

# iX Global, LLC

## Policias y procedimientos

A partir del 20 de marzo de 2023

<b>SECCIÓN 1 - DECLARACIÓN DE MISIÓN</b>	<b>5</b>
<b>SECCIÓN 2 - INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
2.1 - Objeto del Acuerdo de Brand Ambassador y de las Políticas y Procedimientos	5
2.2 - Políticas y Plan de Compensación Incorporados al Acuerdo de Brand Ambassador	5
2.3 - Cambios al Acuerdo	5
2.4 - Políticas y Disposiciones Separables	6
2.5 - Renuncia	6
<b>SECCIÓN 3 - CONVERTIRSE EN UN EMBAJADOR DE MARCA</b>	<b>6</b>
3.1 - Requisitos para convertirse en Brand Ambassador de los Estados Unidos	6
3.2 - Kit de inicio y compras de productos	6
3.3 - Beneficios de Brand Ambassador	7
3.4 - Plazo y renovación de su iX Global Business	7
<b>SECCIÓN 4 - FUNCIONAMIENTO DE UN NEGOCIO iX Global</b>	<b>7</b>
4.1 - Adhesión al Plan de Compensación Global iX	7
4.2 - Publicidad	8
4.2.1 - Generalidades	8
4.2.2 - Marcas comerciales y derechos de autor	8
4.2.2.1 - Logotipo de Embajador de la marca global iX independiente	9
4.2.3 - Medios y consultas de los medios	9
4.2.4 - Correo electrónico no solicitado	10
4.2.4.1 - Requisitos para todos los mensajes de correo electrónico comerciales	10
4.2.4.2 - Requisitos adicionales para mensajes de correo electrónico enviados a dispositivos inalámbricos	11
4.2.4.3 - Mensajes de correo electrónico comerciales enviados en nombre de Brand Ambassadors	12
4.2.5 - Faxes no solicitados	12
4.2.6 - Listados del directorio telefónico	12

4.2.7 - Publicidad en Televisión y Radio	13
4.2.8 - Precios anunciados	13
4.3 - Conducta en línea	13
4.3.1 - Sitios web de Brand Ambassador	13
4.3.2 - Sitios web replicados de iX Global	13
4.3.3 - Nombres de dominio, direcciones de correo electrónico y alias en línea	13
4.3.4 - Anuncios en línea	14
4.3.5 - eBay/Subastas en línea	14
4.3.6 - Venta minorista en línea	14
4.3.7 - Publicidad en pancartas	14
4.3.8 - Enlace de spam	15
4.3.9 - Envío de medios digitales (YouTube, iTunes, PhotoBucket, etc.)	15
4.3.10 - Enlaces patrocinados/Anuncios de pago por clic (PPC)	15
4.3.11 - Nombres de dominio y direcciones de correo electrónico	15
4.3.12 - Redes Sociales	16
4.4 - Entidades Comerciales	16
4.4.1 - Eliminación de una Parte Afiliada	17
4.4.2 - Cambios a una Entidad Comercial	17
4.5 - Cambio de Patrocinador	17
4.5.1 - Terminación y Nueva Solicitud	18
4.5.2 - Renuncia a reclamaciones	18
4.6 - Reclamos y Acciones No Autorizadas	18
4.6.1 - Indemnización	18
4.6.2 - Declaraciones de productos	19
4.6.3 - Reclamaciones del Plan de Compensación	19
4.6.4 - Reclamaciones de ingresos	19
4.6.5 - Declaración de Ingresos	20
4.7 - Prohibición de reenvasado y reetiquetado	21
4.8 - Puntos Comerciales	21
4.9 - Instalaciones Militares	22
4.10 - Ferias comerciales, exposiciones y otros foros de ventas	22
4.11 - Conflictos de interés	23
4.11.1 - Reclutamiento cruzado	23
4.11.2 - No solicitud	23
4.11.3 - Participación de Brand Ambassador en otros programas de mercadeo en red	24
4.11.4 - Información Confidencial	24
4.12 - Dirigirse a otros vendedores directos	25
4.13 - Errores o Preguntas	26
4.14 - Aprobación o respaldo gubernamental	26
4.15 - Retención de Solicitudes u Órdenes	26
4.16 - Impuestos a la Renta	26
4.17 - Estatus de contratista independiente	26
4.18 - Seguro	27

4.19 - Marketing Internacional	27
4.20 - Exceso de inventario y compra de bonificación	27
4.21 - Cumplimiento de las Leyes, Reglamentos y el Acuerdo	28
4.22 - Un negocio global iX por individuo y por hogar	28
4.23 - Acciones de Miembros del Hogar o Afiliados	29
4.24 - Resumen de la Organización de Marketing	29
4.25 - Venta, Transferencia o Cesión de iX Global Business	29
4.26 - Separación de un iX Global Business	30
4.27 - Patrocinio en línea	31
4.28 - Sucesión	31
4.28.1 - Transferencia por fallecimiento de un Brand Ambassador	31
4.28.2 - Transferencia por Incapacidad de un Brand Ambassador	32
4.29 - Técnicas de Telemercadeo	32
4.30 - Acceso a la Oficina Virtual	33
4.31 - Comunicación no autorizada	33
4.32 - Limitación de responsabilidad	33
4.33 - Indemnización	34
<b>SECCIÓN 5 - Responsabilidades de los Brand Ambassadors</b>	<b>34</b>
5.1 - Cambio de dirección, teléfono y dirección de correo electrónico	34
5.2 - Obligaciones de desarrollo continuo	34
5.2.1 - Formación Continua	34
5.2.2 - Mayores responsabilidades de capacitación	35
5.2.3 - Responsabilidades de ventas en curso	35
5.3 - No menosprecio	35
5.4 - Suministro de documentación a los solicitantes	35
<b>SECCIÓN 6 - REQUISITOS DE VENTA</b>	<b>36</b>
6.1 - Venta de productos	36
6.2 - Sin Restricciones Territoriales	36
6.3 - Recibos de Venta	36
<b>SECCIÓN 7 - BONOS Y COMISIONES</b>	<b>36</b>
7.1 - Calificación y Acumulación de Bonificaciones y Comisiones	36
7.2 - Ajustes a Bonificaciones y Comisiones	37
7.2.1 - Ajustes por productos devueltos	37
7.2.2 - Cheques de comisiones en papel	37
7.2.3 - Retenciones de Impuestos	37
7.3 - Informes	37
<b>SECCIÓN 8 - GARANTÍAS DE PRODUCTOS, DEVOLUCIONES Y RECOMPRA DE INVENTARIO</b>	<b>38</b>
8.1 - Garantía y Rescisión del Producto	38
8.2 - Rescisión Clientes Minoristas	39
8.2.1 - Leyes federales y estatales de EE. UU	39

8.2.2 Residentes de Montana	39
Un residente de Montana puede cancelar su Acuerdo de Brand Ambassador dentro de los 15 días a partir de la fecha de inscripción y puede devolver su Kit de inicio para obtener un reembolso completo dentro de dicho período de tiempo.	
8.2.3 - Clientes Directos y Preferentes	39
8.3 - Devolución de inventario y ayudas de ventas tras la rescisión del Brand Ambassador	40
8.4 - Procedimientos para la devolución de productos	40
<b>SECCIÓN 9 - RESOLUCIÓN DE DISPUTAS Y PROCEDIMIENTOS DISCIPLINARIOS</b>	<b>41</b>
9.1 - Sanciones disciplinarias	41
9.2 - Quejas y Reclamos	42
9.3 - Mediación	42
9.4 - Arbitraje	42
9.5 - Ley aplicable, jurisdicción y jurisdicción	43
9.5.1 - Residentes de Luisiana	43
<b>SECCIÓN 10 - PAGOS</b>	<b>44</b>
10.1 - Impuestos a las Ventas	44
<b>SECCIÓN 11 - INACTIVIDAD Y TERMINACIÓN</b>	<b>44</b>
11.1 - Efecto de la Terminación	44
11.2 - Terminación por Inactividad	45
11.2.1 - Incumplimiento de la cuota de PV	45
11.3 - Terminación Involuntaria	45
11.4 - Terminación voluntaria	45
11.5 - No renovación	46
<b>SECCIÓN 12 - DEFINICIONES</b>	<b>46</b>
<b>SECCIÓN 13 - ADENDAS</b>	<b>48</b>
13.1 - Apéndice de políticas y procedimientos de iX - Política de buena fe de Brand Ambassador	48
13.2 - Anexo de Políticas y Procedimientos iX - Inactividad	49
13.3 - Apéndice de Políticas y Procedimientos iX - Epins	50
13.4 - Anexo de Políticas y Procedimientos iX - Reclutamiento Cruzado	51

# SECCIÓN 1 - DECLARACIÓN DE MISIÓN

En iX Global, estamos comprometidos a utilizar **la innovación** para **inspirar** y empoderar a nuestra comunidad para que tenga un **impacto positivo** en el mundo.

## INNOVAR. INSPIRAR . IMPACTO

Nuestra misión es proporcionar soluciones tecnológicas de alta calidad que impulsen un cambio positivo, mejoren vidas y promuevan la sostenibilidad para las generaciones futuras.

# SECCIÓN 2 - INTRODUCCIÓN

## 2.1 - Objeto del Acuerdo de Brand Ambassador y de las Políticas y Procedimientos

Los propósitos del Acuerdo de Brand Ambassador y las Políticas y Procedimientos incluyen lo siguiente:

- ❖ Para ayudar a los Brand Ambassadors a construir y proteger sus negocios;
- ❖ Para proteger a iX Global y sus Brand Ambassadors de riesgos legales y regulatorios;
- ❖ Establecer normas de comportamiento aceptable;
- ❖ Para establecer los derechos, privilegios y obligaciones de iX Global y sus Brand Ambassadors;
- ❖ Definir la relación entre iX Global y sus Brand Ambassadors.

## 2.2 - Políticas y Plan de Compensación Incorporados al Acuerdo de Brand Ambassador

Estas Políticas y Procedimientos y el Plan de Compensación, en su forma actual y modificado por iX Global, LLC (en adelante, "iX Global" o la "Compañía"), se incorporan y forman parte integral del Embajador de la Marca iX Global. Solicitud y Acuerdo ("Acuerdo de Brand Ambassador"). Es responsabilidad de cada Embajador de la marca leer, comprender, adherirse y asegurarse de conocer y operar bajo la versión más actualizada de estas Políticas y Procedimientos. A lo largo de estas Políticas, cuando se utiliza el término "Acuerdo", se refiere colectivamente a la Solicitud y Acuerdo de iX Global Brand Ambassador (incluidos los Términos y Condiciones), estas Políticas y Procedimientos, y el

Plan de Compensación de iX Global. Estos documentos se incorporan por referencia en el Acuerdo de iX Global Brand Ambassador (todos en su forma actual y modificados por iX Global).

## **2.3 - Cambios al Acuerdo**

iX Global se reserva el derecho de modificar el Acuerdo, el Plan de Compensación y sus precios a su sola y absoluta discreción. Al ejecutar el Acuerdo de Brand Ambassador, un Brand Ambassador acepta cumplir con todas las enmiendas o modificaciones que iX Global elija realizar. Las enmiendas entrarán en vigencia treinta (30) días después de la publicación del aviso de modificación del Acuerdo. Las enmiendas no se aplicarán retroactivamente a conductas que ocurrieron antes de la fecha de vigencia de la enmienda. La notificación de modificaciones se publicará mediante el siguiente método: publicación en las oficinas administrativas de Brand Ambassadors. La continuación del negocio iX Global de un Brand Ambassador, la aceptación de cualquier beneficio bajo el Acuerdo, o la aceptación de bonificaciones o comisiones por parte de un Brand Ambassador constituye la aceptación de todas las enmiendas.

## **2.4 - Políticas y Disposiciones Separables**

Si se determina que alguna disposición del Acuerdo, en su forma actual o modificada, es inválida o inaplicable por algún motivo, solo se eliminarán las partes inválidas de la disposición y los términos y disposiciones restantes permanecerán en plena fuerza y efecto. La disposición separada, o parte de la misma, se reformará para reflejar el propósito de la disposición lo más fielmente posible.

## **2.5 - Renuncia**

iX Global nunca renuncia a su derecho de insistir en el cumplimiento del Acuerdo y de las leyes aplicables que rigen la conducción de un negocio. Ningún incumplimiento por parte de iX Global de ejercer ningún derecho o poder en virtud del Acuerdo o de insistir en el cumplimiento estricto por parte de un Embajador de la marca de cualquier obligación o disposición del Acuerdo, y ninguna costumbre o práctica de las partes en desacuerdo con los términos del Acuerdo, constituirá una renuncia al derecho de iX Global de exigir el cumplimiento exacto del Acuerdo. La existencia de cualquier reclamo o causa de acción de un Brand Ambassador contra iX Global no constituirá una defensa para que iX Global haga cumplir cualquier término o disposición del Acuerdo.

# **SECCIÓN 3 - CONVERTIRSE EN UN EMBAJADOR DE MARCA**

## **3.1 - Requisitos para convertirse en Brand Ambassador de los Estados Unidos**

Para convertirse en embajador de la marca iX Global, cada solicitante debe:

- ❖ Tener al menos 18 años de edad;
- ❖ Residir en los Estados Unidos o territorios de los EE. UU. o en un país que iX Global haya anunciado oficialmente que está abierto para los negocios;
- ❖ Proporcionar a iX Global su número válido de Seguro Social o de identificación fiscal federal;
- ❖ Compre un iX Global Business Kit (opcional en Dakota del Norte, Massachusetts y Wyoming para los residentes de esos estados); y
- ❖ Envíe una Solicitud y Acuerdo de Embajador de Marca correctamente completado a iX Global en línea.

iX Global se reserva el derecho de aceptar o rechazar cualquier Solicitud y Acuerdo de Brand Ambassador por cualquier motivo o sin motivo alguno.

## **3.2 - Kit de inicio y compras de productos**

Con la excepción de un kit de inicio potencial, ninguna persona está obligada a comprar productos, servicios o ayudas de ventas de iX Global, ni a pagar ningún cargo o tarifa para convertirse en embajador de la marca. Para familiarizar a los nuevos Brand Ambassadors con los productos, servicios, técnicas de venta, ayudas de venta y otros asuntos de iX Global, es posible que iX Global requiera que compren un kit de inicio.

## **3.3 - Beneficios de Embajador de Marca**

Una vez que iX Global acepta una Solicitud y Acuerdo de Brand Ambassador, los beneficios del Plan de Compensación y el Acuerdo de Brand Ambassador están disponibles para el nuevo Brand Ambassador. Estos beneficios incluyen el derecho a:

- ❖ Vender productos y servicios de iX Global;
- ❖ Participar en el Plan de Compensación Global iX (recibir bonos y comisiones, si es elegible);
- ❖ Patrocinar a otras personas como Clientes o Embajadores de la marca en el negocio de iX Global y, por lo tanto, construir una organización de marketing y progresar a través del Plan de compensación de iX Global;
- ❖ Recibir literatura periódica de iX Global y otras comunicaciones de iX Global;

- ❖ Participar en las funciones de soporte, servicio, capacitación, motivación y reconocimiento patrocinadas por iX Global, previo pago de los cargos correspondientes, si corresponde; y
- ❖ Participar en concursos y programas promocionales y de incentivos patrocinados por iX Global para sus Brand Ambassadors.

### **3.4 - Plazo y renovación de su iX Global Business**

El plazo del Acuerdo de Brand Ambassador es de un año a partir de la fecha de su aceptación por parte de iX Global (sujeto a reclasificación por inactividad después de seis meses de conformidad con la Sección 11.2). Es posible que se requiera que los Brand Ambassadors renueven su Acuerdo de Brand Ambassador cada año mediante el pago de una tarifa de renovación anual en la fecha de aniversario de su Acuerdo de Brand Ambassador o antes. Si la tarifa de renovación no se paga dentro de los treinta (30) días posteriores al vencimiento del plazo actual del Acuerdo de Brand Ambassador, el Acuerdo de Brand Ambassador se rescindirá automáticamente. iX Global tendrá el derecho, a su sola y absoluta discreción, de no aceptar el Acuerdo o cualquier renovación del mismo.

## **SECCIÓN 4 - FUNCIONAMIENTO DE UN NEGOCIO iX Global**

### **4.1 - Adhesión al Plan de Compensación Global iX**

Los Brand Ambassadors deben cumplir con los términos del Plan de Compensación de iX Global como se establece en la literatura oficial de iX Global. Los Brand Ambassadors no ofrecerán la oportunidad de iX Global a través de, o en combinación con, ningún otro sistema, programa, herramienta de ventas o método de marketing que no sea el específicamente establecido en la literatura oficial de iX Global. Los Embajadores de la marca no requerirán ni alentarán a otros Clientes o Embajadores de la marca actuales o potenciales a celebrar ningún acuerdo o contrato que no sean los acuerdos y contratos oficiales de iX Global para convertirse en Embajadores de la marca iX Global. Del mismo modo, los Embajadores de la marca no exigirán ni alentarán a otros Clientes o Embajadores de la marca actuales o potenciales a realizar ninguna compra o pago a ninguna persona u otra entidad para participar en el Plan de compensación global de iX que no sean las compras o los pagos identificados como recomendados o requeridos en documentos o literatura oficiales de iX Global.

## **4.2 - Publicidad**

### **4.2.1 - Generalidades**

Todos los Brand Ambassadors deberán salvaguardar y promover la buena reputación de iX Global y sus productos. El marketing y la promoción de iX Global, la oportunidad de iX Global, el Plan de Compensación y los productos de iX Global deben evitar toda conducta o práctica descortés, engañosa, engañosa, poco ética o inmoral o ilegal.

Para promocionar tanto los productos y servicios como la gran oportunidad que ofrece iX Global, los Brand Ambassadors deben utilizar las ayudas de ventas, las herramientas comerciales y los materiales de apoyo producidos por iX Global. iX Global ha diseñado cuidadosamente sus productos, etiquetas de productos, plan de compensación y materiales promocionales para garantizar que se promocionen de manera justa y veraz, que estén fundamentados y que los materiales cumplan con los requisitos legales de las leyes federales y estatales.

En consecuencia, los Brand Ambassadors solo pueden publicitar o promocionar su negocio iX Global utilizando herramientas, plantillas o imágenes aprobadas adquiridas a través de iX Global. No se necesita aprobación para usar estas herramientas aprobadas. Si desea diseñar sus propios materiales de marketing en línea o fuera de línea de cualquier tipo, sus diseños deben enviarse al departamento de publicidad de iX Global ([admin@ixglobal.us](mailto:admin@ixglobal.us)) para su consideración e inclusión en la biblioteca de plantillas/imágenes. A menos que reciba una aprobación específica por escrito de iX Global para usar dichas herramientas, la solicitud se considerará denegada.

Los Brand Ambassadors no pueden vender ayudas de ventas a otros iX Global Brand Ambassadors. Por lo tanto, los Brand Ambassadors que reciben autorización de iX Global para producir sus propios materiales de ventas no pueden vender dicho material a ningún otro Brand Ambassador de iX Global. Los Brand Ambassadors pueden poner el material aprobado a disposición de otros Brand Ambassadors de forma gratuita si así lo desean, pero no pueden cobrar a otros Brand Ambassadors de iX Global por el material.

iX Global además se reserva el derecho de rescindir la aprobación de cualquier herramienta de ventas, materiales promocionales, anuncios u otra literatura, y los Brand Ambassadors renuncian a todos los reclamos por daños o remuneración que surjan o se relacionen con dicha rescisión.

### **4.2.2 - Marcas comerciales y derechos de autor**

El nombre de iX Global y otros nombres que pueda adoptar iX Global son nombres comerciales, marcas registradas y marcas de servicio propiedad de iX Global (colectivamente, "marcas"). Como tales, estas marcas son de gran valor para iX Global y se proporcionan a los Embajadores de la marca para su uso únicamente en la forma expresamente autorizada. iX Global solo permitirá el uso limitado no exclusivo de sus marcas, diseños o símbolos, o cualquier derivado de los mismos, únicamente por parte de un Brand Ambassador en el fomento o la operación de su negocio iX Global, de conformidad con estas Políticas y Procedimientos . iX Global no permitirá el uso de sus

marcas, diseños o símbolos, o cualquier derivado de los mismos, por ninguna persona, incluidos los Embajadores de la marca iX Global, de ninguna manera sin su permiso previo por escrito.

El contenido de todos los eventos patrocinados por iX Global es material protegido por derechos de autor. Los Brand Ambassadors no pueden producir para la venta o distribución ningún evento y discurso grabado de iX Global sin el permiso por escrito de iX Global, ni pueden reproducir para la venta o para uso personal ninguna grabación de presentaciones en cinta de audio o video producidas por iX Global.

Como Brand Ambassador independiente, puede usar el nombre iX Global de la siguiente manera:

Nombre del embajador de la marca

Embajador independiente de la marca global iX

Ejemplo:

alicia smith

Embajador independiente de la marca global iX

o

alicia smith

iX global

Embajador de marca independiente

Los Brand Ambassadors no pueden usar el nombre iX Global de ninguna forma en el nombre de su equipo, un eslogan, el nombre de un sitio web externo, la dirección o extensión de su sitio web personal, en una dirección de correo electrónico, como un nombre personal o como un apodo sin permiso expreso por escrito. . Además, solo use la frase Embajador de la marca iX Global independiente en el saludo de su teléfono o en su contestador automático para separar claramente su negocio iX Global independiente de iX Global, LLC. Por ejemplo, no puede asegurar el nombre de dominio [www.iXGlobalLife.com](http://www.iXGlobalLife.com), ni puede crear una dirección de correo electrónico como [iXGlobalsales@hotmail.com](mailto:iXGlobalsales@hotmail.com).

#### **4.2.2.1 - Logotipo de Embajador de la Marca Global Independiente iX**

Si usa un logotipo de iX Global en cualquier comunicación, debe usar la versión de Embajador de marca independiente del logotipo de iX Global. El uso de cualquier otro logotipo de iX Global requiere aprobación por escrito.

### **4.2.3 - Medios y Consultas de Medios**

Los Brand Ambassadors no deben intentar responder a las consultas de los medios sobre iX Global, sus productos o servicios, o su negocio iX Global independiente. Todas las consultas por cualquier tipo de medio deben ser remitidas inmediatamente al Departamento de Marketing de iX Global. Esta política está diseñada para asegurar que se proporcione al público información precisa y coherente, así como una imagen pública adecuada.

### **4.2.4 - Correo electrónico no solicitado**

iX Global no permite que los Brand Ambassadors envíen correos electrónicos comerciales no solicitados a menos que dichos correos electrónicos cumplan estrictamente con las leyes y regulaciones estatales y federales aplicables, incluida, entre otras, la Ley CAN SPAM federal. La Ley CAN-SPAM regula la transmisión de todos los mensajes de correo electrónico comerciales, no solo los mensajes no solicitados. Un mensaje de correo electrónico comercial se define como cualquier correo electrónico que tenga un "propósito principal de publicidad comercial o promoción de un producto o servicio comercial". Esto incluye correos electrónicos comerciales enviados a cuentas de correo electrónico comerciales, así como aquellos enviados a consumidores individuales.

#### **4.2.4.1 - Requisitos para todos los mensajes de correo electrónico comerciales**

La lista de correo:

- ❖ La lista de correo puede incluir solo personas que hayan aceptado afirmativamente (optado por) recibir correos electrónicos comerciales de usted.
- ❖ La lista de correo no debe incluir a ningún destinatario que haya solicitado previamente no recibir correos electrónicos comerciales de la empresa (optó por no recibirlos).
- ❖ Debes "limpiar" la lista de correo contra las listas disponibles de "no enviar correos electrónicos" en el último momento posible y comercialmente razonable antes de que se envíen los correos electrónicos.

El mensaje de correo electrónico:

- ❖ El mensaje debe incluir información completa y precisa sobre la transmisión y el encabezado.
- ❖ La línea "De" debe identificar a su empresa como el remitente. Esto no tiene que incluir el nombre formal de su negocio, si lo tiene. Por ejemplo, puede contener el nombre de su empresa, el nombre comercial o el nombre del producto o servicio. El requisito clave es que la línea "De" proporcione al destinatario suficiente información para comprender quién está enviando el mensaje.
- ❖ La línea "Asunto" debe describir con precisión el contenido del mensaje.

- ❖ El mensaje debe incluir claramente la dirección postal física actual y válida de la empresa. Esta dirección puede ser un;
  - Dirección,
  - un apartado postal que la empresa haya registrado correctamente en el Servicio Postal de EE. UU.; o
  - Un buzón de correo privado que la empresa haya registrado con precisión en una agencia de recepción de correo comercial establecida de conformidad con las reglamentaciones del Servicio Postal de EE. UU.
  - El mensaje debe revelar que se trata de un anuncio o una solicitud, a menos que el mensaje de correo electrónico se envíe solo a los destinatarios que hayan aceptado afirmativamente (optar por participar) recibir estos mensajes de la empresa.
  - Debe haber una dirección de correo electrónico de devolución que funcione para el remitente.
  - Se prohíbe el uso de líneas de asunto engañosas y/o información de encabezado falsa.

El mecanismo de exclusión voluntaria:

- ❖ El mensaje debe explicar claramente que el destinatario puede optar por no recibir futuros mensajes comerciales de la empresa.
- ❖ El mensaje debe incluir una dirección de correo electrónico u otro mecanismo en línea que el destinatario pueda usar para esta opción de exclusión. El mecanismo no debe exigir que el destinatario:
  - Haga algo más que responder al correo electrónico o visitar una sola página web para optar por no participar.
  - Realice cualquier pago o envíe cualquier información personal, incluida la información de la cuenta (que no sea la dirección de correo electrónico), para optar por no participar.
- ❖ El mecanismo de exclusión debe funcionar durante al menos 30 días después de que se envíe el correo electrónico.
- ❖ Debe asegurarse de que la explicación de cómo un destinatario puede darse de baja sea fácil de leer y comprender.
- ❖ Puede incluir un menú de opciones de exclusión voluntaria que permita al destinatario seleccionar los tipos de mensajes comerciales que le gustaría seguir recibiendo. Sin embargo, una opción debe permitir optar por no recibir todos sus mensajes comerciales.

- ❖ Debe cumplir con todas las solicitudes de exclusión dentro de los diez días hábiles.
- ❖ Las solicitudes de exclusión no caducan.
- ❖ Una opción de exclusión se anula solo por la posterior solicitud expresa (opt-in) del destinatario para recibir correo electrónico comercial.
- ❖ Todas las solicitudes de exclusión voluntaria, ya sea que se reciban por correo electrónico o correo ordinario, deben cumplirse.
- ❖ Si recibe una solicitud de exclusión voluntaria de un destinatario de un correo electrónico, debe continuar con la exclusión voluntaria.
- ❖ No puede vender, compartir o usar la lista de exclusión voluntaria de una empresa por ningún otro motivo que no sea cumplir con la ley.

Supervisión de capacidades de exclusión voluntaria:

- ❖ Si utiliza un proveedor de servicios de terceros, debe implementar procedimientos para asegurarse de que sus capacidades de exclusión voluntaria realmente funcionen. Un ejemplo de un procedimiento básico para probar el procedimiento de opt-out es el siguiente:
  - Establezca cuentas de correo electrónico con varios de los principales proveedores privados de cuentas de correo electrónico (por ejemplo, Gmail, Yahoo, Hotmail, AOL, etc.) y agregue estas direcciones de correo electrónico a la lista de correo de la empresa. Para cada dirección de correo electrónico creada con fines de monitoreo, use el mecanismo de exclusión de la empresa para eliminar la dirección de correo electrónico de la lista de correo.
  - Repita este procedimiento regularmente (por ejemplo, al menos cada dos semanas).
  - Examine el correo electrónico recibido por la cuenta de correo electrónico de monitoreo para confirmar que el mecanismo de exclusión voluntaria funciona, la solicitud de exclusión voluntaria se cumple dentro de los 10 días hábiles y la cuenta de correo electrónico de monitoreo ya no recibe mensajes comerciales de la empresa.
  - Si el proceso de monitoreo y prueba revela problemas, la empresa debe solucionar los problemas de inmediato.
- ❖ Afiliados de marketing o proveedores de servicios de terceros: al utilizar proveedores de servicios de terceros, incluidos los comercializadores afiliados, debe asegurarse de que el contrato escrito con el proveedor de servicios establezca claramente las responsabilidades de cada parte para el cumplimiento de la Ley CAN-SPAM e incluya información apropiada y adecuada. remedios por incumplimiento.

#### **4.2.4.2 - Requisitos adicionales para mensajes de correo electrónico enviados a dispositivos inalámbricos**

Al enviar mensajes comerciales a dispositivos inalámbricos:

- ❖ Asegúrese de tener el consentimiento previo y afirmativo del destinatario (opt-in) para enviar el mensaje comercial. El consentimiento puede ser oral, escrito o electrónico.
- ❖ Solicitar el consentimiento de forma que no suponga ningún coste para el destinatario, por ejemplo:
  - no envíe la solicitud al dispositivo inalámbrico; y
  - Permitir que el destinatario responda de una manera que no implique ningún costo (como registro en línea, correo electrónico o correo postal).
- ❖ Cuando busque el consentimiento, deje en claro que el destinatario:
  - acepta recibir correo comercial en su dispositivo inalámbrico;
  - se le puede cobrar por recibir el correo electrónico; y
  - puede revocar su consentimiento en cualquier momento.

#### **4.2.4.3 - Mensajes de correo electrónico comerciales enviados en nombre de Brand Ambassadors**

iX Global puede enviar periódicamente correos electrónicos comerciales en nombre de los Brand Ambassadors. Al celebrar el Acuerdo de Embajador de la marca, el Embajador de la marca acepta que iX Global puede enviar dichos correos electrónicos y que las direcciones física y de correo electrónico del Embajador de la marca se incluirán en dichos correos electrónicos como se describe anteriormente. Los embajadores de la marca cumplirán con las solicitudes de exclusión voluntaria generadas como resultado de dichos correos electrónicos enviados por iX Global.

#### **4.2.5 - Faxes no solicitados**

Salvo lo dispuesto en esta sección, los Brand Ambassadors no pueden usar ni transmitir faxes no solicitados en relación con su negocio iX Global.

El término "faxes no solicitados" significa la transmisión a través de fax telefónico o computadora de cualquier material o información que anuncie o promueva iX Global, sus productos, su plan de compensación o cualquier otro aspecto de iX Global, que se transmita a cualquier persona, excepto que estos los términos no incluyen un fax:

(a) a cualquier persona con la previa invitación o permiso expreso de esa persona; o

(b) a cualquier persona con la que el Brand Ambassador tenga una relación comercial o personal establecida.

El término "relación comercial o personal establecida" significa una relación anterior o existente formada por una comunicación bidireccional voluntaria entre un Brand Ambassador y una persona, sobre la base de:

(a) una consulta, solicitud, compra o transacción por parte de la persona con respecto a los productos ofrecidos por dicho Brand Ambassador; o

(b) una relación personal o familiar, cuya relación no haya sido rescindida previamente por ninguna de las partes.

#### **4.2.6 - Listados del Directorio Telefónico**

Los Brand Ambassadors pueden incluirse como "Embajadores de la marca iX Global independientes" en las páginas blancas o amarillas del directorio telefónico o en los directorios en línea, bajo su propio nombre.

Ningún Embajador de marca puede colocar anuncios de visualización de directorios telefónicos o en línea utilizando el nombre o el logotipo de iX Global.

Los Brand Ambassadors no pueden contestar el teléfono diciendo "iX Global", "iX Global Incorporated" o de cualquier otra manera que haga creer a la persona que llama que ha llamado a las oficinas corporativas de iX Global.

Si un Brand Ambassador desea publicar su nombre en un directorio telefónico o en línea, debe incluirse en el siguiente formato:

Nombre del embajador de la marca

Embajador independiente de la marca global iX

#### **4.2.7 - Publicidad en Televisión y Radio**

Los Brand Ambassadors no pueden hacer publicidad en televisión y radio excepto con la aprobación expresa por escrito de iX Global.

#### **4.2.8 - Precios anunciados**

Los Brand Ambassadors no pueden crear su propio material de marketing o publicidad que ofrezca productos iX Global a un precio inferior al precio mayorista actual más el envío y los impuestos aplicables.

## **4.3 - Conducta en línea**

### **4.3.1 - Sitios web de embajadores de la marca**

Los Brand Ambassadors reciben un sitio web replicado por iX Global para tareas como pedidos, registro de clientes, gestión de suscripciones y gestión empresarial. Los embajadores solo deben usar los sitios web provistos para promocionar iX Global y no pueden crear sus propios sitios web para este propósito.

### **4.3.2 - Sitios web replicados de iX Global**

Los embajadores obtienen un sitio web replicado de iX Global y no pueden modificar su marca, diseño o apariencia. Tampoco pueden usarlo para promocionar productos o servicios que no sean de iX Global. iX Global se reserva el derecho de recibir análisis e información de uso de estos sitios web.

Los Brand Ambassadors pueden usar solo sitios web replicados proporcionados por iX Global para promocionar su negocio iX Global, y no pueden crear sus propios sitios web para promocionar directa o indirectamente los productos, servicios o la oportunidad de iX Global de iX Global.

### **4.3.3 - Nombres de dominio, direcciones de correo electrónico y alias en línea**

Los embajadores no pueden usar ni registrar ningún nombre o marca comercial relacionada con iX Global para dominios de Internet, direcciones de correo electrónico o alias en línea. Tampoco pueden usar nombres que puedan causar confusión o implicar afiliación con iX Global.

Los ejemplos del uso indebido de iX Global incluyen, entre otros, cualquier forma de iX Global que se muestre en la URL de un sitio web, como por ejemplo:

<a href="http://www.MyixglobalBiz.com">www.MyixglobalBiz.com</a>	<a href="http://www.ixglobalDreamTeam.com">www.ixglobalDreamTeam.com</a>
<a href="http://www.ISelliixglobal.com">www.ISelliixglobal.com</a>	<a href="http://www.ixglobalbyJaneDoe.com">www.ixglobalbyJaneDoe.com</a>
<a href="http://www.ixglobalMoney.net">www.ixglobalMoney.net</a>	<a href="http://www.JanesixglobalOpportunity.net">www.JanesixglobalOpportunity.net</a>

### **4.3.4 - Clasificados en línea**

Un Brand Ambassador no puede usar anuncios clasificados en línea (incluido Craigslist) para listar, vender o vender al por menor productos o paquetes de productos específicos de iX Global.

Un Embajador de marca puede usar anuncios clasificados en línea (incluido Craigslist) para prospectar, reclutar, patrocinar e informar al público sobre la oportunidad de ingresos de iX Global, siempre que se usen plantillas/imágenes aprobadas por iX Global.

Estas plantillas identificarán a la persona como embajador independiente de la marca iX Global. Si se proporciona un enlace o URL, debe vincular al sitio web replicado del Embajador de la marca.

#### **4.3.5 - eBay/Subastas en línea**

Los productos y servicios de iX Global no pueden figurar en eBay ni en otras subastas en línea, ni los Brand Ambassadors pueden reclutar o permitir a sabiendas que un tercero venda productos de iX Global en eBay u otras subastas en línea

Un Embajador de la marca que se da cuenta, o debería haber tenido conocimiento razonable, de que un tercero a quien le vende productos iX Global en eBay o en cualquier otra subasta en línea debe interrumpir de inmediato todas las ventas a dicho tercero.

#### **4.3.6 - Venta al por menor en línea**

Los embajadores de la marca no pueden listar ni vender productos iX Global en ninguna tienda minorista en línea o sitio de comercio electrónico (como Amazon), ni un embajador de la marca puede reclutar o permitir a sabiendas que un tercero venda productos iX Global en cualquier tienda minorista en línea o e -Sitio de comercio.

Un Embajador de la marca que se da cuenta, o debería haberse dado cuenta razonablemente, de que un tercero a quien le vende productos iX Global en cualquier tienda minorista en línea o sitio de comercio electrónico debe suspender de inmediato todas las ventas al tercero.

#### **4.3.7 - Publicidad en pancartas**

Un embajador de la marca puede colocar anuncios publicitarios en un sitio web, siempre que utilice plantillas e imágenes aprobadas por iX Global. Todos los anuncios publicitarios deben tener un enlace al sitio web replicado del Embajador de la marca.

Los Brand Ambassadors no pueden usar anuncios ocultos (anuncios que no revelan la identidad de iX Global o su rol como Brand Ambassadors independientes) o páginas web que hacen reclamos de productos o ingresos que en última instancia están asociados con los productos de iX Global o la oportunidad de iX Global.

#### **4.3.8 - Enlace de spam**

La vinculación de spam se define como envíos múltiples consecutivos del mismo contenido o uno similar a blogs, wikis, libros de visitas, sitios web u otros foros o foros de discusión en línea de acceso público y no está permitido.

Esto incluye correo no deseado en blogs, comentarios no deseados en blogs y/o spamdexing. Cualquier comentario que haga un Brand Ambassador en blogs, foros, libros de visitas, etc., debe ser único, informativo y relevante.

#### **4.3.9 - Envío de medios digitales (YouTube, iTunes, PhotoBucket, etc.)**

Los embajadores de la marca pueden cargar, enviar o publicar contenido de video, audio o fotografía relacionado con iX Global que desarrollen y creen, siempre que se alinee con los valores de iX Global, contribuya al bien mayor de la comunidad de iX Global y cumpla con iX. Políticas y Procedimientos de Global.

Todos los envíos deben identificar claramente al Embajador de la marca como Embajador de la marca global iX independiente en el contenido mismo y en la etiqueta de descripción del contenido, deben cumplir con todos los requisitos legales/de derechos de autor y deben indicar que el Embajador de la marca es el único responsable del contenido.

Los Brand Ambassadors no pueden cargar, enviar ni publicar ningún contenido (video, audio, presentaciones o cualquier archivo de computadora) recibido de iX Global o capturado en eventos oficiales de iX Global o en edificios propiedad, arrendados u operados por iX Global sin permiso previo por escrito. de iX Global.

#### **4.3.10 - Enlaces patrocinados/Anuncios de pago por clic (PPC)**

Salvo que esté prohibido en otras partes de las Políticas y Procedimientos, los enlaces patrocinados o los anuncios de pago por clic (PPC) son aceptables.

La URL de destino debe ser el sitio web replicado del embajador de la marca patrocinador. La URL visible también debe ser para el sitio web replicado del Brand Ambassador patrocinador y no debe mostrar ninguna URL que pueda hacer creer al usuario que está siendo dirigido a un sitio corporativo de iX Global o ser inapropiada o engañosa de alguna manera.

#### **4.3.11 - Nombres de dominio y direcciones de correo electrónico**

A excepción de lo establecido en la Solicitud y Acuerdo del sitio web de Brand Ambassador, los Brand Ambassadors no pueden usar ni intentar registrar ninguno de los nombres comerciales, marcas registradas, nombres de servicio, marcas de servicio, nombres de productos de iX Global, el nombre de iX Global o cualquier derivado del anterior, para cualquier nombre de dominio de Internet, dirección de correo electrónico o nombre o dirección de redes sociales.

#### **4.3.12 - Redes sociales**

Además de cumplir con todos los demás requisitos especificados en estas Políticas y Procedimientos, si un Brand Ambassador utiliza cualquier forma de red social, incluidos, entre otros, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube o Pinterest, acepta cada uno de los siguientes:

- ❖ No se pueden realizar ventas de productos ni inscripciones en ningún sitio de redes sociales. Para generar ventas, un sitio de redes sociales debe vincularse únicamente al sitio web global iX replicado del Embajador de la marca.
- ❖ Es responsabilidad del Brand Ambassador seguir los términos de uso del sitio de redes sociales. Si el sitio de redes sociales no permite que su sitio se use para actividades comerciales, el Brand Ambassador debe cumplir con los términos de uso del sitio.
- ❖ Cualquier sitio de redes sociales que esté directa o indirectamente operado o controlado por un Embajador de marca que se use para discutir o promocionar los productos de iX Global o la oportunidad de iX Global no puede vincularse a ningún sitio web, sitio de redes sociales o sitio de cualquier otra naturaleza, otro que el sitio web replicado iX Global de Brand Ambassador.
- ❖ Durante la vigencia de este Acuerdo y por un período de 12 meses calendario a partir de entonces, un Brand Ambassador no puede usar ningún sitio de redes sociales en el que discuta o promueva, o haya discutido o promocionado, el negocio de iX Global o los productos de iX Global para directa o solicitar indirectamente iX Global Brand Ambassadors para otro programa de venta directa o mercadeo en red (colectivamente, "venta directa").
- ❖ En cumplimiento de esta disposición, un Embajador de la marca no tomará ninguna medida que pueda preverse razonablemente que resulte en una consulta de otros Embajadores de la marca en relación con otras actividades comerciales de venta directa del Embajador de la marca.
- ❖ La violación de esta disposición constituirá una violación de la disposición de no solicitud en la Sección 4.11 (Conflictos de intereses) a continuación.
- ❖ Un Embajador de la marca puede publicar o "fijar" fotografías de los productos de iX Global en un sitio de redes sociales, pero solo se pueden usar las fotografías proporcionadas por iX Global y descargadas de la Oficina virtual del Embajador de la marca.

Si un Brand Ambassador crea una página de perfil comercial en cualquier sitio de redes sociales que promueva o se relacione con iX Global, sus productos u oportunidades, la página de perfil comercial debe relacionarse exclusivamente con el negocio iX Global y los productos iX Global del Brand Ambassador. Si el negocio iX Global del Embajador de la marca se cancela por algún motivo o si el Embajador de la marca queda inactivo, el Embajador de la marca debe desactivar la página de perfil comercial.

## **4.4 - Entidades Comerciales**

Una corporación, iX Global de responsabilidad limitada, sociedad o fideicomiso (denominados colectivamente en esta sección como una "Entidad comercial") puede

postularse para ser Embajador de la marca iX Global presentando una Solicitud y Acuerdo de Embajador de la marca junto con un Formulario del IRS debidamente completado. W-9.

La Entidad comercial, así como todos los accionistas, miembros, gerentes, socios, fideicomisarios u otras partes con cualquier interés de propiedad (legal o equitativo) o responsabilidades de administración de la Entidad comercial (colectivamente, "Partes afiliadas") son individualmente, conjunta y solidariamente responsable de cualquier deuda con iX Global, el cumplimiento de las Políticas y Procedimientos de iX Global, el Acuerdo de Embajador de la Marca iX Global y otras obligaciones con iX Global.

#### **4.4.1 - Eliminación de una Parte Afiliada**

Para evitar la elusión de las Secciones 4.25 (Venta, Transferencia o Cesión de iX Global Business) y 4.5 (Cambio de Patrocinador), si alguna Parte Afiliada desea terminar su relación con la Entidad Comercial o iX Global, la Parte Afiliada debe rescindir su afiliación con la Entidad Comercial, notificar a iX Global por escrito que ha rescindido su afiliación con la Entidad Comercial, y debe cumplir con las disposiciones de la Sección 4.25 (Venta, Transferencia o Cesión de iX Global Business ).

Además, la Parte Afiliada que renuncia a su interés en la Entidad Comercial no puede participar en ningún otro negocio de iX Global durante seis meses calendario consecutivos de acuerdo con la Sección 4.5.1 (Terminación y Nueva Solicitud).

Si la Entidad Comercial desea incorporar una nueva Parte Afiliada, debe cumplir con los requisitos de la Sección 4.25 (Venta, Transferencia o Cesión de iX Global Business).

Las modificaciones permitidas dentro del alcance de este párrafo no incluyen un cambio de patrocinio. iX Global puede, a su discreción, requerir documentos notariados antes de implementar cualquier cambio en un negocio de iX Global.

Espere treinta (30) días después de que iX Global reciba la solicitud para su procesamiento.

#### **4.4.2 - Cambios a una Entidad Comercial**

Cada Brand Ambassador debe notificar inmediatamente a iX Global sobre todos los cambios en el tipo de entidad comercial que utilizan para operar sus negocios y la adición o eliminación de Partes Afiliadas comerciales.

### **4.5 - Cambio de Patrocinador**

iX Global prohíbe cambios en el patrocinio. En consecuencia, no se permite la transferencia de un negocio iX Global de un patrocinador a otro.

Para proteger a todos los Patrocinadores, ningún Embajador de la marca puede interferir en la relación entre otro Embajador de la marca y su Patrocinador de ninguna manera.

Un Embajador de la marca no puede ofrecer, atraer, alentar, solicitar, reclutar o de otra manera influir o intentar persuadir a otro Embajador de la marca para que cambie su Patrocinador o línea de patrocinio, ya sea directa o indirectamente.

#### **4.5.1 - Terminación y Nueva Solicitud**

Un embajador de la marca puede cambiar de organización legítimamente cancelando voluntariamente su negocio iX Global y permaneciendo inactivo (es decir, sin compras de productos iX Global para reventa, sin ventas de productos iX Global, sin patrocinio, sin asistencia a ninguna función iX Global, participación en cualquier otra forma de actividad de Brand Ambassador, u operación de cualquier otro negocio de iX Global, sin ingresos del negocio de iX Global) durante seis (6) meses calendario completos.

Después del período de inactividad de seis meses, el ex embajador de la marca puede volver a presentar una solicitud con un nuevo patrocinador; sin embargo, la línea descendente del ex embajador de la marca permanecerá en su línea original de patrocinio.

iX Global considerará renunciar al período de espera de seis meses en circunstancias excepcionales.

Dichas solicitudes de exención deben enviarse a iX Global por escrito.

#### **4.5.2 - Renuncia a reclamaciones**

En los casos en los que no se hayan seguido los procedimientos de cambio de patrocinio apropiados y se haya desarrollado una organización de línea descendente en el segundo negocio creado por un Brand Ambassador, iX Global se reserva el derecho único y exclusivo de determinar la disposición final de la organización de línea descendente.

A menudo, es extremadamente difícil resolver conflictos sobre la ubicación adecuada de una línea descendente que se ha desarrollado bajo una organización que ha cambiado de patrocinadores de manera incorrecta.

Por lo tanto, los Brand Ambassadors RENUNCIAN A CUALQUIER RECLAMACIÓN CONTRA iX Global, SUS FUNCIONARIOS, DIRECTORES, PROPIETARIOS, EMPLEADOS Y AGENTES QUE ESTÉN RELACIONADOS O SURJAN DE LA DECISIÓN DE iX Global CON RESPECTO A LA DISPOSICIÓN DE CUALQUIER ORGANIZACIÓN DE LÍNEA DESCENDENTE QUE SE DESARROLLE POR DEBAJO DE UNA ORGANIZACIÓN QUE HA CAMBIADO DE LÍNEAS INADECUADAMENTE DE PATROCINIO.

### **4.6 - Reclamaciones y acciones no autorizadas**

#### **4.6.1 - Indemnización**

Un Embajador de marca es completamente responsable de todas las declaraciones verbales y escritas realizadas con respecto a los productos, servicios y el Plan de compensación de iX Global que no están expresamente contenidas en los materiales oficiales de iX Global.

Esto incluye declaraciones y representaciones realizadas a través de todas las fuentes de medios de comunicación, ya sea de persona a persona, en reuniones, en línea, a través de redes sociales, impresas o cualquier otro medio de comunicación.

Los Brand Ambassadors aceptan indemnizar a iX Global y a los directores, funcionarios, empleados y agentes de iX Global, y eximirlos de toda responsabilidad, incluidos juicios, sanciones civiles, reembolsos, honorarios de abogados, costos judiciales o pérdida de negocios incurridos como resultado de la marca. Representaciones o acciones no autorizadas del Embajador.

Esta disposición sobrevivirá a la rescisión del Acuerdo de Brand Ambassador.

#### **4.6.2 - Reclamaciones de productos**

No se pueden hacer afirmaciones (que incluyen testimonios personales) en cuanto a las propiedades terapéuticas, curativas o beneficiosas de los productos ofrecidos por iX Global, excepto aquellas contenidas en la literatura oficial de iX Global.

En particular, ningún Brand Ambassador puede afirmar que los productos iX Global son útiles en la cura, el tratamiento, el diagnóstico, la mitigación o la prevención de enfermedades o síntomas de enfermedades.

Dichas declaraciones pueden percibirse como afirmaciones de drogas y pueden carecer de una justificación adecuada.

Dichos reclamos no solo violan el Acuerdo de Brand Ambassador, sino que también violan las leyes y regulaciones de los Estados Unidos y otras jurisdicciones.

#### **4.6.3 - Reclamos del Plan de Compensación**

Al presentar o discutir el Plan de Compensación de iX Global, un Brand Ambassador debe dejar en claro a los prospectos que el éxito financiero con iX Global requiere compromiso, esfuerzo y habilidad de ventas. Por el contrario, un Embajador de Marca nunca debe representar que uno puede tener éxito sin esforzarse diligentemente.

Ejemplos de tergiversaciones en esta área incluyen:

- ❖ Es un sistema llave en mano;
- ❖ El sistema hará el trabajo por usted;
- ❖ Simplemente ingrese y su línea descendente se desarrollará a través del desbordamiento;
- ❖ Solo únase y construiré su línea descendente para usted;
- ❖ iX Global hace todo el trabajo por usted;

- ❖ No tienes que vender nada; o
- ❖ Todo lo que tienes que hacer es comprar tus productos cada mes.
- ❖ Los anteriores son simplemente ejemplos de representaciones inapropiadas sobre el Plan de Compensación.

Es importante que un Embajador de la marca no haga estas o cualquier otra representación que pueda llevar a un prospecto a creer que puede tener éxito como Embajador de la marca global iX sin compromiso, esfuerzo y habilidad de ventas.

#### **4.6.4 - Reclamaciones de ingresos**

Debido a que los Embajadores de la marca iX Global no tienen los datos necesarios para cumplir con los requisitos legales para hacer declaraciones de ingresos, un Embajador de la marca, al presentar o discutir la oportunidad o el Plan de compensación de iX Global a un Embajador de la marca potencial, no puede hacer proyecciones de ingresos, ingresos reclamos, o divulgar sus ingresos de iX Global (incluidos, entre otros, la presentación de cheques, copias de cheques, estados de cuenta bancarios o registros de impuestos).

#### **4.6.5 - Declaración de Divulgación de Ingresos**

La ética corporativa de iX Global nos obliga no solo a hacer lo que se exige legalmente, sino más bien a llevar a cabo las mejores prácticas comerciales absolutas. Con este fin, desarrollaremos la Declaración de Divulgación de Ingresos (“IDS”) de iX Global tan pronto como sea razonablemente factible. El iX Global IDS está diseñado para transmitir información veraz, oportuna y completa sobre los ingresos que ganan los iX Global Brand Ambassadors. Para lograr este objetivo, se debe presentar una copia del IDS a todos los posibles Brand Ambassadors una vez que esté disponible.

El incumplimiento de esta política constituye un incumplimiento significativo y material del Acuerdo de iX Global Brand Ambassador y será motivo de sanciones disciplinarias, incluida la rescisión, de conformidad con la Sección 9.1 (Sanciones disciplinarias).

Un Brand Ambassador, al presentar o discutir la oportunidad iX Global o el Plan de Compensación a un posible Brand Ambassador, no puede hacer proyecciones de ingresos, reclamos de ingresos ni divulgar sus ingresos de iX Global (incluida la exhibición de cheques, copias de cheques, registros bancarios). declaraciones de impuestos o registros de impuestos) a menos que, en el momento de realizar la presentación, el Embajador de la marca proporcione una copia actual de la Declaración de divulgación de ingresos (IDS) de iX Global a la(s) persona(s) a la(s) que está haciendo la presentación.

Se debe presentar una copia del IDS a un Embajador de marca potencial (alguien que no sea parte de un Acuerdo actual de Embajador de marca global de iX) cada vez que se presente o discuta el Plan de compensación, o se haga cualquier tipo de reclamo de ingresos o representación de ganancias.

Los términos “declaración de ingresos” y/o “representación de ganancias” (colectivamente “declaración de ingresos”) incluyen:

- (1) estados de ganancias reales;
- (2) declaraciones de ganancias proyectadas;
- (3) declaraciones de rangos de ganancias;
- (4) testimonios de ingresos;
- (5) reclamos de estilo de vida; y,
- (6) reclamaciones hipotéticas.

Una declaración de ingresos de estilo de vida generalmente incluye declaraciones (o imágenes) que involucran casas grandes, autos de lujo, vacaciones exóticas u otros elementos que sugieren o implican riqueza. También consisten en referencias al logro de los sueños de uno, tener todo lo que uno siempre quiso, y se expresan en términos de "oportunidad" o "posibilidad" o "casualidad".

Afirmaciones como "Mis ingresos de iX Global superaron mi salario después de seis meses en el negocio" o "Nuestro negocio iX Global ha permitido que mi esposa regrese a casa y sea una madre a tiempo completo" también se incluyen en el ámbito de las afirmaciones de "estilo de vida". .

Existe un reclamo de ingresos hipotéticos cuando un Brand Ambassador intenta explicar el funcionamiento del plan de compensación mediante el uso de un ejemplo hipotético.

Ciertas suposiciones se hacen con respecto a algunos o todos los siguientes:

- (1) número de Clientes y Brand Ambassadors inscritos personalmente;
- (2) número de Clientes en línea descendente y Embajadores de marca;
- (3) volumen promedio de ventas/compras/volumen de ventas por Cliente y Brand Ambassador; y,
- (4) volumen organizativo total. La aplicación de estos supuestos a través del plan de compensación arroja cifras de ingresos que constituyen reclamos de ingresos hipotéticos.

En cualquier reunión no pública (p. ej., una reunión en casa, uno a uno, independientemente del lugar) con un posible Embajador de la marca o Embajadores de la marca en la que se discuta el Plan de compensación o se haga cualquier tipo de reclamo de ingresos, un Embajador de la marca debe proporcionar al(a los) prospecto(s) una copia del IDS.

En cualquier reunión abierta al público en la que se discuta el Plan de Compensación o se haga cualquier tipo de reclamo de ingresos, un Brand Ambassador debe proporcionar a cada posible Brand Ambassador una copia del IDS y debe exhibir al menos uno (3 pies x 5 pies) de cartulina en el frente de la sala en una proximidad razonable al presentador(es).

En cualquier reunión en la que se utilice cualquier tipo de pantalla de video (p. ej., monitor, televisor, proyector, etc.), se debe mostrar una diapositiva del IDS continuamente durante la discusión del Plan de Compensación.

Los Brand Ambassadors que desarrollan ayudas y herramientas de ventas en las que están presentes el Plan de Compensación o declaraciones de ingresos deben incorporar el IDS en cada una de dichas ayudas o herramientas de ventas antes de enviarlas a iX Global para su revisión.

## **4.7 - Prohibición de reenvasado y reetiquetado**

Los productos iX Global solo pueden venderse en su embalaje original. Los Brand Ambassadors no pueden volver a empaquetar, volver a etiquetar o alterar las etiquetas de los productos iX Global.

La manipulación de las etiquetas/embalajes, cuando corresponda, podría ser una violación de las leyes federales y estatales, y puede resultar en responsabilidad civil o penal.

Un Embajador de la marca puede colocar una calcomanía personalizada con su información personal/de contacto en cada producto o envase del producto, siempre que lo haga sin quitar las etiquetas existentes ni cubrir ningún texto, gráfico u otro material en la etiqueta del producto.

## **4.8 - Puntos de venta comerciales**

Los Brand Ambassadors no pueden vender productos iX Global desde un punto de venta comercial, ni pueden exhibir o vender productos o literatura de iX Global en ningún establecimiento minorista o de servicio.

Los sitios web de facilitación de ventas y/o subastas en línea, incluidos, entre otros, eBay y Craig's List, constituyen puntos de venta comerciales y no se pueden utilizar para vender productos de iX Global.

## **4.9 - Instalaciones Militares**

La oferta, promoción o venta de bienes y servicios, o la oferta y promoción de la oportunidad iX Global en una instalación militar no es un derecho, es un privilegio.

Incluso si un Brand Ambassador vive en una instalación militar, no tiene derecho a ofrecer productos ni la oportunidad a nadie en esa instalación sin el permiso del Comandante de la instalación. A los efectos del personal de la Marina de los EE. UU. y las Regulaciones de la

Marina, la definición de "instalación" también incluye las embarcaciones de la Marina de los EE. UU.

Cualquier Brand Ambassador que desee ofrecer, promocionar o vender productos iX Global, u ofrecer y promocionar la oportunidad iX Global (estas actividades se denominarán colectivamente como "actividades de solicitud comercial") en una instalación militar debe realizar una consulta en la oficina del comandante de la instalación para determinar si el comandante ha otorgado permiso para que iX Global Brand Ambassadors participe en dichas actividades en la instalación.

Si el Commander no lo ha hecho, el Brand Ambassador debe comunicarse con las oficinas de iX Global para solicitarle a iX Global que obtenga el permiso del Commander. Los embajadores de la marca tienen prohibido solicitar dicho permiso a cualquier comandante de instalación.

Si se obtiene, el permiso para participar en actividades de solicitud comercial en una instalación militar se otorga solo para una instalación en particular.

## **4.10 - Ferias comerciales, exposiciones y otros foros de ventas**

Los Brand Ambassadors pueden exhibir y/o vender productos iX Global en ferias comerciales y exposiciones profesionales. Antes de enviar un depósito al promotor del evento, los Brand Ambassadors deben comunicarse por escrito con el departamento de Brand Ambassador Services para obtener una aprobación condicional, ya que la política de iX Global es autorizar solo un negocio de iX Global por evento.

La aprobación final se otorgará al primer Brand Ambassador que presente un anuncio oficial del evento, una copia del contrato firmado tanto por el Brand Ambassador como por el oficial del evento, y un recibo que indique que se pagó un depósito por el stand.

La aprobación se otorga solo para el evento especificado. Cualquier solicitud para participar en eventos futuros debe presentarse nuevamente al Departamento de Marketing.

iX Global además se reserva el derecho de rechazar la autorización para participar en cualquier función que no considere un foro adecuado para la promoción de sus productos, servicios o la oportunidad de iX Global.

No se aprobarán reuniones de intercambio, ventas de garaje, mercados de pulgas o mercados de agricultores, ya que estos eventos no son propicios para la imagen profesional que iX Global desea mostrar.

## **4.11 - Conflictos de interés**

### **4.11.1 - Reclutamiento cruzado**

Los Brand Ambassadors tienen prohibido el reclutamiento cruzado. Se prohíbe el uso del nombre de un cónyuge o pariente, nombres comerciales, DBA, nombres falsos, entidades, números de identificación federal o números de identificación ficticios, o cualquier otro dispositivo o artificio para eludir esta política. Un Embajador de la marca no degradará, desacreditará ni difamará a otros Embajadores de la marca iX Global en un intento de atraer a otro cliente, Embajador de la marca o Embajador de la marca potencial para que forme parte de su organización.

Para los fines de esta Sección 4.11.1, el término "reclutamiento cruzado" significa el patrocinio, la solicitud, la inscripción, el estímulo o el esfuerzo real o intentado para influir de cualquier manera, ya sea directa, indirectamente o a través de un tercero, en otro iX Global Brand Ambassador o Cliente para inscribirse, unirse o participar en otra organización de marketing, línea descendente o línea de patrocinio de iX Global que no sea en la que se inscribió originalmente.

#### **4.11.2 - No solicitud**

Los iX Global Brand Ambassadors son libres de participar en otras entidades, negocios, organizaciones, oportunidades o empresas de venta directa, marketing multinivel o marketing en red (denominados colectivamente como "negocios de marketing en red").

Sin embargo, durante la vigencia de este Acuerdo, cualquier renovación o extensión del mismo, y por un período de seis meses calendario posteriores a la terminación del Acuerdo de Brand Ambassador independiente de un Brand Ambassador, con la excepción de un Brand Ambassador que esté personalmente patrocinado por el Brand Ambassador (o ex Embajador de la marca, según corresponda), un Embajador de la marca (o ex Embajador de la marca) no puede reclutar a ningún Embajador de la marca global iX o Cliente para otro negocio de mercadeo en red.

Los Brand Ambassadors e iX Global reconocen que debido a que el mercadeo en red se lleva a cabo a través de redes de contratistas independientes dispersos en todo Estados Unidos e internacionalmente, y los negocios se realizan comúnmente a través de Internet y por teléfono, un esfuerzo por limitar estrechamente el alcance geográfico de esta no solicitud disposición la haría totalmente ineficaz.

Por lo tanto, los Embajadores de la marca e iX Global acuerdan que esta disposición de no solicitud se aplicará a nivel nacional en los Estados Unidos y en todos los mercados internacionales en los que se encuentren los Embajadores de la marca. Esta disposición sobrevivirá a la rescisión o vencimiento del Acuerdo de Brand Ambassador.

Para los fines de esta Sección 4.11.2, el término "reclutar" significa el patrocinio, la solicitud, la inscripción, el estímulo o el esfuerzo real o intentado para influir de cualquier manera (ya sea directa, indirectamente o a través de un tercero) en otro iX Global Embajador de marca o cliente para:

(1) inscribirse, unirse o participar de otro modo en otro negocio de mercadeo en red;  
o

(2) rescindir o modificar su relación comercial o contractual con iX Global.

El término "reclutar" también incluye las actividades anteriores en caso de que las acciones del Brand Ambassador sean en respuesta a una consulta realizada por otro Brand Ambassador o Cliente.

#### **4.11.3 - Participación de Brand Ambassador en otros programas de mercadeo en red**

Si un Embajador de marca participa en otros negocios de mercadeo en red que no sean de iX Global, es responsabilidad del Embajador de marca asegurarse de que su negocio de iX Global se opere de manera totalmente independiente y aparte de cualquier otro negocio de mercadeo en red.

Los Brand Ambassadors no deben exhibir material promocional, ayudas de ventas, productos o servicios de iX Global con o en la misma ubicación que cualquier material promocional o ayudas de ventas, productos o servicios que no sean de iX Global.

Los Brand Ambassadors no ofrecerán la oportunidad, los productos o los servicios de iX Global a Clientes o Brand Ambassadors potenciales o existentes junto con cualquier programa, oportunidad, producto o servicio que no pertenezca a iX Global.

Los Brand Ambassadors no pueden ofrecer ninguna oportunidad, producto, servicio u oportunidad que no sea de iX Global en ninguna reunión, seminario, convención, seminario web, teleconferencia u otra función relacionada con iXGlobal.

#### **4.11.4 - Información Confidencial**

La "información confidencial" incluye, entre otros, los informes de genealogía de la línea descendente, las identidades de los clientes y embajadores de marca de iX Global, la información de contacto de los clientes y embajadores de marca de iX Global, los volúmenes de ventas personales y grupales, el rango de embajador de marca y/o los niveles de logros. y otra información financiera y comercial. Toda la información confidencial (ya sea oral, escrita o electrónica) es información de propiedad de iX Global y constituye un secreto comercial que pertenece a iX Global.

La información confidencial está, o puede estar disponible, para los Brand Ambassadors en sus respectivas oficinas administrativas. El acceso de Brand Ambassador a dicha Información confidencial está protegido por contraseña y es confidencial, lo que constituye información patentada y secretos comerciales que pertenecen a iX Global.

Dicha información confidencial se proporciona a los embajadores de la marca en la más estricta confidencialidad y se pone a disposición de los embajadores de la marca con el único propósito de ayudarlos a trabajar con sus respectivas organizaciones de línea descendente en el desarrollo de su negocio iX Global.

Los Brand Ambassadors no pueden utilizar los informes para ningún otro propósito que no sea el de desarrollar, administrar u operar su negocio iX Global. Cuando un Embajador de marca participa en otras empresas de marketing multinivel, no es elegible para tener acceso a los Informes de genealogía de línea descendente.

Los Brand Ambassadors deben usar la Información confidencial para ayudar, motivar y capacitar a sus Brand Ambassadors en línea descendente. El Embajador de la marca e iX Global acuerdan que, de no ser por este acuerdo de confidencialidad y no divulgación, iX Global no proporcionaría Información confidencial al Embajador de la marca.

Para proteger la Información confidencial, los Brand Ambassadors no podrán, en su propio nombre o en nombre de cualquier otra persona, sociedad, asociación, corporación u otra entidad:

- ❖ Divulgar directa o indirectamente cualquier Información Confidencial a cualquier tercero;
- ❖ Revelar directa o indirectamente la contraseña u otro código de acceso a su back-office;
- ❖ Usar cualquier información confidencial para competir con iX Global o para cualquier propósito que no sea promocionar su negocio iX Global;
- ❖ Reclutar o solicitar a cualquier Embajador de la marca o Cliente de iX Global que figure en cualquier informe o en la oficina administrativa del Embajador de la marca, o de cualquier manera intentar influir o inducir a cualquier Embajador de la marca o Cliente de iX Global a modificar su relación comercial con iX Global.

La obligación de no divulgar Información Confidencial sobrevivirá a la cancelación o rescisión del Acuerdo y seguirá siendo efectiva y vinculante independientemente de si el Acuerdo de Embajador de Marca ha sido rescindido, o si el Embajador de Marca está o no afiliado a iX Global.

Ante la no renovación o rescisión del Acuerdo, los Embajadores de la marca deben suspender de inmediato todo uso de la Información confidencial y, si iX Global lo solicita, devolver de inmediato todos los materiales en su poder a iX Global dentro de los cinco (5) días hábiles posteriores a la solicitud en su gasto propio.

## **4.12 - Dirigirse a otros vendedores directos**

iX Global no aprueba que los Brand Ambassadors se dirijan específica o conscientemente a la fuerza de ventas de otra compañía de ventas directas para vender productos iX Global o para convertirse en Brand Ambassadors de iX Global, ni iX Global aprueba la solicitud o la incitación de los Brand Ambassadors a los miembros de la fuerza de ventas de otra compañía de venta directa para violar los términos de su contrato con esa otra compañía. En caso de que los Brand Ambassadors participen en dicha actividad, corren el riesgo de ser demandados por la otra empresa de venta directa. Si se presenta una demanda, arbitraje o mediación contra un Embajador de la marca alegando que participó en una

actividad de reclutamiento inapropiada de su fuerza de ventas o clientes, iX Global no pagará ninguno de los costos de defensa o los honorarios legales del Embajador de la marca, ni iX Global indemnizará el Embajador de la marca para cualquier juicio, laudo o acuerdo.

### **4.13 - Errores o Preguntas**

Si un Embajador de la marca tiene preguntas o cree que se han cometido errores con respecto a comisiones, bonificaciones, listas de genealogía o cargos, el Embajador de la marca debe notificar a iX Global por escrito dentro de los 42 días posteriores a la fecha del supuesto error o incidente en cuestión.

iX Global no será responsable de ningún error, omisión o problema que no se informe a iX Global dentro de los 42 días.

### **4.14 - Aprobación o respaldo gubernamental**

Ni las agencias ni los funcionarios reguladores federales ni estatales aprueban ni respaldan ninguna empresa o programa de venta directa o mercadeo.

Por lo tanto, los Brand Ambassadors no declararán ni darán a entender que iX Global o su Plan de Compensación han sido "aprobados", "respaldados" o sancionados de otro modo por ninguna agencia gubernamental.

### **4.15 - Retención de Solicitudes u Órdenes**

Los Brand Ambassadors no deben manipular las inscripciones de nuevos solicitantes y las compras de productos.

Todas las Solicitudes y Acuerdos de Brand Ambassador, y los pedidos de productos deben enviarse a iX Global dentro de las 72 horas desde el momento en que son firmados por un Brand Ambassador o realizados por un Cliente, respectivamente.

### **4.16 - Impuestos a la Renta**

Cada Brand Ambassador es responsable de pagar los impuestos locales, estatales y federales sobre los ingresos generados como Brand Ambassador independiente. Lamentablemente, no podemos proporcionar ningún asesoramiento fiscal personal.

Consulte a su propio contador fiscal, abogado fiscal u otro profesional fiscal. Si el negocio iX Global de un Brand Ambassador está exento de impuestos, se debe proporcionar el número de identificación fiscal federal a iX Global.

Cada año, iX Global proporcionará una declaración de ingresos del Formulario 1099 MISC (Compensación de no empleados) del IRS a cada residente de EE. UU. que:

- (1) Tuvo ganancias de más de \$600 en el año calendario anterior; o
- (2) Realizó compras durante el año calendario anterior en exceso de \$5,000.

## **4.17 - Estatus de contratista independiente**

Los Brand Ambassadors son contratistas independientes. El acuerdo entre iX Global y sus Brand Ambassadors no crea una relación de empleador/empleo, agencia, sociedad o empresa conjunta entre iX Global y el Brand Ambassador.

Los embajadores de la marca no serán tratados como empleados por sus servicios o para propósitos de impuestos federales o estatales. Todos los Brand Ambassadors son responsables de pagar los impuestos locales, estatales y federales adeudados por toda la compensación obtenida como Brand Ambassador de iX Global.

El Brand Ambassador no tiene autoridad (expresa o implícita) para obligar a iX Global a ninguna obligación. Cada Brand Ambassador establecerá sus propios objetivos, horarios y métodos de venta, siempre y cuando cumplan con los términos del Acuerdo de Brand Ambassador, estas Políticas y Procedimientos y las leyes aplicables.

## **4.18 - Seguro**

Un Embajador de Marca puede desear contratar una cobertura de seguro para su negocio. La póliza de seguro de propietario de vivienda no cubre lesiones relacionadas con el negocio, o el robo o daño al inventario o equipo comercial.

Comuníquese con su agente de seguros para asegurarse de que la propiedad de su negocio esté protegida. A menudo, esto se puede lograr con un simple endoso de "Actividad comercial" adjunto a su póliza actual de propietario de vivienda.

## **4.19 - Comercialización Internacional**

Los Brand Ambassadors están autorizados a vender productos iX Global e inscribir a Clientes o Brand Ambassadors solo en los países en los que iX Global está autorizado a realizar negocios, como se anuncia en la documentación oficial de iX Global.

Los productos iX Global o las ayudas de ventas no pueden enviarse ni venderse en ningún país extranjero. Los Brand Ambassadors pueden vender, dar, transferir o distribuir productos iX Global o ayudas de ventas solo en su país de origen.

Además, ningún Brand Ambassador puede, en ningún país no autorizado:

- (a) realizar reuniones de ventas, inscripción o capacitación;

(b) inscribir o intentar inscribir a Clientes potenciales o Brand Ambassadors; o

(c) realizar cualquier otra actividad con el fin de vender productos de iX Global, establecer una organización de marketing o promover la oportunidad de iX Global.

## **4.20 - Exceso de inventario y compra de bonificación**

Los Brand Ambassadors nunca deben comprar más productos de los que razonablemente pueden usar o vender a clientes minoristas en un mes y no deben influir ni intentar influir en ningún otro Brand Ambassador para que compre más productos de los que razonablemente pueden usar o vender a clientes minoristas en un mes. Además, la compra de bonos está estrictamente prohibida.

La compra de bonificación incluye cualquier mecanismo o artificio para calificar para el avance de rango, incentivos, premios, comisiones o bonificaciones que no estén impulsados por compras de productos o servicios de buena fe por parte de los consumidores finales.

La compra de bonificación incluye, entre otros, la compra de productos a través de un testafiero u otro artificio.

## **4.21 - Cumplimiento de las Leyes, Reglamentos y el Acuerdo**

Los Brand Ambassadors deben cumplir con todas las leyes, reglamentos, ordenanzas, códigos y los términos del Acuerdo federales, estatales y locales en la conducción de sus negocios. Muchas ciudades y condados tienen leyes que regulan ciertos negocios en el hogar.

En la mayoría de los casos, estas ordenanzas no se aplican a los Brand Ambassadors debido a la naturaleza de su negocio. Sin embargo, los Brand Ambassadors deben obedecer las leyes que se les aplican. Si un funcionario de la ciudad o del condado le dice a un Embajador de la marca que una ordenanza se aplica a ellos, el Embajador de la marca deberá ser cortés y cooperativo, e inmediatamente enviará una copia de la ordenanza al Departamento de Cumplimiento de iX Global.

Además, los Brand Ambassadors no deben recomendar, alentar o enseñar a otros Brand Ambassadors a violar leyes, reglamentos, ordenanzas, códigos o los términos del Acuerdo federales, estatales o locales en la operación de su negocio iX Global.

## **4.22 - Un negocio global iX por individuo y por hogar**

Un Brand Ambassador puede operar o tener un interés de propiedad, legal o equitativo, como propietario único, socio, accionista, fideicomisario o beneficiario, en un solo negocio de iX Global. Ningún individuo puede tener, operar o recibir compensación de más de un negocio de iX Global.

Las personas del mismo hogar no pueden participar ni tener intereses en más de un iX Global Business.

Un "hogar" se define como cónyuges e hijos dependientes que viven o hacen negocios en la misma dirección. Con el fin de mantener la integridad del Plan de Compensación de iX Global, los esposos y esposas, las parejas de hecho o las parejas de hecho (colectivamente, "cónyuges"), o los padres y sus hijos adultos (en el mismo hogar) que deseen convertirse en iX Global Los Brand Ambassadors deben ser patrocinados conjuntamente como un negocio iX Global.

Los cónyuges, independientemente de si uno o ambos son signatarios de la Solicitud y Acuerdo de Brand Ambassador, no pueden poseer ni operar ningún otro negocio de iX Global, ya sea de forma individual o conjunta, ni pueden participar directa o indirectamente (como accionista, socio, fideicomisario, beneficiario del fideicomiso, o tener cualquier otra propiedad legal o equitativa) en la propiedad o administración de otro negocio de iX Global en cualquier forma.

Se considerará una excepción a la regla de un negocio por individuo/familia caso por caso si dos Brand Ambassadors se casan o en los casos en que un Brand Ambassador recibe una participación en otro negocio a través de la herencia. Las solicitudes de excepciones a la política deben presentarse por escrito al Departamento de Marketing.

## **4.23 - Acciones de Miembros del Hogar o Partes Afiliadas**

Si cualquier miembro del hogar inmediato de un Embajador de la marca se involucra en cualquier actividad que, de ser realizada por el Embajador de la marca, violaría cualquier disposición del Acuerdo, dicha actividad se considerará una violación por parte del Embajador de la marca, e iX Global puede tomar medidas disciplinarias de conformidad con a estas Políticas y Procedimientos contra el Brand Ambassador.

Del mismo modo, si cualquier individuo asociado de alguna manera con una corporación, sociedad, sociedad de responsabilidad limitada, fideicomiso u otra entidad (colectivamente, "Entidad comercial") viola el Acuerdo, dicha(s) acción(es) se considerará(n) una violación por parte de la Entidad comercial, e iX Global puede tomar medidas disciplinarias contra la Entidad Comercial.

Asimismo, si un Brand Ambassador se inscribe en iX Global como Entidad Comercial, cada Parte Afiliada de la Entidad Comercial estará vinculada personal e individualmente a los términos y condiciones del Acuerdo y deberá cumplirlos.

## **4.24 - Resumen de la Organización de Marketing**

Cuando se produce una vacante en una organización de marketing debido a la rescisión de un negocio de iX Global, el Brand Ambassador en el primer nivel inmediatamente debajo del

Brand Ambassador rescindido en la fecha de rescisión no será trasladado al primer nivel ("primera línea" ) del patrocinador del Brand Ambassador despedido. El puesto ocupado por el Brand Ambassador cesado permanecerá vacante de forma permanente.

## **4.25 - Venta, Transferencia o Cesión de iX Global Business**

Aunque un negocio de iX Global es un negocio de propiedad privada y operado de forma independiente, la venta, transferencia o cesión de un negocio de iX Global, y la venta, transferencia o cesión de una participación en una Entidad comercial que posee u opera un negocio de iX Global , está sujeto a ciertas limitaciones. Si un Brand Ambassador desea vender su negocio iX Global o su interés en una Entidad comercial que posee u opera un negocio iX Global, se deben cumplir los siguientes criterios:

El Brand Ambassador vendedor debe ofrecer a iX Global el derecho de preferencia para comprar el negocio en los mismos términos acordados con un tercero comprador. iX Global tendrá quince días a partir de la fecha de recepción de la oferta por escrito del vendedor para ejercer su derecho de preferencia.

El comprador o cesionario debe convertirse en un iX Global Brand Ambassador calificado. Si el comprador es un embajador activo de la marca iX Global, primero debe cancelar su negocio iX Global y esperar seis meses calendario antes de adquirir cualquier interés en un negocio iX Global diferente.

Antes de que iX Global pueda finalizar y aprobar la venta, transferencia o cesión, se debe cumplir con cualquier obligación de deuda que la parte vendedora tenga con iX Global.

La parte vendedora debe estar al día y no violar ninguno de los términos del Acuerdo para ser elegible para vender, transferir o ceder un negocio de iX Global.

Antes de vender una participación independiente en una empresa o entidad comercial de iX Global, el Brand Ambassador vendedor debe notificar por escrito al Departamento de Cumplimiento de iX Global e informar sobre su intención de vender su participación en la empresa o entidad comercial de iX Global. El Brand Ambassador vendedor también debe recibir la aprobación por escrito del Departamento de Cumplimiento antes de proceder con la venta.

Ningún cambio en la línea de patrocinio puede resultar de la venta o transferencia de un negocio de iX Global.

En el caso de que un Brand Ambassador transfiera, ceda o venda su negocio de iX Global sin la aprobación expresa por escrito del Departamento de Cumplimiento, dicha transferencia, cesión o venta será anulable a exclusivo y absoluto criterio de iX Global.

## 4.26 - Separación de un negocio iX Global

Los embajadores de la marca iX Global a veces operan sus negocios iX Global como sociedades de marido y mujer, sociedades regulares, sociedades de responsabilidad limitada, corporaciones, fideicomisos u otras entidades comerciales. En el momento en que un matrimonio pueda terminar en divorcio o una corporación, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad, fideicomiso u otra Entidad comercial pueda disolverse, se deben hacer arreglos para garantizar que cualquier separación o división del negocio se lleve a cabo para no perjudicar afectar los intereses e ingresos de otros negocios hacia arriba o hacia abajo en la línea de patrocinio.

Durante el proceso de divorcio o disolución de entidades, las partes deberán adoptar una de las siguientes modalidades de actuación:

Una de las partes puede, con el consentimiento de la(s) otra(s), operar el negocio de iX Global de conformidad con una cesión por escrito mediante la cual el cónyuge, los accionistas, los socios o los fideicomisarios que renuncian autorizan a iX Global a tratar directa y únicamente con el otro cónyuge o accionista, miembro, socio o fideicomisario que no renuncia.

Las partes pueden continuar operando el negocio de iX Global de manera conjunta sobre la base de "negocios habituales", con lo cual toda la compensación pagada por iX Global se pagará de acuerdo con el statu quo tal como existía antes de la presentación del divorcio o los procedimientos de disolución. Este es el procedimiento predeterminado si las partes no están de acuerdo con el formato establecido anteriormente.

Bajo ninguna circunstancia se dividirá la organización de línea descendente de los cónyuges que se divorcian o una entidad comercial que se disuelve. Del mismo modo, bajo ninguna circunstancia iX Global dividirá los cheques de comisiones y bonificaciones entre los cónyuges que se divorcian o los miembros de las entidades que se disuelven. iX Global reconocerá solo una organización de línea descendente y emitirá solo un cheque de comisión por negocio de iX Global por ciclo de comisión. Los cheques de comisión siempre se emitirán a nombre de la misma persona o entidad.

Si un excónyuge ha renunciado por completo a todos los derechos en el negocio iX Global original en virtud de un divorcio, a partir de ese momento puede inscribirse con cualquier patrocinador de su elección sin esperar seis meses calendario.

En el caso de disoluciones de entidades comerciales, el antiguo socio, accionista, miembro u otra entidad afiliada que no retenga ningún interés en el negocio debe esperar seis meses calendario a partir de la fecha de la disolución final antes de volver a inscribirse como Brand Ambassador.

En cualquier caso, el excónyuge o el afiliado comercial no tendrán derechos sobre ningún Embajador de marca en su organización anterior ni sobre ningún Cliente anterior. Deben desarrollar el nuevo negocio de la misma manera que cualquier otro Brand Ambassador nuevo.

## 4.27 - Patrocinio en línea

Al patrocinar a un nuevo Brand Ambassador a través del proceso de inscripción en línea, el patrocinador puede ayudar al nuevo solicitante a completar los materiales de inscripción.

Sin embargo, el solicitante debe revisar personalmente y aceptar la solicitud y el acuerdo en línea, las Políticas y procedimientos de iX Global y el Plan de compensación de iX Global.

El patrocinador no puede completar la Solicitud y Acuerdo de Brand Ambassador en línea en nombre del solicitante y aceptar estos materiales en nombre del solicitante.

## 4.28 - Sucesión

Tras la muerte o incapacidad de un Brand Ambassador, su negocio puede pasar a sus herederos. Se debe enviar la documentación legal adecuada a iX Global para garantizar que la transferencia sea adecuada. En consecuencia, un Brand Ambassador debe consultar a un abogado para que lo ayude en la preparación de un testamento u otro instrumento testamentario.

Cada vez que un negocio de iX Global se transfiere por testamento u otro proceso testamentario, el beneficiario adquiere el derecho de cobrar todos los bonos y comisiones del puesto del Brand Ambassador fallecido. El(los) sucesor(es) debe(n) cumplir con los términos y disposiciones del Acuerdo:

- ❖ Cumplir con todos los requisitos para el estatus de Brand Ambassador fallecido;
- ❖ El beneficiario debe proporcionar a iX Global una "dirección de registro" a la que se enviarán todos los cheques de bonificación y comisión;
- ❖ Si el negocio es legado a copropietarios, estos deben constituir una entidad comercial y adquirir un Número de Identificación Federal de Contribuyentes.

iX Global emitirá todos los cheques de bonificación y comisión y un 1099 a la entidad comercial.

### 4.28.1 - Transferencia por fallecimiento de un Brand Ambassador

Para efectuar una transferencia testamentaria de un negocio de iX Global, el albacea del patrimonio debe proporcionar lo siguiente a iX Global:

- (1) un certificado de defunción original;
- (2) cartas certificadas testamentarias o una carta de administración nombrando un albacea; y
- (3) instrucciones por escrito del albacea autorizado a iX Global especificando a quién se debe transferir el negocio y los ingresos.

## 4.28.2 - Transferencia por Incapacidad de un Brand Ambassador

Para efectuar una transferencia de un negocio de iX Global debido a una incapacidad, el sucesor debe proporcionar lo siguiente a iX Global:

- (1) una copia certificada ante notario de un nombramiento como fideicomisario;
- (2) una copia certificada ante notario del documento de fideicomiso u otra documentación que establezca el derecho del fideicomisario a administrar el negocio de iX Global; y
- (3) un Acuerdo de Brand Ambassador completado ejecutado por el fideicomisario.

## 4.29 - Técnicas de Telemarketing

La Comisión Federal de Comercio y la Comisión Federal de Comunicaciones tienen leyes que restringen las prácticas de telemarketing. Ambas agencias federales (así como varios estados) tienen regulaciones de "no llamar" como parte de sus leyes de telemarketing.

Aunque iX Global no considera que los Brand Ambassadors sean "telemarketers" en el sentido tradicional de la palabra, estas regulaciones gubernamentales definen ampliamente el término "telemarketer" y "telemarketing" de modo que la acción inadvertida de un Brand Ambassador de llamar a alguien cuyo número de teléfono se encuentra en la lista en el registro federal "no llamar" podría hacer que violen la ley. Además, estas normas no deben tomarse a la ligera, ya que conllevan importantes sanciones.

Por lo tanto, los Brand Ambassadors no deben participar en el telemarketing en la operación de sus negocios iX Global. El término "telemarketing" significa la realización de una o más llamadas telefónicas a una persona o entidad para inducir la compra de un producto o servicio de iX Global, o para reclutarlos para la oportunidad de iX Global.

Las "llamadas en frío" realizadas a clientes potenciales o embajadores de la marca que promocionan los productos o servicios de iX Global o la oportunidad de iX Global constituyen telemarketing y están prohibidas. Sin embargo, se permiten llamadas telefónicas realizadas a un posible cliente o embajador de la marca (un "cliente potencial") en las siguientes situaciones:

- ❖ Si el Brand Ambassador tiene una relación comercial establecida con el prospecto. Una "relación comercial establecida" es una relación entre un Brand Ambassador y un prospecto basada en la compra, alquiler o arrendamiento de bienes o servicios por parte del prospecto del Brand Ambassador, o una transacción financiera entre el prospecto y el Brand Ambassador, dentro de los dieciocho (18) meses inmediatamente anteriores a la fecha de una llamada telefónica para inducir la compra de productos o servicios por parte del prospecto.

- ❖ La consulta o solicitud personal del prospecto con respecto a un producto o servicio ofrecido por el Brand Ambassador, dentro de los tres (3) meses inmediatamente anteriores a la fecha de dicha llamada.
- ❖ Si el Embajador de la marca recibe un permiso por escrito y firmado del prospecto autorizando al Embajador de la marca a llamar. La autorización debe especificar los números de teléfono a los que el Brand Ambassador está autorizado a llamar.
- ❖ Un Brand Ambassador puede llamar a familiares, amigos personales y conocidos. Un "conocido" es alguien con quien el Brand Ambassador tiene al menos una relación reciente de primera mano dentro de los tres meses anteriores.

Tenga en cuenta, sin embargo, que si el Embajador de la marca se dedica a "cobrar tarjetas" con todas las personas con las que se encuentra y luego las llama, la FTC puede considerar que se trata de una forma de telemercadeo que no está sujeta a esta exención.

Por lo tanto, si el Embajador de la marca se dedica a llamar a "conocidos", debe hacer tales llamadas solo ocasionalmente y no hacer de esto una práctica rutinaria.

Los Embajadores de la marca no utilizarán sistemas de marcación telefónica automática ni software en relación con el funcionamiento de sus negocios de iX Global.

Los embajadores de la marca no realizarán ni iniciarán ninguna llamada telefónica saliente a ninguna persona que entregue un mensaje pregrabado (una "llamada automática") en relación con los productos, servicios u oportunidades de iX Global.

## **4.30 - Acceso a la oficina administrativa**

iX Global pone las oficinas administrativas en línea a disposición de sus Brand Ambassadors. Las oficinas administrativas brindan a los Brand Ambassadors acceso a información confidencial y patentada que puede usarse única y exclusivamente para promover el desarrollo del negocio iX Global de un Brand Ambassador y para aumentar las ventas de los productos iX Global. Sin embargo, el acceso a una oficina administrativa es un privilegio y no un derecho. iX Global se reserva el derecho de denegar el acceso de Brand Ambassadors a la oficina administrativa a su exclusivo criterio.

## **4.31 - Comunicación no autorizada**

En la emoción y el entusiasmo de trabajar en su negocio iX Global, un embajador de la marca puede intentar contactar a los vendedores, proveedores o asesores de iX Global con preguntas o ideas.

Cualquier comunicación de este tipo sin el consentimiento previo por escrito de iX Global está estrictamente prohibida. Los vendedores, proveedores y asesores a menudo no están configurados para manejar un gran volumen de contactos.

Igualmente importante, el Brand Ambassador debe respetar sus derechos a la privacidad. Las preguntas relacionadas con cualquiera de estas entidades pueden dirigirse al Soporte de campo.

## **4.32 - Limitación de responsabilidad**

Un Brand Ambassador reconoce y acepta que en ningún caso y bajo ninguna circunstancia la responsabilidad total de iX Global excederá una cantidad igual a la cantidad total de pagos hechos a iX Global por el Brand Ambassador. El límite antes mencionado en la responsabilidad agregada de iX Global se aplicará a cualquier responsabilidad por la que iX Global sea responsable, ya sea como resultado o en relación con el incumplimiento de este Acuerdo, agravio (incluida la negligencia) o de otra manera.

## **4.33 - Indemnización**

Un Brand Ambassador debe indemnizar y eximir de responsabilidad a iX Global, junto con sus funcionarios, directores, empleados y agentes, contra todos los reclamos, responsabilidades, pérdidas, costos y todos los demás gastos legales y no legales, incluidos, entre otros, los honorarios razonables de abogados y costos y deducibles de seguros que surjan directa o indirectamente de

(a) el incumplimiento por parte del Brand Ambassador de cualquier disposición de este Acuerdo o

(b) el acto u omisión negligente, gravemente negligente o intencional del Brand Ambassador o cualquiera de los directores, funcionarios, empleados o agentes del Brand Ambassador que cause cualquier tipo de daño a iX Global.

# **SECCIÓN 5 - Responsabilidades de los Brand Ambassadors**

## **5.1 - Cambio de dirección, teléfono y dirección de correo electrónico**

Para garantizar la entrega oportuna de productos, materiales de apoyo, comisiones y documentos fiscales, es importante que los archivos de iX Global estén actualizados. Se requieren direcciones postales para el envío, ya que UPS y FedEx no pueden realizar entregas en un apartado postal. Los Brand Ambassadors que planeen cambiar su dirección de correo electrónico o mudarse deben enviar su nueva dirección y números de teléfono a

las oficinas corporativas de iX Global a la atención del Departamento de Servicios de Brand Ambassador. Para garantizar una entrega adecuada, se debe notificar a iX Global con dos semanas de anticipación sobre todos los cambios. Alternativamente, un Brand Ambassador cuya información de contacto cambia puede modificar su información de contacto a través de su Back Office de Brand Ambassador.

## **5.2 - Obligaciones de Desarrollo Continuo**

### **5.2.1 - Formación Continua**

Cualquier Brand Ambassador que patrocine a otro Brand Ambassador en iX Global debe realizar una función de asistencia y capacitación de buena fe para garantizar que su línea descendente opere correctamente su negocio iX Global.

Los Brand Ambassadors deben tener contacto y comunicación continuos con los Brand Ambassadors en sus organizaciones de línea descendente. Los ejemplos de dicho contacto y comunicación pueden incluir, entre otros: boletines, correspondencia escrita, reuniones personales, contacto telefónico, correo de voz, correo electrónico y el acompañamiento de embajadores de la marca en línea descendente a reuniones, sesiones de capacitación y otras funciones de iX Global. .

Los Brand Ambassadors de línea ascendente también son responsables de motivar y capacitar a los nuevos Brand Ambassadors en el conocimiento del producto iX Global, las técnicas de ventas efectivas, el Plan de compensación iX Global y el cumplimiento de las Políticas y procedimientos de iX Global y las leyes aplicables.

Sin embargo, la comunicación con los Embajadores de la marca en línea descendente y su capacitación no deben violar las Secciones 4.1 y/o 4.2 (con respecto al desarrollo de ayudas de ventas y materiales promocionales producidos por los Embajadores de la marca).

Los Embajadores de la marca deben monitorear a los Embajadores de la marca en sus Organizaciones de línea descendente para evitar que los Embajadores de la marca de línea descendente hagan reclamos comerciales o de productos inadecuados, infrinjan las Políticas y los Procedimientos o participen en cualquier conducta ilegal o inapropiada.

### **5.2.2 - Mayores responsabilidades de capacitación**

A medida que los Brand Ambassadors avancen a través de los distintos niveles de liderazgo, adquirirán más experiencia en técnicas de ventas, conocimiento del producto y comprensión del programa iX Global. Se les pedirá que compartan este conocimiento con Brand Ambassadors menos experimentados dentro de su organización.

### **5.2.3 - Responsabilidades de ventas en curso**

Independientemente de su nivel de logro, los embajadores de la marca tienen la obligación continua de continuar promoviendo personalmente las ventas a través de la generación de nuevos clientes y del servicio a sus clientes existentes.

## **5.3 - No menosprecio**

iX Global desea brindar a sus Brand Ambassadors independientes los mejores productos, planes de compensación y servicios de la industria. En consecuencia, valoramos sus críticas y comentarios constructivos.

Todos estos comentarios deben enviarse por escrito al Departamento de Atención al Cliente; Para servirle mejor, ¡debemos saber de usted! Si bien iX Global agradece los aportes constructivos, los comentarios negativos y las observaciones hechas en el campo por los Embajadores de la marca sobre iX Global, sus productos o plan de compensación no tienen otro propósito que el de agriar el entusiasmo de otros Embajadores de la marca iX Global.

Por esta razón, y para dar el ejemplo adecuado a su línea descendente, los embajadores de la marca no deben menospreciar, degradar ni hacer comentarios negativos sobre iX Global, otros embajadores de la marca iX Global, los productos de iX Global, el plan de marketing y compensación o los directores de iX Global. , funcionarios o empleados.

## **5.4 - Suministro de documentación a los solicitantes**

Los Brand Ambassadors deben proporcionar la versión más actualizada de las Políticas y Procedimientos y el Plan de Compensación a las personas que están patrocinando para convertirse en Brand Ambassadors antes de que el solicitante firme un Acuerdo de Brand Ambassador o asegurarse de que tengan acceso en línea a estos materiales.

# **SECCIÓN 6 - REQUISITOS DE VENTA**

## **6.1 - Venta de productos**

El Plan de Compensación de iX Global se basa en la venta de productos y servicios de iX Global a los consumidores finales. Los Brand Ambassadors deben cumplir con los requisitos de ventas minoristas personales y de la Organización de línea descendente (así como cumplir con otras responsabilidades establecidas en el Acuerdo) para ser elegibles para bonificaciones, comisiones y avance a niveles más altos de logros.

Los siguientes requisitos de ventas deben cumplirse para que los Brand Ambassadors sean elegibles para recibir comisiones:

- ❖ Los Brand Ambassadors deben cumplir con los requisitos de Volumen personal y Volumen de ventas grupales para cumplir con los requisitos asociados con su rango como se especifica en el Plan de compensación global iX.
- ❖ El "Volumen de ventas personales" incluye las compras realizadas por el Embajador de la marca y las compras realizadas por los Clientes personales del Embajador de la marca.

- ❖ El "Volumen de grupo" incluirá el Volumen de ventas total de todos los Embajadores de la marca en su organización de marketing, pero no podrá incluir el Volumen de ventas personales del Embajador de la marca.

Al menos el 66 % del volumen total de ventas personales mensuales de un Brand Ambassador debe venderse a clientes minoristas personales.

## **6.2 - Sin Restricciones Territoriales**

No hay territorios exclusivos concedidos a nadie.

## **6.3 - Recibos de Venta**

Todos los Brand Ambassadors que revendan productos iX Global, fuera del sitio web replicado y el portal de ventas proporcionado por iX Global, deben proporcionar a sus clientes minoristas dos copias de un recibo de venta oficial de iX Global o una copia en línea en el momento de la venta. Estos recibos establecen la Garantía de satisfacción del cliente, así como cualquier derecho de protección al consumidor otorgado por la ley federal o estatal.

# **SECCIÓN 7 - BONOS Y COMISIONES**

## **7.1 - Calificación y Acumulación de Bonificaciones y Comisiones**

Un Brand Ambassador debe estar activo y cumplir con el Acuerdo para calificar para bonos y comisiones. Siempre que un Embajador de la marca cumpla con los términos del Acuerdo, iX Global pagará comisiones a dicho Embajador de la marca de acuerdo con el plan de Mercadeo y Compensación.

El monto mínimo por el cual iX Global emitirá una comisión es de \$100. Si las bonificaciones y comisiones de un Brand Ambassador no igualan o superan los \$100, iX Global acumulará las comisiones y bonificaciones hasta que sumen \$100. El pago se emitirá una vez que se hayan acumulado \$100.

Sin perjuicio de lo anterior, todas las comisiones adeudadas a un Embajador de la marca, independientemente del monto acumulado, se pagarán al final de cada año fiscal o al finalizar el negocio de un Embajador de la marca.

## **7.2 - Ajustes a Bonos y Comisiones**

### **7.2.1 - Ajustes por productos devueltos**

Los Brand Ambassadors reciben bonificaciones, comisiones o sobrecomisiones en función de las ventas reales de productos y servicios a los consumidores finales. Cuando un producto se devuelve a iX Global para un reembolso o iX Global lo vuelve a comprar, cualquiera de los siguientes puede ocurrir a discreción de iX Global:

(1) las bonificaciones, comisiones o sobrecomisiones atribuibles a los productos devueltos o recomprados o al servicio cancelado se deducirán de los pagos al Brand Ambassador y a los Brand Ambassadors de línea ascendente que recibieron bonificaciones, comisiones o sobrecomisiones por las ventas de los productos reembolsados producto(s), en el mes en que se otorga el reembolso, y continuando cada período de pago a partir de entonces hasta que se recupere la comisión;

(2) al Embajador de la marca o Embajadores de la marca de línea ascendente que ganaron bonificaciones, comisiones o sobrecomisiones en función de la venta de los productos devueltos se les deducirán los puntos correspondientes de su Volumen de grupo en el próximo mes y en todos los meses subsiguientes hasta que sea completamente recuperado; o

(3) las bonificaciones, comisiones o bonificaciones atribuibles a los productos devueltos o recomprados pueden deducirse de cualquier reembolso o crédito al Embajador de la marca que recibió las bonificaciones, comisiones o bonificaciones por las ventas de los productos reembolsados ).

## **7.2.2 - Comprobaciones de comisiones impresas**

iX Global paga las comisiones mediante depósito directo en los monederos electrónicos en línea de los Brand Ambassadors.

## **7.2.3 - Retenciones de Impuestos**

Si un Brand Ambassador no proporciona su número de identificación fiscal correcto, iX Global deducirá la retención necesaria de los cheques de comisión del Brand Ambassador según lo exige la ley.

## **7.3 - Informes**

Toda la información proporcionada por iX Global en los informes de actividad de la línea descendente, incluidos, entre otros, el volumen de ventas personal y grupal (o cualquier parte del mismo), y la actividad de patrocinio de la línea descendente, se considera precisa y confiable.

Sin embargo, debido a varios factores que incluyen, entre otros, la posibilidad inherente de errores humanos, digitales y mecánicos; la exactitud, integridad y puntualidad de los pedidos; denegación de pagos con tarjeta de crédito y cheque electrónico; productos devueltos; recargos de tarjetas de crédito y cheques electrónicos; la información no está garantizada por iX Global ni por ninguna persona que cree o transmita la información.

TODA LA INFORMACIÓN SOBRE EL VOLUMEN DE VENTAS PERSONALES Y DEL GRUPO SE PROPORCIONA "TAL CUAL" SIN GARANTÍAS, EXPLÍCITAS O IMPLÍCITAS, O REPRESENTACIONES DE NINGÚN TIPO. EN PARTICULAR, PERO SIN LIMITACIÓN, NO HABRÁ GARANTÍAS DE COMERCIABILIDAD, IDONEIDAD PARA UN USO PARTICULAR O NO VIOLACIÓN.

EN LA MEDIDA MÁXIMA QUE LO PERMITA LA LEY APLICABLE, iX Global Y/U OTRAS PERSONAS QUE CREEN O TRANSMITAN LA INFORMACIÓN EN NINGÚN CASO SERÁN RESPONSABLES ANTE NINGÚN Embajador de la marca O CUALQUIER OTRA PERSONA POR CUALQUIER DAÑO DIRECTO, INDIRECTO, CONSECUENTE, INCIDENTAL, ESPECIAL O PUNITIVO QUE SURJA FUERA DEL USO O EL ACCESO A LA INFORMACIÓN DEL VOLUMEN DE VENTAS PERSONALES Y/O DEL GRUPO (INCLUYENDO, ENTRE OTROS, LA PÉRDIDA DE BENEFICIOS, BONIFICACIONES O COMISIONES, PÉRDIDA DE OPORTUNIDADES Y DAÑOS QUE PUEDAN RESULTAR DE INEXACTITUD, INCOMPLETITUD, INCONVENIENTES, DEMORA O PÉRDIDA DEL USO DE LA INFORMACIÓN), INCLUSO SI iX Global U OTRAS PERSONAS QUE CREEN O TRANSMITEN LA INFORMACIÓN HAN SIDO ADVERTIDAS DE LA POSIBILIDAD DE DICHS DAÑOS.

EN LA MEDIDA MÁXIMA PERMITIDA POR LA LEY, iX Global U OTRAS PERSONAS QUE CREEN O TRANSMITEN LA INFORMACIÓN NO TENDRÁN NINGUNA RESPONSABILIDAD HACIA USTED O CUALQUIER OTRO BAJO NINGÚN AGRAVIO, CONTRATO, NEGLIGENCIA, RESPONSABILIDAD ESTRICTA, RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO U OTRA TEORÍA CON RESPECTO A CUALQUIER TEMA ASUNTO DE ESTE ACUERDO O TÉRMINOS Y CONDICIONES RELACIONADOS CON EL MISMO.

El acceso y uso de los servicios de informes telefónicos y en línea de iX Global y su confianza en dicha información es bajo su propio riesgo. Toda esa información se le proporciona "tal cual". Si no está satisfecho con la precisión o la calidad de la información, su único y exclusivo recurso es suspender el uso y el acceso a los servicios de informes telefónicos y en línea de iX Global y su confianza en la información.

## **SECCIÓN 8 - GARANTÍAS DE PRODUCTOS, DEVOLUCIONES Y RECOMPRA DE INVENTARIO**

### **8.1 - Garantía y Rescisión del Producto**

iX Global ofrece una garantía de satisfacción del 100 % de devolución de dinero en 30 días (menos los gastos de envío) a todos los Clientes directos y preferidos, clientes minoristas y Brand Ambassadors. Los productos enviados directamente a un Cliente Preferencial o Directo por iX Global deben devolverse a iX Global, y iX Global emitirá el reembolso al Cliente. Los productos entregados a un cliente minorista por un Embajador de la marca

deben devolverse al Embajador de la marca vendedor, y será responsabilidad del Embajador de la marca emitir el reembolso.

Para su cliente minorista, cada Brand Ambassador está obligado a cumplir con la garantía del cliente minorista. Si, por algún motivo, un cliente minorista no está satisfecho con cualquier producto iX Global, el cliente minorista puede devolver la parte no utilizada del producto al Brand Ambassador a quien se lo compró, dentro de los treinta (30) días, para un reemplazo, intercambio, o un reembolso completo del precio de compra (menos los gastos de envío). Esta garantía de satisfacción del producto no se aplica a productos dañados por abuso o mal uso, y los costos de envío no son reembolsables.

Si un Embajador de la marca devuelve más de \$1500 para un reembolso en cualquier período de 12 meses consecutivos, la solicitud constituirá la rescisión voluntaria del Acuerdo de Embajador de la marca por parte del Embajador de la marca, y el reembolso se procesará como una recompra de inventario de conformidad con la Sección 8.3, y el Acuerdo del Brand Ambassador se rescindirá y su negocio iX Global se cancelará.

## **8.2 - Rescisión Clientes Minoristas**

### **8.2.1 - Leyes federales y estatales de EE. UU.**

Las leyes federales y estatales exigen que un cliente minorista que realice una compra de un producto (no una suscripción) de \$25.00 o más tenga tres días hábiles (excluidos los domingos y feriados legales) (5 días hábiles para los residentes de Alaska y 15 días hábiles en Dakota del Norte para las personas de edad 65 años o más) después de la venta o ejecución de un contrato para cancelar el pedido y recibir un reembolso completo de acuerdo con el aviso de cancelación en el formulario de pedido o recibo de venta.

Cuando un Embajador de la marca realiza una venta o toma un pedido de un cliente minorista que cancela o solicita un reembolso dentro del período de tres días hábiles, el Embajador de la marca debe reembolsar de inmediato el dinero del cliente siempre y cuando los productos se devuelvan al Embajador de la marca en tan buenas condiciones como cuando se recibió (cinco días hábiles para los residentes de Alaska).

### **8.2.2 Residentes de Montana**

Un residente de Montana puede cancelar su Acuerdo de Brand Ambassador dentro de los 15 días a partir de la fecha de inscripción y puede devolver su Kit de inicio para obtener un reembolso completo dentro de dicho período de tiempo.

### **8.2.3 - Clientes Directos y Preferentes**

Los Brand Ambassadors notifican a sus Clientes Directos y Preferenciales que tienen tres días hábiles (excluyendo domingos y feriados legales) (5 días hábiles para residentes de Alaska y 15 días hábiles en Dakota del Norte para personas mayores de 65 años) para cancelar un producto (no suscripción) compre y reciba un reembolso total al devolver los

productos sustancialmente en las mismas buenas condiciones que cuando fueron entregados.

Los Brand Ambassadors también deben notificar a sus Clientes directos y Clientes preferidos acerca de estos límites de tiempo en el momento en que se inscriben como Cliente directo o Cliente preferido y realizan su primer pedido. Los productos enviados directamente a un Cliente Preferencial o Directo por iX Global deben devolverse a iX Global, y iX Global emitirá el reembolso al Cliente.

### **8.3 - Devolución de inventario y ayudas de ventas tras la rescisión del Brand Ambassador**

Tras la rescisión del Acuerdo de un Embajador de la marca, el Embajador de la marca puede devolver los Kits de inicio, los productos y las ayudas de ventas que él o ella compró personalmente en iX Global (las compras de otros Embajadores de la marca o de terceros no están sujetas a reembolso) que estén en Reventa ( consulte la Definición de "Revendible" a continuación) y que se hayan comprado dentro de un año antes de la fecha de terminación. Al recibir un kit de inicio revendible y/o productos y ayudas de ventas revendibles, se reembolsará al embajador de la marca el 90 % del costo neto del precio de compra original. No se reembolsarán los gastos de envío y manipulación en los que haya incurrido un Embajador de la marca cuando se compraron el Kit de inicio, los productos o las ayudas de ventas, ni los gastos de envío de devolución. Si las compras se realizaron a través de una tarjeta de crédito, el reembolso se abonará en la misma cuenta. Si a un Embajador de la marca se le pagó una comisión, un reembolso o cualquier otra forma de compensación basada en un producto o productos que compró, y dichos productos se devuelven posteriormente para obtener un reembolso, la comisión, el reembolso, la o cualquier otra forma de compensación que se pagó en base a la compra de ese producto se deducirá del monto del reembolso.

Los productos y las ayudas de ventas se considerarán "revendibles" si se cumple cada uno de los siguientes elementos:

- (1) están sin abrir y sin usar;
- (2) el empaque y el etiquetado no han sido alterados o dañados;
- (3) están en una condición tal que es una práctica comercialmente razonable dentro del comercio vender la mercancía al precio completo;
- (4) todavía están en el inventario actual de iX Global;
- (5) la(s) fecha(s) de vencimiento de los productos devueltos no han pasado; y
- (6) se devuelven a iX Global dentro de un año a partir de la fecha de compra. Cualquier mercancía que esté claramente identificada en el momento de la venta como no retornable, descontinuada o como un artículo de temporada, no se podrá volver a vender. Las tarifas del sitio web replicado no son reembolsables, excepto según lo exija la ley estatal aplicable.

## 8.4 - Procedimientos para Devoluciones de Productos

- ❖ Todos los artículos deben ser devueltos por el Brand Ambassador o el cliente que lo compró directamente de iX Global.
- ❖ Todos los artículos que se devuelvan deben tener un número de autorización de devolución que se obtiene llamando al Departamento de Servicios de Brand Ambassador. Este número de autorización de devolución debe estar escrito en cada caja devuelta.
- ❖ El regreso va acompañado de:
  - El albarán original con la información de devolución del consumidor completada (y firmada, si corresponde);
  - La parte no utilizada de los artículos en su envase original.
- ❖ Se deben usar cajas de cartón y materiales de embalaje adecuados para empacar los artículos que se devuelven, y se sugiere el mejor y más económico medio de envío. Todas las devoluciones deben enviarse a iX Global con envío prepago. iX Global no acepta paquetes de envío por cobrar. El riesgo de pérdida en el envío de los artículos devueltos correrá a cargo del embajador de la marca. Si los artículos devueltos no son recibidos por el Centro de Distribución de iX Global, es responsabilidad del Brand Ambassador rastrear el envío.
- ❖ Si un Embajador de la marca devuelve mercancía a iX Global que le fue devuelta por un cliente minorista personal, iX Global debe recibir el producto dentro de los diez días a partir de la fecha en que el cliente minorista devolvió la mercancía al Embajador de la marca.

# SECCIÓN 9 - RESOLUCIÓN DE DISPUTAS Y PROCEDIMIENTOS DISCIPLINARIOS

## 9.1 - Sanciones disciplinarias

Violación del Acuerdo, estas Políticas y Procedimientos, violación de cualquier deber de derecho consuetudinario, incluidos, entre otros, cualquier deber de lealtad aplicable, cualquier conducta comercial ilegal, fraudulenta, engañosa o poco ética, o cualquier acto u omisión por parte de un Brand Ambassador que, a la sola discreción de iX Global, puede dañar su reputación o buena voluntad (tal acción u omisión dañina no necesita estar relacionada con el negocio de iX Global del Brand Ambassador), puede resultar, a la discreción de iX Global, en una o más de las siguientes medidas correctivas :

- ❖ Emisión de una advertencia o amonestación por escrito;
- ❖ Exigir al Brand Ambassador que tome medidas correctivas inmediatas;
- ❖ Imposición de multa, que podrá ser retenida de los cheques de bonificación y comisión;
- ❖ Pérdida de derechos a uno o más cheques de bonificación y comisión;
- ❖ iX Global puede retener de un Embajador de la marca la totalidad o parte de las bonificaciones y comisiones del Embajador de la marca durante el período en que iX Global esté investigando cualquier conducta presuntamente violatoria del Acuerdo. Si el negocio de un Brand Ambassador se cancela por motivos disciplinarios, el Brand Ambassador no tendrá derecho a recuperar ninguna comisión retenida durante el período de investigación;
- ❖ Suspensión del Acuerdo de Brand Ambassador de la persona por uno o más períodos de pago;
- ❖ Pérdida o reducción permanente o temporal del rango actual y/o vitalicio de Brand Ambassador (que posteriormente el Brand Ambassador puede volver a obtener);
- ❖ Transferencia o remoción de algunos o todos los Brand Ambassadors de línea descendente de un Brand Ambassador de la organización de línea descendente del Brand Ambassador infractor;
- ❖ Terminación involuntaria del Acuerdo de Brand Ambassador del infractor;
- ❖ Suspensión y/o rescisión del sitio web iX Global o del acceso al sitio web del Embajador de la marca infractor;
- ❖ Cualquier otra medida expresamente permitida dentro de cualquier disposición del Acuerdo o que iX Global considere factible de implementar y apropiada para resolver equitativamente los daños causados parcial o exclusivamente por la violación de la política o el incumplimiento contractual del Brand Ambassador.

## 9.2 - Quejas y Reclamos

En situaciones consideradas apropiadas por iX Global, iX Global puede iniciar acciones legales para compensación monetaria y/o equitativa. Cuando un Embajador de la marca tiene una queja o reclamo con otro Embajador de la marca con respecto a cualquier práctica o conducta en relación con sus respectivos negocios de iX Global, el Embajador de la marca denunciante primero debe informar el problema a su Patrocinador, quien debe revisar el asunto y tratar de resolverlo con el patrocinador de línea ascendente de la otra parte. Si el asunto involucra la interpretación o violación de la política de iX Global, debe informarse por escrito al Departamento de Servicios de Brand Ambassador de iX Global. El

Departamento de Servicios de Brand Ambassador revisará los hechos e intentará resolverlos.

### **9.3 - Mediación**

Antes de iniciar un arbitraje, las partes se reunirán de buena fe e intentarán resolver cualquier disputa que surja del Acuerdo o esté relacionada con él a través de una mediación no vinculante. Se designará como mediador a una persona que sea mutuamente aceptable para las partes. La mediación tendrá lugar dentro de los 60 días siguientes a la fecha en que se designe al mediador. Los honorarios y costos del mediador, así como los costos de celebración y conducción de la mediación, se dividirán en partes iguales entre las partes. Cada parte deberá pagar su parte de los honorarios y costos compartidos anticipados al menos 10 días antes de la mediación. Cada parte pagará los honorarios de sus propios abogados, los costos y los gastos individuales asociados con la realización y asistencia a la mediación. La mediación se llevará a cabo en Salt Lake City, Utah, y no durará más de dos días hábiles.

### **9.4 - Arbitraje**

Si la mediación no tiene éxito, cualquier controversia o reclamo que surja de o esté relacionado con el Acuerdo, o el incumplimiento del mismo, se resolverá mediante arbitraje. Las Partes renuncian a todos los derechos de juicio por jurado o ante cualquier tribunal. El arbitraje será presentado y administrado por la Asociación Estadounidense de Arbitraje ("AAA") o JAMS Endispute ("JAMS") según sus respectivas reglas y procedimientos. Las Reglas de Arbitraje Comercial y los Procedimientos de Mediación de la AAA están disponibles en el sitio web de la AAA en [www.adr.org](http://www.adr.org). Las Reglas y Procedimientos de Arbitraje Simplificados están disponibles en el sitio web de JAMS en [www.jamsadr.com](http://www.jamsadr.com).

Sin perjuicio de las reglas de la AAA o JAMS, lo siguiente se aplicará a todas las acciones de Arbitraje:

- ❖ Las Reglas Federales de Evidencia se aplicarán en todos los casos;
- ❖ Las Partes tendrán todos los derechos de descubrimiento permitidos por las Reglas Federales de Procedimiento Civil;
- ❖ Las Partes tendrán derecho a presentar recursos conforme a las Reglas 12 y/o 56 de las Reglas Federales de Procedimiento Civil;
- ❖ El arbitraje se producirá dentro de los 180 días siguientes a la fecha de designación del árbitro, y no podrá durar más de cinco días hábiles.

Todos los procedimientos de arbitraje se llevarán a cabo en Salt Lake City, Utah. Habrá un árbitro seleccionado del panel que proporciona el servicio de Resolución Alternativa de Disputas. Cada parte del arbitraje será responsable de sus propios costos y gastos de arbitraje, incluidos los honorarios legales y de presentación.

El arbitraje se llevará a cabo dentro de los 180 días a partir de la fecha en que se presente el arbitraje y no podrá durar más de cinco días hábiles.

Las partes dispondrán de igual tiempo para presentar sus respectivos casos. La decisión del árbitro será definitiva y vinculante para las partes y podrá, si es necesario, reducirse a una sentencia en cualquier tribunal de jurisdicción competente. Este acuerdo de arbitraje sobrevivirá a la cancelación o terminación del Acuerdo.

Las partes y el árbitro mantendrán la confidencialidad de todo el proceso de arbitraje y no revelarán a ninguna persona que no esté directamente involucrada en el proceso de arbitraje:

- ❖ La sustancia o la base de la controversia, disputa o reclamo;
- ❖ El contenido de cualquier testimonio u otra evidencia presentada en una audiencia de arbitraje u obtenida mediante descubrimiento en el arbitraje;
- ❖ Los términos o el monto de cualquier laudo arbitral;
- ❖ Las decisiones del árbitro sobre las cuestiones de procedimiento y/o de fondo involucradas en el caso.

No obstante lo anterior, nada en estas Políticas y Procedimientos impedirá que cualquiera de las partes solicite y obtenga de cualquier tribunal con jurisdicción una orden de embargo, una orden temporal, una orden preliminar, una orden permanente u otra medida disponible para salvaguardar y proteger sus derechos de propiedad intelectual, y/o para hacer valer sus derechos bajo la disposición de no solicitud del Acuerdo.

## **9.5 - Ley aplicable, jurisdicción y jurisdicción**

La jurisdicción y el lugar de cualquier asunto que no esté sujeto a arbitraje residirán exclusivamente en el Condado de Orange, Estado de Florida. La Ley Federal de Arbitraje regirá todo lo relativo al arbitraje. La ley del Estado de Florida regirá todos los demás asuntos relacionados o que surjan del Acuerdo.

### **9.5.1 - Residentes de Luisiana**

No obstante lo anterior, y la disposición de arbitraje en la Sección 9.4, los residentes del Estado de Luisiana tendrán derecho a iniciar una acción contra iX Global en su foro local y de conformidad con la ley de Luisiana.

# **SECCIÓN 10 - PAGOS**

## **10.1 - Impuestos a las Ventas**

iX Global debe cobrar impuestos sobre las ventas en todas las compras realizadas por Brand Ambassadors y Clientes, y remitir los impuestos cobrados a los estados respectivos. En consecuencia, iX Global recaudará y remitirá los impuestos sobre las ventas en nombre de los Brand Ambassadors, en función del precio minorista sugerido de los productos, de acuerdo con las tasas impositivas aplicables en el estado o provincia al que se destine el envío. Si un Embajador de la marca ha presentado, e iX Global ha aceptado, un Certificado de exención de impuestos sobre las ventas y una Licencia de registro de impuestos sobre las ventas vigentes, los impuestos sobre las ventas no se agregarán a la factura y la responsabilidad de recaudar y remitir los impuestos sobre las ventas a las autoridades correspondientes recaerá en el Embajador de la marca (a menos que el estado en cuestión no acepte un Certificado de exención de impuestos sobre las ventas y una Licencia de registro de impuestos sobre las ventas de un contratista independiente de venta directa). La exención del pago del impuesto sobre las ventas se aplica solo a los pedidos que se envían a un estado para el que se han presentado y aceptado los documentos de exención de impuestos correspondientes. Se cobrarán los impuestos sobre las ventas correspondientes a los pedidos que se envíen directamente a otro estado. Cualquier exención de impuestos sobre las ventas aceptada por iX Global no es retroactiva.

## **SECCIÓN 11 - INACTIVIDAD Y TERMINACIÓN**

### **11.1 - Efecto de la Terminación**

Mientras un Brand Ambassador permanezca activo y cumpla con los términos del Acuerdo de Brand Ambassador y estas Políticas y procedimientos, iX Global pagará comisiones a dicho Brand Ambassador de acuerdo con el Plan de compensación.

Las bonificaciones y comisiones de un Embajador de la marca constituyen la contraprestación total de los esfuerzos del Embajador de la marca para generar ventas y todas las actividades relacionadas con la generación de ventas (incluida la creación de una organización de línea descendente). Después de la no renovación de un Brand Ambassador de su Acuerdo de Brand Ambassador, la rescisión por inactividad o la rescisión voluntaria o involuntaria de su Acuerdo de Brand Ambassador (todos estos métodos se denominan colectivamente como "rescisión"), el ex Brand Ambassador no tendrá derecho, título, reclamo o interés a la organización de mercadeo que operaban, o cualquier comisión o bonificación de las ventas generadas por la organización.

Un Brand Ambassador cuyo negocio se cancela perderá todos los derechos como Brand Ambassador. Esto incluye el derecho a vender productos y servicios de iX Global y el derecho a recibir futuras comisiones, bonificaciones u otros ingresos que resulten de las ventas y otras actividades de la antigua organización de ventas de la línea descendente del Brand Ambassador.

En caso de rescisión, los Brand Ambassadors aceptan renunciar a todos los derechos que puedan tener, incluidos, entre otros, los derechos de propiedad, a su antigua organización descendente y a cualquier bonificación, comisión u otra remuneración derivada de las ventas y otras actividades de su antigua organización. organización de línea descendente.

Después de la rescisión de un Brand Ambassador de su Acuerdo de Brand Ambassador, el ex Brand Ambassador no se considerará Brand Ambassador de iX Global y no tendrá derecho a vender productos o servicios de iX Global.

Un Brand Ambassador cuyo negocio se cancela recibirá comisiones y bonificaciones solo por el último período de pago completo en el que estuvo activo antes de la rescisión (menos los montos retenidos durante una investigación anterior a una rescisión involuntaria).

## **11.2 - Terminación por Inactividad**

### **11.2.1 - Incumplimiento de la cuota de PV**

Si un Brand Ambassador no genera personalmente al menos 80 PV durante 6 meses consecutivos, su Acuerdo de Brand Ambassador se cancelará por inactividad.

## **11.3 - Terminación Involuntaria**

La violación por parte de un Brand Ambassador de cualquiera de los términos del Acuerdo, incluidas las enmiendas que iX Global pueda realizar a su exclusivo criterio, puede dar lugar a cualquiera de las sanciones enumeradas en la Sección 9.1, incluida la rescisión involuntaria de su Acuerdo de Brand Ambassador.

La rescisión será efectiva en la fecha en que se envíe una notificación por escrito, se envíe por correo electrónico, se envíe por fax o se entregue a un servicio de mensajería urgente, a la última dirección, dirección de correo electrónico o número de fax conocidos del Embajador de la marca, o a su abogado, o cuando el Embajador de la marca recibe notificación real de terminación, lo que ocurra primero.

iX Global se reserva el derecho de rescindir todos los Acuerdos de Brand Ambassador con treinta (30) días de aviso por escrito en caso de que elija:

- (1) cesar las operaciones comerciales;
- (2) disolverse como entidad corporativa; o
- (3) terminar la distribución de sus productos a través de la venta directa.

## **11.4 - Terminación voluntaria**

Un participante en este plan de mercadeo en red tiene derecho a cancelar en cualquier momento, independientemente del motivo. La rescisión debe enviarse por escrito a iX Global en su dirección comercial principal. La notificación por escrito debe incluir la firma del Embajador de la marca, el nombre impreso, la dirección y el Número de identificación del

Embajador de la marca. Si un Embajador de la marca también está en el programa de Autoenvío, el pedido de Autoenvío del Embajador de la marca continuará a menos que el Embajador de la marca también solicite específicamente que también se cancele su Acuerdo de Autoenvío.

## **11.5 - No renovación**

Un Brand Ambassador también puede cancelar voluntariamente su Acuerdo de Brand Ambassador al no renovar el Acuerdo en su fecha de aniversario o al no pagar su tarifa de renovación anual. iX Global también puede optar por no renovar el Acuerdo de Brand Ambassador en su fecha de aniversario.

# **SECCIÓN 12 - DEFINICIONES**

**Cliente activo:** un cliente preferido o directo que compra productos o servicios de iX Global durante un mes en particular.

**Embajador de marca activo:** un embajador de marca que cumple con los requisitos mínimos de volumen de ventas personales, tal como se establece en el Plan de compensación global de iX, para garantizar que sea elegible para recibir bonos y comisiones.

**Rango activo:** el término "rango activo" se refiere al rango actual de un Embajador de la marca, según lo determina el Plan de compensación global de iX, para un período de pago en particular. Para ser considerado "activo" en relación con un rango en particular, un Brand Ambassador debe cumplir con los criterios establecidos en el Plan de compensación global de iX para su rango respectivo. (Consulte la definición de "Rango" a continuación).

**Parte afiliada:** un accionista, miembro, socio, gerente, fideicomisario u otras partes con cualquier interés de propiedad o responsabilidades de administración de una entidad comercial.

**Acuerdo:** el contrato entre iX Global y cada Brand Ambassador incluye la Solicitud de Brand Ambassador y los Términos y condiciones del Acuerdo, las Políticas y procedimientos de iX Global, el Plan de compensación de iX Global y el Anexo de entidad comercial (cuando corresponda), todo en su forma actual, y modificado por iX Global a su exclusivo criterio. Estos documentos se denominan colectivamente como el "Acuerdo".

**Cancelar** — La terminación del negocio de un Brand Ambassador. La terminación puede ser voluntaria, involuntaria, por no renovación o por inactividad.

**Línea descendente:** la línea descendente de un Embajador de la marca (u organización en línea descendente) se compone de los Embajadores de la marca que inscribe o patrocina personalmente (sus Embajadores de la marca de primer nivel), los Embajadores de la marca que los Embajadores de la marca de primer nivel inscriben o patrocinan, así como los Embajadores de la marca que son subsiguientemente inscrito o patrocinado por debajo de ellos.

Línea descendente: cada una de las personas inscritas personalmente inmediatamente debajo de un Brand Ambassador y sus respectivas organizaciones de marketing representan una "línea" en su organización de marketing.

Inscribirse: el acto de presentar a un posible Embajador de la marca en iX Global y ayudarlo a ejecutar una Solicitud y acuerdo de Embajador de la marca y, por lo tanto, convertirse en Embajador de la marca iX Global. (Consulte también la definición de "Patrocinador"). Estas actividades se denominan "inscripción".

Inscriptor: la persona que inscribe a un posible Brand Ambassador en iX Global.

Volumen de grupo: el valor comisionable de los servicios y productos comprados por los Clientes y Brand Ambassadors en la línea descendente de un Brand Ambassador en particular.

Hogar inmediato: cónyuges, cabezas de familia y familiares dependientes que residen en la misma residencia.

Nivel: las capas de Clientes y Embajadores de marca en línea descendente en la línea descendente de un Embajador de marca en particular. Este término se refiere a la relación de un Embajador de la marca en relación con un Embajador de la marca ascendente en particular, determinada por la cantidad de Embajadores de la marca entre ellos que están relacionados por patrocinio. Por ejemplo, si A inscribe a B, quien inscribe a C, quien inscribe a D, quien inscribe a E, entonces E está en el cuarto nivel de A.

Material oficial de iX Global: literatura, cintas de audio o video, sitios web y otros materiales desarrollados, impresos, publicados y/o distribuidos por iX Global a Brand Ambassadors.

Producción personal: mover los productos o servicios de iX Global a un consumidor final para su uso real.

Volumen personal: el valor comisionable de los productos comprados por:

(1) un embajador de la marca;

(2) los Clientes Preferidos o Directos inscritos personalmente por el Brand Ambassador; y

(3) los Clientes minoristas personales del Embajador de la marca que compran en el sitio web replicado de iX Global del Embajador de la marca.

Rango: el "título" que ostenta un Embajador de marca de conformidad con el Plan de compensación global de iX. "Rango de título" se refiere al rango más alto que un Brand Ambassador ha logrado en el plan de compensación de iX Global en cualquier momento. El rango "Pagado como" se refiere al rango en el que un Brand Ambassador está calificado para ganar comisiones y bonificaciones durante el período de pago actual.

Reclutar: para los fines de la Política de conflicto de intereses de iX Global (Sección 4.11), el término "Reclutar" significa el patrocinio, la solicitud, la inscripción, el estímulo o el esfuerzo real o intentado para influir de cualquier otra manera, ya sea directa, indirectamente o a través de un tercero, otro iX Global Brand Ambassador o Cliente para inscribirse o participar en otra oportunidad de marketing multinivel, marketing en red o venta directa.

Sitio web replicado: un sitio web proporcionado por iX Global a Brand Ambassadors que utiliza plantillas de sitio web desarrolladas por iX Global.

Revendibles: los productos y las ayudas de ventas se considerarán "revendibles" si se cumple cada uno de los siguientes elementos: 1) no están abiertos ni utilizados; 2) el empaque y el etiquetado no han sido alterados o dañados; 3) están en una condición tal que es una práctica comercialmente razonable dentro del comercio vender la mercancía al precio completo; 4) se devuelve a iX Global dentro de un año a partir de la fecha de compra. Cualquier mercancía que esté claramente identificada en el momento de la venta como no retornable, descontinuada o como un artículo de temporada, no se podrá volver a vender.

Cliente minorista: una persona o entidad que compra productos o servicios de iX Global de o a través de un Embajador de la marca, pero que no es un Cliente preferido/directo/de envío automático, un Embajador de la marca o un familiar directo de un Embajador de la marca.

Ventas minoristas: ventas a un cliente minorista.

Redes sociales: cualquier tipo de medio en línea que invite, agilice o permita conversaciones, comentarios, calificaciones y/o contenido generado por el usuario, a diferencia de los medios tradicionales, que entregan contenido pero no permiten que los lectores/espectadores/oyentes participen en la creación o desarrollo de contenido, o el comentario o respuesta al contenido. Los ejemplos de redes sociales incluyen, entre otros, blogs, salas de chat, Facebook, MySpace, Twitter, LinkedIn, Delicious y YouTube.

Patrocinador: un Embajador de la marca que inscribe a un Cliente u otro Embajador de la marca en iX Global y figura como Patrocinador en la Solicitud y el Acuerdo del Embajador de la marca. El acto de inscribir a otros y capacitarlos para que se conviertan en Brand Ambassadors se denomina "patrocinio".

Kit de inicio: una selección de materiales de capacitación y literatura de apoyo comercial de iX Global, y un sitio web replicado de Brand Ambassador que cada nuevo Embajador de marca de marketing independiente puede comprar.

Upline: este término se refiere al Brand Ambassador o Brand Ambassadors por encima de un Brand Ambassador en particular en una línea de patrocinio hasta iX Global. Dicho a la inversa, es la línea de patrocinadores la que vincula a cualquier Brand Ambassador en particular con iX Global.

# SECCIÓN 13 - ADENDAS

## 13.1 - Anexo de políticas y procedimientos de iX - Política de buena fe de Brand Ambassador

La Sección 4.2.1 de las Políticas y Procedimientos Globales de iX establece:

“Todos los Brand Ambassadors deberán salvaguardar y promover la buena reputación de iX Global y sus productos. El marketing y la promoción de iX Global, la oportunidad de iX Global, el Plan de Compensación y los productos de iX Global deben evitar toda conducta o práctica descortés, engañosa, engañosa, poco ética o inmoral o ilegal.”

Este Anexo busca ampliar y agregar a esta Sección al establecer específicamente que todos los Brand Ambassadors también aceptan actuar de buena fe cuando promuevan la oportunidad iX Global, participen en el Plan de Compensación y utilicen los productos iX Global.

Actuar de buena fe es “evitar toda conducta o práctica descortés, engañosa, engañosa, poco ética o inmoral o ilegal”. Cuando se aplica específicamente al Plan de Compensación Global iX, actuar de Buena Fe es evitar cualquier intento de manipular el Plan de Compensación. Los ejemplos de manipulación del Plan de Compensación incluyen, entre otros, la creación de cuentas falsas, órdenes de compra en cuentas de línea descendente y la estructuración de embajadores de marca en configuraciones no naturales.

Con ese entendimiento, comprenda también que iX Global se toma muy en serio esta política de buena fe y revisará las cuentas de Brand Ambassador de manera constante para determinar si se está siguiendo la política de buena fe. Los embajadores de la marca sospechosos de infringir la política de buena fe estarán sujetos a lo siguiente:

Una congelación inmediata de su Brand Ambassador Wallet mientras se lleva a cabo una investigación. Durante este congelamiento no se permitirán retiros de la Cartera.

Si se determina que el Brand Ambassador incumple la política de buena fe, puede estar sujeto a una o más de las siguientes acciones a discreción de iX Global:

1. Una advertencia oficial de iX Global para cesar y desistir de cualquier acción poco ética.
2. Suspensión del negocio de Brand Ambassador por un período de tiempo determinado. Durante el período de suspensión, el Brand Ambassador no podrá inscribir nuevos Brand Ambassadors, ni tendrá acceso a las comisiones pendientes.
3. Pérdida de comisiones pendientes y/o futuras.
4. Pérdida de licencias de X-Node.
5. Terminación del negocio de Brand Ambassador.

Las reglas son muy claras: NO infrinja la política de buena fe. Es una violación de las Políticas y Procedimientos de iX Global, así como una violación de la ética y la confianza. Agradecemos a todos y cada uno de nuestros Brand Ambassadors y el arduo trabajo que realizan para construir sus negocios iX Global, y protegeremos esos negocios en la medida de nuestras capacidades.

## **13.2 - Apéndice de Políticas y Procedimientos de iX - Inactividad**

Un embajador de la marca debe permanecer activo para participar en el sistema de recompensas y plan de compensación global iX. Un Brand Ambassador se define como "Activo" cuando ha comprado o vendido personalmente al menos 80PV en productos y servicios iX dentro de un período de 28 días. Si transcurre un período completo de 28 días sin que se realice una compra o venta del PV mínimo requerido, ese Brand Ambassador se vuelve "Inactivo". Un Brand Ambassador puede volver a estar Activo en cualquier momento al comprar o vender al menos 80PV en productos y servicios iX.

Una vez que un Embajador de la marca está Inactivo, ya no está calificado para participar en el Plan de compensación global iX y el Sistema de recompensas. Un Brand Ambassador Inactivo no ganará comisiones durante ningún ciclo semanal en el que permanezca Inactivo. Una vez que un Embajador de la marca ha estado Inactivo durante 7 días, cualquier Volumen de estructura de pago transferible que haya acumulado previamente se eliminará permanentemente del sistema de compensación.

Una vez que un Brand Ambassador haya estado inactivo durante 60 días, su cuenta iX Global se archivará. Una cuenta archivada pierde el acceso a la mayoría de las funciones de su oficina virtual iX, incluidos, entre otros, todos los informes y la información genealógica de su organización anterior. Un embajador de marca archivado puede volver a estar activo en cualquier momento comprando o vendiendo al menos 80PV en productos y servicios iX.

Una vez que un Embajador de la marca ha estado Inactivo durante 180 días, su cuenta iX Global queda sujeta a terminación permanente y eliminación de la oficina virtual de iX; iX Global se reserva el derecho de cancelar y eliminar permanentemente a cualquier Brand Ambassador de sus sistemas y registros que haya estado Inactivo durante al menos 180 días, y puede optar por ejercer este derecho purgando sus sistemas de estas cuentas Inactivas de vez en cuando. iX Global no proporcionará ningún aviso de dicha purga.

Un Brand Ambassador que ha estado Inactivo durante 180 días también está sujeto a la recuperación de todas y cada una de las ganancias y/o créditos que permanezcan en el sistema de la oficina virtual; iX Global se reserva el derecho de eliminar las ganancias de cualquier embajador de la marca que haya estado inactivo durante 180 días, y puede hacerlo de conformidad con las leyes locales de abandono y reversión de activos.

## 13.3 - Apéndice de Políticas y Procedimientos iX - Epins

Un Epin se define como un crédito interno emitido dentro del ecosistema iX Global a un cliente y/o Brand Ambassador. Este crédito puede usarse solo para comprar productos dentro del ecosistema iX Global. Con ese entendimiento, comprenda que iX Global proporciona la funcionalidad Epin como una cortesía para sus usuarios, y tomará todas las medidas necesarias para evitar el abuso de la funcionalidad.

Varias reglas y normas rigen el uso de Epins. Un Epin cuesta una tarifa fija de \$ 5 para generar, y el Epin debe cubrir el costo total del producto o servicio que se compra. No se aceptarán los Epins que no cubran el costo total de un producto o servicio, y los Epins no se pueden agregar para realizar una compra. Una vez que haya creado un Epin(s), puede transferir este(s) Epin(s) a otros usuarios de iX Global una vez que haya cargado todos los documentos KYC requeridos y haya sido verificado por el sistema. Epin Transfer no está disponible para usuarios no verificados (usuarios que no son KYC). Un Brand Ambassador puede acumular un máximo de 20 Epins en su entorno de back office a la vez, una vez que se alcanza este límite, uno o más de los Epins deben usarse o transferirse para permitir una mayor generación de Epins.

Los siguientes elementos se consideran infracciones flagrantes del sistema Epin y serán procesados de acuerdo con las reglas establecidas a continuación. Está prohibido revender Epins por más del 5 % de descuento del valor nominal del Epin y, en general, los Epins deben venderse a su valor nominal total. Está prohibido usar Epins para manipular el Plan de Compensación Global iX; todos los Epins deben ser utilizados por usuarios válidos y activos del sistema iX. Incitar a los Brand Ambassadors existentes a dejar su posición actual en la estructura genealógica de iX Global para volver a ingresar a otro lugar siempre está prohibido y, en este caso específico, está estrictamente prohibido usar Epins gratuitos o con descuento como incentivo.

iX Global depende de nuestros Brand Ambassadors para autocontrolarse en estos asuntos. Para presentar una queja contra un compañero Embajador de la marca, el acusador debe enviar por escrito por correo electrónico a (¿dirección de correo electrónico?) una denuncia formal del Embajador de la marca infractor y estar preparado para hablar con los oficiales de cumplimiento de iX Global con respecto a su reclamo. . Envíe cualquier evidencia del reclamo en este correo electrónico. iX Global se reserva el derecho exclusivo de determinar qué constituye una queja creíble y tomará esos juicios a su sola discreción.

Si se sospecha que un Brand Ambassador abusa de Epin, será suspendido de inmediato en espera de una investigación. Durante el período de suspensión, el Brand Ambassador no podrá inscribir nuevos Brand Ambassadors, ni tendrá acceso a ninguna comisión pendiente.

Una vez que se llegue a un veredicto de la investigación, la infracción se clasificará como infracción de Nivel 1, Nivel 2 o Nivel 3, cada una de las cuales conllevará las siguientes sanciones:

- ❖ Nivel 1 - Abuso accidental o ignorante de Epin: reincorporación total al puesto
- ❖ Nivel 2 - Incidente aislado de abuso de Epin: reincorporación con multa a ser determinada por el oficial de cumplimiento de iX Global.
- ❖ Nivel 3 - Abuso masivo y/o atroz de Epin: terminación y pérdida de todas las comisiones pendientes y futuras, prohibición de regresar a la empresa

Si se sospecha que un Embajador de marca abusa de Epin por segunda vez, será suspendido de inmediato en espera de una investigación, una vez más, no podrá inscribir nuevos Embajadores ni acceder a las comisiones pendientes.

Si el Brand Ambassador es declarado culpable, será despedido y perderá todas las comisiones pendientes y futuras, y también se le prohibirá regresar a la empresa.

Las reglas son muy claras: NO abuse del sistema Epin. Es una violación de las Políticas y Procedimientos de iX Global, así como una violación de la ética y la confianza. Agradecemos a todos y cada uno de nuestros Brand Ambassadors y el arduo trabajo que realizan para construir sus negocios iX Global, y protegeremos esos negocios en la medida de nuestras capacidades.

## **13.4 - Apéndice de políticas y procedimientos de iX - Reclutamiento cruzado**

La Sección 4.11.1 de las Políticas y Procedimientos Globales de iX establece:

“Los Brand Ambassadors tienen prohibido el Crossline Recruiting. Se prohíbe el uso del nombre de un cónyuge o pariente, nombres comerciales, DBA, nombres falsos, entidades, números de identificación federal o números de identificación ficticios, o cualquier otro dispositivo o artificio para eludir esta política. Un Brand Ambassador no degradará, desacreditará ni difamará a otros iX Global Brand Ambassadors en un intento de atraer a otro cliente, Brand Ambassador o Brand Ambassador potencial para que forme parte de su organización.

Para los fines de esta Sección, el término "Reclutamiento cruzado" significa el patrocinio, la solicitud, la inscripción, el estímulo o el esfuerzo real o intentado para influir de cualquier manera, ya sea directa, indirectamente o a través de un tercero, en otro Embajador de la marca global iX. o el Cliente se inscriba, se una o participe de otro modo en otra organización de marketing, línea descendente o línea de patrocinio de iX Global que no sea en la que se inscribió originalmente”.

Con ese entendimiento, comprenda también que iX Global toma Cross Recruiting muy en serio y tomará las siguientes medidas contra cualquier Brand Ambassador que tenga una queja creíble de Crossline Recruiting presentada ante la empresa.

Para presentar una queja contra un compañero Embajador de la marca, el acusador debe enviar por escrito por correo electrónico a (¿dirección de correo electrónico?) una denuncia formal del Embajador de la marca infractor y estar preparado para hablar con los oficiales de cumplimiento de iX Global con respecto a su reclamo. . iX Global se reserva el derecho exclusivo de determinar qué constituye una queja creíble y tomará esos juicios a su sola discreción.

Si se sospecha que un Embajador de marca está realizando Crossline Recruiting, será suspendido de inmediato en espera de una investigación. Durante el período de suspensión, el Brand Ambassador no podrá inscribir nuevos Brand Ambassadors, ni tendrá acceso a ninguna comisión pendiente.

Una vez que se llegue a un veredicto de la investigación, la infracción se clasificará como infracción de Nivel 1, Nivel 2 o Nivel 3, cada una de las cuales conllevará las siguientes sanciones:

- ❖ Nivel 1 - Reclutamiento Crossline accidental o ignorante: Restablecimiento completo del puesto
- ❖ Nivel 2 - Incidente aislado de reclutamiento cruzado: Restablecimiento con multa a ser determinada por el oficial de cumplimiento de iX Global.
- ❖ Nivel 3 - Contratación masiva y/o atroz de Crossline: terminación y pérdida de todas las comisiones pendientes y futuras, prohibición de regresar a la empresa

Si se sospecha que un Embajador de la marca está reclutando a través de Crossline por segunda vez, será suspendido de inmediato hasta que se realice una investigación, y una vez más no podrá inscribir nuevos Embajadores ni acceder a las comisiones pendientes.

Si el Brand Ambassador es declarado culpable, será despedido y perderá todas las comisiones pendientes y futuras, y también se le prohibirá regresar a la empresa.

Las reglas son muy claras: NO reclute Crossline. Es una violación de las Políticas y Procedimientos de iX Global, así como una violación de la ética y la confianza. Agradecemos a todos y cada uno de nuestros Brand Ambassadors y el arduo trabajo que realizan para construir sus negocios iX Global, y protegeremos esos negocios en la medida de nuestras capacidades.