



SERIE EDUCATIVA DE IMPORTANTES TEMAS LEGALES

Sé exitosa en los medios sociales

Este documento con importantes temas legales te **EDUCARÁ** y te brindará información importante relacionada a los medios o redes sociales que podría ser útil para ayudarte a ser exitosa en tu negocio. Entender los principios aquí mencionados antes de publicar mensajes en las redes/medios sociales, puede **EMPODERARTE** para que tus comunicaciones sean aún más efectivas y a la vez cumplas con los términos estipulados en tu/s Acuerdo/s Mary Kay. Con la ayuda de estos útiles consejos, podrás estar en contacto con tus clientes actuales y potenciales en las redes sociales y también **PROTEGER** la marca Mary Kay, tu negocio y la oportunidad Mary Kay. ¡Comencemos!

ter·mi·no·lo·gía

Los términos y definiciones que aparecen a continuación son esenciales para ayudarte a ser exitosa en las redes sociales y los verás a lo largo de todo este documento de temas legales importantes.

Término	Definición
Acuerdo/s Mary Kay	Se refiere, tanto individualmente como colectivamente, a tu/s Acuerdo/s de Consultora de Belleza Independiente, Directora de Ventas Independiente o Directora Nacional de Ventas Independiente, según el que aplique.
<i>Hashtag</i>	Una palabra o frase precedida de un símbolo de número (#) y utilizada dentro de un mensaje para identificar una palabra o tema clave que facilita una búsqueda electrónica de la misma. Cuando un usuario añade un <i>hashtag</i> a su mensaje, eso le permite a la red social indizar o registrar esa palabra o frase en sus archivos electrónicos para que entonces otros usuarios puedan encontrarla a través de una búsqueda electrónica.
Mensaje comercial	Cualquier tipo de mensaje, a ser publicado en las redes/medios sociales, que le indica claramente a tu público que deseas entablar una relación comercial con ellos.
Mensaje informativo	Un mensaje, a ser publicado en las redes/medios sociales, que expresa el amor que sientes por los productos <i>Mary Kay</i> ® y en el cual compartes con el público en general tu opinión sobre tu negocio Mary Kay.
Relación de contratista independiente	La relación que existe entre Mary Kay Inc. y tú como Consultora de Belleza Independiente, Directora de Ventas Independiente o Directora Nacional de Ventas Independiente, es de contratista independiente, no eres empleada/o.
Sitio electrónico no autorizado	Un sitio electrónico de ventas al menudeo o de subastas por Internet que ofrece o muestra productos <i>Mary Kay</i> ® para la venta, incluidos Amazon®, eBay®, Poshmark® y Facebook® <i>Marketplace</i> , entre otros.

Para promover tu negocio

A continuación, un resumen de los seis principios sencillos que podrían ayudarte a ser exitosa en las redes/medios sociales.

1 CÓMO PROTEGER EL MODELO DE NEGOCIO. PÁG. 3
¿Estás considerando vender productos *Mary Kay*® en un mercado en línea, sitio electrónico o lugar de intercambios en medios o redes sociales? Detente, ¡no lo hagas! Conoce por qué esto está prohibido y las consecuencias.

2 CÓMO PROTEGER LA MARCA. PÁG. 4
Tu cuenta de negocio en las redes/medios sociales, ¿tiene el nombre correcto? Descúbrelo en la sección sobre este principio.

3 CÓMO PROTEGER LAS RELACIONES CON CLIENTES Y EL USO AUTORIZADO DE MARCAS Y LOGOTIPOS. PÁGS. 5-6
¿Quieres saber cómo debes comunicarte a través de las redes/medios sociales y cuándo usar los *hashtags* de nuestra marca? Conoce las pautas relacionadas a los mensajes informativos y los mensajes comerciales, y las plataformas donde compartir estos dos tipos de mensajes.

4 CÓMO PROTEGER TU PÁGINA DE NEGOCIO Y TU PÁGINA/ PERFIL PERSONAL EN LAS REDES/MEDIOS SOCIALES. PÁG. 7
¿Sabías que cada plataforma social cuenta con sus propios términos y condiciones? Revisa este otro principio para evitar que eliminen tu perfil o páginas sociales.

5 CÓMO PROTEGER Y RESPETAR OTROS NOMBRES COMERCIALES, MARCAS Y PROPIEDAD INTELECTUAL. PÁG. 7
¿Sabías que podrías enfrentar acciones judiciales en tu contra si sugieres que existe una relación entre *Mary Kay* o tu negocio *Mary Kay* y otra marca, celebridad o evento con patrocinadores? Descubre por qué en este principio.

6 CÓMO PROTEGER Y DAR RIENDA SUELTA A TU CREATIVIDAD. PÁGS. 8-9
¿Quieres ser creativa? La Compañía te provee recursos digitales y te sugiere mensajes para usar en las redes/medios sociales que pueden ayudarte cuando vayas a darle promoción a tu negocio en los medios sociales. Puedes encontrar estos recursos electrónicos en *Mary Kay In Touch*® > Recursos > Recursos digitales. Para más detalles consulta la sección sobre este principio.

1 1 CÓMO PROTEGER EL MODELO DE NEGOCIO.

Principio: El modelo de negocio de Mary Kay es el de una compañía de **ventas directas**, lo que significa que nuestros productos son vendidos al menudeo por Consultoras de Belleza Independientes Mary Kay a sus clientes, de persona a persona, lejos de un lugar de ventas al menudeo fijo como mercados al aire libre o sitios electrónicos no autorizados. Recuerda, las redes/medios sociales pueden ser utilizados para comunicarte con tus clientes actuales y potenciales, pero no se deben convertir en una tienda de ventas al menudeo en línea.

♥ **Sitios de ventas en las redes sociales:** Los sitios electrónicos no autorizados no solo son Amazon®, eBay®, Poshmark® u otros mercados de ventas en línea, sino también los sitios de ventas en las redes sociales como Facebook® *Marketplace*. Exhibir u ofrecer productos *Mary Kay*® para la venta en estas plataformas electrónicas es incompatible con el modelo de negocio de ventas directas.

♥ **Ventas de garaje en redes/medios sociales, intercambios en línea y aplicaciones electrónicas:** Algunas plataformas sociales permiten la creación de grupos para promover la venta de artículos, inclusive a través de ventas de garaje o intercambios en línea (por ejemplo, *ABC Garage Sale* o *County Barterers*). También hay aplicaciones electrónicas para promocionar la venta de artículos, como 5Miles® y OfferUp®. Todos son considerados sitios de ventas al menudeo en línea y por lo tanto son sitios electrónicos no autorizados. Además, las integrantes del cuerpo de ventas independiente Mary Kay han acordado por escrito que no tendrán publicidad, ni promoverán sus negocios, ni venderán, ni intercambiarán, ni ofrecerán para la venta o intercambio los productos *Mary Kay*® en dichas plataformas o aplicaciones electrónicas, y por ende se les prohíbe hacer estas cosas.

PRECAUCIÓN: Si la Compañía determina que un/una Consultor/a de Belleza Independiente (CBI) está **1)** vendiendo productos *Mary Kay*® en aplicaciones o sitios electrónicos no autorizados u otros canales no autorizados; **2)** haciendo que otra persona venda por él/ella productos en sitios electrónicos no autorizados; o **3)** deliberadamente ofrece productos para ser vendidos en dichos sitios electrónicos, el Acuerdo Mary Kay de dicho/a CBI será cancelado inmediatamente y el/la CBI también podría enfrentar acciones judiciales en su contra.



Consejo: Para más información sobre el modelo de negocio de ventas directas de Mary Kay, y cómo promover tu negocio de manera exitosa en las redes/medios sociales, completa el *Módulo de educación sobre los principios legales y las redes sociales* en *Mary Kay InTouch*®. Cuando lo completes, recibirás tu símbolo de logros legal para lucirlo con orgullo en los eventos de la Compañía.

2 CÓMO PROTEGER LA MARCA.

Principio: El activo más importante de una compañía es su marca. Los consumidores hacen negocio con aquellas marcas en las que confían. El nombre “Mary Kay” y todos nuestros nombres de productos, marcas de fábrica e imágenes y materiales protegidos por derechos de autor, son propiedad de Mary Kay Inc. y son parte de la cartera de propiedad intelectual de la Compañía. Nuestra marca es reconocida y respetada en todo Estados Unidos y en muchos países en el extranjero. Para ayudar a proteger la integridad de nuestra marca, la Compañía le otorga a las Consultoras de Belleza Independientes un permiso limitado para usar nuestra propiedad intelectual en las redes/medios sociales en conexión con sus negocios Mary Kay que explicaremos a lo largo de todo este documento de temas legales.

QUÉ NOMBRE PONERLE A TU CUENTA DE NEGOCIOS MARY KAY EN LAS REDES/MEDIOS

SOCIALES: Mientras seas una/un CBI con status activo, tienes permiso para usar “Mary Kay” o “MK” en el nombre de tu cuenta de negocios en las redes/medios sociales siempre y cuando uses una de las siguientes nomenclaturas de nombres.

NOMENCLATURA LARGA: Usa tu nombre, una coma y “Consultor/a de Belleza Independiente Mary Kay”, “Director/a de Ventas Independiente Mary Kay” o “Director/a Nacional de Ventas Independiente Mary Kay”.

» **Ejemplo:** Juanita Pérez, Consultora de Belleza Independiente Mary Kay

NOMENCLATURA CORTA: Puedes usar una de las siguientes abreviaturas aceptadas, seguido por “CBI MK”, “DVI MK”, “DNI MK” o bien “MK”:

» **Ejemplo:** La inicial de tu nombre seguido por tu apellido = JPérezCBIMK o JPérezMK

» **Ejemplo:** Tu nombre seguido por la primera inicial de tu apellido = JuanitaPCBIMK o JuanitaPMK

» **Ejemplo:** Tu nombre completo = JuanitaPérezCBIMK o JuanitaPérezMK

Si solo tienes una cuenta personal en las redes/medios sociales, no tienes permiso para usar el nombre “Mary Kay” ni “MK” en la nomenclatura del nombre de tu cuenta personal. Tal vez quieras crear grupos cerrados (privados) para comunicarte directa y específicamente con tus clientes, integrantes de equipo o de área. Como dichos grupos cerrados (privados) se forman utilizando tus cuentas personales en las redes sociales, no tienes permiso para usar los nombres comerciales o marcas de la Compañía en la nomenclatura del nombre de tus grupos cerrados.

♥ **Cómo describir correctamente tu relación con Mary Kay:** Al describir tu relación con Mary Kay en las redes sociales, es importante que compartas información correcta sobre tu status como contratista independiente. A continuación, algunos ejemplos de descripciones adecuadas para tu perfil en las redes sociales: *trabajadora autónoma, dueña/o de negocio independiente, dueña/o de negocio independiente Mary Kay, Consultor/a de Belleza Independiente Mary Kay, Director/a de Ventas Independiente Mary Kay o Director/a Nacional de Ventas Independiente Mary Kay*, según lo que aplique en tu caso.

PRECAUCIÓN: Si utilizas la nomenclatura corta, es sumamente importante que incluyas tu título completo como contratista independiente; ejemplo: Consultor/a de Belleza Independiente o Director/a de Ventas Independiente.

PRECAUCIÓN: Si se cancela tu Acuerdo con la Compañía, por la razón que sea, deberás eliminar o borrar inmediatamente tu página de negocio Mary Kay de las redes/medios sociales.

3 CÓMO PROTEGER LAS RELACIONES CON CLIENTES Y EL USO AUTORIZADO DE MARCAS Y LOGOTIPOS.

Principio: Cuando vayas a hablar de tu negocio Mary Kay en las redes/medios sociales, existen dos tipos de mensajes: informativos y comerciales. El tipo de mensaje que usarás dependerá del público de cada plataforma y si puedes usar un *hashtag* Mary Kay.

♥ **Los mensajes informativos** pueden incluir tu opinión y algunas palabras que expresen el entusiasmo que sientes por las cosas que haces en tu negocio Mary Kay, el amor que sientes por los productos *Mary Kay*® e información sobre tu “vida MK”. Los mensajes informativos suelen ser muy eficaces y pueden ser publicados en varios canales, como por ejemplo en tu cuenta personal o de negocios en las redes/medios sociales, un grupo cerrado o exclusivo de clientes o cualquier otro grupo para lograr contactos al que te hayas unido. Este tipo de mensaje, en el que expresas el entusiasmo que sientes por tu negocio, puede servir de puente para que otras personas también compartan su amor por los productos *Mary Kay*® y añadan un *hashtag* Mary Kay.

PÚBLICO: ¡Cualquier persona!

DÓNDE: ¡En cualquier lugar!

HASHTAGS MARY KAY:

Solo se pueden usar en mensajes informativos.

» **Ejemplo:**



♥ **Los mensajes comerciales** son mensajes publicitarios en los cuales se ofrece algo para que las personas que los reciban hagan negocio contigo. Pueden incluir el precio de los productos, ofertas especiales o descuentos, una invitación para asistir a una fiesta del cuidado de la piel o para comenzar un negocio Mary Kay y unirse a tu equipo.

PÚBLICO: Clientes actuales solamente (o compartidos de manera privada con clientes potenciales).

DÓNDE: Plataformas sociales a las cuales solo tengan acceso tus clientes, como por ejemplo tu página de negocio en las redes/medios sociales, grupos cerrados o exclusivos en las redes/medios sociales, mensajes de texto o de correo electrónico.

HASHTAGS MARY KAY: : No se pueden usar en mensajes comerciales.

» **Ejemplos:** “¡Comienza hoy un negocio Mary Kay conmigo!”

“¡Este fin de semana ofreceré un 20% de descuento para el Juego *Satin Hands*®!”

Consejos: • Un mensaje informativo puede incluir una frase que diga “Conoce más” con un enlace a tu sitio electrónico personal *Mary Kay*®, ya que solo estarías invitando a tu público a conocer más detalles sobre lo que compartes en tu mensaje y no estás solicitando que hagan negocio contigo.

• **Solo** puedes “promover” mensajes comerciales en las redes sociales con las personas que siguen tu página de negocios en las redes/medios sociales. Ve a *Mary Kay InTouch*® > Zona Digital para más información sobre cómo promover tus mensajes en las redes.

• Los mensajes deben tener contenido que sea adecuado para personas de todas las edades.

• Las ofertas especiales deben tener una fecha de inicio y final. Una vez haya terminado la oferta, debes eliminar el mensaje para evitar cualquier confusión. Debes también leer los términos de servicio de la plataforma para conocer cualquier pauta que tengan en cuanto a ofertas especiales.

• Solo debes publicar mensajes con resultados y beneficios de los productos *Mary Kay*® que sean reales, correctos y corroborados por la compañía. Considera usar los mensajes para redes sociales aprobados por la Compañía o compartir información a través de la función de “Share” (Compartir) en tu sitio electrónico personal *Mary Kay*®. Para más información sobre este tema, consulta la sección de “Afirmaciones de los productos” en las pautas de “Información legal” en *Mary Kay InTouch*® > Recursos > Asuntos legales > Información adicional y Formularios.

PRECAUCIÓN:

• Piensa en la información y las imágenes que vas a publicar porque realmente cuando te comunicas a través de la Internet, nada es privado, y cada mensaje o publicación se convierte en un expediente documentado. Cualquier contenido que se publique que no cumpla con las pautas, usualmente es reportado a la Compañía y constituye una violación a los términos del Acuerdo Mary Kay.

• El nombre comercial de Mary Kay o sus marcas no se deben usar como *hashtags* en mensajes comerciales ya que a través del *hashtag* cualquier persona puede tener acceso al mensaje, convirtiéndose por ende en un anuncio publicitario no autorizado.

• Los mensajes solicitándole a alguien que comience un negocio Mary Kay contigo, siempre son considerados mensajes comerciales.

• Los mensajes en los cuales indicas cuánto dinero ganas, aunque la información sea correcta, o en los cuales se indica cuánto dinero puede llegar a ganar otra persona con un negocio Mary Kay, **no deben ser compartidos en las redes/medios sociales.** Estos tipos de mensajes son considerados como “alegaciones de ingresos” y constituyen una violación grave a los términos del Acuerdo Mary Kay y al Código de Ética de la Asociación de Ventas Directas, DSA por sus siglas en inglés.

• No se debe publicar contenido que se pueda interpretar como ofensivo, polémico o controvertido, de mal gusto, o que dañe la reputación de la marca corporativa.

• Publicar un mensaje sobre una rifa o sorteo para que tus seguidores se ganen un premio al participar a través de un medio o red social, se considera “carnada de participación” y eso está prohibido por las plataformas sociales y también es una violación a los términos del Acuerdo Mary Kay.



4 CÓMO PROTEGER TU PÁGINA DE NEGOCIO Y TU PÁGINA/PERFIL PERSONAL EN LAS REDES/MEDIOS SOCIALES.

Principio: Debes leer y cumplir los términos y condiciones de cualquier canal social que uses antes de publicar contenido sobre tu negocio Mary Kay. Los términos y condiciones (y políticas relacionadas) de cada plataforma social (Facebook®, Instagram®, Twitter®, Pinterest®, etc.) pueden ser totalmente diferentes y pueden cambiar frecuentemente.

PRECAUCIÓN: Los términos de servicio de muchas plataformas sociales (incluidos los de Facebook®) limitan o prohíben los mensajes comerciales en las páginas personales. Por lo tanto, es importante que leas y entiendas los términos y condiciones del sitio para evitar que los administradores de la plataforma eliminen tu página o perfil.

5 CÓMO PROTEGER OTROS NOMBRES COMERCIALES, MARCAS Y PROPIEDAD INTELECTUAL.

Principio: De la misma manera que Mary Kay protege su propiedad intelectual, también otras marcas y celebridades hacen lo mismo. Para respetar los derechos de propiedad intelectual de los demás, nunca debes sugerir ni insinuar que existe una relación entre Mary Kay o tu negocio Mary Kay y otra marca, celebridad o evento patrocinado por terceros.

PRECAUCIÓN: Las compañías pagan millones de dólares para ser los patrocinadores oficiales de un evento, como por ejemplo las Olimpiadas (Olympics®) o los Premios de la Academia de Cine (Academy Awards®). Por lo tanto, los patrocinadores pueden estar monitoreando constantemente los distintos canales de comunicación para emprender acciones judiciales contra cualquier negocio o individuo que sugiera falsamente tener una relación o ser patrocinador de un evento. Hasta el uso indebido de un *hashtag* puede exponerte a ti o a Mary Kay a acciones judiciales. A manera de ejemplo, debes evitar publicar mensajes como este: ¡Gánate la medalla de oro con estos nuevos productos *Mary Kay*! #olympics.”

Consejo: Si Mary Kay es el patrocinador oficial de un evento o programa en particular, la Compañía te dejará saber cómo puedes mencionarles estos eventos de manera adecuada a tus clientes en las redes o medios sociales.

6 CÓMO PROTEGER Y DAR RIENDA SUELTA A TU CREATIVIDAD.

Principio: La Compañía te ofrece muchos recursos con información interesante que puedes compartir en tus plataformas sociales para promover tu negocio Mary Kay de manera exitosa. Estos recursos también te ayudarán a ser creativa a la hora de diseñar o redactar los mensajes que deseas publicar en las redes/medios sociales.

VE AQUÍ:

- » *Mary Kay InTouch*[®] > Herramientas de negocio > Central de redes sociales
- » *Mary Kay InTouch*[®] > Herramientas de negocio > Biblioteca de imágenes digitales
- » Grupo exclusivo *My Mary Kay* en Facebook[®]
- » marykay.com o tu sitio electrónico personal *Mary Kay*[®]

SIGUE A MARY KAY EN LOS CANALES SOCIALES Y COMPARTE LA INFORMACIÓN FÁCILMENTE EN TUS SITIOS SOCIALES

- » Página de Mary Kay US en Facebook[®]
- » @MaryKayUS en Instagram[®]
- » @MaryKayUS en Pinterest[®]
- » Mary Kay US en YouTube[®]
- » @MyMaryKay en Instagram[®]



RECUERDA unirte al grupo exclusivo *My Mary Kay* en Facebook[®] y seguir a Mary Kay en Instagram[®]. Cuando vayas a compartir contenido de los canales sociales Mary Kay en EUA, recuerda sustituir el enlace a marykay.com por el enlace de tu sitio electrónico personal *Mary Kay*[®].

♥ Videos: Siguiendo los mismos principios mencionados anteriormente en este documento de temas legales importantes, puedes crear y publicar un mensaje informativo o comercial en un video y publicarlo en tus plataformas sociales. En tu video debes:

- » Evitar aplicarles productos a otras personas;
- » Solo presentar a personas que te dieron permiso para difundir su imagen en línea;
- » Excluir propiedad intelectual de terceros, inclusive música con derecho de autor a menos que cuentes con los permisos correspondientes; y
- » Cumplir con los términos de tu Acuerdo Mary Kay.

Si los videos son publicados en sitios electrónicos donde el público en general puede compartir y ver videos, como YouTube[®], las siguientes reglas aplican:

- » Los videos solo deben tener mensajes informativos;
- » La nomenclatura del nombre (título) de tu video o el nombre del usuario en el sitio donde se suben los videos (nombre del canal) no puede incluir cualquier nombre comercial o marcas de Mary Kay;
- » Lo videos solo pueden tener enlaces a tu sitio electrónico personal *Mary Kay*[®] o a tu página de negocio Mary Kay en los medios/redes sociales.

Consejos: Para asegurar que estás siendo honesta y absolutamente transparente con los consumidores, siempre debes identificarte como integrante del cuerpo de ventas independiente Mary Kay cuando publiques comentarios en cualquier página o sitio electrónico operados por la Compañía Mary Kay.

- Si deseas usar las fotos o imágenes con derechos reservados de la Compañía, solo usa las que están disponibles en la función de “SHARE” (COMPARTIR) de los sitios oficiales de la Compañía en los medios sociales o los recursos disponibles en la *Biblioteca de imágenes digitales* y no modifiques o alteres las imágenes.
- Publica videos o fotos de productos *Mary Kay*® creados por ti. Puedes encontrar consejos en *Mary Kay InTouch*® > Herramientas de negocio > Central de redes sociales.

PRECAUCIÓN: No se permite enviar mensajes que no hayan sido solicitados a *fans* o seguidores de las páginas o sitios sociales de Mary Kay.

Sé exitosa en los medios sociales



Equipo de apoyo jurídico

EDUCA | EMPODERA | PROTEGE

*Colaboramos junto a ti para proteger
de manera dinámica la oportunidad de negocio
Mary Kay a través de educación y empoderamiento.*

Puedes contactarnos en: legalsupport@mkcorp.com o (972) 687-5777.