



Manual de Políticas y Procedimientos en Colombia

Como Socio de Marca de Neora Colombia S.A.S. (en adelante, la "Compañía" o "Neora"), se requiere que usted entienda y acate la totalidad de las normas, reglamentaciones, políticas y procedimientos contenidos en el presente Manual de Políticas y Procedimientos de Socios de marca (el "Manual de Políticas") que la Compañía publicará o difundirá a todos sus Socios de marca. La Compañía se reserva el derecho de modificar este Manual de Políticas publicando o comunicando las modificaciones, según lo considere adecuado a través de medios físicos o electrónicos (página web), los cuales deberán ser adoptados por la Compañía en cumplimiento de las normas legales vigentes en Colombia. Este Manual de Políticas y Procedimientos estará publicado en la página www.Neora.com. En caso de que se modifique el Manual de Políticas, se entenderá que los Socios de marca aceptan tales modificaciones desde el día de su publicación en la página web, o se entenderán aceptadas de manera expresa o tácita, por medio de la presentación de un pedido de compra de productos de la Compañía luego de que las modificaciones entren en vigor. De igual modo, luego de la presentación de dicho pedido de compra, los Socios de marca se considerarán como formalmente notificados a partir de ese momento y quedarán obligados a cumplir con tales modificaciones.

La Compañía cumple con todas las normas nacionales y locales que rigen el marketing de red y exige que cada Socio de Marca haga lo propio, especialmente lo contenido en la Ley 1700 de 2013 y sus normas reglamentarias. Por lo tanto, es de suma importancia que lea y entienda la información contenida en este Manual de Políticas. Si tiene preguntas sobre alguna norma o política, consulte a su patrocinador, a su líder en línea ascendente o al Departamento de Ética y Cumplimiento de la Compañía. El Código de Ética Profesional está incluido en el artículo 12 de este Manual de Políticas. Se recomienda que estudie estos materiales y los haga parte de su planificación.

CONTENIDO

ARTÍCULO UNO:	CALIDAD DE SOCIO DE MARCA
ARTÍCULO DOS:	PLAZO Y RENOVACIÓN
ARTÍCULO TRES:	PATROCINIO
ARTÍCULO CUATRO:	RENUNCIA Y CESACIÓN
ARTÍCULO CINCO:	TRANSFERABILIDAD
ARTÍCULO SEIS:	INFORMACIÓN DE DOMINIO PRIVADO
ARTÍCULO SIETE:	MARCA S COMERCIALES, LITERATURA Y PUBLICIDAD
ARTÍCULO OCHO:	PAGO DE INCENTIVOS
ARTÍCULO NUEVE:	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS
ARTÍCULO DIEZ:	DEVOLUCIONES DE CLIENTES AL MENUDEO
ARTÍCULO ONCE:	DISPOSICIONES GENERALES
ARTÍCULO DOCE:	CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL

ARTÍCULO UNO: CALIDAD DE SOCIO DE MARCA

1.1 ¿Cómo convertirse en un Socio de marca?

Un solicitante se convertirá en Socio de Marca independiente ("Socio de marca ") de la Compañía si cumple con los siguientes requisitos:

- Que la Compañía haya recibido la Solicitud y el Acuerdo de Socio de Marca (el "Acuerdo") completamente diligenciados y firmados, al igual que los demás documentos que solicite la Compañía y se encuentren relacionados en su oficina abierta al público ubicada en Avenida Carrera 15 # 110-45 Local Comercial, Bogotá, D.C., Colombia.
- Que el solicitante adquiera un Kit de Inicio para Socio de marca, el cual contiene los Formularios de Socio de Marca (incluidos, entre otros, las Solicitudes de Socio de Marca y los Formularios de Pedido de Producto) y la Información y Folletos de la Compañía, estos son materiales de venta de la Compañía sobre una base no lucrativa y no son para revender por los Socio de marca. La presente suma no es una tasa de servicio o franquicia, sino que su estricta finalidad es la de compensar los costos en que incurra la Compañía por concepto de materiales educativos y de negocios requeridos por un Socio de Marca de la Compañía.
- La Compañía se reserva el derecho de negarse a aceptar, a su entera discreción, cualquier Acuerdo por cualquier motivo.

1.2 No se requiere compra.

Para convertirse en Socio de marca, no se requiere la compra de productos de la Compañía (a excepción de la adquisición del Kit de Inicio para Socio de marca).

1.3 Obligaciones y derechos del Socio de marca.

El Socio de Marca está autorizado a vender los productos de la Compañía y a participar en su Plan de Compensación. Un Socio de Marca puede patrocinar a nuevos Socios de Marca para que se incorporen a la Compañía.

1.4 Mayoría de edad.

El Socio de Marca debe tener al menos 18 años de edad al momento de suscripción del Acuerdo y del presente Manual de Políticas.

1.5 Dirección común.

No más de tres (3) Socio de Marca o Clientes podrán enviar productos a la misma dirección de envío.

1.6 Matrimonios.

Los matrimonios y los hijos que estos tengan a su cargo compartirán un solo negocio de Socio de marca.

Los Socio de Marca que contraigan matrimonio con posterioridad mantendrán su calidad de tales por separado, salvo que uno sea patrocinador directo del otro, en cuyo caso sus posiciones de Socio de Marca podrán fusionarse. Si una pareja que comparte un negocio de Socio de Marca se divorcia o separa, la Compañía continuará efectuando los pagos de incentivos a la persona que tenga suscrito el Acuerdo con la Compañía, a menos que reciba aviso por escrito y firmado por el Socio de Marca en el que conste la intención del Socio de Marca de ceder su posición dentro del Acuerdo y señale a quién deberán hacerse los pagos de las incentivos. Todo lo anterior, siempre que la pareja haya cumplido con los requisitos del artículo 5.3.

1.7 Intereses simultáneos.

Un Socio de Marca y su cónyuge y personas a cargo no podrán tener intereses beneficiosos simultáneos en más de un negocio de Socio de marca. Por ejemplo, un accionista de una sociedad anónima que sea Socio de Marca no podrá convertirse en Socio de Marca individual.

1.8 Sociedades.

Cuando un Socio de Marca llegue al rango de Director Nacional de Marca Plata, él o ella podrán solicitar a Neora, y Neora podrá aceptar a su entera discreción, que el Socio de Marca desarrolle su negocio por medio de una sociedad legalmente constituida en Colombia (en conjunto, "entidad de Socio de marca ") siempre que cumpla con firmar un nuevo Acuerdo con la Compañía, y envíe los siguientes documentos dentro de los 30 (treinta) días siguientes a la aceptación de Neora del nuevo Acuerdo; de lo contrario, la cuenta del Socio de Marca podrá quedar suspendida:

- a) Acta de constitución;
- b) Una lista completa de todos los directores, ejecutivos y accionistas o socios de la sociedad, según corresponda;
- c) El Registro Único Tributario (RUT) de la Entidad de Socio de marca , y
- d) Cualquier otro documento e información que se solicite razonable y oportunamente.

Los accionistas, directores, funcionarios, socios y miembros, según proceda, de entidades de Socio de Marca aceptarán regirse por el Acuerdo y el Manual de Políticas.

1.9 Nombres fingidos o alias.

Una persona o entidad no podrá solicitar ser Socio de Marca con un nombre fingido o alias sin la aprobación de la Compañía, que podrá denegarla a su entera discreción.

1.10 Calidad del Socio de Marca.

Un Socio de Marca no es un franquiciado, socio de empresa conjunta, agente comercial, empleado o representante de la Compañía. Cada Socio de Marca dispone de autonomía y libertad técnica, administrativa, directiva para la ejecución del Acuerdo. Los Socios de Marca no podrán declarar o insinuar lo contrario, ni verbalmente ni por escrito. Asimismo, los Socio de Marca no están adquiriendo de ninguna manera una franquicia o representación comercial. Tampoco están facultados para obligar a la Compañía en modo alguno. La Compañía no será responsable por el pago o copago de ningún beneficio para los funcionarios empleados por los Socios de Marca quienes serán responsables del personal que requieran para su ejecución del Acuerdo, lo cual realizarán en su propio nombre, por su cuenta y riesgo. Los Socios de Marca serán individualmente responsables de cumplir con toda la legislación vigente en relación con su posición de Socios de Marca y por toda deuda, cuestión de salud, discapacidad y seguro de accidentes de trabajo, cuando corresponda. Los Socios de marca fijarán sus propios objetivos, métodos de venta y horario de trabajo. Asimismo, determinarán cómo llevar adelante su propio negocio de Socios de marca, de conformidad con el Acuerdo y el Manual de Políticas, y de ninguna manera estarán sujetos o la dirección, instrucciones y cronogramas de trabajo de la Compañía.

El Acuerdo entre la Compañía y los Socios de marca no generará ninguna relación futura empleador-empleado, agencia, comisión sociedad o empresa conjunta entre las partes mencionadas. Por consiguiente, los Socios de marca serán individualmente responsables por el pago de impuestos locales y nacionales de conformidad con las disposiciones del presente Manual de Políticas.

1.11 Impuestos.

Los Socios de marca deberán pagar los impuestos locales y nacionales correspondientes en relación con cualquier incentivo, compensación beneficio económico o cualquier otro ingreso que obtengan como Socios de marca en virtud del Acuerdo.

Del mismo modo, la Compañía estará obligada a emitir la factura de venta correspondiente, que cumplirá con todas las normas aplicables, por la venta de productos a los Socios de marca o Clientes Preferentes. Del mismo modo, cuando por ley estén obligados a ello, los Socios de marca deben dar a todos los Clientes al Menudeo una factura de venta al momento de la venta que especifique el importe total que el cliente debe pagar.

En principio, todos los Socios de marca estarán obligados a calcular y pagar los impuestos sobre la renta y/o el impuesto al valor agregado en Colombia, de ser aplicable, por sus actividades de reventa y/o por las incentivos percibidas por las ventas que realice la Compañía a todos los Socios de marca referidos que componen su organización en línea descendente. No obstante, todos los Socios de marca acuerdan y la Compañía acepta que, como regla general, esta última determinará y aplicará las retenciones aplicables a título del impuesto a la renta por los pagos efectuados en virtud del Plan de Compensación, según lo dispuesto por la normatividad tributaria colombiana.

En caso de que los Socios de marca desarrollen su negocio por medio de una Entidad de Socio de marca, ésta estará obligada a determinar directamente y pagar el impuesto a la renta y al valor agregado generados, así como a emitir, con anterioridad al pago de incentivos, compensaciones o pagos de cualquier otro tipo, una factura a nombre de la Compañía que cumpla con todos los requerimientos estipulados por la legislación colombiana.

1.12 Cumplimiento de la normativa.

Los Socios de marca deberán acatar todas las normas de comercialización en red o mercadeo multinivel y del estatuto del consumidor vigentes en Colombia para el funcionamiento del negocio de Socio de marca. El Socio de Marca será responsable de sus propios gastos y costos de gestión, incluida la totalidad de los impuestos que deba pagar en su calidad de vendedor independiente.

1.13 Número de Identificación del Socio de marca.

El Socio de Marca deberá presentar a la Compañía su Registro Único Tributario (RUT), y su número de identificación personal (cédula de ciudadanía o cédula de extranjería). Igualmente, se le asignará un número de identificación de Neora a efectos del negocio de Socio de Marca con la Compañía. Dicho número (en adelante, Número de Identificación de Socio de Marca "BPIN") deberá figurar en todos los pedidos y correspondencia con la Compañía. La Compañía usará el mencionado número en todas las transacciones internas que mantenga con el Socio de marca. Las penalidades o multas que deriven del uso de un número incorrecto de identificación personal o fiscal presentado a la Compañía serán de responsabilidad del Socio de marca.

1.14 No habrá territorios exclusivos.

No hay territorios exclusivos a efectos de marketing o patrocinio. Ningún Socio de Marca podrá declarar o insinuar que tiene un territorio exclusivo. No se otorgan franquicias y no hay territorios exclusivos a efectos de la venta o patrocinio. No existen limitaciones geográficas para el patrocinio de Socios de marca en Colombia o en cualquier país en que la Compañía esté autorizada a operar.

1.15 Otros productos.

El Socio de Marca acepta que en los eventos de la Compañía tales como market parties, eventos regionales, lanzamientos, entrenamientos, convenciones, entre otros, en que se vendan o exhiban los productos de la Compañía no se podrá vender ni exhibir ningún otro producto que no corresponda a la misma. Las partes aceptan y entienden que el presente numeral no constituye de manera alguna una cláusula u obligación de exclusividad.

1.16 Ventas cruzadas de grupo.

Queda prohibida la venta a otros Socios de marca de la Compañía para ganar incentivos y ascensos distintos a los previstos en el Plan de Compensación. El Socio de Marca obtendrá directamente de la Compañía todos los productos, literatura y material que requiera para el desarrollo de su negocio. Toda infracción de esta regla expondrá al Socio de Marca a la posible suspensión o terminación del Acuerdo.

1.17 Contactos.

Los Socios de marca limitarán todas las comunicaciones corporativas a la oficina y al personal de la Compañía. Sin la aprobación expresa por escrito de la Compañía, no se podrá establecer contacto directo con los socios de la misma, proveedores, asesores o profesionales externos contratados.

1.18 Aviso de privacidad.

El Acuerdo suscrito entre los Socios de marca y la Compañía establece el régimen de protección de datos personales de conformidad con las disposiciones de la Ley de Protección de Datos Personales.

ARTÍCULO DOS: PLAZO Y RENOVACIÓN

2.1 Plazo.

Con sujeción a las disposiciones del Artículo Cuatro, el plazo del Acuerdo será de un año contado desde la fecha de su firma (la "Fecha Aniversario").

2.2 Renovación anual.

Si el Socio de Marca no comunica a la Compañía su intención de terminar el Acuerdo a la fecha de vencimiento, se entiende que el Socio de Marca ha autorizado a la Compañía a que renueve anualmente y en forma automática su calidad de Socio de marca. El costo de la renovación anual está publicado en el Centro de Negocios en Línea o disponible por medio del Departamento de Servicio al Cliente de Neora. No obstante, si el Socio de Marca no efectúa el pago de la renovación a más tardar en la fecha de renovación, (dos meses después del vencimiento de su Acuerdo) según lo dispuesto en el presente, habrá terminado voluntariamente su relación con la Compañía y, por lo tanto, perderá la calidad Socio de marca, todos los derechos de patrocinio, su lugar en el Plan de Compensación, la totalidad de los derechos a incentivos futuros y la posibilidad de comprar productos de la Compañía a precios al por mayor. Un Socio de Marca que no renueva su condición de tal, sólo podrá reinscribirse bajo un nuevo patrocinador cuando hayan transcurrido al menos 6 (seis) meses desde la fecha de renovación, y deberá empezar de nuevo su negocio.

2.3 Inactividad.

Si un Socio de Marca permanece "inactivo" durante un período de 180 días consecutivos, su calidad de tal será automáticamente desactivada y pasará a la condición de Cliente al Menudeo.

ARTÍCULO TRES: PATROCINIO

3.1 Patrocinio.

Un Socio de Marca podrá patrocinar a otros Socios de marca en Colombia y en los países en que la Compañía esté autorizada. Los patrocinadores deberán asegurarse de que cada nuevo Socio de Marca haya recibido el Acuerdo de la Compañía, el Manual de Políticas y el Plan de Compensación, que tenga acceso a ellos y que los comprenda. Un Socio de Marca será remunerado únicamente por la generación de volúmenes de ventas realizadas por Neora a las personas de la Red del Socio de marca, no solo por patrocinar a nuevos Socios de marca que se incorporen al programa.

3.2 Múltiples Acuerdos.

Si un solicitante presenta múltiples Acuerdos en los que figuran diferentes patrocinadores, la Compañía solo aceptará el primer Acuerdo que reciba. La decisión de la Compañía de establecer quién es el patrocinador oficial será definitiva.

3.3 Requisitos de entrenamiento.

Los Socios de marca deberán asegurarse de que los Socios de marca que patrocinan reciban el entrenamiento adecuado. El patrocinador deberá coordinar permanentemente y fomentar el liderazgo a los Socios de marca de la organización y deberá cumplir con la obligación de desempeñar de buena fe la función de supervisión, y promover la correcta distribución y venta de productos a sus clientes. A solicitud de la Compañía, los Socios de marca deberán presentar ante ésta comprobantes del cumplimiento continuo de las responsabilidades como patrocinadores, incluido el entrenamiento. Los Socios de marca deberán llevar a cabo las actividades de entrenamiento descritas sin percibir contraprestación alguna de la Compañía por la realización de las mismas.

3.4 Afirmaciones sobre los ingresos.

No podrán hacerse proyecciones de ingresos destinadas a los potenciales Socios de marca, incluyendo las que se basen únicamente en proyecciones matemáticas o "proyecciones ideales" del Plan de Compensación de la Compañía. El Socio de Marca no podrá referirse a los ingresos que perciba en calidad de tal como indicador de éxito asegurado para terceros, ya que este depende de muchas variables. No podrán usarse los pagos de incentivos como material de marketing. El Socio de Marca no podrá estimar o garantizar ante los prospectos incentivos atribuibles al negocio. Asimismo, deberá presentar el Plan de Compensación de manera veraz y ecuánime. No podrá hacer declaraciones sobre ingresos pasados, eventuales o reales a los potenciales Socios de marca. Tampoco podrá garantizar incentivos o estimar gastos ante los prospectos.

3.5 Transferencia de patrocinio.

Si bien se desaconseja firmemente y rara vez se permite por la Compañía, un Socio de Marca podrá transferirse a otro patrocinador o línea de patrocinio, con sujeción a la aprobación por escrito de la Compañía (quien podrá denegarla a su entera discreción), siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

- a) Si el Socio de Marca que se transfiere forma parte del mismo grupo de patrocinio, se requiere la firma ante notario de todos los Socios de marca que puedan verse afectados por la medida;
- b) Si el Socio de Marca que se transfiere no forma parte del mismo grupo de patrocinio, deberá presentarse una declaración autenticada ante notario y firmada por todos los Socios de marca en línea ascendente afectados en la que se afirme que

cada parte afectada entiende y autoriza la transferencia. Toda solicitud de transferencia de patrocinio, deberá presentarse primero por escrito a la Compañía explicando la razón de dicha solicitud;

- c) Deberá pagarse a la Compañía un cargo por transferencia de \$179,800;
- d) Deberá presentar a la Compañía una solicitud de transferencia por escrito en la que se explique la razón exacta de dicha solicitud; y
- e) La Aprobación final de la Compañía, será únicamente para el Socio de Marca que haya hecho solicitud y no para su organización en línea descendente. El Socio de Marca que se transfiere deberá cumplir con las siguientes condiciones:
 - El Socio de Marca no debe encontrarse suspensión por Violaciones de Cumplimiento de las Políticas.
 - El Socio de Marca debe haber tenido una venta de productos en los últimos 90 días.
 - El Socio de Marca debe haberse inscrito o renovado su Acuerdo dentro de los últimos doce (12) meses o tener una plantilla de Autoenvío activa y un Pedido con entrega automática o Autoenvío activo que haya sido usado dentro de los últimos 30 días.
 - El Socio de Marca debe haber patrocinado personalmente a por lo menos un (1) Socio de Marca en los últimos doce (12) meses.

3.6 Clientes Preferentes asociados con Socios de marca.

Como regla general, Neora reconoce que un potencial Socio de Marca tiene derecho a inscribirse con cualquier Socio de Marca patrocinador de su elección. No obstante, se da una circunstancia única cuando un Socio de Marca ya existente emprende un esfuerzo muy importante de ventas y relaciones que hace que un cliente potencial se convierta, no meramente en un Cliente al Menudeo de una sola vez, sino en un Cliente Preferente comprometido. Neora ha resuelto que, en estos casos, el esfuerzo del Socio de Marca que vende debe ser reconocido y respetado. En este sentido, Neora ha adoptado una política según la cual se considerará que aquel Cliente Preferente que haya decidido convertirse en Socio de marca, sea patrocinado por el Socio de Marca original que en un principio tuvo la iniciativa de inscribir al cliente como Cliente Preferente.

ARTÍCULO CUATRO: RENUNCIA Y CESACIÓN

4.1 Terminación voluntaria.

- a) Un Socio de Marca podrá terminar voluntariamente su condición de tal si no procede a la renovación o si en cualquier tiempo envía una notificación por escrito de terminación del Acuerdo a la Compañía. La terminación voluntaria se hará efectiva cuando la Compañía reciba la mencionada notificación de terminación del Acuerdo.
- b) Un Socio de Marca que termine su relación con la Compañía, sólo podrá volver a solicitarla en cualquier nivel de ingreso, después de transcurridos 6 (seis) meses a su terminación.
- c) Cuando un Socio de Marca termine voluntariamente el Acuerdo, la red de ventas que él (ella) lideraba pasará automáticamente al primer Socio de Marca en línea ascendente.

4.2 Suspensión.

Se podrá suspender a un Socio de Marca por infringir los términos del Acuerdo, el Manual de Políticas, el Plan de Compensación y otros documentos generados por la Compañía. Cuando la Compañía tome la decisión de suspender a un Socio de marca, le informará por escrito que la suspensión rige desde la fecha de la notificación escrita, así como de la razón de la suspensión y de las medidas necesarias para revertirla, en caso de haberlas. El aviso de suspensión se enviará a la dirección del Socio de Marca registrada en la Compañía, conforme a las disposiciones sobre avisos contenidas en el Manual de Políticas. Tal suspensión podrá o no derivar en el cese de la cuenta del Socio de marca, según lo determine la Compañía a su entera discreción. Si el Socio de Marca desea apelar, la Compañía recibirá la apelación por escrito en el correr de 15 (quince) días contados a partir de la fecha del aviso de suspensión. La Compañía analizará y considerará la suspensión y notificará de su decisión al Socio de Marca por escrito en el correr de 15 (quince) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación del escrito de apelación. La decisión de la Compañía será definitiva y no quedará sujeta a posterior consideración. La Compañía podrá tomar determinadas medidas durante el término de suspensión, que incluyen, entre otras:

- a) Prohibir que el Socio de Marca realice reuniones de Socios de marca, que se presente en tal calidad o que utilice cualquier marca o material de dominio privado de la Compañía;
- b) Prohibir que el Socio de Marca adquiera productos de la Compañía; o
- c) Prohibir que el Socio de Marca patrocine a nuevos Socios de marca, se contacte con los actuales o asista a reuniones de estos.
- d) Si la Compañía, a su entera discreción, determina que la infracción que motivó la suspensión continúa, que no fue resuelta a satisfacción o que se produjo una nueva infracción que involucra al Socio de Marca suspendido, podrá terminar el Acuerdo.

4.3 Terminación.

Se podrá terminar anticipadamente el Acuerdo con un Socio de Marca por infringir los términos del mismo, el Manual de Políticas, el Plan de Compensación u otros documentos generados por la Compañía. La Compañía, a su entera discreción, podrá terminar anticipadamente un Acuerdo de Socio de Marca sin necesidad de suspender previamente al Socio de marca. Se notificará al Socio de Marca acerca de la posibilidad de presentarse ante un comité que evaluará los motivos de la terminación anticipada del Acuerdo. Cuando la Compañía tome la decisión de terminar anticipadamente el Acuerdo, lo informará por escrito a la dirección registrada del Socio de marca. Esta terminación se hará efectiva a los treinta (30) días de la fecha de la notificación por escrito al Socio de marca.

4.4 Apelación.

Si el Socio de Marca desea apelar la terminación del Acuerdo, la Compañía deberá recibir la apelación por escrito en el correr de quince (15) días contados a partir de la fecha del aviso de terminación. Si no se recibe ninguna apelación durante el lapso mencionado, la terminación será automáticamente y definitiva. Si el Socio de Marca presenta oportunamente un aviso de apelación, la Compañía estudiará la apelación y notificará al Socio de Marca de su decisión en el correr de diez (10) contados a partir de la recepción de la misma. La decisión de la Compañía será definitiva y no quedará sujeta a posterior consideración. En caso de que no se revoque la terminación, esta será efectiva desde la fecha consignada en el aviso inicial de terminación.

4.5 Efectos de la terminación.

Inmediatamente después de la terminación, el Socio de marca:

- a) Eliminará y discontinuará en forma permanente el uso de marcas comerciales, marcas de servicio, nombres comerciales y todo anuncio, etiqueta, papelería o publicidad que se refiera a cualquier producto, plan o programa de la Compañía o que se relacione con ellos;
- b) Dejará de presentarse a sí mismo como Socio de Marca de la Compañía;
- c) Perderá todos los derechos por la cuenta de Socio de marca, a su lugar en el Plan de Compensación y a todo incentivo futuro; y
- d) Tomará todas las medidas que razonablemente requiera la Compañía en relación con la protección de su información confidencial. La Compañía tendrá derecho a descontar cualquier monto que el Socio de Marca le adeude de las incentivos o demás beneficios económicos que este tenga por cobrar. También podrá hacer una estimación razonable, debidamente fundamentada y documentada de la suma que deba el Socio de Marca en virtud de la obligación de indemnidad consagrada en el artículo 11.1 del presente y compensar dicho monto con las sumas que le adeude al Socio de marca .

4.6 Nueva solicitud.

La aceptación de cualquier nueva solicitud de un Socio de Marca a quien la Compañía le haya terminado el Acuerdo o la solicitud de un familiar suyo quedará a entera discreción de la Compañía, quien podrá denegarla.

ARTÍCULO CINCO: TRANSFERIBILIDAD

5.1 Adquisición de Negocio.

Todo Socio de Marca que desee adquirir la posición de otro Socio de Marca deberá terminar primero el Acuerdo con la Compañía y esperará seis (6) meses antes de reunir los requisitos para tal adquisición. Toda transacción de este tipo deberá comunicarse a la Compañía y estará sujeta a su aprobación previa.

5.2 Transferencias a Socios de marca.

Salvo por lo que se estipule expresamente en el presente, el Socio de Marca no podrá vender, ceder o de otro modo transferir el negocio de Socio de Marca (o los derechos sobre el mismo) a otro Socio de Marca o a un individuo que tenga interés en un negocio de Socio de marca. Sin perjuicio de lo anterior, un Socio de Marca podrá transferir su posición al patrocinador, con sujeción a las condiciones del artículo 5.03. En tal caso, la cuenta del Socio de Marca del patrocinador y la cuenta del Socio de Marca se fusionarán en un solo negocio o entidad.

5.3 Condiciones de la transferibilidad.

El Socio de Marca no podrá ceder, fusionar o transferir la cuenta del Socio de Marca (o los derechos sobre el mismo) sin la previa aprobación por escrito de la Compañía. Toda transferencia de ese tipo, de ser aprobada, estará sujeta a las siguientes condiciones:

- a) El Socio de Marca deberá ser solvente, adherirse completamente a todas las Políticas y Procedimientos de Neora y no estar en ese momento en suspensión por Violaciones de Cumplimiento de las Políticas.
- b) Luego de la aprobación de la transferencia o cesión, el Socio de Marca cedente deberá celebrar un contrato de cesión con el tercero cesionario. Tras la aprobación de la Compañía por escrito, la parte cesionaria asumirá la cuenta del Socio de Marca cedente y otorgará cualquier otro documento que razonablemente pueda requerir la Compañía.

- c) La Compañía se reserva el derecho, a su entera discreción, de estipular términos y condiciones adicionales en forma previa a la aprobación de cualquier cesión o transferencia propuesta. Asimismo, se reserva el derecho de no aprobar cualquier cesión o transferencia.
- d) El Socio de Marca debe haber tenido una venta de productos en los últimos 90 días.
- e) Los Socio de Marca deben haberse inscrito o renovado su Acuerdo dentro de los últimos doce (12) meses o tener una plantilla de Autoenvío activa y un Pedido con Autoenvío activo que haya sido pagado con la tarjeta de crédito del Socio de Marca cedente y haya sido enviado a la dirección de envío que consta en su registro de cliente dentro de los últimos 30 días.
- f) La cuenta del Socio de Marca que quiera ceder su posición debe haber patrocinado personalmente a por lo menos un (1) Socio de Marca en los últimos doce (12) meses.
- g) El cesionario asumirá la posición de Socio de Marca en la fecha en que la Compañía acepte la cesión.
- h) Si la cuenta que se está cediendo ya logró su Incentivo de Inicio Efectivo, el nuevo Socio de Marca asumirá los privilegios de ser ganador y el reclutador de la cuenta no reunirá los requisitos para recibir la Incentivo de Inicio efectivo o ramas de codificación adicionales para la cuenta.
- i) Si la cuenta que se está cediendo alcanzó un rango de Director Élite o superior con al menos 15.000 GQV después de aplicar la Regla del límite máximo (MVR), el cesionario deberá mantener un Rango "Pagado Como" igual al Rango Más Alto Alcanzado para esa cuenta durante noventa (90) días, antes de poder reunir los requisitos para recibir los beneficios del incentivo de automóvil de lujo.

5.4 Elusión de las Políticas.

Si la Compañía determina, a su entera discreción, que se ha transferido una cuenta de Socio de Marca para intentar eludir el cumplimiento del Acuerdo, el presente Manual de Políticas o el Plan de Compensación, la transferencia se declarará nula e inválida, y la cuenta de Socio de Marca volverá al Socio de Marca que transfiere, como si la transferencia nunca hubiera ocurrido. Si es necesario, y a entera discreción de la Compañía, se podrán tomar las medidas adecuadas contra el Socio de Marca que transfiere, incluyendo entre otras la terminación, para garantizar el cumplimiento del Acuerdo y del presente Manual de Políticas.

5.5 Sucesión.

Sin perjuicio de cualquier otra disposición del presente artículo 5, al fallecimiento de un Socio de marca, su cuenta pasará a sus sucesores, siempre que así lo haya dispuesto el Socio de Marca antes de su defunción; no obstante, la Compañía no reconocerá tal transferencia hasta que el sucesor haya firmado un nuevo Acuerdo con la Compañía y presentado copias certificadas del certificado de defunción. En lo sucesivo, el sucesor podrá ejercer todos los derechos y quedará sujeto a todas las obligaciones de un Socio de Marca de la Compañía.

5.6 Reingreso.

Todo Socio de Marca que transfiera su calidad de tal deberá esperar seis (6) meses a partir de la fecha de vigencia de tal transferencia para reunir los requisitos para volver a solicitar el reingreso como Socio de marca.

5.7 Obligaciones fiscales.

Los Socios de marca que participen en la transferencia o cesión de su negocio de Socio de Marca quedarán sujetos a la totalidad de los impuestos generados por dicha transferencia o cesión. Por consiguiente, los Socios de marca liberan a la Compañía de toda obligación en relación con dichos impuestos.

ARTÍCULO SEIS: INFORMACIÓN DE DOMINIO PRIVADO

6.1 Acuerdo de confidencialidad.

Durante el plazo del Acuerdo, la Compañía podrá proporcionar al Socio de Marca información confidencial, de dominio privado o de secretos comerciales incluyendo, entre otra, informes genealógicos y de línea descendente, listas de clientes, información de clientes desarrollada por la Compañía o por otros Socios de marca (como, por ejemplo, datos de crédito, perfiles de clientes y Socios de marca e información de compra de productos), listas de Brand Partners, información de fabricantes y proveedores, informes de negocios, informes de incentivos o ventas y demás información financiera y de negocios que la Compañía califique como confidencial, de dominio exclusivo o secreto comercial. Tal información (ya sea por escrito, verbal o en forma electrónica) es confidencial, de dominio privado o secreto comercial para la compañía y se transmite a los Socios de marca en el marco de la más estricta confidencialidad, a medida que se haga necesario conocerla y para su uso exclusivo en el negocio del Socio de Marca con la Compañía. Los Socios de marca deberán realizar el máximo esfuerzo para mantener a resguardo la información confidencial, de dominio exclusivo o secreto comercial, y no la divulgarán a ningún tercero, ya sea directa o indirectamente. Los Socios de marca no utilizarán la información para competir con la Compañía ni con ningún otro propósito que no sea el de promover el programa de la Compañía y sus productos. Al vencimiento, no renovación o terminación del Acuerdo, los Socios de marca discontinuarán el uso de dicha información confidencial, de dominio privado o secreto comercial y devolverán sin demora a la Compañía toda información de esa naturaleza que tengan en su poder.

6.2 Restricciones de la propiedad intelectual.

Con respecto a las compras de productos de la Compañía, los Socios de marca deberán acatar todas las restricciones de uso y protecciones de la propiedad intelectual de los fabricantes.

6.3 Confidencialidad de los proveedores y otros asociados comerciales.

Las relaciones comerciales de la Compañía con sus proveedores, fabricantes, abastecedores e investigadores son confidenciales. Los Socios de marca no podrán contactar, directa o indirectamente, hablar o comunicarse con ningún proveedor, fabricante o investigador de la Compañía, salvo en los eventos que esta patrocine a los que el proveedor, fabricante o investigador haya concurrido a su solicitud.

ARTÍCULO SIETE: MARCAS COMERCIALES, LITERATURA Y PUBLICIDAD

7.1 Marcas comerciales.

- a) El nombre, marcas comerciales y materiales protegidos por derechos de autor de la Compañía son de su propiedad o de la de sus filiales, incluidos los nombres de los productos de la Compañía. El uso de tales marcas y materiales deberá ajustarse estrictamente al Manual de Políticas. La Compañía es la única autorizada para producir y promocionar los productos y la literatura identificados con estas marcas comerciales. Queda prohibido el uso del nombre de la Compañía en cualquier producto no producido o autorizado por ella, salvo del modo que se describe a continuación:

Mary Jones

Socio de Marca Independiente Neora

- b) Con respecto al uso de marcas comerciales, salvo que anteriormente se estipule lo contrario, los Socios de marca que deseen utilizar el nombre, marcas comerciales y materiales protegidos por derechos de autor de la Compañía con fines de marketing por Internet, tendrán la opción de participar en el Programa de Licenciarios por Internet de la Compañía y deberán adherirse a las Políticas contenidas en el presente documento, así como a los requisitos del programa. Para solicitar más información, envíe un correo electrónico a compliance@Neora.com.

7.2 Guía telefónica y sección de páginas blancas y amarillas.

Los Socios de marca no podrán utilizar el nombre comercial de la Compañía para hacer publicidad en la sección de páginas blancas o amarillas de la guía telefónica. Tampoco podrán hacer figurar su número de teléfono con el nombre comercial de la Compañía sin la previa aprobación por escrito de esta. Si se otorga dicha aprobación, los datos deberán aparecer de la siguiente manera:

Jones, Mary

Socio de Marca Independiente Neora

7.3 Tarjetas de presentación o papel membretado.

Los Socios de marca no podrán "crear" su propia papelería, tarjetas de presentación o gráficos de papel membretado de Socios de marca utilizando el nombre comercial o marcas comerciales de la Compañía. Solo los logotipos autorizados y el texto de la Compañía son permitidos y el papel membretado deberá solicitarse directamente a la Compañía o al contratista independiente autorizado por ella.

7.4 Publicidad impresa y electrónica.

Solo se podrán usar materiales promocionales y publicitarios producidos o aprobados por la Compañía para publicitar o promocionar el negocio de un Socio de Marca o para vender productos de la Compañía en cualquier medio impreso o electrónico, incluidos los sitios web de Internet. Nadie podrá utilizar el nombre, logotipos y marcas comerciales de la Compañía o material protegido por derechos de autor en cualquier publicidad no producida por ella o sin su previo permiso por escrito. La literatura y materiales de la Compañía no se podrán copiar o reimprimir sin su previo permiso por escrito. La Compañía podrá conceder el permiso o no a su entera discreción. La Compañía deberá aprobar por escrito el uso de carteles, materiales en ferias comerciales y similares.

7.5 Internet.

La Compañía mantiene su presencia en Internet en su propio sitio web. Está prohibido que los Socios de marca usen marcas comerciales de la Compañía, incluido el nombre Neora, el logotipo de Neora, y el nombre de sus productos o cualquier otro nombre comercial, marca comercial o frase o comentario distintivo que utilice la Compañía, incluidos los relacionados con cualquier producto o término similar a ellos, de cualquier forma en Internet. Si un Socio de Marca desea ofrecer un enlace desde su sitio web personal directamente al sitio web de la Compañía, deberá obtener autorización previa por escrito de la Compañía, quien se reserva el derecho de otorgarla o no. No podrá establecerse ningún enlace hasta que el Socio de Marca reciba la aprobación por escrito de Neora.

7.6 Protección de menores.

El sitio web de Neora no está diseñado para niños u orientado a ellos. No recopilamos, utilizamos o difundimos ninguna información de menores personas menores de 18 años. No obstante, si nos enteramos que en el sitio de Neora se ha recopilado información personalmente identificable de alguien menor de 18 años, haremos los esfuerzos razonables para borrarla de nuestros registros.

7.7 Regalos, alicientes y descuentos especiales.

- a) Los Socios de marca de Neora no podrán usar publicidad impresa, electrónica o verbal para atraer a potenciales prospectos, incluso a Clientes Preferentes para que se unan a su organización o equipo. Entre los alicientes se incluyen, entre otras cosas, recompensas especiales, incentivos, productos o garantía de colocación en línea descendente, que serán determinados a entera discreción de la Compañía.
- b) Los Socios de marca de Neora no podrán usar la "Suite de Colocación" como forma de incentivo o aliciente para impulsar a potenciales prospectos, incluidos los Clientes Preferentes, en cualquier foro público o privado para que se unan a su negocio de Neora.

7.8 Redes sociales.

- a) Como Socio de Marca de Neora, usted no está obligado a mantener presencia en las redes sociales. No obstante, si optara por hacerlo deberá adherirse a las pautas y políticas estipuladas por Neora. Dichas pautas y políticas están diseñadas para asegurar la uniformidad y profesionalismo de la marca Neora, lo que, a su vez, beneficia su negocio.
- b) Neora mantiene su presencia en Internet en beneficio de todos, lo que incluye a Clientes, Socios de marca y al público en general. Pedimos que sus comentarios en nuestros foros públicos (Facebook, Twitter, etc.) sean de interés para todos. Nuestro blog (Neorablog.net) es un recurso para que usted pueda hacer preguntas relacionadas con el aspecto comercial de Neora, y nuestro personal corporativo está a disposición para ayudar.
- c) No podrá usar las páginas corporativas oficiales de Neora para llevar a cabo u ofrecer negocios, ni para atraer gente a su propio sitio o reclutar Socios de marca. Está prohibido usar el nombre comercial de nuestra marca para desviar tráfico de nuestro sitio corporativo.
- d) No podrá presentar su negocio independiente como si fuera la oficina corporativa de Neora. Las comunicaciones de los Socios de marca, ya sea impresas o en línea, deberán establecer claramente que provienen de un vendedor independiente y no inducir al consumidor a pensar que puede estar interactuando con la oficina corporativa de Neora.
- e) Lo invitamos a usar el término "Socio de Marca Independiente de Neora" en el nombre o descripción de las diversas redes sociales que utilice para su negocio. No podrá utilizar el término "oficial" ni nada similar. Tampoco podrá utilizar alias en sitios como Twitter u otros que supongan cualquier modificación del nombre Neora. Para obtener una explicación detallada sobre el uso del nombre, consulte el artículo 7.6.
- f) Al hacer publicaciones en línea relacionadas con Neora, tenga en cuenta si la información que está compartiendo es beneficiosa para su negocio y para la Compañía en su conjunto. No se presente a sí mismo por Internet en formas que desmeriten la marca Neora. Todos los Socios de marca acuerdan, reconocen y aceptan que todo contenido publicado (fotos, testimonios, declaraciones, materiales de marketing, etc.) en sitios web de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, MySpace, LinkedIn, Flickr, etc., deben cumplir con las pautas de Publicidad Impresa y Electrónica del artículo 7.5. Se prohíbe expresamente y no se aprobará o permitirá la publicación de afirmaciones médicas o sobre salud o ingresos o comentarios despectivos.
- g) En cualquier caso de terminación de su calidad de Socio de Marca de Neora, deberá borrar toda referencia a Neora de sus perfiles en las redes sociales en el término de diez días contados a partir de la terminación.
- h) Si Neora descubre perfiles o sitios web que no cumplen con la normativa, requerirá que se elimine el material de inmediato.
- i) Cualquier infracción a las pautas sobre el manejo de redes sociales podría derivar en acciones disciplinarias y/o hasta la terminación de su cuenta de Socio de marca.
- j) Neora requiere que todos los Socios de marca se identifiquen como vendedores independientes y, por ello, se abstendrán en todo momento de actuar en nombre y representación de Neora. Éstos, deberán adherirse a la convención de nomenclatura en su página de Facebook y las demás redes sociales para que el nombre figure de la siguiente manera: "John Doe, Socio de Marca Independiente, Neora". Sólo en Facebook podrá usar la palabra "Neora" en la URL personalizada si la convención de nomenclatura es la misma que la de su sitio duplicado de Neora como, por ejemplo, "Facebook.com/john doe. Neora". Este es el único uso aceptable de la palabra "Neora" en una URL.
- k) Queda prohibido que los Socios de marca publiciten "Neora" en sitios web como Groupon, Mercado Libre, Linio, Facebook Offers, anuncios de Twitter o en cualquier sitio web o red social con oferta de cupones o descuentos especiales, incluyendo anuncios en los que se use el nombre "Neora" en las convenciones de nomenclatura de dominios URL, subdominios o en la publicidad en anuncios de pago por clic o de Adwords, etc.

7.9 Respaldo.

No se podrá alegar la aprobación o aval de ningún funcionario de la Compañía ni de ningún tercero, salvo que así se comunique expresamente en la literatura y comunicaciones de la Compañía. Por lo tanto, los Socios de marca no podrán declarar ni insinuar, directa o indirectamente, que el programa o que la Compañía ha sido aprobado o certificado por alguna entidad gubernamental.

7.10 Comunicaciones independientes.

Con sujeción a las restricciones impuestas por el presente artículo 7, se anima a los Socios de marca a suministrar información y orientación a sus respectivas líneas descendentes; no obstante, el Socio de Marca deberá identificar y distinguir sus comunicaciones personales de las comunicaciones oficiales de la Compañía. Las comunicaciones que el Socio de Marca realice o envíe a los consumidores deberán estar acorde con la Política de Spam de Neora y en todo caso los Socios de marca deberán dar cumplimiento con las normas de protección de datos personales vigentes en Colombia cuando sean responsables de la recolección de información personal de los consumidores. En ningún caso podrá tenerse a Neora como responsable ante el incumplimiento de las normas de protección de datos personales vigentes en Colombia en relación con la información recolectada por los Socios de marca ni frente al incumplimiento de las políticas de Spam.

7.11 Afirmaciones de tipo médico.

Los Socios de marca no podrán realizar afirmaciones de tipo médico (expresas o tácitas) con referencia a los productos de la Compañía. La Compañía recomienda a los clientes que estén en tratamiento médico o que sufran de alguna enfermedad crónica que consulten a su médico antes de realizar cambios en su dieta o de iniciar algún cambio en su alimentación o aplicación de productos en su piel.

7.12 Materiales para los Socios de marca.

La Compañía suministra de manera oportuna a todos los Socios de marca activos materiales para el entrenamiento de otros Socios de marca, información sobre los productos o materiales de venta, y un informe por vía electrónica de las ventas realizadas por su grupo de marketing dentro de cada período de pago de las incentivos y compensaciones adicionales.

7.13 Precios.

Los precios de los productos que se vendan por Internet deben cumplir con las políticas de precio al menudeo fijadas por Neora, según lo detallado en el artículo 9.13.

7.14 Reproducciones.

Los Socios de marca no podrán producir para la venta o uso personal los productos vendidos por la Compañía ni reproducir la literatura, material de audio o video, presentaciones, eventos o discursos, incluidas las conferencias telefónicas, que la Compañía produzca. Queda estrictamente prohibida la grabación de audio o video de las reuniones y conferencias de la Compañía. Las fotografías podrán permitirse a criterio del anfitrión de la reunión.

7.15 Respuestas telefónicas.

El Socio de Marca no podrá contestar el teléfono diciendo "Neora" o de ninguna otra manera que pueda hacer creer a la persona que llamó que se está comunicando con las oficinas corporativas de la Compañía.

7.16 Responsabilidad legal.

La violación de cualquiera de las normas contenidas en el presente Manual de Políticas será motivo suficiente para la terminación de la condición de Socio de marca. Igualmente, el infractor será responsable por los daños y perjuicios que deriven del uso no autorizado de la propiedad intelectual, marcas comerciales y materiales de la Compañía.

7.17 Incentivo automóvil de lujo:

- a) Los ganadores de un incentivo de automóvil de lujo que elijan la opción de pago en efectivo recibirán un porcentaje del valor total del incentivo definida si tomaran la opción de automóvil. El vehículo es de propiedad del Socio de Marca o del co-aplicante. La deuda por la compra del automóvil es del Socio de Marca o del co-aplicante. En caso de calificar y recibir el incentivo, Neora dará el dinero correspondiente para el pago de las cuotas.

ARTÍCULO OCHO: PAGO DE INCENTIVOS

8.1 Base para los incentivos.

Los incentivos se pagarán de acuerdo a lo establecido en el Plan de Compensación, el cual deberá ser presentado al Socio de marca, quien deberá conocerlo y entenderlo en su totalidad. No se pagarán hasta que la Compañía haya recibido y aceptado el Acuerdo firmado, antes de finalizar el mes en que se haya realizado la venta. Los incentivos se pagarán SOLAMENTE sobre la venta de los productos de la Compañía. No se pagarán incentivos por el hecho de comprar del Kit de Inicio para Socios de marca ni por concepto de patrocinio de Socios de marca.

8.2 Calendario.

Los incentivos y compensaciones adicionales se calcularán y se pagarán según la información del período corriente de pago. Al cierre de cada período de incentivo, el Socio de Marca avanzará al rango más alto para el que reúna los requisitos. Los incentivos se pagarán según el rango "Pagado Como".

8.3 Fecha de pago de incentivos.

Los incentivos mensuales se pagarán así: dentro de los primeros quince (15) días del mes siguiente. Si el día de pago cae en día feriado o fin de semana, las incentivos y compensaciones adicionales se pagarán el día hábil siguiente. Los incentivos semanales se pagarán diez (10) días después del cierre del período de incentivos. Los incentivos se pagarán a los Socios de marca que lograron la "calificación", según lo definido por el Plan de Compensación. El Plan de Compensación contiene una descripción detallada de los beneficios y de la estructura de incentivos.

8.4 Pago mínimo.

El monto mínimo de pago por incentivos y compensaciones adicionales será de \$31,000. Los montos sin pagar se incluirán en el siguiente pago de incentivos. Los cargos de procesamiento, si corresponden, variarán según la opción de pago y podrán descontarse de los incentivos.

8.5 Compensación de incentivos.

El Socio de Marca deberá reembolsar a la Compañía toda incentivo ganado y pagado sobre productos que sean devueltos. La Compañía tendrá derecho a deducir dichos montos de los futuras incentivos pagados o adeudados al Socio de Marca y línea ascendente que hayan tenido incentivo en dicho incentivo adicional.

8.6 Declaración fiscal de incentivos.

Todo incentivo pagado al Socio de marca, deberá ser declarado por el Socio de marca de acuerdo con la normativa fiscal vigente.

ARTÍCULO NUEVE: COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS

9.1 Requisito de compra.

Para que un solicitante se convierta en Socio de marca, no es obligatoria la compra de ningún producto, aunque las compras y ventas de productos podrán ser obligatorias para avanzar en el Plan de Compensación. Los Socios de marca cuyos Acuerdos hayan sido aceptados por la Compañía comprarán los productos a precio al por mayor directamente a la Compañía.

9.2 Se prohíbe la acumulación de inventario.

El éxito de la Compañía depende de las ventas al consumidor final, y toda forma de acumulación de inventario está terminantemente prohibida, incluidas, entre otras, las compras de productos principalmente a efectos de reunir los requisitos necesarios para obtener una compensación adicional. La Compañía reconoce que los Socios de marca pueden comprar productos para su propio uso; no obstante, prohíbe terminantemente la compra de productos en cantidades no razonables a efectos de reunir los requisitos para avanzar en el Plan de Compensación.

9.3 Regla del 70%.

Para poder reunir los requisitos para los incentivos, el Socio de Marca deberá certificar en el formulario de pedido de productos que realizó ventas a consumidores que no son Socios de marca y que vendió al menos el 70% de todos los productos comprados anteriormente. Los Socios de marca que realicen pedidos vía telefónica a la Compañía también deberán cumplir con esta regla y la Compañía podrá solicitarles que comprueben su cumplimiento. A efectos de promover y hacer cumplir las ventas al menudeo y la Regla del 70%, la Compañía llevará a cabo en forma trimestral auditorías de verificación a modo de seguimiento. Los representantes de la Compañía se comunicarán con los Socios de marca para verificar más a fondo el cumplimiento de la Regla del 70% correspondiente a las ventas al menudeo. Los Socios de marca deberán llevar registro y estar preparados para asistir al representante de la Compañía en esta tarea.

9.4 Regla para las ventas al menudeo.

Como mínimo, se requiere que los Socios de marca realicen ventas a cinco (5) clientes al menudeo por mes.

9.5 Reglas para Clientes Preferentes.

El Cliente Preferente debe inscribirse personalmente en el programa mensual de Pedidos con Autoenvío. Los pedidos inválidos de Clientes Preferentes se definen como aquellos entregados como pedidos de Cliente Preferente a los efectos de reunir los requisitos pero que no cuentan con la autorización por escrito del cliente preferente. Si un Socio de Marca de Neora presenta un pedido de Cliente Preferente sin la autorización del Cliente, esto dará lugar a la imposición de medidas disciplinarias y/o a la terminación del Acuerdo. Sin excepción, el Socio de Marca no podrá pagar ni recibir los pedidos de Clientes Preferentes por ningún motivo.

9.6 Métodos de compra.

Todos los pedidos enviados a la Compañía incluirán el número de identificación del Socio de Marca o el que le haya asignado la Compañía al Cliente a fin de facilitar el procesamiento y el envío adecuado del pedido. La omisión de dicha información podrá causar retrasos en el procesamiento del pedido.

9.7 Compra directa.

El Socio de Marca deberá comprar los productos directamente a la Compañía. Si un Socio de Marca obtiene productos del patrocinador o del inventario personal de un Socio de Marca en línea ascendente, pero no efectúa ni procesa el pedido de productos de reemplazo a través de la Compañía, no se pagarán incentivos ni compensaciones adicionales por concepto de tales transacciones.

9.8 Opciones de pago.

Los pedidos deberán pagarse por medio de consignación bancaria con número referenciado o tarjeta de crédito, a menos que la Compañía especifique y/o autorice expresamente lo contrario. No se enviará ningún pedido sin el pago previo correspondiente.

9.9 Envío y manejo.

El Socio de Marca será enteramente responsable de indicar en el pedido (a) el método y la forma de envío, y (b) la dirección de destino.

9.10 Entrega de productos.

Una vez autorizado el pago, la Compañía procesará el envío de los productos y materiales encargados. Si un producto está temporalmente no disponible (TNA, por sus siglas en inglés), se notificará al destinatario en la lista de productos incluida con el envío. En dicho caso, el producto se enviará en cuanto esté disponible, por lo general dentro de los diez (10) días siguientes contados a partir de la fecha en que se recibió el pedido original. Antes de que se realice el despacho de los productos, los Socios de marca podrán solicitar por escrito a la Compañía la cancelación del pedido.

9.11 Artículos dañados.

La empresa de transporte es la responsable de cualquier daño que ocurra una vez que haya asumido la custodia física de los productos. Por lo tanto, es importante notificar sin demora sobre cualquier daño a fin de que Neora presente un reclamo ante el transportador. El comprador de productos de la Compañía que reciba artículos dañados deberá seguir los procedimientos que se detallan a continuación:

- a) Aceptar la entrega.
- b) Antes de que el conductor se retire, indicar en el recibo de entrega la cantidad de cajas que parecen estar dañadas y solicitar al conductor que confirme dichos daños por escrito.
- c) Guardar los productos o cajas dañados para que sean inspeccionados por el agente de transporte.
- d) Contactarse con el Departamento de servicio al cliente de Neora para coordinar el envío de un pedido de reemplazo y completar un formulario de reclamo por los artículos dañados.

9.12 Cambios en el precio.

Los precios de los productos, y literatura de la Compañía están sujetos a cambio, los cuales serán publicados en la página web de la compañía y se harán efectivos desde el momento de su publicación.

9.13 Recibos, precios al menudeo.

Los Socios de marca que por ley estén obligados a ello, entregarán una factura por la reventa de productos de la Compañía a los clientes al menudeo. Si bien la Compañía sugiere un precio al menudeo como pauta, el Socio de Marca puede vender los productos de la Compañía a cualquier precio al menudeo que acuerde con sus clientes, siempre y cuando dicho precio no sea inferior al precio establecido por la Compañía para Clientes Preferentes.

9.14 Impuesto al Valor Agregado.

La Compañía está obligada a cobrar el impuesto al valor agregado (IVA) sobre cada compra efectuada por Socio de Marca o Clientes Preferentes. Asimismo, debe acreditar y/o pagar dicho impuesto a las autoridades fiscales colombianas. Por consiguiente, la Compañía siempre cobrará IVA a todo Socio de Marca o Cliente Preferente. Lo anterior también aplicaría para los Socios de marca que realicen la reventa de los Productos a Clientes al Menudeo, cuando así lo establezca la normatividad aplicable.

9.15 Envíos extraviados.

La Compañía llevará registro de todas las entregas enviadas. Los Socios de marca deberán comunicarse de inmediato con la Compañía apenas se les informe de cualquier problema que ocurra con el envío.

9.16 Entrega incorrecta.

Si la Compañía envía un producto por error, la mercancía no solicitada podrá devolverse a cuenta de la Compañía, siempre y cuando se siga el siguiente procedimiento:

- a) El Socio de Marca o cliente al menudeo notificará a la Compañía dentro de los cinco (5) días siguientes al recibo del pedido,
- b) Se adjuntará una copia del recibo de envío o documento de entrega, conjuntamente con los formularios que la Compañía requiera, debidamente diligenciados y firmados por el Socio de Marca o cliente al menudeo, y

- c) Los productos se devolverán por parte del Socio de Marca en los envases originales y se empacarán adecuadamente para evitar daños durante el envío de devolución.

9.17 Envíos rechazados.

Si el Socio de Marca se niega a aceptar la entrega de cualquier pedido realizado a la Compañía, esta tendrá derecho a suspender al Socio de Marca hasta que se resuelva el conflicto por la entrega rechazada. Ni el Socio de Marca ni el cliente al menudeo podrán rechazar un envío a menos que cuenten con la autorización previa de la Compañía. Si el destinatario del pedido enviado desde la Compañía se niega a aceptar la entrega y el envío se devuelve, el Socio de Marca responsable del pedido quedará suspendido hasta que se resuelva el conflicto por la entrega rechazada. Los cargos por envíos no aceptados se debitarán de la cuenta del Socio de marca. Si la Compañía determina que existe un motivo válido para el rechazo del envío, le notificará al Socio de Marca o al cliente al menudeo el procedimiento para la devolución del dinero.

9.18 Puntos de venta al menudeo.

La integridad del plan de marketing de la Compañía se basa en métodos de venta persona a persona, cara a cara y en presentaciones en el hogar. Queda terminantemente prohibida la venta de los productos de la Compañía a través de cualquier cadena de tiendas, incluyendo entre otras, droguerías, farmacias, supermercados, tiendas de alimentos saludables, puestos en centros comerciales y semejantes, restaurantes o centros comerciales, o en línea como eBay, Craigslist, Linio, Mercado Libre etc.

Se permitirá a los Socios de marca, previa autorización por escrito de la Compañía, la venta de los productos en puntos de venta al menudeo u oficinas de propiedad del Socio de Marca o gestionadas por él que no sean tiendas o parte de tiendas de cadena.

9.19 Establecimientos de servicios.

Se aceptan pedidos de productos de la Compañía de negocios como spas, centros de salud u otros establecimientos semejantes.

9.20 Consultorios médicos.

Los médicos y otros profesionales de la salud podrán vender los productos de la Compañía en su consultorio, únicamente si son Socios de marca.

9.21 Ferias y exposiciones.

Con la debida autorización por escrito de la Compañía, los Socios de marca podrán exhibir productos, y oportunidades de la Compañía en ferias y exposiciones. La Compañía deberá recibir por escrito las solicitudes para participar en ferias y exposiciones, con al menos dos semanas de anticipación a la celebración del evento. Será preciso haber recibido la autorización por escrito de la Compañía antes de participar en la feria o exposición. Ningún Socio de Marca está autorizado a vender o promocionar los productos u oportunidades de negocios de la Compañía en mercados de pulgas, mercados de canje o ventas de garaje. La autorización de la Compañía para participar en ferias o exposiciones no asegura la participación exclusiva en ninguna feria o exposición.

9.22 Ventas internacionales.

Ningún Socio de Marca podrá exportar o vender directa o indirectamente a terceros que exporten productos de la Compañía, así como literatura, herramientas de venta o material promocional de la Compañía, desde Colombia o a cualquier otro país. Los Socios de marca que deseen ser patrocinadores a nivel internacional podrán hacerlo únicamente en los países donde la Compañía esté registrada para llevar a cabo sus actividades comerciales y deberán cumplir plenamente con las Reglas de Gestión de los Socios de marca de ese país. Toda violación de esta regla representará un incumplimiento sustancial del presente contrato y será motivo suficiente para la terminación inmediata de la cuenta de Socio de marca.

9.23 Afirmaciones sobre los productos.

Los Socios de marca no podrán hacer ninguna aseveración o declaración ni dar garantía alguna respecto de los productos de la Compañía, a excepción de lo que ésta autorice expresamente por escrito o aparezca en el contenido de sus materiales oficiales. Los socios de marca no podrán hacer alguna afirmación médica, terapéutica, curativa de alguno de los productos Neora. Los socios de marca solo podrán usar las fotos de “Antes” y “después” entregadas por la compañía. El uso de fotos de “Antes” y “Después” no autorizadas esta prohibido.

9.24 Productos de promoción.

Todos los productos de promoción que lleven el nombre o el logotipo de la Compañía deberán comprarse únicamente a través de la Compañía o de sus Socios de marca, a menos que aquella otorgue su permiso previamente y por escrito.

9.25 Telemarketing.

El telemarketing está terminantemente prohibido. Por lo tanto, los Socios de marca no deben participar en actividades de telemarketing en la gestión de sus negocios de la Compañía. El término "telemarketing" se refiere a realizar una o más llamadas telefónicas a una persona o entidad con el fin de inducirla a comprar un producto de la Compañía o de reclutarla para la oportunidad de negocios de

la Compañía. Las llamadas no solicitadas realizadas a clientes potenciales o Socios de marca con el fin de promover los productos o de la Compañía o su oportunidad de negocio constituyen telemarketing y están prohibidas. No obstante, se permitirán las llamadas telefónicas realizadas a un cliente potencial o Socio de Marca (un "prospecto") en las siguientes situaciones:

- a) Podrán llamar a familiares, amigos personales y conocidos. Un "conocido" será toda persona con quien usted haya establecido al menos una relación de primera mano en los últimos tres (3) meses. No obstante, tenga en cuenta que si genera el hábito de recolectar tarjetas de negocios de todas las personas que conoce para luego llamarlas, esto podrá considerarse como una forma de telemarketing y no estará sujeta a esta excepción. Por lo tanto, si llama a "conocidos", debe hacerlo solo ocasionalmente y no como una práctica habitual.
- b) La consulta o solicitud por parte del prospecto en relación con algún producto ofrecido por el Socio de Marca dentro de los tres (3) meses inmediatamente anteriores a la fecha de la reunión.
- c) Si el Socio de Marca ha establecido una relación de negocios con el prospecto. Establecer una "relación de negocios" es aquella relación entre un Socio de Marca y un prospecto que se basa en la compra, alquiler o arrendamiento de bienes o servicios por parte del prospecto al Socio de Marca o una transacción financiera entre el prospecto y el Socio de Marca dentro de los dieciocho (18) meses inmediatamente anteriores a la fecha de la llamada telefónica destinada a inducir al prospecto a la compra de un producto.
- d) Si el Socio de Marca recibe el consentimiento firmado y por escrito del prospecto autorizando la llamada. La autorización debe especificar el número de teléfono al que el Socio de Marca está autorizado a llamar.
- e) Asimismo, los Socios de marca no deberán usar sistemas telefónicos de marcado automático para la gestión comercial de su negocio. El término "sistema telefónico de marcado automático" se refiere a equipos con la capacidad de (a) almacenar o generar números telefónicos a los que llamar mediante el uso de un generador de números aleatorio o secuencial, y de (b) marcar dichos números.

9.26 Ventas Online Prohibidas

La Compañía tiene una política de cero tolerancia que prohíbe a los socios de Marca: (1) vender los productos en plataformas de E-commerce o comercio en línea como amazon, E-bay, TaoBao, Alibaba, Groupon, Mercado Libre, Linio, etc o (2) ayudando a otros a hacerlo. La violación de esta política generará la suspensión inmediata de la cuenta de socio de marca y una posible terminación posterior.

ARTÍCULO DIEZ: DEVOLUCIONES DE PRODUCTOS POR CLIENTES AL MENEDEO

10.1 Garantía para clientes al menudeo.

La Compañía ofrece a todos los clientes al menudeo una garantía de satisfacción o devolución del 100% del dinero dentro de un plazo de treinta (30) días contados a partir de la fecha de compra. Si por cualquier motivo un cliente al menudeo no queda satisfecho con algún producto de la Compañía, podrá devolverlo en su empaque y embalaje originales, junto con el comprobante original de compra, al Socio de Marca que originalmente se lo vendió para recibir un reemplazo o un reembolso por el precio total de la compra.

10.2 Garantías.

A excepción de lo dispuesto expresamente en el presente documento, la Compañía no da garantías ni realiza afirmación alguna con respecto a la comerciabilidad, idoneidad para un propósito particular, elaboración ni ninguna otra garantía en relación con los productos comprados a la Compañía o por intermedio de Socios de marca, salvo la garantía que exige el Estatuto del Consumidor en relación con la calidad, idoneidad, seguridad y el buen estado y funcionamiento de los productos. La garantía del fabricante se transferirá al Socio de marca. En todo caso, ante los consumidores, la responsabilidad por la garantía legal recae solidariamente en el fabricante, Neora y los Socios de marca (ante este último, si la venta la realiza un Socio de marca).

10.3 Derecho de cancelación del comprador.

Los Socios de marca tendrán el derecho de cancelar ciertas ventas sin incurrir en multas si lo hacen antes de la medianoche del tercer día hábil después de la transacción. Esta regla se aplica a las ventas por montos de \$220,000 o más que realicen los Socios de marca. El formulario de pedidos de ventas de la Compañía contiene todas las notificaciones exigidas por ley.

Si la venta se realiza a través de métodos a distancia, tal como está definido en el artículo 5 del Estatuto del Consumidor, el Cliente Preferente o Cliente al Menudeo podrá ejercer su derecho de cancelación o retracto en un término máximo de cinco días hábiles contados a partir de la entrega de los productos.

10.4 Reembolsos a clientes al menudeo no relacionados con la garantía.

La Compañía reemplazará el producto de venta devuelto al Socio de Marca siempre y cuando se cumplan los siguientes procedimientos y condiciones:

- a) El Socio de Marca que compró el producto deberá devolverlo a la Compañía en un plazo de treinta (30) días contados desde la fecha de la compra original.

- b) El Socio de Marca deberá llamar al Departamento de Servicio al Cliente de la Compañía y este departamento entregará al Socio de Marca un número de autorización de devolución en el correr de diez (10) días contados desde la fecha de devolución al Socio de Marca y antes de que este efectúe la devolución de cualquier producto.
- c) La Compañía deberá recibir el producto en el correr de veinte (20) días desde la fecha de la devolución en la dirección que el Departamento de Servicio al Cliente le informe al Socio de marca.
- d) La devolución deberá ir acompañada de lo siguiente:
 - se debe enviar el producto en una caja debidamente marcada con el nombre del Socio de marca, datos personales y el número de autorización de la devolución,
 - una declaración firmada del Cliente al Menudeo en la que establezca el motivo de la devolución,
 - una copia del recibo original por la venta al menudeo,
 - la porción sin usar del producto en su envase original, y
 - el nombre, dirección y número de teléfono del cliente al menudeo.
- e) Se deberán usar envoltorios y materiales de embalaje adecuados para enviar los productos que se devuelven para su reemplazo. Se sugiere emplear el medio de envío más idóneo y económico.
- f) El Socio de Marca pagará por el costo del envío de los productos de reemplazo.
- g) La Compañía reemplazará el producto, pero no reembolsará el precio de compra a ningún Socio de Marca por las devoluciones de los clientes al menudeo.

10.5 Control de calidad.

La Compañía reemplazará cualquier producto que se considere defectuoso, siempre que el cliente lo solicite dentro de los treinta (30) días siguientes contados desde la fecha compra; no obstante, no se podrá devolver ningún producto a la Compañía sin previa autorización por escrito. Solamente podrán realizarse cambios, pero no reembolsos, salvo que el producto reemplazado por Neora también sea defectuoso en cuyo caso el Cliente Preferente y el Cliente al Menudeo, únicamente, podrán pedir el cambio del producto o su reembolso.

- a) Se deberá presentar una solicitud por escrito de reemplazo indicando el motivo de la solicitud, a la que se adjuntará una copia del Formulario de Pedido de Compra o boleta de empaque. No se aceptará la devolución de productos sin autorización previa.
- b) La Compañía emitirá un número de autorización de devolución al Socio de Marca y le indicará el lugar adónde debe enviar el producto para la verificación del inventario. Una vez que el producto haya sido recibido y verificado, la Compañía enviará el producto de reemplazo, según corresponda.
- c) La Compañía no reemplazará ningún producto que el Socio de Marca haya certificado previamente como vendido de conformidad con la Regla del 70%. Solo se aceptará el reemplazo en el caso en que la Compañía haya confirmado que se encuentran defectuosos.

10.6 Devoluciones por terminación.

- a) El Socio de Marca que termine su relación comercial con la Compañía tendrá derecho a devolver con fines de recompra, según términos comercialmente razonables, el inventario de comercialización vigente, incluyendo materiales de promoción elaborados por la Compañía, herramientas de venta y kits en posesión del Socio de Marca que este haya comprado para revender antes de la fecha de terminación. A los efectos del presente, la expresión "términos comercialmente razonables" significa la recompra de Inventario comercializable dentro de un plazo de treinta (30) días contados a partir de la fecha de compra del Socio de Marca a no menos del 90% del costo neto original, menos las compensaciones y reclamos legales, si correspondiese. Además, a efectos de este artículo, no se considerarán productos de "comercialización vigente" los que se devuelvan para su recompra después de que haya vencido su período de uso comercialmente razonable o vida útil (la vida útil se considerará vencida si el envoltorio del paquete está abierto). Un producto tampoco se considerará como de "comercialización vigente" si la Compañía indica claramente al Socio de Marca antes de la compra que es estacional, discontinuado o de promoción especial y que no está sujeto a la obligación de recompra. La Compañía no reembolsará ni sustituirá ningún producto previamente certificado como vendido en virtud de la Regla del 70%. No se efectuarán reembolsos a menos que el Socio de Marca se encuentre en estricto cumplimiento de los procedimientos que se detallan a continuación:
 - i) Se deberá presentar por escrito una solicitud de devolución en la que se indique el motivo de la terminación, así como de la devolución de los productos y/o materiales de venta. Dicha solicitud debe ir acompañada del comprobante original de pago y de una copia del Formulario de Pedido de Compra o boleta de empaque. Los productos que se devuelvan sin autorización previa serán devueltos a los Socios de marca.
 - ii) La Compañía emitirá un número de autorización de devolución al Socio de Marca y le indicará el lugar adónde debe enviar el producto para la verificación del inventario. Luego de la recepción e inspección del producto devuelto, la Compañía procesará el reembolso de pago correspondiente.

- iii) Los Socios de marca pagarán por el costo del flete de devolución.
- iv) El Socio de Marca deberá reembolsar a la Compañía todas las incentivos y compensaciones adicionales recibidas por productos devueltos. La Compañía podrá descontar estos montos de las incentivos o demás montos adeudados a dicho Socio de marca. El Socio de Marca en línea ascendente deberá reembolsar a la Compañía todos los incentivos adicionales que haya percibido por concepto de un producto devuelto.

ARTÍCULO ONCE: DISPOSICIONES GENERALES

11.1 Acuerdo de indemnidad.

Los Socios de marca aceptan indemnizar y exonerar a la Compañía, sus accionistas, funcionarios, directores, empleados y/o agentes en relación con cualquier reclamo, demanda, obligación, pérdida, costo o gasto, incluidos, entre otros, costas judiciales y honorarios de abogados, impuestos, sufridos o incurridos por cualquiera de ellos, en forma directa o indirecta, que sean causados o de algún modo se relacionen o conecten con (a) las actividades como Socio de marca, (b) el incumplimiento de los términos del Acuerdo, y/o (c) la violación o el incumplimiento de las leyes Colombianas correspondientes.

11.2 Límite de responsabilidad legal.

En la medida en que lo permita la ley, la Compañía no será legalmente responsable y los Socios de marca la eximen y exoneran y renuncian a toda reclamación de pérdidas de ganancias, indirectas o directas, daños especiales o emergentes y demás pérdidas incurridas o sufridas por los Socios de marca como resultado de lo siguiente: (a) el incumplimiento por parte de los Socios de marca del Acuerdo y/o los términos y condiciones del Manual de Políticas, (b) la gestión de negocios del Socio de marca, (c) la información incorrecta o errónea proporcionada por los Socios de marca, (d) la violación de los derechos de autor en conexión con los materiales proporcionados por los Socios de marca, o (e) el no proporcionar información o datos necesarios para que la Compañía gestione su negocio, incluidas, sin limitaciones, la inscripción y la aceptación de Socios de marca en el Plan de Compensación o el pago de incentivos.

11.3 Limitación de daños.

Salvo en casos de culpa grave y dolo, la Compañía y sus filiales, funcionarios, directores, empleados y demás representantes no serán legalmente responsables, y por el presente los Socios de marca eximen a los anteriormente mencionados y los exoneran, de cualquier reclamo por pérdida de ingresos, daños incidentales, especiales, emergentes o punitivos que puedan surgir de cualquier reclamo relacionado de cualquier manera con el desempeño, no desempeño, acción u omisión de la compañía con respecto a la relación comercial o a otros asuntos entre cualquier Socio de Marca y la Compañía, ya sea por contrato. Asimismo, se acuerda que los daños y perjuicios ocasionados a los Socios de marca quedan por el presente expresamente limitados al monto, que no podrán superar, de los programas, y productos de la Compañía de propiedad de los Socios de marca y de las incentivos que se les adeuden.

11.4 Mantenimiento de registros.

La Compañía anima a los Socios de marca a llevar un registro completo y preciso de todos sus tratos comerciales con clientes.

11.5 Uso de infraestructura de la compañía.

Los Socios de marca aceptan no aprovechar la infraestructura de la Compañía para promover productos o servicios de otras compañías de venta directa.

11.6 Modificaciones.

La Compañía se reserva el derecho de modificar el Acuerdo, el Manual de Políticas, sus precios al menudeo, la disponibilidad de productos y el Plan de Compensación en cualquier momento sin previo aviso, según lo considere apropiado y por medios electrónicos, lo cual se realizará con observancia de la ley vigente para tal fin. Las modificaciones se comunicarán a los Socios de marca a través de publicaciones oficiales de la Compañía o de su sitio web o mediante mensajes de voz y/o correo electrónico. Los Socios de marca podrán aceptar cualquier modificación, ya sea expresa o tácitamente, al momento de hacer un pedido de compra con posterioridad a que la Compañía publique la correspondiente modificación en su sitio web. Por lo tanto, se considerarán formalmente notificados de las modificaciones, las que quedarán vigentes y obligatorias para ellos a partir de tal fecha. En caso de conflicto entre los documentos o políticas originales y cualquiera de las modificaciones, prevalecerán estas últimas.

11.7 Aplicación obligatoria de las disposiciones.

El no ejercicio de la Compañía de cualquier facultad otorgada por el Manual de Políticas, su no insistencia en que los Socios de Marca cumplan estrictamente con alguna obligación o disposición del presente, así como ninguna costumbre o práctica de las partes que difiera del presente constituirán una renuncia al derecho de la Compañía a Exigir el pleno cumplimiento de este Manual de Políticas. La exoneración de la Compañía de cualquier incumplimiento específico en que hayan incurrido los Socios de marca no afectará ni menoscabará los derechos de aquella respecto de cualquier incumplimiento posterior ni afectará de modo alguno los derechos u obligaciones de todos los demás Socios de marca. Asimismo, ningún retraso u omisión por parte de la Compañía en ejercer cualquier

derecho que surja como resultado de un incumplimiento afectará o menoscabará sus derechos en relación con ese incumplimiento u otros posteriores. La renuncia de la Compañía podrá efectuarse únicamente por escrito y por un funcionario autorizado.

11.8 Solución de Controversias.

- a) Todas las disputas, reclamos o controversias relacionadas con sus productos o cualquier Solicitud para Socios de marca, Términos del Acuerdo de Neora, Políticas y Procedimientos de la Compañía y demás documentos, que no puedan resolverse directamente entre las partes en un término de treinta (30) días desde la fecha en que una parte ponga en conocimiento de la otra dicha circunstancia, se someterán a decisión de la jurisdicción ordinaria.
- b) El presente documento como el Acuerdo se regirán y serán interpretados de conformidad con las Leyes de la República de Colombia, y tendrán como domicilio contractual la ciudad de Bogotá D.C.

11.9 Totalidad del Acuerdo.

El presente Manual de Políticas se incorpora al Acuerdo, conjuntamente con el Plan de Compensación, y constituye la totalidad del acuerdo entre las partes en lo relacionado con su relación de negocios con Neora.

11.10 Derecho aplicable.

El Acuerdo y el presente Manual de Políticas se regirán por las leyes de Colombia

11.11 Fuerza mayor.

Ninguna de las partes será responsable por retrasos o fallas en la ejecución del Acuerdo causados por circunstancias que escapen al control de las partes, causas de fuerza mayor como huelgas, dificultades laborales, incendios, guerras, decretos u órdenes gubernamentales o interrupciones de la fuente habitual de suministro de alguna de las partes.

11.12 Notificación.

Toda comunicación, aviso o demanda de cualquier tipo que tanto los Socios de marca como la Compañía deban o deseen presentar o notificar a la otra parte deberá ser por escrito o enviado por correo electrónico, (en caso de confirmación por escrito debe ser enviado por correo certificado), con solicitud de acuse de recibo. Las partes podrán cambiar el domicilio constituido a efectos de recibir notificaciones dando aviso por escrito a la otra parte de conformidad con lo dispuesto en este Artículo. Cualquier tipo de comunicación, aviso o demanda se considerará entregada o notificada en la fecha en que se haya entregado personalmente por servicio personal, en la fecha de entrega confirmada en caso de comunicaciones electrónicas o en la fecha que figure en el recibo de devolución u otro comprobante si se envía por correo postal.

11.13 Divisibilidad.

Si en virtud de las leyes o normas aplicables y vinculantes de la jurisdicción que corresponda, se considera que cualquier disposición del Acuerdo, incluyendo el presente Manual de Políticas, o cualquier especificación, regla o procedimiento operativo que la Compañía haya dispuesto es inválido o no exigible, la Compañía tendrá el derecho a modificar, en la medida en que se requiera para su validez y exigibilidad, la disposición, especificación, regla o procedimiento operativo o cualquier porción de los mismos que sea inválido o no exigible, y los Socios de marca estarán obligados a regirse por tales modificaciones. La modificación solo tendrá vigencia en la jurisdicción en la que sea obligatoria.

11.14 Infracciones.

Todo Socio de Marca tiene la obligación de cumplir y mantener la integridad del presente Manual de Políticas. Si un Socio de Marca observa que otro Socio de Marca comete una infracción, deberá hablarlo directamente con el Socio de Marca infractor. Toda infracción que se denuncie ante la Compañía deberá cumplir con los procedimientos establecidos por la Compañía a esos efectos. La denuncia podrá hacerse por teléfono llamando al Departamento de servicio al cliente de Neora al 3078024 desde Bogotá, y al 01-8000-943377 desde el resto del país.

ARTÍCULO DOCE: CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL

NEORA COLOMBIA cree que sus Socios de marca deben regirse por los principios de justicia, honestidad, integridad y servicio. La relación de la Compañía con los Socios de marca, de estos con el cliente y entre los Socios de marca deberá cuidarse, protegerse y promoverse de conformidad con las normas más altas de conducta. Por lo tanto, los Socios de marca aceptan adherirse al código de ética profesional (el "código ético") incluido en este artículo doce y regirse por él.

Como Socio de Marca acepto actuar de la siguiente manera:

- 12.1 Seré honesto y justo en todos mis tratos como Socio de Marca de la Compañía.

- 12.2 Respetaré el tiempo y la privacidad de las personas con las que me contacte para que se conviertan en clientes al menudeo o Socios de marca de la Compañía. Seré cortés y respetuoso con toda persona con la que me comunique en el curso de mis negocios de la Compañía.
- 12.3 Llevaré a cabo todas mis actividades económicas de tal modo que permita aumentar mi reputación y la de la Compañía.
- 12.4 Cumpliré con mis responsabilidades de liderazgo como patrocinador, lo que incluye el entrenamiento y demás formas de apoyo a los Socios de marca en mi organización de ventas.
- 12.5 No participaré en ninguna práctica engañosa o ilegal ni en ninguna práctica prohibida por el Acuerdo o el Manual de Políticas.
- 12.6 No realizaré diagnósticos ni aseveraciones de carácter terapéutico o curativo sobre los productos de la Compañía. No realizaré ninguna aseveración que no esté contenida en la literatura oficial de la Compañía. Solamente afirmaré que "cada cuerpo es único y responde de una manera única a los diferentes productos", teniendo en cuenta que incluso mi propia experiencia con el producto puede interpretarse como una "extensión de las especificaciones de la etiqueta" si uso dichas experiencias como herramienta de ventas.
- 12.7 No realizaré ninguna afirmación o declaración sobre ingresos en relación con el Plan de Compensación, teniendo en cuenta que las proyecciones del Plan de Compensación de la Compañía son ideales. Ninguna red crece en progresión geométrica perfecta, razón por la cual resulta imposible predecir los ingresos. Asimismo, el éxito de un Socio de Marca depende de muchas variables, como la cantidad de tiempo dedicado a su negocio y el grado de capacidad organizativa.
- 12.8 Entiendo y acepto que soy el único responsable por todas las obligaciones financieras y/o jurídicas que haya contraído en el curso de mis negocios como Socio de Marca de Neora, incluidos los impuestos sobre el trabajo independiente, sobre la renta y al valor agregado, los cargos de licencia y los cargos personales relacionados.
- 12.9 En el trato con mis clientes al menudeo, siempre respetaré la garantía de treinta (30) días de satisfacción del 100% con devolución de dinero.
- 12.10 Entiendo y acepto que el capitalismo es uno de los sistemas económicos más competitivos del mundo. Competiré de manera enérgica pero justa y respetaré a los vendedores de otras compañías de marketing en red. No captaré clientes de las listas de dominio privado o estructuras "genealógicas" de otras compañías de marketing en red. No usaré los materiales de ventas ni las asociaciones profesionales que puedan considerarse de propiedad de otras compañías. La Compañía busca promover la reputación de todas las compañías de marketing en red respetables que fomentan la independencia personal de sus Socios de marca.
- 12.11 El Socio de Marca no asumirá ninguna conducta que afecte, socave o perjudique la reputación o los negocios de la Compañía o de otros Socios de marca, incluidas, entre otras: menoscabar a la Compañía, sus Funcionarios, Empleados u otros Socios de marca; manipular el Plan de Compensación; socavar o contravenir los sistemas de entrenamiento empleados y autorizados por la Compañía; comportarse de modo abusivo, irrespetuoso o intimidante con otros Socios de marca, Clientes, Empleados o Filiales de la compañía; conducirse de un modo que socave la relación entre la Compañía y los Socios de marca o de estos entre sí; llevar adelante conductas falsas, fraudulentas, deshonestas o engañosas o cualquier otro comportamiento que la Compañía considere indigno o que de alguna manera afecte negativamente a la Compañía o a otros Socios de marca.