo la supervisión directa del Vendedor.
- (ii) **Transferencia de Participación en un Derecho de Distribución.**
  - a. Salvo cuando se estipule de otra manera en el Contrato, el Vendedor no puede disponer de, vender, transferir, regalar o ceder de otra manera sus intereses en un Derecho de Distribución o derechos otorgados por el Contrato (una "Transferencia") sin el consentimiento escrito previo de la Empresa. El Derecho de Distribución transferido estará sujeto a todas las medidas correctivas que, según el Contrato, pudiesen haber surgido antes de la Transferencia.
  - b. Cuando se realiza una Transferencia, se crea un nuevo Derecho de Distribución. Sin embargo, el nuevo Derecho de Distribución tomará el lugar del Derecho de Distribución previo dentro de la Organización. Además, a menos que la Empresa lo acuerde expresamente por escrito, el saldo de cuentas por cobrar, VP, puntos de LRP y fecha de inscripción serán retenidos por el Derecho de Distribución previo.
  - c. Se trata una Transferencia como una cancelación del Contrato con respecto al cedente. Por lo tanto, el Vendedor cedente debe esperar los plazos estipulados en el Contrato para inscribirse de nuevo con la Empresa.
- (iii) **Sucesión del Derecho de Distribución.**
  - a. **Muerte o Discapacitación.** En caso de que el Vendedor muera o quede discapacitado, su Organización pasará a sus sucesores legales de conformidad con las leyes aplicables. Los sucesores deberán notificar prontamente a la Empresa por escrito que ha ocurrido tal evento y deberán acompañar su notificación con la documentación apropiada.
  - b. **Divorcio o Disolución de Persona Jurídica.** Mientras esté pendiente un divorcio o disolución de la Persona Jurídica, las partes deben adoptar uno de los siguientes métodos de operación: (1) una de las partes puede operar el Derecho de Distribución de conformidad con una cesión realizada por escrito en donde el otro cónyuge o los otros accionistas, socios o fideicomisarios cedentes autorizan a la Empresa entenderse directa y exclusivamente con dicha parte, o (2) las partes pueden continuar operando el Derecho de Distribución mancomunadamente "como siempre", en cuyo caso toda remuneración pagada por la Empresa se pagará a nombre de ambos Vendedores o a nombre de la entidad para ser dividido de conformidad con lo que las partes hayan acordado independientemente entre sí.

La Empresa únicamente reconocerá una Organización. Bajo ninguna circunstancia se dividirá la Organización de cónyuges que se estén

divorciando o personas que estén disolviendo su negocio, y la Empresa no dividirá pagos de Bonos o Comisiones entre ellos. Los Vendedores involucrados en procedimientos en tribunales por el derecho de propiedad o la administración de un Derecho de Distribución están bajo la obligación de informar al tribunal que el Derecho de Distribución es indivisible. La sentencia final tiene que asignar expresamente el derecho de propiedad del Derecho de Distribución.

En caso de que las partes de un proceso de divorcio o disolución no logren resolver una disputa sobre la disposición de Bonos y Comisiones y el derecho de propiedad del negocio, el Derecho de Distribución puede ser cancelado por la Empresa.

Si un ex cónyuge o un ex Vendedor en una entidad ha cedido completamente todos sus intereses en su Derecho de Distribución original, de ahí en adelante queda en libertad para inscribirse debajo de cualquier Patrocinador de Colocación que escoja, siempre y cuando cumpla con el requisito de período de espera estipulado en el Contrato. En tal caso, sin embargo, el ex cónyuge o socio no tendrá ningún derecho a ningún miembro de su Organización previa. Tendrá que desarrollar el nuevo negocio de la misma manera en que lo haría cualquier Vendedor nuevo.

- 2N. Reconocimiento de dōTERRA.** La Empresa puede escoger y realizar un reconocimiento a los Vendedores en eventos seleccionados y en varias publicaciones que incluyen convenciones y revistas. El reconocimiento se basará en criterios y normas adoptados y cambiados, de cuando en cuando, por la Empresa.
- 2O. Preguntas y Solicitudes del Vendedor.** La Empresa está obligada a responder de manera precisa las preguntas, consultas y solicitudes de aclaración formuladas por el Vendedor, antes, durante y después de la vinculación con la Empresa, siempre que verse sobre los temas mencionados en la Circular Externa emitida por la Superintendencia de Sociedades mediante la cual emite instrucciones relacionadas con la supervisión de las compañías multinivel y la Ley 1700 de 2013. La Empresa deberá remitir la respuesta a las preguntas, consultas o solicitudes, a la dirección o correo electrónico suministrado por el Vendedor en el Contrato, dentro de los 15 días hábiles siguientes a la recepción de la solicitud.

### SECCIÓN 3. COMPRAR, REVENDER Y DEVOLVER PRODUCTOS

- 3A.No se Requiere Comprar Productos.** Una Persona no tiene que comprar ningún Producto para inscribirse como Vendedor de la Empresa.
- 3B.Reventa de Productos.** Únicamente los Vendedores pueden comprar Productos para revenderlos.
- 3C.Se Prohíbe la Compra de Productos Únicamente para Ganar Bonos o Comisiones.** La oportunidad de dōTERRA se construye sobre ventas al consumidor final. Se prohíbe la compra de Productos únicamente con el propósito de ganar Bonos o Comisiones.
- 3D.Limitaciones en las Cantidades de Compra.** El Vendedor no tiene derecho a comprar inventario en cantidades que en forma irrazonable exceda lo que se puede esperar revender, usar como herramientas de ventas o consumir personalmente dentro de un periodo de tiempo razonable. La Empresa se reserva el derecho de limitar la cantidad de compras del Vendedor si, a criterio exclusivo de la Empresa, cree que esas

compras se están haciendo principalmente para efectos de calificación para Bonos o Comisiones en lugar de hacerlas para el consumo o la reventa. Además, la Empresa se reserva el derecho de recuperar los Bonos y las Comisiones pagados si la Empresa descubre que los Bonos o las Comisiones han sido generados por ventas que la Empresa considera en violación del Contrato.

### **3E. Se Prohíbe Re-empacar.**

- (i) El Vendedor no puede imprimir sus propias etiquetas o re-empacar los Productos. Los Productos deben venderse únicamente en su embalaje y presentación original. Por ejemplo, el Vendedor no puede revender partes individuales de un kit separadamente de su embalaje y presentación original a menos que la Empresa haya establecido un precio al por mayor para esa parte individual.
- (ii) El Vendedor no puede anunciar el uso de aceites dōTERRA como ingredientes de productos que no son dōTERRA, tales como componentes en un producto separado o ingredientes en recetas de comidas o para un fin distinto al indicado en las etiquetas, sin el consentimiento escrito de la Empresa. El uso del nombre dōTERRA por el Vendedor se rige por el Contrato (ver la Sección 6).

**3F. Programa de Auto Envío (LRP).** El Vendedor puede asegurarse de recibir sus entregas mensuales de Productos inscribiéndose en el Programa de Auto envío (LRP) después del primer mes de inscripción. El Programa de LRP elimina la molestia de hacer órdenes mensuales manualmente.

- (i) Ganar Créditos de Productos. Ordenes de LRP de por lo menos 50 VP cada mes califican al Vendedor para recibir Créditos de Productos cada mes.
- (ii) Canjear Créditos de Productos. Después de participar en el Programa de LRP por 60 Días, el Vendedor puede canjear Créditos de Productos para comprar Productos que cuentan con un VP completo. Los Créditos de Productos pueden canjearse por 12 meses a partir de la fecha de emisión, después de la cual caducan en su aniversario de emisión. Hay un cargo de procesamiento por canjes de Créditos de Productos. Los Productos comprados con Créditos de Productos no generan VP, y no se pueden revender ni devolver. Las órdenes de canje no se pueden combinar con otras órdenes de Productos. No tienen valor en efectivo y no son transferibles a otras Personas. Todos los Créditos de Productos serán cancelados si el miembro cancela su participación en el Programa de LRP. Una orden de LRP primaria solo puede ser cancelada llamando a la Empresa. Cualquier orden de LRP subsiguiente puede ser cancelada en línea.
- (iii) Actuar a Nombre de Otro. El Vendedor no puede establecer una orden de LRP a nombre de otra Persona sin el permiso escrito de la Persona, entregado a la Empresa antes de establecer la orden. La orden debe ser pagada por la Persona y los Productos deben ser enviados a la dirección principal que aparece en la cuenta de la Persona.

### **3G. Uso de Tarjetas de Crédito.**

- (i) Al Vendedor se le prohíbe usar sus propias tarjetas de crédito para comprar Productos para otro Vendedor o Cliente que haya sido Vendedor o Cliente por menos de 30 Días.

- (ii) El Vendedor no puede hacer órdenes de Productos usando la tarjeta de crédito de otra persona sin el permiso escrito del propietario de la tarjeta de crédito.
- (iii) En las raras circunstancias en que sea necesario comprar Productos para otra persona, la Empresa debe recibir permiso escrito de la persona para quien se está haciendo la orden de Productos. La inhabilidad de presentar dicho permiso cuando así lo solicite la Empresa podría dar como resultado la cancelación de la venta, la pérdida de los Bonos y las Comisiones resultantes de la venta y otras medidas sancionatorias como se detalla en el Contrato.

**3H. Cargos por Cheques sin Fondos.** El Vendedor es responsable de reembolsar a la Empresa el costo de re-depositar cheques recibidos del Vendedor y devueltos a la Empresa por fondos insuficientes.

**3I. Órdenes Para ser Recogidas en el Centro de Productos.** La Empresa tendrá la opción de enviar una orden hecha al Vendedor si la orden no ha sido recogida en el centro de productos de la Empresa dentro de los 20 Días después de la fecha en que se hizo la orden. La Empresa cargará el costo del envío al Vendedor como si la orden hubiese sido originalmente hecha como para ser enviada. El plazo para recoger órdenes varía por mercado local.

**3J. Política de Devolución de Productos.** Esta política aplica sólo a devoluciones por Vendedores. Las devoluciones por Clientes Mayoristas se rigen por los términos y condiciones establecidos en el Acuerdo de Cliente Mayorista. La Empresa puede proporcionar una política de devolución diferente para artículos específicos, la cual se imprimirá en la etiqueta del Producto o se publicarán de otra manera. Esta política puede variar en jurisdicciones donde la ley imponga requisitos de recompra diferentes.

- (i) Definición de “Actualmente Comercializable”. Los Productos y Herramientas de Ventas se considerarán Actualmente Comercializables si cumplen con cada uno de los siguientes elementos: (1) no han sido abiertos o usados; (2) contiene etiquetado actual de dōTERRA y los embalajes y las etiquetas no han sido alterados o dañados; (3) el Producto y el embalaje están en tales condiciones que sea una práctica comercialmente razonable dentro de la industria venderlos a precio completo; y (4) la fecha de vencimiento del Producto no ha pasado.

Los Productos no se considerarán Actualmente Comercializables si la Empresa revela antes de la compra que son estacionales o de oferta de tiempo limitado, que están descontinuados, que son ofertas por tiempo limitado o que están en promoción especial y que no están sujetos a la Política de Devoluciones.

- (ii) Devoluciones. Los Productos devueltos dentro del número de días y condiciones especificados son elegibles para las devoluciones de la siguiente manera (en cada caso, más los impuestos prepagos si se pre-pagaron, y menos los costos de envío y los Bonos y las Comisiones pagados):

Días desde la compra	Actualmente Comercializable	No Actualmente Comercializable
Dentro de 30 Días	100% reembolso	90% reembolso o 100% Crédito de Producto
Entre 31 y 90 Días	90% reembolso o 100% Crédito de Producto	no aplica

Entre 91 y 365 Días	90% reembolso o 90% Crédito de Producto	no aplica
---------------------	---	-----------

- (iii) Procedimiento de Devolución. La Empresa proporcionará al Vendedor todos los procedimientos específicos y el lugar donde deberá devolver los Productos. Los siguientes procedimientos generales aplican a devoluciones de Productos:
- a. El Vendedor debe recibir autorización previa de la Empresa por teléfono o por escrito antes de hacer el envío a la Empresa. Productos o Herramientas de Ventas devueltos a la Empresa sin autorización previa no calificarán para Crédito de Productos o reembolso y le serán devueltos al Vendedor y se le cargarán los costos de envío.
  - b. El Vendedor debe proporcionar a la Empresa su número de cuenta y el número de la orden de ventas original que aparece en la factura.
  - c. El Vendedor debe pagar todos los costos de envío.
  - d. La Empresa puede cobrar un cargo por envíos que sean rechazados en el punto de entrega y devueltos a la Empresa.
- (iv) Devolución de Productos Dañados o Enviados Por Error. Productos recibidos por el Vendedor que fueron enviados por error o recibidos en condiciones dañadas deben ser devueltos dentro de los 15 Días después de ser recibidos. Siempre que sea posible, los Productos devueltos serán reemplazados con Productos no dañados. Sin embargo, cuando no se pueda hacer un intercambio, y estemos frente a un Producto dañado o defectuoso, la Empresa realizará la devolución del precio pagado a la cuenta del Vendedor con una cantidad equivalente a los Productos devueltos. Lo anterior, siempre y cuando se cumplan todas las condiciones establecidas en el Estatuto de Consumidor.
- (v) Devolución de Kits. Los Productos comprados como parte de un kit o paquete deben ser devueltos con el kit completo.
- (vi) Devolución de Herramientas de Ventas Personalizadas. Las Herramientas de Ventas personalizadas no se pueden devolver ni reembolsar, salvo cuando tengan errores de impresión. En el caso de errores de impresión, deben ser devueltas por el Vendedor dentro de los 30 Días después de ser recibidos y de conformidad con la Política de Devolución de Productos.
- (vii) Alternativas de Reembolso. La forma precisa del reembolso se basará en los requisitos legales, los procedimientos de pago específicos del mercado local, y en la forma de pago original. Se harán reembolsos únicamente al pagador original.
- (viii) Derecho de la Empresa a Recuperar Bonos y Comisiones no Ganados. Los Bonos y las Comisiones se pagan al Vendedor según las compras de Productos a la Empresa por miembros de su Organización. Cuando se devuelven los Productos, la Empresa tiene el derecho de recuperar los Bonos y las Comisiones que se pagaron según la compra de los Productos devueltos. La Empresa puede recuperar estos Bonos y Comisiones exigiendo al Vendedor que pague directamente a la Empresa, o la Empresa puede retener la cantidad del Bono o la Comisión de pagos futuros.

- (ix) Reembolso de Cargos a Tarjetas de Crédito. El Vendedor debe devolver los Productos según las políticas de intercambio y devolución de Productos de la Empresa en lugar de contactar la compañía de la tarjeta de crédito directamente.

### **3K. Obligaciones del Vendedor en Ventas Minoristas.**

- (i) Garantía Legal. El Vendedor está obligado a cumplir con todo requisito legal en su jurisdicción relacionado con la venta de Productos a Clientes Minoristas, en especial con el cumplimiento de las obligaciones que le impone el Estatuto del Consumidor. De acuerdo con la legislación colombiana, el Vendedor otorga a sus Clientes Minoristas una garantía con plazos previstas durante el cual podrán ejercer las siguientes acciones, por regla general, solicitar la reparación del Producto (cuando proceda), en caso de repetirse la falla, a elección del Cliente Mayorista y/o consumidor final, se procederá a una nueva reparación, la devolución del precio pagado o el cambio del Producto por otro de la misma especie o con similares características los cuales en ningún caso podrán ser inferiores al Producto objeto de la garantía.
- (ii) Deber de Presentar Recibos de Ventas. El Vendedor debe dar a sus Clientes Minoristas dos copias del recibo de ventas lleno al momento de la venta, y guardar la tercera copia. El recibo debe incluir los artículos ordenados, el precio, cualquier impuesto a las ventas recaudado, fecha de compra, los datos del Vendedor, y los detalles de la garantía aplicable. El Vendedor debe mantener un archivo con copias de todos los recibos de ventas minoristas por lo menos por 6 años.

**3L. Limitación de Responsabilidad.** Salvo como se estipula en el Contrato, la Empresa, sus miembros, gerentes, directores, oficiales, accionistas, empleados, asignados y agentes (colectivamente, los “Afiliados”), salvo por la calidad, idoneidad, seguridad y buen estado de los Productos, no hacen ninguna declaración expresa o implícita ni ninguna garantía con respecto a los Productos ni en cuanto a su condición, comerciabilidad, aptitud o uso para un propósito en particular por el Vendedor. La Empresa y los Afiliados no serán responsables por ningún:

- (i) Daño especial, indirecto, incidental, punitivo o consiguiente, incluso pérdida de ganancias, resultantes de o relacionadas con la operación o uso de los Productos, incluso, sin limitarse a, daños causados por la pérdida de ingresos o ganancias, la inhabilidad de concretizar ahorros u otros beneficios, daño a equipo y reclamos contra el Vendedor por cualquier tercero, aunque la Empresa o los Afiliados hayan recibido notificación de la posibilidad de dichos daños.
- (ii) Daño (sin importar su naturaleza) por cualquier demora o inhabilidad de la Empresa o los Afiliados en el cumplimiento de sus obligaciones según el Contrato debido a cualquier causa fuera de su control razonable o constitutiva de fuerza mayor o caso fortuito.
- (iii) Reclamaciones realizadas en un proceso legal en contra la Empresa más de un (1) año después de la supuesta violación. Al margen de cualquiera otra disposición del Contrato, las responsabilidades totales de la Empresa según el Contrato no serán mayores que las cantidades realmente recibidas por la Empresa según los términos del Contrato.

### **3M. Reclamos de Responsabilidad de Productos por Terceros.**

- (i) Defensa de Reclamos. En sujeción a las limitaciones estipuladas en esta disposición, la Empresa defenderá al Vendedor contra reclamos hechos por terceros alegando lesión causada por el uso de un Producto, o lesión causada debido a un Producto defectuoso. El Vendedor debe notificar a la Empresa por escrito que han ocurrido tales reclamos, a más tardar dentro de los 10 Días a partir de la fecha en que el tercero presentó la carta alegando tal lesión. El no notificar a la Empresa en el plazo antes señalado exime a la Empresa de cualquier obligación relacionada con dichos reclamos. El Vendedor debe permitir que la Empresa utilice su criterio exclusivo y absoluto con relación a la defensa de los reclamos, y en el uso y selección de abogado como condición de la obligación de la Empresa de defenderlos.
- (ii) Excepciones a la Indemnización del Vendedor. La Empresa no tendrá ninguna obligación de indemnizar al Vendedor si el Vendedor ha realizado cualquier de las siguientes conductas:
  - a. No ha cumplido con las obligaciones y limitaciones del Contrato en torno a la distribución de los Productos.
  - b. Ha re-empacado, alterado o usado inapropiadamente el Producto, ha hecho Afirmaciones de Productos o dado instrucciones o recomendaciones relacionadas con el uso, seguridad, eficacia, beneficios o resultados que no cumplen con la literatura aprobada de la Empresa.
  - c. Ha resuelto o intentado resolver un reclamo sin la aprobación escrita de la Empresa.

#### SECCIÓN 4. PATROCINAR E INSCRIBIR A OTROS VENDEDORES INDEPENDIENTES

**4A. Deber de Aceptar Responsabilidades Contractuales.** Antes de que el Vendedor pueda actuar como Patrocinador de Colocación o Patrocinador de Inscripción, debe cumplir con todos los requisitos y aceptar todas las responsabilidades descritas en el Contrato.

4B. Mercados Locales Abiertos. El Vendedor tiene derecho a patrocinar e inscribir a otros Vendedores únicamente en Mercados Locales Abiertos (ver la Sección 6).

**4C. Cómo Ser un Patrocinador de Colocación o Patrocinador de Inscripción Exitoso.** El éxito del Vendedor solo puede venir a través de la venta sistemática de Productos a los consumidores. Para ser exitoso, el Vendedor debe cumplir las siguientes responsabilidades:

- (i) Dar de forma regular capacitación organizativa y de ventas, guía y aliento a su Organización.
- (ii) Mantener contacto con todos los miembros de su Organización y estar disponible para responder a sus preguntas.
- (iii) Ejercer sus mejores esfuerzos para cerciorarse de que todos los miembros de su Organización entiendan correctamente y cumplan con los términos y condiciones del Contrato y las leyes, ordenanzas y regulaciones nacionales y locales aplicables.
- (iv) Dar capacitación para asegurar que las reuniones de ventas de Productos y oportunidad realizadas por su Organización se realicen de conformidad con el Contrato y en acatamiento de las leyes, ordenanzas y regulaciones aplicables.

- (v) Intentar de resolver de inmediato y de forma amigable cualquier disputa entre el Vendedor, otros Vendedores, Clientes, y su Organización.
- (vi) Dar a conocer y educar a su Organización acerca de las políticas de la Empresa.
- (vii) Si el Vendedor tiene un líder de alto rango en su organización de línea descendente, las comunicaciones a las personas en la organización del líder de alto rango deben pasar por el líder de alto rango.

#### **4D. Deber de Cuidado del Patrocinador de Colocación e Patrocinador de Inscripción.**

- (i) Los Patrocinadores de Inscripción y los Patrocinadores de Colocación tienen la responsabilidad y deber especial de asegurarse de que sus acciones u omisiones no causen o den como resultado pérdida, daño o vergüenza a cualquier miembro de sus Organizaciones o a la Empresa, y deben actuar con prontitud para rectificar cualquiera de ellos.
- (ii) Al momento de la inscripción de un Inscrito, el Patrocinador de Inscripción debe cerciorarse de que quien se esté inscribiendo esté informado en cuanto a quién es su Patrocinador de Inscripción. El Vendedor no debe dejar la asignación de patrocinio de un nuevo Inscrito a los miembros de su Línea Ascendente ni a ninguna otra Persona.

#### **4E. Colocaciones y Movimientos de Inscritos Después de Inscripción.**

- (i) Colocación Inicial. El Vendedor puede solicitar y referir personas a dōTERRA para convertirse en Vendedores o Clientes Mayoristas. Una vez que la Empresa ha aceptado un solicitante como Vendedor o Cliente Mayorista, el solicitante es colocado en la Organización del Patrocinador de Inscripción que aparece en el Acuerdo de Vendedor Independiente o Acuerdo de Cliente Mayorista. Al momento de inscripción de una persona, el Patrocinador de Inscripción puede colocar a un Inscrito en cualquier parte de su Organización.
- (ii) Movimientos En o Antes del Décimo Día del Mes Siguiente a la Inscripción de un Distribuidor o Cliente Mayorista. En o antes a el décimo día del mes siguiente el Inscriptor puede mover al Inscrito una sola vez a cualquier parte dentro de su Organización, lo anterior sujeto a la aprobación de la Empresa.
- (iii) Movimientos Después del Décimo Día del Mes Siguiente a la Inscripción. Después del décimo día del mes siguiente a la inscripción de una persona, el Inscrito queda en su colocación final y la Empresa normalmente no aprueba peticiones de moverlo a otro lugar en la Organización. Movimientos de colocación después de este plazo son excepcionales y deben ser aprobados específicamente por escrito por el Comité de Excepciones de la Empresa. Antes de autorizar un movimiento en colocación, la Empresa considerará, entre otros factores relevantes, los siguientes: (1) si el Inscrito que se desea mover no ha estado Activo por los últimos 6 meses (12 meses para Rangos de Plata o superiores); (2) si el Inscrito que se desea mover obtiene consentimiento escrito (verificado por firmas notariadas u otros medios) de los Inscriptores que están a 3 niveles arriba del Inscrito y de los Patrocinadores que están a 7 niveles arriba del Inscrito; (3) si el movimiento causaría un avance de Rango; (4) si ocurrirá un cambio en el historial de pagos de Bonos; (5) si un Inscrito o Vendedor ha violado el Contrato; y (6) el efecto del movimiento en la Organización.

- (iv) Movimiento para Diamantes Presidenciales. Un calificado de Diamante Presidencial o persona de mayor rango personalmente inscriba a un nuevo Vendedor que logre el Rango de Premier dentro de los 3 meses después de la fecha de inscripción podrá colocar al nuevo Inscrito en su primera línea o bajo de cualquier Distribuidor entre su patrocinador actual y el inscriptor. Esta petición se podrá hacer después de que el inscriptor haiga rellenado el formulario de Movimiento Premier, en o antes del décimo día del mes después del mes en el que el nuevo rango Premier se comience a pagar como tal, este cambio se puede hacer aun si un cambio de lugar después de inscripción ha sido hecho previamente. Para efectos de calcular los 3 meses en este párrafo, el conteo regresivo se activa cuando el nuevo Distribuidor se hace patrocinador de su primer Distribuidor. Si el nuevo Distribuidor patrocina a su primer distribuidor después del décimo día del mes, entonces en primer se me cuenta a partir de próximo mes. Si el Distribuidor patrocina su primer Distribuidor antes del décimo día del mes, entonces, el primer mes es el mes en el que se inscribió.
- (v) Reasignación del Patrocinador de Inscripción. La Empresa permite la reasignación del Inscrito de un Inscrito una sola vez, en sujeción a la aprobación de la Empresa. Un cambio de inscriptor adicional, debido a casos merecido con circunstancias atenuantes, puede pedirse y dicha petición se considera en sujeción a aprobación por parte del Comité de Excepciones de la Empresa.

**4F. Conversión de Cliente Mayorista en Vendedor.** Un Cliente Mayorista puede convertirse en Vendedor, llenando el Acuerdo de Vendedor. Cuando un Cliente Mayorista se convierte en Vendedor, deja de ser Cliente Mayorista. Un Inscrito puede colocar a un nuevo Distribuidor que era Cliente Mayorista en cualquier posición en la organización del Inscrito si el nuevo Distribuidor ha inscrito a al menos un Cliente Mayorista o Distribuidor con al menos 100 PV después de convertirse en Distribuidor y si el distribuidor no tiene una propia organización existente. La colocación del nuevo Distribuidor debe ser completada en o antes del décimo día del mes después de la fecha en la que los requisitos delineados en este párrafo son cumplidos.

#### **4G. Se prohíbe el Reclutamiento Cruzado Entre Empresas y Movimiento Cruzado Entre Líneas.**

- (i) Definición de Reclutamiento Cruzado Entre Empresas. La petición, inscripción, fomento o esfuerzo para influir de cualquier forma, ya sea directa o indirectamente (incluyendo, pero sin limitarse a, a través de un sitio de Internet) a otros Vendedores o Clientes para que se inscriban o participen en otra oportunidad de redes de mercadeo. Dicha conducta constituye reclutamiento aún si las acciones del Vendedor son en respuesta a preguntas hechas por otro Vendedor o Cliente. Lo anterior no implica que un Vendedor no pueda pertenecer a otra compañía multinivel simultáneamente y reclutar personas que no estén vinculadas con la Empresa.
- (ii) Definición de Movimiento Cruzado Entre Líneas. La petición, inscripción, fomento o esfuerzo para influir de cualquier forma, ya sea directa o indirectamente (incluyendo, pero sin limitarse a, a través de un sitio de Internet) la inscripción de una Persona que ya tiene un Derecho de Distribución actual o una cuenta de Cliente Mayorista en la Empresa o sus afiliados, dentro de una línea de patrocinio diferente. También se aplica a la inscripción de una Persona que ha tenido un Derecho de Distribución o una cuenta de Cliente Mayorista en la Empresa o sus afiliados dentro de los últimos 6 meses (o en el caso de un Vendedor con el Rango de Plata o superior, dentro de los últimos 12 meses).
- (iii) Prohibición. Se prohíbe al Vendedor hacer Reclutamientos Cruzados Entre Empresas o Movimientos Cruzados Entre Líneas. Se prohíbe el uso del nombre de un cónyuge o pariente; el uso de nombres comerciales o de negocios; el uso de

nombres asumidos, de corporaciones, sociedades o fideicomisos; y el uso de números de identificación o números de identificación ficticios para eludir esta política.

- (iv) Medidas Cautelares Disponibles para la Empresa. El Vendedor estipula y acuerda que el Reclutamiento Cruzado Entre Empresas y el Movimiento Cruzado Entre Líneas constituyen una interferencia irrazonable e injustificada con la relación contractual entre la Empresa y sus Vendedores, que es una apropiación fraudulenta de la propiedad de la Empresa y una malversación de los secretos comerciales de la Empresa. El Vendedor además declara y acuerda que cualquier violación a esta regla causaría daños inmediatos e irreparables a la Empresa, que los daños a la Empresa excederían cualquier beneficio que el Vendedor pudiera derivar, y que la Empresa tendrá derecho, además de cualquier otro recurso que pudiera estar disponible, a resoluciones judiciales de medidas cautelares en forma inmediata, temporal, preliminar y/o permanente sin fianza, y que dichas resoluciones judiciales podrán extenderse más allá del período de rescisión de esta restricción por un máximo de un 1 a partir de la fecha de la última violación de esta disposición. Estas disposiciones sobrevivirán a la terminación del Contrato. Nada que contenga este documento implica renuncia a cualquier otro derecho o recurso que la Empresa puede tener en relación al uso de su información confidencial o a cualquier otra violación al Contrato.

**4H. Realineación de Toda o Parte de la Organización.** La Empresa se reserva el derecho de mover o realinear la Organización, o parte de la misma, de aquellos Patrocinadores de Inscripción o Patrocinadores de Colocación que violen los términos del Contrato o cometan o se involucren en conducta Moral Infame según sea determinado por la Empresa a criterio exclusivo. Nada que contenga el Contrato obliga a la Empresa a tomar medida alguna, ni tampoco renuncia a ningún derecho por posponer o declinar hacerlo. Ejemplos de conducta Moral Infame pueden incluir (sin ser exhaustivos) insinuaciones o comunicaciones sexuales indeseadas, no pagar deudas, bancarrota, daño físico, jugarretas o abuso, robo e interferencia con relaciones familiares. La Empresa dará aviso con treinta 30 Días de anticipación a cualquier Patrocinador de Inscripción o Patrocinador de Colocación cuya Organización esté siendo movida o realineada.

## SECCIÓN 5. PLAN DE COMPENSACIÓN DE VENTAS

### 5A. Lineamientos Generales.

- (i) No hay Remuneración por el Solo Hecho de Inscribir a otra Persona. Al Vendedor se le paga Bonos y Comisiones por la venta de Productos, y no recibirá ninguna remuneración por el solo hecho de inscribir o patrocinar a otros Vendedores o Clientes.
- (ii) No hay Garantía de Remuneración. Al igual que con otras oportunidades de ventas, la remuneración ganada por los Vendedores varía considerablemente. El costo de convertirse en Vendedor es muy bajo. Las personas se convierten en Vendedores por varias razones. Los que desean simplemente disfrutar los Productos a precios mayoristas pueden inscribirse como Clientes Mayoristas, pero también puede ser que se inscriban como Vendedores. Algunos se inscriben en el negocio para mejorar sus habilidades o para experimentar el manejo de sus propios negocios. Otros se hacen Vendedores, pero por varias razones, nunca compran o venden Productos. Por tales razones, muchos Vendedores nunca

califican para recibir Bonos o Comisiones. A los Vendedores no se les garantiza ningún ingreso específico ni se les asegura ningún nivel de ganancias o éxito. Las ganancias y el éxito de un Vendedor pueden venir únicamente a través de la venta exitosa de Productos y las ventas que realizan otros Vendedores dentro de su Organización. Todo el éxito se basa principalmente en los esfuerzos de cada Vendedor. Generar remuneración considerable como Vendedor requiere de tiempo, esfuerzo y compromiso considerables. Este no es un programa para enriquecerse de la noche a la mañana. No hay garantía de éxito financiero.

**5B. Ganancias por las Ventas de Productos.** Hay dos maneras fundamentales en que el Vendedor puede generar ganancias por la venta de Productos:

- (i) Aumentos al Precio en Ventas Minoristas. El Vendedor puede comprar Productos a precios mayoristas para revenderlos a Clientes Minoristas. La Empresa sugiere precios de venta minorista. Sin embargo, el Vendedor es libre para establecer sus propios precios de ventas minoristas, siempre y cuando los precios estén arriba del precio mayorista en el porcentaje que establezca la Empresa de vez en cuando.
- (ii) Bonos y Comisiones por Ventas. El Vendedor también puede ganar Bonos y Comisiones de ventas a través del Plan de Compensación de Ventas de dōTERRA basadas en la venta de Productos a Vendedores y Clientes dentro de su Organización. No todos los Productos y promociones de la Empresa generan Bonos y Comisiones.

**5C. Bonos y Comisiones de Ventas en el Plan de Compensación de Ventas.** La remuneración pagada a los Vendedores recompensa los esfuerzos sostenidos de todos, desde el Vendedor nuevo hasta el Vendedor profesional avanzado. Los Bonos y las Comisiones por ventas incluyen: (1) Comisión de Inicio, (2) Bono de Poder de Tres, (3) Bono Uninivel, (4) Fondos por Desempeño Infinito, (5) Fondos para Diamantes, y (6) Bono Fundador.

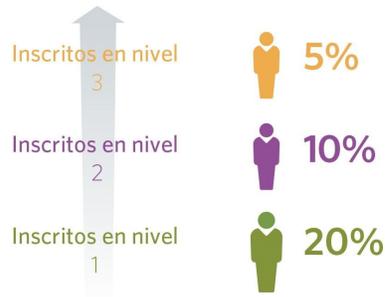
- (i) Comisión de Inicio - Pagado a los Patrocinadores de Inscripción (Ver la Ilustración 1). Un Patrocinador de Inscripción puede ganar la Comisión de Inicio semanalmente por todas las Órdenes Calificadas para recibir Bonos o Comisiones hechas por las cuentas de sus nuevos Vendedores y Clientes Mayoristas en los primeros 60 Días después de inscripción. Se paga a los Patrocinadores de Inscripción de primero (20%), segundo (10%), y tercer (5%) niveles.

A fin de calificar para la Comisión de Inicio, cada Patrocinador de Inscripción debe (1) tener una plantilla de Orden de LRP establecida para comprar por lo menos 100 VP para el mes, y (2) hacer una Orden de LRP Calificada. Las Comisiones de Inicio no ganadas no se asignan a ningún otro Patrocinador de Inscripción. Las Comisiones de Inicio de la semana previa (lunes a domingo) se calculan y determinan el miércoles de cada semana. No se paga el Bono Uninivel por estas órdenes.

## Ilustración 1

### Comisión de Inicio (pagado semanalmente)

Pagado sobre el volumen generado por los nuevos inscritos durante sus primeros 60 días. El inscriptor tiene que tener una orden de autoenvío (LRP) de 100 VP para participar.

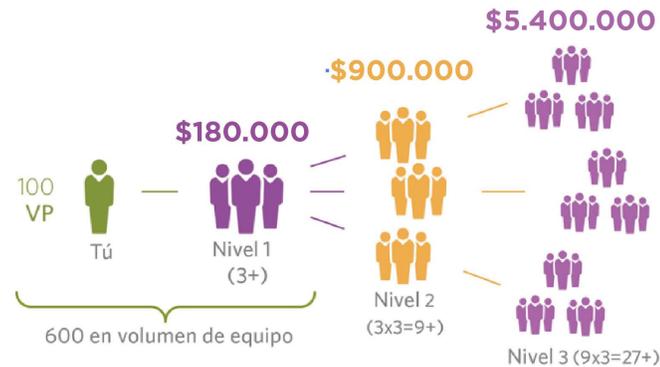


- (ii) Bono de Poder de Tres - Pagado a los Patrocinadores de Colocación (Ver la Ilustración 2). El Bono Poder de Tres es un bono mensual basado en el rendimiento mensual sucesivo. Un Patrocinador de Colocación puede ganar el Bono de Poder de Tres mensualmente, y puede ser de \$180.000, \$900.000, o \$5.400.000. Cualquier Patrocinador de Colocación con una Orden de LRP Calificada puede participar en el Bono de Poder de Tres.
- Poder de Tres de \$180.000. A fin de calificar, el Vendedor debe (1) hacer una Orden de LRP de 100 VP o más, y (2) tener 3 Vendedores o Clientes Mayoristas personalmente patrocinados con Órdenes de LRP de 100 VP o más, y (3) tener un mínimo de Volumen de Equipo (VE) de 600.
  - Poder de Tres de \$900.000. A fin de calificar, el Vendedor debe haber calificado para el Poder de Tres de \$180.000. o el bono de \$900.000 en el mes anterior. Los 3 Vendedores y/o Clientes Mayoristas personalmente patrocinados que le ayudaron a calificar para el Poder de Tres de \$180.000 también deben calificar para el de \$180.000.
  - Poder de Tres de \$5.400.000. A fin de calificar, el Vendedor debe haber calificado para el Poder de Tres de \$900.000 o el bono de \$5.400.000 en el mes anterior. Los tres 3 Vendedores o Clientes Mayoristas personalmente patrocinados que le ayudaron a calificar para el Poder de Tres de \$900.000 también deben calificar para el Poder de Tres de \$900.000.
  - Estructuras adicionales de Poder de Tres. El Vendedor puede tener múltiples estructuras de Poder de Tres. Cuando el Vendedor completa una estructura de Poder de Tres de \$5.400.000, puede calificar para recibir Bonos sobre una estructura adicional. Los Vendedores y Clientes Mayoristas personalmente patrocinados y el volumen contado en la primera estructura del Poder de Tres no pueden ser usados para calificar a un Patrocinador de Colocación para estructuras adicionales del Poder de Tres.

## Ilustración 2

### Bono de Poder de 3 (pagado mensualmente)

Ver una descripción y requisitos completos en la página de detalles de Poder de 3.



- (iii) Bono Uninivel - Un Bono Organizativo. (Ver la Ilustración 3). El Vendedor puede ganar el Bono Uninivel mensualmente, y el Bono de un mes en particular depende del Rango mensual para el cual el Vendedor ha calificado y su Volumen Organizativo (VO) mensual. Los requisitos de Rango y VO deben cumplirse cada mes. Por Compresión, esencialmente todo el Bono Uninivel es pagado a los Vendedores. Las compras sobre las cuales se paga la Comisión de Inicio no se incluyen en el volumen Uninivel.

## Ilustración 3

Bono Organizacional Uninivel (pagado mensualmente sobre el volumen organizacional comprimido)												
Rango Pagado	Consultor	Gerente	Director	Ejecutivo	Élite	Premier	Plata	Oro	Platino	Diamante	Diamante Azul	Diamante Presidencial
VP mensual	50	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VO mensual	*	500	1,000	2,000	3,000	5,000	*	*	*	*	*	*
Líneas calificadas*	*	*	*	*	*	2	3	3	3	4	5	6
Requisitos de líneas	*	*	*	*	*	Ejecutivo	Élite	Premier	Plata	Plata	Oro	Platino
Nivel 1	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Nivel 2		3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Nivel 3			5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Nivel 4				5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Nivel 5					6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Nivel 6						6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Nivel 7							7%	7%	7%	7%	7%	7%
Compresión Dinámica												

\*Las líneas tienen que ser encabezadas por inscritos personales. Tienen que ser líderes que califican por primera vez. Participaciones ilimitadas. Ver detalles en las políticas de la compañía.

- Logro de Rangos. Cada Rango tiene requisitos mensuales mínimos de VP y VO. Por ejemplo, el Rango de Gerente requiere de 100 VP y 500 VO. Todos los demás Rangos requieren una compra mínima de 100 VP.
- Rangos y niveles. Cada Rango corresponde al número de niveles organizativos de los cuales el Vendedor puede recibir Bonos. Por ejemplo, el Rango de Ejecutivo recibe Bonos de 4 niveles. Generalmente, a medida que el Vendedor avanza de Rango, se le paga por niveles más profundos de su

Organización, hasta que llega a Plata. Todos los Rangos de Plata a Diamante Presidencial reciben pago por lo menos por siete 7 niveles. El porcentaje de VO que se paga al Vendedor también cambia de nivel a nivel. El primer nivel paga el 2% y el 3%, y el porcentaje aumenta a medida que aumenta el Rango hasta llegar al 7% en el séptimo nivel. El Bono acumula niveles de pago, de modo que un Ejecutivo puede recibir el 2% por el primer nivel, más el 3% por el segundo nivel y el 5% tanto por el tercero como por el cuarto nivel.

- c. Piernas Calificadas y Rangos. Para lograr ciertos Rangos, el Vendedor debe tener Piernas Calificadas en su Organización de Primera Línea. Por ejemplo, un Vendedor que desee lograr el Rango de Plata debe tener 3 Piernas Calificadas como Élite.
- d. Condiciones de los Niveles Sexto y Séptimo. A fin de calificar para recibir Bonos en los niveles sexto y séptimo, el Vendedor debe (1) estar Activo y (2) ser Patrocinador de Inscripción de por lo menos a 1 nuevo Vendedor o Cliente Mayorista cada tres meses.
- e. Compresión. El Plan de Compensación maximiza los Bonos pagados a los Vendedores a través de la Compresión. Cuando el Rango de un Vendedor no califica al Vendedor para recibir un Bono de un nivel asociado con Rangos más altos, el Bono se desplaza hacia arriba y es pagada a los Vendedores con Rangos superiores que califiquen para el Bono en el nivel más alto.
- f. Cuenta Multiplicadora de Diamantes Presidenciales. A los Diamantes Presidenciales se les permite establecer una cuenta propia de Vendedor adicional directamente debajo de su cuenta principal de Diamante Presidencial (“DP1”) llamada su Cuenta Multiplicadora 1 (“M1”). Los Diamantes Presidenciales que tengan 6 piernas sólidas pueden agregar nuevas piernas a su cuenta M1 y recibir Bonos Uniniveles adicionales sobre el nuevo volumen que creen a través de esa cuenta, dándoles la oportunidad de ganar por el volumen que se encuentra 8 niveles abajo de su cuenta DP1.

La cuenta M1 puede ser creada tan pronto como el Vendedor logre el Rango de Diamante Presidencial. La cuenta M1 califica para recibir Bonos cada mes que la cuenta DP1 reciba Bono como Diamante Presidencial usando sus propias 6 Piernas Platino. Si la cuenta DP1 no califica como Diamante Presidencial en un mes determinado, la cuenta M1 no califica para ningún Bono ese mes. La cuenta M1 misma no puede ser una de las 6 ramas calificadoras de la cuenta DP1. Sin embargo, si una o más de las 6 ramas calificadoras de la cuenta DP1 no califica como Platino en un mes determinado, la cuenta DP1 todavía podría recibir Bonos de Diamante Presidencial usando una o más de las Piernas Platino personalmente inscritas en la cuenta M1, siempre y cuando la pierna de la cuenta M1, y no la cuenta M1, califique como Platino. En este caso, la cuenta M1 no recibiría Bono, pero la cuenta DP1 sí recibiría Bono.

Una vez que la cuenta M1 es establecida, el Diamante Presidencial puede decidir mover cualquier pierna de primer nivel inscrita personalmente de su cuenta DP1 a su cuenta M1, siempre y cuando las piernas no hayan logrado el Rango de Platino o superior. Las Piernas no pueden ser puestas una encima de otra ni tampoco pueden ser reestructuradas, pero puede moverse la pierna de Organización de Primer Nivel de la cuenta DP1 a la Organización de Primer Nivel de la cuenta M1 con su estructura actual.

Cuando la cuenta M1 misma alcanza el Rango de Diamante Presidencial, la Empresa permite una cuenta adicional (“M2”) como cuenta de primer nivel a la cuenta M1, permitiendo que el Diamante Presidencial tenga 3 cuentas de las cuales puede generar Bonos sobre el nuevo volumen que cree, y además permitiéndole beneficiarse de Bonos a 9 niveles de profundidad en su cuenta DP1. Este efecto multiplicador puede continuar siempre y cuando las piernas Platino necesarias califiquen como se detalló anteriormente.

- (iv) Fondos por Desempeño Infinito (Fondo de Empoderamiento, Fondo por Desempeño de Liderazgo, y Fondo por Desempeño de Diamantes) - Basados en el Desempeño de Liderazgo (Ver la Ilustración 4). Vendedores que califican como Premier y superior pueden ganar Bonos en los Fondos por Desempeño Infinito mensualmente. Estos fondos colectivamente representan el 4.25% del Volumen de la Empresa (VP) - el Fondo de Empoderamiento 1.25%, el Fondo por Desempeño de Liderazgo 2%, y el Fondo por Desempeño de Diamantes 1%. El Vendedor califica para recibir Bonos de estos fondos cuando cumple los requisitos del Rango en un mes en particular.

**Ilustración 4**

4% - Fondos por Desempeño Infinito (pagados mensualmente sobre el volumen total de la Compañía)									
Núm. de participaciones	Fondo de Empoderamiento			Fondo por Desempeño de Liderazgo			Fondo por Desempeño de Diamantes		
	Premier	Plata	Oro	Plata	Oro	Platino	Diamante	Diamante Azul	Diamante Presidencial
	1	1	2	1	5	10	1	2	3
	1.25%			2%			1%		
	El Fondo de Empoderamiento se limita a una participación por Premier y Plata calificados.			El Fondo por Desempeño de Liderazgo puede pagar participaciones adicionales con cada nuevo Élite inscrito personalmente.†			El Fondo por Desempeño de Diamantes puede pagar participaciones adicionales por cada nuevo Premier inscrito personalmente.‡		

\*Las líneas tienen que ser encabezadas por inscritos personales. † Tienen que ser líderes que califican por primera vez. Participaciones ilimitadas en el Fondo de Desempeño de Liderazgo y en el Fondo de Rendimiento de Diamantes. Ver el Manual de Políticas de la Compañía.

Las participaciones en los Fondos por Desempeño Infinito no se acumulan de un Rango al siguiente. Por ejemplo, un Vendedor que avanza de Plata a Oro gana 5 participaciones en el Fondo por Desempeño de Liderazgo, y no 1 participación para Plata y 5 para Oro.

El Bono mensual correspondiente a una participación en un Fondo por Desempeño Infinito es equivalente al porcentaje del fondo designado (1%, 1.25% o 2%), multiplicado por el VE en ese mismo mes, y dividido entre el número de participaciones ganadas por Vendedores en el mes.

- Fondo de Empoderamiento. Cada Vendedor que (1) califica como Premier, Plata u Oro y (2) es el Patrocinador de Inscripción de un nuevo Vendedor o Cliente Mayorista con 100 VP o más en un mes, recibe 1 participación en el Fondo de Empoderamiento. Un Vendedor que califica como Oro y que es el Patrocinador de Inscripción de un nuevo Vendedor o Cliente Mayorista adicional con 100 VP o más en el mismo mes califica para una segunda participación.
- Fondo por Desempeño de Liderazgo. El Vendedor puede recibir el número de participaciones en el Fondo de Desempeño por Liderazgo como sigue: Plata 1, Oro 5, y Platino 10. El Vendedor puede ganar 1 participación adicional en un mes en particular si es el Patrocinador de Inscripción de un Vendedor o Cliente Mayorista que califica como Élite por primera vez.

- c. Fondo por Desempeño de Diamantes. El Vendedor Diamante puede recibir el número de participaciones en el Fondo por Desempeño de Diamantes como sigue: Diamante 1, Diamante Azul 2 y Diamante Presidencial 3. El Diamante puede recibir participaciones adicionales en un mes en particular si es el Patrocinador de Inscripción de un Vendedor o Cliente Mayorista que califica como Premier por primera vez.
- (v) Fondos para Diamantes (Fondo para Diamantes, Fondo para Diamantes Azules, y Fondo para Diamantes Presidenciales) - Basados en el Desempeño de Liderazgo. (Ver la Ilustración 5). Los Fondos para Diamantes operan en forma similar a los Fondos por Desempeño Infinito. Los Diamantes pueden ganar Bonos en los Fondos para Diamantes mensualmente, y se pagan además de las participaciones ganadas en el Fondo por Desempeño de Diamantes. Cada uno de los Fondos para Diamantes representa el 1% del Volumen de la Compañía (VC) mensual. Las participaciones en los Fondos para Diamantes no se acumulan de un Rango al siguiente. El Bono mensual correspondiente a una participación en los Fondos para Diamantes es equivalente al porcentaje del fondo designado (1% en cada caso), multiplicado por el VC en ese mismo mes, y dividido entre el número de participaciones ganadas por Vendedores en el mes.

**Ilustración 5**

3% - Fondos para Diamantes (pagados mensualmente sobre el volumen total de la compañía)

	Núm. de participaciones	Fondo para Diamantes	Fondo para Diamantes Azules	Fondo para Diamantes Presidenciales
Participaciones para Diamantes Azules y Diamantes: Ganan participaciones adicionales por cada nuevo Premier inscrito personalmente.† Participaciones para Diamantes Presidenciales: Ganan participaciones adicionales por cada nuevo Plata inscrito personalmente.‡	3	3	3	3
	+1	+1	+1	+1
		1%	1%	1%

\*Las líneas tienen que ser encabezadas por inscritos personales. † Tienen que ser líderes que califican por primera vez. Participaciones ilimitadas. Ver detalles en las políticas de la compañía.

- a. Participaciones en los Fondos para Diamantes. El Diamante calificado recibe 3 participaciones en el fondo de su Rango correspondiente (Diamante, Diamante Azul, o Diamante Presidencial).
- b. Participaciones Adicionales para Diamantes y Diamantes Azules. Los Diamantes y Diamantes Azules recibirán —una sola vez— 1 participación adicional en el Fondo para Diamantes o en el fondo correspondiente a su Rango cuando un Vendedor (que haya sido personalmente inscrito por el Diamante o Diamante Azul) logre el Rango de Premier por primera vez.
- c. Participaciones Adicionales para Diamantes Presidenciales. Los Diamantes Presidenciales recibirán —una sola vez— 1 participación adicional en el Fondo para Diamantes Presidenciales cuando un Vendedor (que haya sido personalmente inscrito por el Diamante Presidencial) logre el Rango de Plata por primera vez.
- (vi) Bono Fundador - Basado en el desarrollo de nuevos Mercados Locales. El Bono Fundador se paga anualmente. Un Fundador es miembro de un número predeterminado de Vendedores en un nuevo Mercado Local Abierto que es uno de los primeros en lograr y continuar manteniendo ciertos requisitos establecido por la Empresa para ese mercado. Un Fundador comparte con otros Fundadores un Bono basado en cierto porcentaje del Volumen del Mercado Local Abierto.

Las calificaciones específicas de cada Mercado Local Abierto serán publicadas en las publicaciones oficiales de la Empresa. Cada período de calificación será de 12 meses a menos que se indique de otra manera. Una vez que el Vendedor logra la

posición de Fundador, cada año tiene que calificar para mantener la posición, logrando las calificaciones predeterminadas para ese período de 12 meses. La Empresa publicará un aviso de cambios a las calificaciones antes del comienzo del siguiente período de calificación.

En caso de que un Fundador no logre recalificar o pierda de otro modo la posición de Fundador, la posición ya no estará disponible para ese Fundador ni para otro Vendedor, y dejará de existir. El porcentaje de interés no cambia, aunque cambie el número real de Fundadores calificados. Las posiciones de Fundador son únicas para los Vendedores que calificaron inicialmente. La posición no puede ser pasada, transferida, regalada o vendida a otro Vendedor o Persona, y no se extiende más allá de la muerte del Fundador individual. Las posiciones de Fundadores no se ofrecerán en todos los mercados.

(vii) Incentivos Especiales o Promocionales. De cuando en cuando, a los Vendedores se les ofrecen incentivos o promociones especiales. Los Productos ofrecidos de esta manera podrían o no tener VP y podrían o no calificar al Vendedor para Bonos o Comisiones. Los detalles de estas ofertas se publicarán en las publicaciones oficiales de la Empresa.

(viii) Disposiciones Generales y Misceláneas del Plan de Compensación de Ventas.

- a. Inclusión en el Bono o la Comisión por Ventas de un Período. Una persona tiene que hacerse Vendedor aprobado a más tardar el último día del período de un Bono o una Comisión a fin de ser incluido en el Bono o la Comisión y cálculos de calificaciones de ese período. Los Productos tienen que ser comprados, y el pago recibido, a más tardar el último día del período del Bono o de la Comisión a fin de recibir paga o calificar para un Rango en ese período.
- b. Precondiciones para Pagos de Bonos y Comisiones. El Vendedor puede recibir Bonos y Comisiones únicamente si cumple todos los requisitos del Plan de Compensación y no está en mora con respecto a ninguna obligación sustancial según el Contrato.
- c. Pago de Bonos y Comisiones. Los Bonos y las Comisiones se pagan al solicitante principal que aparece en el Acuerdo de Vendedor Independiente.
- d. Piernas Concentradas. En caso de que el volumen de una pierna de la Organización del Vendedor exceda el 80% de su Volumen Organizativo total, el Bono Uninivel total del Vendedor no excederá los montos siguientes (o su equivalente en moneda local): USD \$2,000 para el Rango de Elite, USD \$5,000 para el Rango de Premier, USD \$11,000 para el Rango de Plata, y USD \$18,000 para el Rango de Oro. Una vez que el Vendedor logra el Rango de Platino, no hay límite al Bono Uninivel.
- e. Canje de Crédito en la Empresa. Si se otorga un crédito por Productos ordenados, pero no disponibles ese mes, el VP de esos Productos será incluido únicamente en los cálculos de Bonos, Comisiones y calificaciones de Rangos del mes en que se hizo el canje del crédito.
- f. Deber de Guardar Documentos. El Vendedor que reciba Bonos o Comisiones acuerda guardar, por lo menos por 6 años, la documentación que evidencie las ventas minoristas de Productos en el mes para el cual se pagó el Bono o la Comisión. El Vendedor acuerda poner a disposición de la Empresa esta documentación cuando la Empresa así lo solicite. El no hacerlo constituye una

violación del Contrato y da a la Empresa el derecho de recuperar cualquier Bono o Comisión pagado por órdenes en un mes para el cual no se mantuvo la documentación de ventas minoristas.

- g. Recuperación de Bonos y Comisiones. Además de cualquier derecho de recuperación estipulado de otra manera en el Contrato, la Empresa se reserva el derecho de recuperar cualquier Bono o Comisión pagado al Vendedor sobre Productos (1) devueltos según la política de devoluciones de la Empresa; (2) devueltos a la Empresa de conformidad con cualquier ley aplicable; (3) devueltos en relación a cualquier incidente de conducta inapropiada del Vendedor, incluyendo, pero sin limitarse a, afirmaciones no autorizadas o engañosas respecto a una oferta o venta de Productos, o la oportunidad que ofrece el Plan de Compensación; o (4) comprados en una cantidad que en forma irrazonable exceda lo que se puede esperar revender y/o consumir dentro de un período de tiempo razonable. Para recuperar Bonos o Comisiones pagados como se estipula en esta sección, la Empresa, a criterio exclusivo, puede requerir el pago directo del Vendedor afectado o deducir la cantidad recuperada de cualquier Bono o Comisión presente o futuro.
- h. Consejos sobre el plan de compensación. Asegúrate de procesar un pedido de LRP de más de 100 VP cada mes:
  - (i) Esto asegurará que cumplas con los requisitos para todos los bonos. Ten en cuenta que si aumentas tu pedido a 125 VP y lo procesas antes del día 15, recibirás el producto del mes gratis.
  - (ii) Para calificar al Bono de Inicio Rápido, asegúrate de mantener tu plantilla de LRP siempre sobre 100 VP:
    - a. Para calificar a este bono, debes tener tu plantilla de LRP con 100 VP o más programada en todo momento ya que el Bono de Inicio Rápido se paga semanalmente.
  - (iii) Los bonos se ganan cada mes en que calificas para ellos:
    - b. Si quieres ganar acciones del grupo de liderazgo y calificar para niveles más bajos de uninivel, asegúrate de cumplir con los requisitos de rango cada mes.
  - (iiii) Los requisitos para rangos y bonos reinician cada mes:
    - c. Asegúrate de cumplir todos los requisitos de tu objetivo de rango y de Poder de 3 antes del ultima día de cada mes. Busca tener un cierre tranquilo dejando listos todos tus pedidos incluso días antes de terminar cada mes.
  - (iv) Realiza todas las inscripciones que tengas pendientes dentro del mes en el cual las necesitas.
  - (v) Recuerda que para cualquier cambio de colocación del nuevo inscrito tienes hasta el día 10 del siguiente mes y ten presente que cualquier movimiento de colocación que hagas a tus nuevos inscritos durante los primeros 10 días del mes siguiente de su inscripción, afectará las bonificaciones del mes anterior.

- (vi) Te recomendamos hacerlo tan pronto sepas donde colocar a los nuevos miembros de tu equipo, para no perder la oportunidad de moverlos o calcular mal el volumen en una de tus piernas. Todos los cambios de enrolados los puedes gestionar en tu oficina virtual hasta el día 10 del siguiente mes.
- (vii) Usa el módulo de calificación en tu oficina virtual para verificar tus comisiones durante y después del mes.
- (viii) El proceso de comisiones primarias, es decir, rangos, Poder de 3 y bonos de liderazgo, se realiza entre los días 15 y 20 del mes siguiente a la calificación. Consulta el módulo de calificaciones con frecuencia entre el primero y el quince del mes siguiente para asegurarte de que alguna devolución dentro de tu estructura (las devoluciones) no haya(n) afectado tus calificaciones.
- (ix) Este módulo te ayudará a ver lo que hace falta para lograr el rango o bonos, (dónde se encuentra), cuando lo revises. Piensa: "si las comisiones se ejecutaran en este momento, así es como me pagarían".

**Comunícate con Servicio al Cliente o con tu Gerente de Cuentas si el módulo de calificaciones no muestra lo que esperabas.**

## SECCIÓN 6. OBLIGACIONES DEL VENDEDOR INDEPENDIENTE EN HACER EL NEGOCIO DE DOTERRA

Como representante independiente de la Empresa ante el público, el Vendedor se obliga a actuar y conducir el negocio de la Empresa de acuerdo con los más altos estándares de conducto profesional, legal y ética. (Ver también el Código de Ética en la Sección 1).

### 6A. Afirmaciones de Productos.

- (i) Normas del Ministerio de Salud y del INVIMA. El Ministerio de Salud y Protección Social y El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamento y Alimentos ("INVIMA") son las entidades encargadas de ejercer vigilancia sanitaria y control de calidad de medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas alcohólicas, cosméticos, dispositivos, elementos médico quirúrgicos, odontológicos, productos naturales, homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva. El Ministerio de Salud y el INVIMA obligan a la Empresa a contar con los registros sanitarios de los Productos para su importación y comercialización en el país. La Empresa cuenta con todos los registros sanitarios de los Productos comercializados en Colombia.
- (ii) Publicidad y Afirmaciones de Productos.
  - a. Información Veraz y Publicidad. Los Vendedores deberán suministrar a los Clientes Minoristas y demás consumidores finales información clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los Productos. Adicionalmente, se le prohíbe al Vendedor realizar actos de publicidad engañosa sobre los Productos. El Vendedor declara que conoce y cumplirá a cabalidad las normas del Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011 y demás que la modifiquen).
  - b. Evidencia Científica Comprobada. Las afirmaciones hechas por la Empresa o sus Vendedores, acerca de los beneficios de salud, desempeño, eficacia, seguridad o ingredientes de los Productos deben basarse en Evidencia

Científica Comprobada que sustente las afirmaciones. Esto significa pruebas, análisis, investigaciones y/o estudios que usen procedimientos generalmente aceptados por expertos en el campo científico relevante que den resultados precisos y confiables y que hayan sido realizados y evaluados en forma objetiva por personas calificadas para hacerlo. Sólo la Empresa, en su criterio exclusivo, puede determinar lo que califica como Evidencia Científica Comprobada. Además, las afirmaciones deben basarse en el uso o los usos aprobados para los Productos por parte del INVIMA.

- c. Limitaciones de Afirmaciones de Curación o Medicamentos. El Vendedor no puede hacer ninguna afirmación médica ni terapéutica con relación a los Productos ni prescribir los Productos como solución para la prevención o el tratamiento de enfermedades o estados de salud a menos que la Empresa haya recibido permiso del INVIMA y el INVIMA para tales afirmaciones.
- d. Afirmaciones de Productos Aprobadas por la Empresa. El Vendedor no puede hacer Afirmaciones de Productos que no sean contenidas específicamente en los materiales oficiales de la Empresa para el Mercado Local Abierto (como por ejemplo las Páginas de Información de Productos). Se puede afirmar en general que los Productos son seguros de usar, son específicamente formulados para apoyar el bienestar, y tienen el propósito de mejorar la apariencia personal.

**6B. Divulgación de Estatus de Vendedor Independiente.** Al promover dōTERRA o los Productos, el Vendedor debe divulgar el hecho de que es Vendedor Independiente de dōTERRA y que recibe recompensas de la Empresa.

**6C. Publicidad y Uso de los Derechos de Propiedad Intelectual de la Empresa.**

(i) Definiciones.

Contenido: Texto, gráficos, logotipos, cortos de audio, video, fotografías, software o Propiedad Intelectual de la Empresa que se encuentra entre las Herramientas de Ventas Producidas por la Empresa o en sitios de Internet oficiales de la Empresa.

Contenido Permitido: Únicamente el Contenido (incluyendo, entre otros folletos, volantes, imágenes, presentaciones y videos) que se cita o publica en los sitios y publicaciones oficiales de la Empresa correspondiente al Mercado Local Abierto en que el Vendedor promueve los Productos o recluta a otras Personas.

Directrices Específicas Sobre Medios de Comunicación: Directrices específicas para un Mercado Local Abierto que establecen las normas de uso del Contenido Permitido para un formato en particular. Deben ser observadas y se encuentran publicadas en los sitios y publicaciones oficiales de la Empresa.

Herramienta de Ventas: Cualquier material o artículo promocional o de mercadeo, ya sean impresos físicamente o en forma digital, usados para ofrecer o vender Productos, reclutar a candidatos para ser Vendedores, o capacitar a otros Vendedores, los cuales se refieren a la Empresa, los Productos, el Plan de Compensación o la Propiedad Intelectual de la Empresa.

Herramientas de Ventas Aprobadas por la Empresa: Herramientas de Ventas designados y aprobados por escrito por la Empresa para el uso en un Mercado Local Abierto específico.

Herramientas de Ventas Producidas por la Empresa: Herramientas de Ventas creadas y distribuidas por la Empresa, las cuales son designadas y aprobadas por escrito por la Empresa para el uso en un Mercado Local Abierto específico.

Medios Basados en Computadoras y Teléfonos: La transmisión o exhibición de Contenido por correo electrónico, sitios de Internet estáticos o Redes Sociales; y transmisiones o exhibiciones basadas en teléfonos o teléfonos inteligentes.

Medio Cinematográfico: Canal electrónico en vivo o grabado a través de los cuales se diseminan noticias, entretenimiento, educación, datos o mensajes promocionales, incluso los medios de divulgación y difusión selectiva tales como televisión, radio, filmes y audio o vídeo. Los Medios Cinematográficos no incluyen los Medios Basados en Computadoras y Teléfonos.

Mercancía: Artículo que contenga Propiedad Intelectual de la Empresa y que no sea una Prenda de Vestir, Medio Cinematográfico, Herramienta de Ventas Aprobada por la Empresa, Herramienta de Ventas Producida por la Empresa o Medio Basado en Computadoras y Teléfonos. Las Mercancías incluyen Herramientas de Ventas creadas con el propósito de ser vendidas directa o indirectamente (a terceros).

Prendas de Vestir: Camisetas, gorras y otros artículos.

Propiedad Intelectual de la Empresa: Toda la propiedad intelectual de la cual es titular la Empresa o sus afiliadas y que reclaman como suya, o reclaman tener el derecho a usarla, incluso, pero sin limitarse a marcas comerciales, marcas de negocios, marcas de servicios y el contenido de sus publicaciones, ya sea que estén o no registradas ante las autoridades gubernamentales competentes.

Redes Sociales: Tecnologías basadas en Internet y móviles con el fin de convertir la comunicación en un diálogo interactivo y fluido.

Sitio Web Replicado de dōTERRA: Un sitio web propiedad de la Empresa (mydoterra.com) proporcionado al Vendedor para la promoción de los Productos y la oportunidad de dōTERRA.

Sitio Web Aprobado por dōTERRA: Un sitio web creado independientemente por el Vendedor, que ha sido aprobado por la Empresa para la promoción de los Productos y la oportunidad de dōTERRA.

- (ii) Propiedad Intelectual de la Empresa. La Propiedad Intelectual de la Empresa incluye activos valiosos. Al usar la Propiedad Intelectual de la Empresa, el Vendedor acuerda y reconoce que existe un gran valor y reputación en conexión con la Propiedad Intelectual de la Empresa, y reconoce que la Empresa posee todos los derechos a la propiedad y que el crédito mercantil, la reputación y el reconocimiento asociados con ella pertenecen exclusivamente a la Empresa. Además, el Vendedor reconoce que la Propiedad Intelectual de la Empresa tiene un significado secundario en la mente del público. La Propiedad Intelectual de la Empresa está protegida por leyes nacionales, federales, provinciales e internacionales que rigen los derechos de autor, las marcas registradas y otros derechos de Propiedad Intelectual de la Empresa. Estos derechos son protegidos en todas sus formas y medios, formatos o soportes, incluyendo entre otros, medios de comunicación y tecnologías existentes o que serán desarrollados en el futuro.

El Contenido de Herramientas de Ventas Aprobadas por la Empresa y sus sitios de Internet oficiales, incluso el texto, gráficos, logotipos, cortos de audio, música, letras de canciones, videos, fotografías, software y otra información son propiedad de la Empresa, sus afiliados o socios, o terceros cuyo uso ha sido autorizado por la Empresa. Puesto que la Empresa no es propietaria de todo el Contenido, la Empresa no puede autorizar lo que no le pertenece para el uso de los Vendedores. Por tales razones, al usar Propiedad Intelectual y Contenido de la Empresa, el Vendedor acuerda usar únicamente el Contenido Permitido tal y como se define y concede expresamente en el Contrato.

- (iii) Uso de Contenido Permitido. En sujeción a las Condiciones de Uso (ver abajo), el Vendedor puede usar el Contenido Permitido en los siguientes casos:
- a. La creación y uso de Herramientas de Ventas y Medios de Comunicación Basado en Computadora o Teléfono.
  - b. Con aprobación escrita de la Empresa, en Prendas de Vestir, Medios Cinematográficos, uso en edificios y letreros, Mercancías y anuncios por Internet pagados.
- (iv) Condiciones del Uso de Contenido Aprobado. El uso de Contenido Aprobado se rige por las siguientes condiciones:
- a. Directrices Específicas sobre Medios de Comunicación. El Contenido Permitido solamente puede ser usado en Prendas de Vestir, Medios Cinematográficos, edificios y letreros, y Mercancía de conformidad con las Directrices Específicas sobre Medios de Comunicación publicada para el Mercado Local Abierto específico en que el Vendedor está haciendo el negocio.
  - b. Contexto y Veracidad. El Vendedor no puede usar Contenido Permitido en violación del Contrato o fuera de contexto, o inferir significado que no sea el significado expreso del Contenido Permitido, mediante el uso de modificadores, texto adicional u otro contenido. Todo el Contenido tiene que ser veraz y preciso.
  - c. Cumplimiento con la Ley. El Vendedor no puede usar, y la Empresa no apoya el uso de ningún contenido que viole leyes nacionales, federales, estatales o locales del Mercado Local Abierto, incluso aquellas leyes promulgadas por el Ministerio de Salud, INVIMA, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y otros cuerpos regulatorios respecto a Afirmaciones de Productos.
  - d. Variaciones, Parodias o Abreviaturas. El Vendedor no puede usar una variación del Contenido Permitido para ningún propósito, incluso equivalentes fonéticos, equivalentes en idiomas extranjeros, parodias o abreviaturas. Los siguientes ejemplos son variaciones inaceptables: “do’TERRA” y “deTIERRA”.
  - e. Eslóganes y Lemas. El Vendedor no puede modificar (ni añadir a, ni quitar a) en forma alguna los eslóganes o lemas de la Empresa. Por ejemplo: Cambiar “Regalo de la Tierra” por “Regalo Proveniente de la Tierra” o “Regalos Terrestres”.
  - f. Uso Desdeñoso u Ofensivo. El Vendedor no puede usar el Contenido Permitido en forma desdeñosa, ofensiva o injuriosa.

- g. Mejor Entorno. Todo el Contenido Permitido tiene que mostrarse únicamente en el mejor entorno, en forma o contexto tal que refleje favorablemente a la Empresa y sus Productos.
  - h. Aval o Patrocinio de un Tercero. El Vendedor no puede usar Contenido Permitido en una forma que pudiera implicar una afiliación, aval, patrocinio o apoyo de la Empresa a ningún producto o servicio de terceros, ni a ninguna causa o cuestión política.
- (v) Condiciones Adicionales del Uso en Medios de Comunicación Basados en Computadoras y Teléfonos. Las siguientes condiciones se aplican:
- a. Sitios de Internet. El Vendedor que desee tener presencia de dōTERRA en Internet a través de un sitio web estático puede usar únicamente un Sitio Web Replicado de dōTERRA o un Sitio Aprobado por dōTERRA que cumpla con todas las condiciones del Contrato. Para obtener aprobación para un Sitio Web Aprobado por dōTERRA, se necesita un acuerdo de autorización separado que consiste por escrito con la Empresa, su contenido y aprobación queda a criterio exclusivo de la Empresa. El Vendedor no puede tener ningún otro sitio web independiente que use o muestre marcas comerciales o imágenes (nombre, fotografías o logotipos de dōTERRA, nombres o fotografías de productos dōTERRA, etc.).
  - b. Enlazamiento. Los únicos sitios de Internet que pueden enlazarse a un sitio oficial de la Empresa son los Sitios Web Replicados de dōTERRA. Ningún otro sitio web puede enlazarse a ningún sitio web que mencione dōTERRA o Productos o ejecutivos de dōTERRA.
  - c. Encabezados y Títulos. Salvo en un Sitio Web Replicado de dōTERRA o en un Sitio Web Aprobado por dōTERRA, el nombre “dōTERRA” o similar no puede ser usado en ningún título, subtítulo o encabezado de Medios de Comunicación Basados en Computadoras o Teléfonos.
  - d. Redes Sociales. Si el Vendedor tiene presencia en las Redes Sociales, ya sea personal o comercial, debe revisar el contenido estático regularmente y eliminar cualquier afirmación ilícita que aparezca en las secciones de comentarios o terceros. No se permite el uso de páginas de Facebook, Instagram, Pinterest, blogs, canales de YouTube o Vimeo, y similar con la marca de la Empresa.
  - e. Descargo de Responsabilidad. Cada Medio de Comunicación Basado en Computadoras o Teléfonos deberá indicar claramente que no es medio oficial de la Empresa, y que el propietario del sitio es exclusivamente responsable de su contenido.
  - f. Nombres de Dominio. El Vendedor no puede usar nombres que sean Propiedad Intelectual de la Empresa en un nombre de dominio sin aprobación expresa escrita de la Empresa a través de un acuerdo de uso, y dicha autorización se dará a criterio exclusivo de la Empresa. Ejemplos de uso que no son aceptables: “doTERRA.com”, “doTERRAcolombia.com”, “doTERRAcorporate.com”, etc. El Vendedor debe consultar las Directrices Específicas para Medios de Comunicación de su mercado local. Cuando se solicite, el Vendedor reasignará o transferirá cualquier nombre de dominio que viole esta disposición a la Empresa, sin recompensa de la Empresa.

- g. Lenguaje de Política de Privacidad. El Vendedor debe implementar una política de privacidad escrita que proteja cualquier información extraída del sitio web para que no sea vendida o usada por ninguna otra persona, debiendo cumplir con la legislación de su mercado local en lo relacionado a protección de datos personales, protección de información confidencial, y derechos de autor, entre otros.
- h. Se Prohíbe Enviar Correo Basura. El Vendedor no puede enviar correo basura, el cual incluye, pero no se limita a (1) mensajes de correo electrónico no solicitados que contengan cualquier dirección de correo electrónico o de Internet de la cuenta del Vendedor a usuarios en línea; (2) mensajes que contengan la dirección de servicio del Vendedor en grupos nuevos que no estén relacionados con los Productos; (3) crear remitentes falsos en un mensaje de correo electrónico, o publicar en grupos de noticias con la dirección de servicio del Vendedor, dando así la impresión de que el mensaje se originó en la Empresa o su red de Vendedores; y (4) correos electrónicos, faxes, mensajes telefónicos o por medio de servicios de mensajes basados en internet (por ejemplo WhatsApp, SMS, Facebook Messenger, etc.) no solicitados a listas de personas que no están dentro de la Organización del Vendedor o con quienes el Vendedor no ha tenido una relación comercial o personal previa. Los correos electrónicos no pueden contener ninguna afirmación, declaración de ingresos o testimonio falso.

(vi) Uso Apropiado de Derechos de Autor y Marcas Comerciales.

- a. Derechos de Autor. Las comunicaciones distribuidas por el Vendedor que incluyan Propiedad Intelectual de la Empresa deben usar el símbolo de derechos de autor (©) la primera vez que aparezca la Propiedad Intelectual de dōTERRA, junto con el año de publicación y el nombre del propietario (dōTERRA Holdings, LLC). Generalmente, el símbolo aparece en la parte superior derecha de la marca comercial, pero hay excepciones.
- b. Marcas Comerciales. El Vendedor debe incluir una leyenda atribuyendo el derecho de propiedad de la Empresa sobre el Contenido Permitido dentro de la sección de aviso de propiedad intelectual (créditos) de la Herramienta de Ventas, sitio web personal o Red Social del Vendedor. El formato correcto es “dōTERRA [u otra marca] es una marca comercial de dōTERRA Holdings, LLC.”

Las marcas comerciales son adjetivos usados para modificar sustantivos; el sustantivo es el nombre genérico de un producto o servicio. Como adjetivos, las marcas comerciales no pueden usarse en forma de plural o posesivo. Correcto: “Deberías comprar dos botellas de Zendocrine.” Incorrecto: “Deberías comprar dos Zendocrines.”

(vii) Disposiciones Adicionales Sobre Anuncios Publicitarios.

- a. El Vendedor no puede contestar el teléfono como “dōTERRA” o manifestar que representa a la Empresa o que es más que un Vendedor Independiente de la Empresa.
- b. Ningún anuncio publicitario puede implicar que hay un empleo o puesto de trabajo disponible en la Empresa.
- c. El Vendedor no puede prometer o asegurar un ingreso específico. Cualquier representación sobre una oportunidad de negocio debe ser veraz y no

engañosas. Las representaciones sobre el potencial para lograr un estilo de vida rico, ingresos a nivel profesional o ingresos significativos se consideran engañosas si los participantes generalmente no logran tales resultados.

- d. Todo contacto o preguntas de los medios de comunicación tienen que ser referidas inmediatamente al Gerente General local de la Empresa.
- e. No se hará ninguna divulgación a los medios de comunicación, noticiosos, o al público en general con respecto al Contrato sin la aprobación escrita previa del Gerente General local de la Empresa.
- f. Tan pronto lo solicite la Empresa, cualquier Herramienta de Ventas u otro medio que el Vendedor haya preparado o distribuido por sí mismo o mediante terceros, que contenga cualquier Propiedad Intelectual o Contenido de la Empresa, debe ser entregado inmediatamente a la Empresa. El Vendedor debe retener una copia de todas las Herramientas de Ventas, u otro material publicitario que distribuya por un plazo de 7 años a partir de la fecha de su distribución.
- g. El Vendedor acuerda exonerar y eximir a la Empresa, y a sus sucesores, cesionarios, empleados y agentes de cualquiera y toda responsabilidad, retribución monetaria, reclamo y/o demanda originada o relacionada con la creación y el uso de cualquier propiedad intelectual de un tercero, o de la Empresa, incluyendo cualquier reclamo de difamación o declaraciones falsas.

(viii) Reconocimiento y Protección de Derechos.

- a. Reconocimiento de Derechos. El Vendedor acuerda que todo el Contenido Permitido es propiedad exclusiva de o licenciado a dōTERRA Holdings, LLC. Salvo por los derechos limitados concedidos por el Contrato, por el término del Contrato, el Vendedor reconoce que la Empresa por este medio es propietaria de y se reserva todos los derechos de propiedad intelectual y derechos conexos, para todos los propósitos. El Vendedor acuerda ayudar a la Empresa a proteger los derechos de la Empresa sobre la Propiedad Intelectual cuando así lo requiera la Empresa.
- b. Defensa de Derechos. El Vendedor acuerda ayudar a la Empresa, en el grado que sea necesario a efectos de obtener protección o defender cualquiera de los derechos de la Empresa sobre el Contenido Permitido.
- c. Cesión de Derechos. El Vendedor acuerda que nada que contenga el Contrato deberá ser interpretado como una cesión u otorgamiento al Vendedor de ningún derecho, título o participación sobre el Contenido o el Contenido Permitido, entendiéndose que todos los derechos relacionados con los mismos están reservados para la Empresa, salvo por el derecho de usar el Contenido Permitido tal y como se estipula expresamente en el Contrato.

El Vendedor acuerda que, al momento de terminación o vencimiento del Contrato por cualquier razón, se considerará que el Vendedor ha cedido, transferido y traspasado a la Empresa todo derecho comercial, plusvalía, reconocimiento o reputación comercial, título u otro derecho sobre la Propiedad Intelectual de la Empresa que pudiera haber sido obtenido por el Vendedor o que pudiera haber sido concedido al Vendedor en el desempeño de cualquier labor cubierta por este medio, y que el Vendedor otorgará todos y cualquier instrumento requerido por la Empresa para perfeccionar dichos

derechos. Dichas cesiones, transferencias o traspasos se harán sin otra retribución que no sean las contenidas en el Contrato.

- d. Rescisión de Derechos. El Vendedor no puede rescindir los derechos concedidos por la Empresa en esta sección 6C. Los derechos del Vendedor concedidos en esta sección pueden ser rescindidos por la Empresa mediante aviso inmediato sin la oportunidad de restaurarlos si el Vendedor realiza cualquiera de las siguientes acciones: (1) comete cualquier acto de deshonestidad; (2) incumple o se rehúsa a cumplir cualquier otra obligación creada por el Contrato o cualquier otro acuerdo entre el Vendedor y la Empresa o sus afiliados; (3) hace cualquier declaración engañosa relacionada con la adquisición de los derechos aquí concedidos o participa en conducta que dé a la Empresa o a su operación y reputación una imagen desfavorable; o (4) es hallado culpable de un delito grave o cualquiera otra conducta criminal que sea relevante con relación al Contrato.

En caso de rescisión de esta licencia por cualquier razón, el Vendedor inmediatamente cesará todo uso del Contenido Permitido y de allí en adelante no usará ninguna propiedad intelectual, marca o marca comercial similar de la Empresa. La rescisión de la licencia bajo las disposiciones de esta sección se hará sin renuncia de cualquier otro derecho que la Empresa pueda tener contra el Vendedor.

- e. Los Derechos son Personales. Los derechos y deberes bajo esta sección son concedidos o impuestos a título persona, por lo que el Vendedor no podrá, ni aun en virtud de disposición legal, ceder, gravar, sub-licenciar ni comprometer de ninguna otra manera dichos derechos sin el consentimiento escrito de la Empresa, y dicho consentimiento será concedido o denegado a criterio exclusivo y absoluto de la Empresa.
- (ix) Recursos. El Vendedor reconoce y acuerda que el cumplimiento de los términos de esta sección es necesario para proteger la reputación y reconocimiento comercial y otros intereses de propiedad de la Empresa. Por lo tanto, el Vendedor acuerda que en caso de cualquier violación a esta Sección 6C:
- a. La Empresa tendrá derecho a interponer medidas cautelares y otros recursos y/o demandar el cumplimiento específico de las obligaciones.
  - b. El Vendedor no se opondrá a dichas medidas, recursos o mandatos alegando que existe otro recurso más adecuado o pertinente según la ley.
  - c. El Vendedor estipula y acuerda que cualquier violación a esta sección causaría daños inmediatos e irreparables a la Empresa, que los daños a la Empresa excederían cualquier beneficio que el Vendedor pudiera derivar, y que la Empresa tendrá derecho, además de cualquier otro recurso que pudiera estar disponible, a medidas cautelares de forma inmediata, temporal, preliminar y permanente sin fianza, y que dichas medidas podrán extenderse más allá del período de rescisión de esta restricción por un máximo de 1 año a partir de la fecha de la última violación de esta sección. Las disposiciones de esta sección sobrevivirán a la rescisión del Contrato. Nada que contenga el Contrato implica renuncia a ningún otro derecho o recurso que la Empresa puede tener en relación al uso de su información confidencial o a cualquier otra violación al Contrato.

## 6D. Ventas por Internet, en Tiendas Minoristas, Establecimientos de Servicio y Ferias Comerciales.

- (i) Ventas por Internet. El Vendedor no puede vender Productos a través de subastas por Internet o centros comerciales virtuales, incluyendo, pero sin limitarse a, Mercado Libre, Walmart.com, Taobao.com, Alibaba.com, Tmal.com, Tencent platforms, Yahoo.com, eBay.com o Amazon.com. El Vendedor puede vender Productos a través de los Sitios Web Replicados de dōTERRA y los Sitios Web Aprobados por dōTERRA. Productos que hayan sido separados de un kit o paquete no pueden venderse por Internet.
- (ii) Ventas en Tiendas Minoristas y Establecimientos de Servicio. Solo con la aprobación escrita de la Empresa, el Vendedor puede vender Productos y/o promover la oportunidad comercial de la Empresa a través de tiendas minoristas como tiendas de alimentos integrales, tiendas de abarroterías y otros establecimientos similares, o en establecimientos de servicio que brinden servicios relacionados con los Productos, por ejemplo oficinas de médicos y otros profesionales de la salud, clubes de salud, spas y gimnasios. La Empresa puede aprobar o denegar cualquier solicitud de una tienda minorista o establecimiento de servicio por cualquier motivo bajo su absoluto y exclusivo criterio. Las tiendas y los establecimientos pueden usarse como lugares de demostración y puntos de venta solo si la Empresa lo considera razonable para estar en línea con las estrategias y objetivos comerciales y publicitarios previstos de la Empresa.
- (iii) Idoneidad de Tiendas y Establecimientos. La Empresa se reserva el derecho, a criterio exclusivo, de determinar si una tienda o establecimiento es un lugar idóneo para la venta de los Productos. El hecho de que la Empresa conceda permiso en un caso particular no significa renuncia a su derecho de hacer cumplir esta política en cualquiera y todos los demás casos.
- (iv) Ventas en Ferias Comerciales. Con la aprobación de la Empresa, el Vendedor puede exhibir, promover y vender los Productos y la oportunidad de dōTERRA en una feria comercial, evento público o convención (“Convención”), en sujeción de los siguientes requisitos:
  - a. El Vendedor debe llenar y entregar a la Empresa una solicitud de Convención. La Empresa se reserva el derecho de permitir únicamente un kiosco que represente a la Empresa por Convención, y los derechos exclusivos se conceden a criterio exclusivo de la Empresa. A fin de obtener un kiosco y asegurarse derechos exclusivos, la Empresa debe recibir la solicitud por lo menos cuatro semanas antes de la Convención.
  - b. El Vendedor no usará la Convención para promover ningún producto, servicio u oportunidad de negocios que no se relacione con dōTERRA.
  - c. Únicamente Herramientas de Ventas que cumplen con las condiciones del Contrato pueden exhibirse o distribuirse.
  - d. En ninguna forma el Vendedor mencionará dōTERRA como parte del anuncio publicitario o materiales promocionales, que implique que la Empresa está participando oficialmente en la Convención. En lugar de ello, cualquier material publicitario promocional debe hacer referencia específica al Vendedor como Vendedor Independiente de dōTERRA, incluso cualquier

mapa o listado preparado por el Patrocinador de Colocación de la Convención.

- e. El Vendedor no hará ninguna declaración de ingresos sin usar la divulgación de ganancias actual completa de la Empresa. El Vendedor no puede hacer declaraciones de ingresos de estilo de vida espléndido.
- f. Durante la Convención, el Vendedor debe cumplir personalmente con el Contrato y es responsable de las acciones de toda persona que trabaje en el kiosco de la Convención, todos los materiales distribuidos en la Convención y todos los demás aspectos de participación en la Convención.
- g. Además de los demás recursos estipulados en el Contrato, la Empresa se reserva el derecho de negar la participación del Vendedor en Convenciones futuras debido a cualquier violación a las políticas o del Contrato.

## **6E. Negocios Internacionales**

### **(i) Actividades en Mercados No Abiertos.**

- a. Las actividades permitidas al Vendedor en Mercados Locales No Abiertos se limitan a dar tarjetas de negocios y a realizar, organizar o participar en reuniones donde el número de asistentes no sea mayor de 5 y los participantes sean conocidos personales del Vendedor o de los conocidos personales del Vendedor que están asistiendo a la reunión. Las reuniones tienen que realizarse en una casa o en un establecimiento público, pero no pueden realizarse en un cuarto privado de un hotel.
- b. Todas las técnicas de llamadas en frío (invitando a personas que no son conocidos personales previos del Vendedor) se prohíben estrictamente en Mercados Locales No Abiertos.
- c. El Vendedor no puede importar o facilitar la importación, venta, regalo o distribución de Productos, servicios o muestras de Productos de la Empresa en Mercados Locales No Abiertos.
- d. El Vendedor no puede hacer ningún tipo de anuncio publicitario ni distribuir materiales promocionales que hablen de la Empresa, sus Productos o la oportunidad, salvo Herramientas de Ventas producidas por la Empresa, que sean específicamente autorizadas para su distribución en Mercados Locales No Abiertos.
- e. El Vendedor no puede solicitar o negociar ningún acuerdo con el propósito de comprometer a un ciudadano o residente de un Mercado Local No Abierto con la oportunidad, con un Patrocinador de Colocación o Patrocinador de Inscripción específico o con una línea de patrocinio específica. Además, el Vendedor no puede inscribir ciudadanos o residentes de un Mercado Local No Abierto en un Mercado Local Abierto o usando Acuerdos de Vendedor de un Mercado Local Abierto, a menos que el ciudadano o residente del Mercado Local No Abierto tenga, al momento de la inscripción, residencia permanente y autorización legal para trabajar en el Mercado Local Abierto. Es responsabilidad del Patrocinador de Inscripción y Patrocinador de Colocación cerciorarse de cumplir con los requisitos de residencia y autorización de trabajo. La afiliación o participación en, o el derecho de propiedad sobre una persona jurídica en un Mercado Local Abierto no cumple, por sí sola, los requisitos de residencia o autorización legal para trabajar. Si un participante

de un Derecho de Distribución es incapaz de proveer verificación de residencia y autorización de trabajo cuando se lo solicite la Empresa, la Empresa podrá, a criterio exclusivo, declarar al Derecho de Distribución anulado desde su inicio.

- f. El Vendedor no puede aceptar dinero ni ninguna otra retribución o involucrarse en ninguna transacción financiera con un candidato a Vendedor que alquile, arriende o compre instalaciones con el propósito de promover o realizar negocios relacionados con la Empresa.
  - g. La Empresa se reserva el derecho de designar ciertos Mercados Locales No Abiertos donde se prohíbe expresamente toda conducta de pre-mercadeo. Es responsabilidad del Vendedor, antes de realizar actividades de pre-mercadeo en un Mercado Local No Abierto, verificar con la Empresa que dicho Mercado Local No Abierto no es prohibido.
  - h. El Vendedor no puede promover, facilitar o realizar ningún tipo de actividad que exceda las limitaciones establecidas en el Contrato o que la Empresa, a criterio exclusivo, considere contradictorias al negocio o los intereses éticos de la Empresa en su expansión internacional.
- (ii) Leyes de Prácticas Extranjeras Corruptas. En conducir el negocio de la Empresa sobre una base internacional, el Vendedor tiene que cumplir con todas las leyes aplicables relacionado con prácticas corruptas, incluyendo el Foreign Corrupt Practices Act (“FCPA”) de Estados Unidos. Una persona u organización es culpable de violar la FCPA si realiza un pago, oferta, autorización o promesa de pago de dinero o cualquier cosa de valor a un funcionario gubernamental extranjero (incluyendo oficiales de partidos o gerentes de firmas propiedad del estado), o a cualquier otra persona, sabiendo que el pago o promesa será entregado a un funcionario extranjero con un motivo corrupto con el propósito de (1) influenciar cualquier acción o decisión de esa persona, (2) inducir a tal persona a hacer u omitir cualquier acción en violación de sus deberes legales, (3) agenciarse una ventaja inapropiada o (4) inducir a tal persona a usar su influencia para afectar las acciones o decisiones de un funcionario a fin de ayudar a obtener o retener negocios para o con, o redirigir cualquier negocio a, cualquier persona.
- (iii) No Hay Mercados Locales Exclusivos ni Franquicias. No hay mercados locales exclusivos ni franquicias. El Vendedor tiene el derecho de operar en cualquier Mercado Local Abierto. El Vendedor no puede reclamar ni afirmar ninguna exclusividad de un mercado local ni una provincia u otra región geográfica dentro de un mercado local.
- (iv) Violación de la Política Internacional. Además de otros recursos permitidos por el Contrato, a un Vendedor que no cumpla con cualquier disposición de esta sección se le puede prohibir participar en el mercado internacional afectado por un período considerado apropiado por la Empresa. Esta prohibición podría incluir, pero no limitarse a, lo siguiente:
- a. Pérdida de sus Derechos de Distribución y patrocinio internacional en el mercado local afectado.
  - b. Pérdida del derecho (por parte del Vendedor y su Línea Ascendente) a Bonos y Comisiones generados en el mercado local respectivo.
  - c. Pérdida, en todos los mercados locales, por un periodo máximo de 1 año, el derecho a privilegios tradicionalmente concedidos a los Vendedores, tales

como el reconocimiento en eventos corporativos o en la literatura corporativa y la recepción de materiales de inscripción de Vendedores nuevos antes de la apertura oficial de cualquier mercado local nuevo.

- d. Un Vendedor que no ha podido participar en un mercado debido al incumplimiento de esta sección debe solicitar a la Empresa por escrito que se le otorgue permiso escrito de participar en el mercado una vez pasado el período de prohibición.
- (v) No Hay Renuncia a Otros Derechos. Las disposiciones de esta sección no representan renuncia a los derechos de la Empresa estipulados en cualquiera otra sección del Contrato.
- (vi) Actividad en Mercados Locales. Los Distribuidores que realizan negocios fuera de su Mercado Local están sujetos y deberán cumplir con el Manual de Políticas de dōTERRA aplicable al Mercado Local en el que el Distribuidor realiza negocios. Los Distribuidores que comercialicen productos fuera de su Mercado Local deberán cumplir con las políticas de reclamo de productos y oportunidades comerciales del Mercado Local aplicables cuando comercialicen la Compañía como una oportunidad comercial o sus productos en el Mercado Local.

#### **6F. Pago de impuestos.**

(i) Impuesto Sobre la Renta, IVA e Industria y Comercio. El Vendedor acepta la responsabilidad exclusiva de presentar y declarar todos los impuestos, entre ellos, el impuesto sobre la renta, el IVA y el impuesto de industria y comercio. El Vendedor es responsable de registrarse con las autoridades tributarias nacionales, municipales y de cualquier otro orden que corresponda e informar a la Empresa del régimen fiscal aplicable para las retenciones de pagos de los Productos, Bonos, Comisiones y cualquier otro pago que se le deba hacer al Vendedor por parte de la Empresa. Al grado que lo exija la ley, la Empresa hará las retenciones y enviará a las autoridades tributarias relevantes remesas y notificaciones de las compras de Productos y pagos de Bonos y Comisiones.

(ii) Impuesto al Valor Agregado (IVA). La Empresa cobrará el IVA al momento de la venta de los Productos al Vendedor. El IVA se cobrará sobre el precio al que se le venda al Vendedor, calculado a la tarifa tributaria aplicable. Si el Vendedor revende el Producto a un precio superior, será responsabilidad del Vendedor facturar el IVA correspondiente, declarar el IVA generado y el IVA descontable y pagar el impuesto a cargo a las autoridades tributarias, y en general, cumplir con todas las obligaciones tributarias que le correspondan al Vendedor.

#### **SECCIÓN 7. USO DE LOS DATOS DE DISTRIBUIDORES**

**7A. Política de Privacidad para Garantizar la Protección de Datos Personales.** La Empresa declara que está comprometida con la protección de los datos personales, y en cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013 y demás normas que los reemplacen o modifiquen, cuenta con una Política de Privacidad para Garantizar la Protección de Datos Personales, el cual hace parte integral del Contrato. El tratamiento de los datos personales que sean recolectados y tratados en ejecución del presente Contrato se realizara de conformidad con la Política de Privacidad de la Empresa, disponible en el siguiente enlace [www.doterra.com/CO/es\\_CO](http://www.doterra.com/CO/es_CO)

**7B. Autorización de Uso de Datos Personales del Vendedor Independiente.** Con la suscripción del Contrato el Vendedor da su consentimiento y autorización expresa, voluntaria, informada e inequívoca para que se procesen y usen los datos personales que contiene el Contrato y para que se transfieran dichos datos personales, junto con la información acerca de las actividades de ventas futuras de esta cuenta de Vendedor Independiente, a cualquiera de las empresas subsidiarias y afiliadas de la Empresa en todo el mundo, y a otros Vendedores que estén dentro de la misma Organización o cadena de distribución con el único propósito de administrar las

ventas y distribución de Productos y para proporcionar informes a sus Vendedores sobre la actividad de ventas de sus Organizaciones. El Vendedor entiende y reconoce que estas transferencias de datos personales pueden hacerse a países que no tienen un nivel jurídico de protección de privacidad equivalente al que existe en su país de residencia. En el evento que el Vendedor sea Encargado o Responsable del Tratamiento (según se definen estos en la Ley 1581 de 2012) de datos personales deberá obtener la autorización para llevar a cabo el tratamiento de dichos datos por parte de su titular. La Empresa no asume ningún tipo de responsabilidad si el Vendedor no llegare a cumplir con esta obligación que está a su cargo.

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 14 del Decreto 1377 de 2013, en los casos en que no sea posible poner a disposición del Titular de la Política de Privacidad para Garantizar la Protección de Datos Personales, la Empresa informará por medio de un aviso de privacidad al titular sobre la existencia de tales políticas y la forma de acceder a la mismas de manera oportuna y en todo caso a más tardar al momento de la recolección de la información personal.

#### **7C. Uso de Listas de Vendedores y Clientes por el Vendedor.**

- (i) Listas son Propiedad Confidencial. Las listas de Vendedores y Clientes, y todos los contactos de ellas generados (“Listas”) son propiedad confidencial de la Empresa. La Empresa ha derivado, compilado, configurado y actualmente mantiene las Listas a través de la inversión de tiempo, esfuerzo y recursos monetarios considerables. Las Listas en sus formas presentes y futuras constituyen activos y secretos comerciales provechosos para los negocios de la Empresa. El derecho de divulgar las Listas y otra información de Vendedores y Clientes mantenida por la Empresa queda expresamente reservado para la Empresa y puede ser negado a criterio de la Empresa o en cumplimiento de políticas de la Empresa o disposición legales vigentes.
- (ii) Listas Personalizadas. La Empresa provee una porción singularmente personalizada de las Listas a los Vendedores (los “Receptores”). Cada porción de la Lista proporcionada contiene únicamente información específica para el nivel del Receptor y su propia Línea Descendente.
- (iii) Limitaciones de Uso. Las Listas son proporcionadas para el uso exclusivo y limitado del Receptor a fin de facilitar la capacitación, el apoyo y la prestación de servicios a la Línea Descendente del Receptor con el objeto de fomentar únicamente el negocio relacionado con la Empresa. El Receptor acuerda que cada uso, dentro de su alcance intencional, constituye un acuerdo de licencia exclusiva y separada entre el Receptor y la Empresa.
- (iv) Las Listas Pertenecen a la Empresa. Las listas siguen siendo, en todo momento, propiedad exclusiva de la Empresa, la cual podría en cualquier momento y a criterio exclusivo de la Empresa, reclamar y tomar posesión de las Listas. Por lo anterior, el Receptor/Vendedor acuerda:
  - a. Mantener como confidencial y no divulgar ninguna Lista o porción de la misma a ninguna tercera Persona, incluso, pero sin limitarse a, otros Vendedores, competidores y público en general.
  - b. Limitar el uso de las Listas a su alcance intencional que es fomentar su negocio de dōTERRA. Las Listas no pueden ser utilizadas para identificar y ofrecer a los Vendedores de dōTERRA otras oportunidades y actividades comerciales.

- c. Que cualquier uso o divulgación de las Listas fuera de los que aquí se autorizan, o para el beneficio de una tercera persona, constituye uso inapropiado, malversación y una violación del acuerdo de autorización del Receptor, lo cual causa daño irreparable a la Empresa.
  - d. Que, al ocurrir cualquier violación de esta sección, el Receptor estipula que medidas cautelares son remedios apropiados para regir dicho uso bajo leyes nacionales o locales aplicables, y que retirará inmediatamente y devolverá a la Empresa todas las Listas previamente proporcionadas al Receptor tan pronto lo solicite la Empresa, y que las obligaciones bajo esta sección sobrevivirán la rescisión del Contrato del Receptor.
- (v) Recursos en Casos de Violación. La Empresa se reserva el derecho de procurar todos los remedios apropiados bajo las leyes nacionales o locales para proteger sus derechos sobre la información privada y comercialmente secreta arriba detallada y que se encuentra en las Listas. Cualquier falta en la procura de cualquier recurso aplicable no constituirá renuncia a tales derechos.

## SECCIÓN 8. MEDIDAS SANCIONATORIAS

**8A. Derechos Condicionados por el Desempeño.** Los derechos del Vendedor según el Contrato están condicionados y sujetos al desempeño continuo del Vendedor de conformidad con los términos del Contrato. Si el Vendedor no cumple con sus obligaciones estipuladas según el Contrato, los derechos del Vendedor cesan. La Empresa puede tomar medidas legales contra el Vendedor tal y como se detalla en esta Sección 8 y en cualquiera otra parte del Contrato si la Empresa determina, a criterio exclusivo, que la conducta del Vendedor o la conducta de cualquier participante en el Derecho de Distribución ha sido perjudicial, disruptiva o dañina al bienestar o a la reputación de un Derecho de Distribución o a la Empresa. La Empresa podría excusar la falta de desempeño del Vendedor total o parcialmente sin renunciar a sus derechos y recursos sancionatorios o legales según el Contrato.

**8B. Posibles Medidas Sancionatorias.** Si el Vendedor viola cualquiera de los términos y condiciones del Contrato o participa en cualquier conducta comercial ilegal, fraudulenta, engañosa o falta de ética, la Empresa podría, a criterio exclusivo, invocar cualquier acción sancionatoria o legal que considere apropiada. Las posibles medidas sancionatorias son:

- (i) Dar advertencia o amonestación oral y/o escrita al Vendedor.
- (ii) Monitorear de cerca la conducta del Vendedor durante un período de tiempo específico para asegurar el cumplimiento de sus deberes contractuales.
- (iii) Requerir que el Vendedor haga a la Empresa promesas adicionales de que el desempeño del Vendedor estará de conformidad con el Contrato. Las promesas adicionales podrían incluir requerimientos para que el Vendedor realice ciertas acciones conducentes a mitigar o corregir su incumplimiento.
- (iv) Negar o suspender privilegios otorgados de cuando en cuando por la Empresa o cesar el desempeño de las obligaciones de la Empresa según el Contrato, incluso, pero sin limitarse a, premios, reconocimiento en eventos corporativos o en la literatura de la Empresa, participación en eventos patrocinados por la Empresa, realización de órdenes de Productos, promoción dentro del Plan de

- Compensación, acceso a la información y genealogías de la Empresa o participación del Vendedor en otros programas u oportunidades de la Empresa.
- (v) Descontinuar o limitar el pago de Bonos y Comisiones.
  - (vi) Imponer una multa cuyo pago podría exigirse inmediatamente o retenerse de los pagos de Bonos y Comisiones.
  - (vii) Reasignar total o parcialmente la Organización del Vendedor.
  - (viii) Ajustar el estatus del Vendedor.
  - (ix) Suspender la cuenta del Vendedor, lo cual podría dar como resultado la cancelación o restauración con condiciones o restricciones.
  - (x) Rescindir el Contrato y el Derecho de Distribución del Vendedor.
  - (xi) Procurar medidas cautelares u otros recursos disponibles por ley.

### **8C. Investigaciones.**

- (i) Procedimiento. El siguiente procedimiento se aplica cuando la Empresa investiga una presunta violación al Contrato:
  - a. La Empresa enviará al Vendedor una notificación verbal y/o escrita acerca de la presunta violación al Contrato. En caso en que se envíe notificación escrita, la Empresa dará al Vendedor 10 días hábiles contados a partir de la fecha de envío de la carta de notificación, durante los cuales el Vendedor podrá presentar toda la información relacionada con el incidente para que sea evaluada por la Empresa. La Empresa se reserva el derecho de prohibir la actividad (por ejemplo: hacer órdenes, patrocinar, modificar la información del Vendedor, recibir Bonos, etc.) del Derecho de Distribución en cuestión a partir del tiempo en que se envíe la notificación hasta que la Empresa haga saber su decisión final.
  - b. Con base a cualquier información obtenida de fuentes colaterales y a través de la investigación de la Empresa de la declaración y los hechos, combinados con la información entregada a la Empresa durante el periodo de respuesta por parte del Vendedor, la Empresa tomará una decisión final con respecto a la sanción apropiada (si es el caso), el cual podría incluir la rescisión del Contrato con el Vendedor. La Empresa notificará su decisión prontamente al Vendedor. Dicha decisión entrará en vigor a partir de la fecha en que se envíe la notificación de la decisión por parte de la Empresa al Vendedor.
  - c. Información adicional detallando una apelación de la decisión de la Empresa y la política de resolución de disputas de la Empresa (ver la Sección 9) será entregada si se solicita a la Empresa.
- (ii) Limitación de Tiempo Para Investigaciones. La Empresa no evaluará ninguna violación de los términos y condiciones del Contrato que no haya sido presentada ante la Compañía dentro de 2 años a partir del inicio de la presunta violación. El objetivo de esta limitación es de evitar que reclamos viejos interrumpen las actividades comerciales continuas de los Derechos de Distribución.

## SECCIÓN 9. DISPUTAS

- 9A. Ley Aplicable.** El Contrato se regirá por las leyes mercantiles colombianas y su legislación supletoria.
- 9B. Resolución de Disputas.** En caso de cualquier disputa, reclamo, pregunta o desacuerdo que surja de o en conexión con el Contrato, las partes harán su mejor esfuerzo para solucionar extrajudicialmente la disputa, reclamo, pregunta o desacuerdo. Salvo por la ejecución de las multas penalidades y/o cualquier otra suma adeudada por el Vendedor a la Empresa, cualquier controversia o diferencia relativa a este Contrato se resolverá por un tribunal de arbitramento, que se sujetará al reglamento del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá, de acuerdo con las siguientes reglas: (a) el tribunal estará integrado por tres (3) árbitros si la controversia es de cuantía superior a cuatrocientos (400) salarios mínimos legales mensuales vigentes o por un (1) árbitro si la cuantía fuere inferior. En todo caso, el o los árbitros serán designados por la Empresa y el Vendedor de común acuerdo. En caso de que no fuere posible llegar a dicho acuerdo, el o los árbitros serán designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá, de la lista "A" de árbitros de dicho Centro, a solicitud de cualquiera de las Partes; (b) el laudo deberá proferirse en derecho y será definitivo y obligatorio para las partes; (c) la sede del tribunal será Bogotá, Colombia en las instalaciones del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Bogotá; (d) el laudo deberá proferirse en derecho; (e) al arbitraje se aplicarán las tarifas que establece el Reglamento de Arbitraje del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá; (f) los gastos relacionados con los honorarios del conciliador y de los árbitros, los asumirán las partes en igual proporción, salvo que en el acuerdo conciliatorio o en el laudo arbitral se disponga otra cosa; y (g) el tribunal arbitral fijará las cosas del arbitraje en el laudo final y, si lo considera adecuado, en cualquier otra decisión.

Sin perjuicio del deber de información o revelación consagrado en las normas legales aplicables, al momento de aceptar su designación, el o los árbitros deberá(n) manifestar por escrito a las Partes su independencia e imparcialidad para actuar como árbitro(s) en la diferencia o controversia.

No obstante esta disposición de arbitraje, nada en este documento impedirá que dōTERRA solicite y obtenga de cualquier tribunal competente un documento de embargo, una orden de restricción temporal, un mandamiento judicial preliminar, una medida cautelar u otro recurso disponible para salvaguardar y proteger los intereses de dōTERRA antes, durante, o después de la presentación de cualquier arbitraje u otro procedimiento o en espera de la entrega de una decisión o laudo en relación con cualquier arbitraje u otro procedimiento. Este acuerdo de arbitraje sobrevivirá a la rescisión o vencimiento del Contrato.

- 9C. Litigio y Reclamos.** A fin de proteger a la Empresa, sus activos y su reputación contra reclamos o disputas creados por terceros externos (que no son Vendedores), la Empresa requiere que si cualquier Vendedor es acusado de violar cualquier derecho de propiedad de cualquier tercero (que no es Vendedor) surgido de cualquier activo propiedad de la Empresa, o si el Vendedor es objeto de cualquier reclamo o demanda judicial relacionada con la conducta de negocios del Vendedor o cualquier otro proceso que directa o indirectamente afecte en forma negativa o ponga en peligro a la Empresa, su reputación o cualquiera de sus activos tangibles o intangibles, el Vendedor afectado deberá notificar inmediatamente a la Empresa. La Empresa puede, a su propia costa y gasto, y después de recibir notificación razonable, tomar cualquier medida que considere necesaria (incluso, pero sin

limitarse a, controlar cualquier discusión de litigio o arreglo extrajudicial en torno al asunto) para protegerse a sí misma, su reputación y sus propiedades tangibles e intangibles. El Vendedor no deberá realizar ninguna acción relacionada con tal reclamo o demanda judicial, a menos que la Empresa lo consienta, y dicho consentimiento no será retenido irrazonablemente.

## SECCIÓN 10 MISCELÁNEO

- 10A. Renuncia.** La renuncia de parte de la Empresa de cualquier violación por parte de cualquier Vendedor de cualquier disposición del Contrato tiene que hacerse por escrito y no deberá interpretarse como renuncia de ninguna violación subsiguiente o adicional. Si la Empresa no hace cumplir cualquier derecho o prerrogativa otorgado por el Contrato no debe interpretarse como renuncia a ese derecho o prerrogativa.
- 10B. Contrato Integrado.** El Contrato es la expresión final del entendimiento y acuerdo entre la Empresa y el Vendedor con respecto a todos los asuntos discutidos en el Contrato y sustituye todos los entendimientos y acuerdos previos y contemporáneos (tanto verbales como escritos) entre las partes. El Contrato invalida todas las notas, recordatorios, demostraciones, discusiones y descripciones previas relacionadas con el asunto del Contrato. El Contrato no puede ser alterado ni enmendado salvo como se estipula en este documento. La existencia del Contrato no puede ser contradicha por evidencia de ningún presunto acuerdo previo, contemporáneo, verbal o escrito. De ocurrir cualquier discrepancia entre los términos del Contrato y las declaraciones verbales hechas a cualquier Vendedor por algún empleado, prevalecerán los términos y requisitos expresados por escrito en el Contrato.
- 10C. Separación.** Cualquier disposición del Contrato que sea prohibida, judicialmente invalidada o de otro modo hecha inejecutable en cualquier jurisdicción es ineficaz únicamente al grado de la prohibición, invalidación o inejecutabilidad en esa jurisdicción, y únicamente dentro de esa jurisdicción. Cualquier disposición del Contrato que sea prohibida, judicialmente invalidada o inejecutable no invalidará ni hará inejecutable ninguna otra disposición del Contrato, ni tampoco quedará dicha disposición del Contrato invalidada o inejecutable en ninguna otra jurisdicción.
- 10D. Fuerza Mayor y Caso Fortuito.** Las partes del Contrato no serán responsables por ningún incumplimiento o demora en el desempeño de cualquier obligación aquí contraída si tal incumplimiento o demora es causado por un acto de fuerza mayor o caso fortuito.
- 10E. Supervivencia.** Las Secciones 2D, 2E, 2G, 2J, 2K, 2M, 3L, 3M, 5C, 6C, 7A, 7B, 9A, 9B, 9C, 10A, 10B, y 10C de este Manual de Políticas sobrevivirán la terminación del Contrato.
- 10F. Encabezados.** Los encabezados del Contrato son para facilitar la referencia únicamente y no limitarán ni afectarán de otra manera ninguno de los términos o disposiciones del Contrato.
- 10G. Notificaciones.** A menos que el Contrato lo estipule de otra manera, toda notificación u otra comunicación requerida o permitida según el Contrato deberá hacerse por escrito y ser entregada personalmente, transmitida por fax o enviada por correo certificado (o registrado) o expreso de primera clase, porte pagado. A menos que el Contrato lo estipule de otra manera, las notificaciones se considerarán

entregadas cuando sean entregadas personalmente; o, si son transmitidas por fax, un día después de la fecha de dicho fax; o, si son enviadas por correo, 5 Días después de la fecha de remisión a la dirección de la sede de la Empresa o a la dirección del Vendedor que aparece en el Formulario de Acuerdo del Vendedor Independiente, a menos que la Empresa haya recibido notificación de cambio de dirección. La Empresa tendrá el derecho, como método alternativo de notificación bajo esta sección, a usar remisiones de correo regular, los sitios web de la Empresa u otros canales normales de comunicación con los Vendedores.

## APÉNDICE 1 - DEFINICIONES

Activo: Un Vendedor que ha comprado Productos dentro de los últimos 12 meses.

Acuerdo de Cliente Mayorista: La solicitud, ya sea en forma impresa o electrónica, de convertirse en Cliente Mayorista. Es un acuerdo distinto al Acuerdo de Vendedor Independiente y no es sujeto a este Manual de Políticas.

Acuerdo de Vendedor Independiente: La solicitud, ya sea en forma impresa o electrónica, de convertirse en Vendedor Independiente que, una vez aceptada por la Empresa, es el contrato base que rige la relación comercial entre la Empresa y el Vendedor, y junto con los otros documentos incorporados forman el Contrato.

Adenda de Negocio: Un documento complementario del Acuerdo de Vendedor Independiente. Debe ser llenado y firmado por toda Persona Jurídica que esté solicitando convertirse en Vendedor.

Afirmaciones de Productos: Afirmaciones relacionadas con la eficacia, uso o efecto de los Productos. Las Afirmaciones de Productos son reguladas por los gobiernos nacional, federal, provincial o local en que hace negocios el Vendedor, incluso el INVIMA u otras agencias gubernamentales similares en la jurisdicción del Vendedor.

Bono y Comisión: Tipos de remuneración pagada por la Empresa a un Vendedor según el volumen de productos vendidos por la Organización del Vendedor después de cumplir los requisitos del Plan de Compensación.

Bono Primario: La suma total de todos los Bonos pagados al Vendedor, a través de los Bonos Poder de Tres, Uninivel, Fondos por Desempeño Infinito, y Fondos para Diamantes (no incluyendo la Comisión de Inicio ni el Bono Fundador). Se paga mensualmente.

Cliente: Un Cliente Mayorista o un Cliente Minorista.

Cliente Mayorista: Una persona que compra Productos directamente de la Empresa a precios mayoristas, pero no es Vendedor. Un Cliente Mayorista no puede reclutar a otros ni ganar Bonos o Comisiones, sin embargo su volumen de compras de Productos cuenta por calificaciones para Bonos y Comisiones de parte de su Patrocinador de Colocación o Patrocinador de Inscripción. Un Cliente Mayorista puede ganar, según el volumen, descuentos sobre los Productos a través del Programa de Auto envío (LRP).

Cliente Minorista: Una Persona que compra Productos a precios minoristas.

Contrato: El acuerdo entre el Vendedor y la Empresa que comprende este Manual de Políticas, el Acuerdo de Vendedor Independiente, la Adenda de Negocio, y cualquier otro formulario o documento auxiliar.

Crédito en la Empresa: El saldo por cobrar en la cuenta del Vendedor. Puede usarse para comprar Productos o canjearse por efectivo.

Crédito de Productos: Puntos canjeables para comprar Productos designados por la Empresa. Se otorgan como parte del Programa de LRP y devoluciones. No son canjeables por efectivo, y no hay Volumen Personal ni Volumen Organizativo asociado con el canje de Créditos de Productos.

Cuota de Inscripción: Un cargo administrativo que tiene que pagar el Vendedor al inscribirse con dōTERRA. Dentro de dicha cuota se incluirán los costos de los materiales de capacitación, así como referencias y guías de información en relación al negocio y los Productos.

Cuota de Renovación Anual: Un cargo administrativo que tiene que pagar el Vendedor a la Empresa para renovar su Derecho de Distribución cada año en la fecha de aniversario de inscripción del Vendedor.

Derecho de Distribución: El negocio del Vendedor, tal y como es representado por una relación contractual del Vendedor con la Empresa.

Día: Día calendario.

Vendedor Independiente o Vendedor: Una Persona que es un contratista independiente autorizado por la Empresa para comprar Productos, vender Productos a Clientes Minoristas, reclutar a otros Vendedores y Clientes Mayoristas, y recibir Bonos y Comisiones de acuerdo con los requisitos del Plan de Compensación de Ventas. Una relación de Vendedor con la Empresa es regida por el Contrato. Más de una Persona puede ser incluida en un Derecho de Distribución como co-solicitante. En tal caso, “Vendedor” se refiere a todas las Personas colectivamente, aunque cada Persona individualmente tiene todos los derechos y obligaciones de un Vendedor.

Empresa: Colectivamente dōTERRA GH Ireland Limited, una compañía organizada bajo las leyes de Irlanda, y dōTERRA Colombia LLC Sucursal Colombia, una compañía establecido bajo las leyes de Colombia.

Equipo: Se compone de un Patrocinador de Colocación y las Personas que están en el primer nivel de su Organización.

Patrocinador de Inscripción: Una designación que da al Vendedor derecho a calificar para Rangos, bonos y comisiones en el Plan de Compensación. Los Patrocinadores de Inscripción también disfrutan de la habilidad de identificar al Patrocinador de Colocación de un nuevo Vendedor o Cliente Mayorista dentro de la Organización del Patrocinador de Inscripción. Un Patrocinador de Inscripción también puede ser el Patrocinador de Colocación.

Inscrito: Un Vendedor o Cliente Mayorista que ha sido inscrito por un Patrocinador de Inscripción.

Línea Ascendente: Organización de liderazgo ascendiente en el árbol genealógico del Vendedor.

Línea Descendente: Otro término que significa Organización.

Mercado Local Abierto: Un país o región geográfica designada por escrito por la Empresa como oficialmente abierto para el negocio de la Empresa.

Mercado Local No Abierto: Un país o región geográfica que no es un Mercado Local Abierto.

Orden Calificada para Recibir Bono o Comisión: Una orden realizada y pagada por un Vendedor o Cliente en forma oportuna, a la que se le asigna VP.

Orden de LRP Calificada: Una orden de LRP individual de más de 100 VP en el mes de calificación hecha por un Vendedor o Cliente Mayorista patrocinado por el Vendedor. Debe ser pagada con efectivo o tarjeta de crédito o cheque a nombre del Vendedor que aparece en la cuenta, y debe ser enviada a la dirección principal registrada en la cuenta. Una Orden de LRP Calificada devuelta dará como resultado la recuperación de los Bonos o Comisiones no ganados, pero previamente pagados.

Organización: Otro término que significa Línea Descendente. El grupo de Vendedores y Clientes patrocinados en la cadena de patrocinio en Línea Descendente directa y subsiguiente del Vendedor.

Organización de Primer Nivel: La Organización de Vendedores y Clientes personalmente patrocinados por el Vendedor.

Patrocinador de Colocación: Un Vendedor que tiene a otros Vendedores o Clientes Mayoristas colocados directamente debajo de él o ella en su Organización.

Persona: Una Persona Natural o una Persona Jurídica.

Persona Jurídica: Una entidad comercial, tal como una corporación, sociedad por acciones, compañía de responsabilidad limitada u otra forma de organización comercial legalmente formada.

Persona Natural: Una persona física.

Pierna Calificada: Un Inscrito que logra un Rango designado dentro de la Organización de Primer Nivel de su Patrocinador de Inscripción. Para efectos de calificación de Rango de un Patrocinador de Inscripción, cada Pierna Calificada debe estar dentro de una Organización de Primer Nivel separada de la del Patrocinador de Inscripción.

Productos: Productos que son vendidos por dōTERRA.

Programa de Auto Envío (LRP): Un programa de órdenes de Productos donde un Vendedor o Cliente Mayorista puede configurar entregas mensuales automáticas de Productos, puede calificarlos para recibir Créditos de Productos, y para recibir Bonos, Comisiones y otros beneficios en el Plan de Compensación.

Rangos: Designaciones (niveles) ganados por y dados al Vendedor en la estructura del Plan de Compensación, incluyendo: Vendedor, Gerente, Director, Ejecutivo, Elite, Premier, Plata, Oro, Platino, Diamante, Diamante Azul y Diamante Presidencial. Los Rangos son ganados y determinados cada mes.

Volumen de la Compañía (VC): La cantidad total de VP asignado a las compras de todos los Vendedores y Clientes en la Empresa.

Volumen de Equipo (VE): El VP combinado de los miembros de un Equipo.

Volumen del Mercado Local Abierto: Un término usado para definir el Incentivo de Fundadores. Significa el VP colectivo de todos los Vendedores que viven en un mercado local designado.

Volumen Organizativo (VO): El VP del Vendedor más el VP de todos los demás Vendedores y Clientes Mayoristas en la Organización del Vendedor.

Volumen Personal (VP): El valor en puntos de los Productos comprados por el Vendedor en un mes calendario, principalmente para revenderlos a Clientes Minoristas o para el consumo personal. No todos los Productos tienen asignado un valor de VP. El VP no incluye las compras de Productos hechas con Crédito de Productos. El VP de un Producto está claramente señalado en el Formulario de Orden de Productos.