

Políticas y procedimientos de Amare – Europa

Índice

1. Introducción	5
1.1. Políticas y Plan de Compensación incorporados en el Acuerdo de Brand Partner Independiente	5
1.2. Objeto del acuerdo	5
1.3. Cambios en el Acuerdo de Brand Partner Independiente	6
2. Código ético	6
2.1. Obligaciones de la Empresa	6
2.2. Obligaciones de los Brand Partners Independientes	6
3. Definiciones	7
4. Cómo convertirse en Brand Partner independiente	8
4.1. Requisitos para convertirse en Brand Partner Independiente	8
4.2. Inscripción de nuevos Brand Partners	8
4.3. Ventajas para los Brand Partners	10
4.4. Números de identificación	10
4.5. Duración del contrato	10
4.6. Cumplimiento de leyes, ordenanzas y normas éticas	10
4.7. Menores de edad	11
4.8. Acciones de los miembros del hogar o individuos asociados	11
5. Cómo desarrollar un negocio Amare	11
5.1. Cumplimiento del Plan de Compensación de Amare Global	11
5.2. La mera inscripción no da lugar a remuneración alguna	11
5.3. La remuneración no está garantizada	11
5.4. Programas especiales	12
5.5. Publicidad en general	12
5.6. Identificación del rango	12
5.7. Reputación del negocio	12
5.8. Reuniones de Brand Partners	12
5.9. Entidades comerciales	12
5.10. Titularidad efectiva en el negocio de Amare Global	13
5.11. Patrocinio	13
5.12. Errores y preguntas	14
5.13. Condición de contratista independiente	14
5.14. Cobertura del seguro de actividades de negocio	14
5.15. Cobertura del seguro de responsabilidad civil por productos defectuosos	14
6. Publicidad, material promocional y uso de nombres de empresas y marcas registradas	15
6.1. Propiedad intelectual de Amare Global	15
6.2. Uso de denominaciones sociales, marcas comerciales y material protegido por derechos de autor	15
6.3. Puntos de venta, establecimientos de servicios y ventas comerciales	16
6.4. Material publicitario y promocional	16
6.5. Renuncia al derecho de publicidad	17
6.6. Consultas de medios de comunicación	18
6.7. Correos no deseados y comunicaciones masivas no solicitadas	18
6.8. Telemarketing	18
6.9. Ferias, presentaciones y otros foros de ventas	19
6.10. Restricciones de Internet y sitios web de terceros	20
6.11. Restricciones de redes sociales	21
6.12. Otras estipulaciones sobre publicidad	22
6.13. Prohibición de reenvasado y reetiquetado	23

7. Cambios en el negocio del Brand Partner	23
7.1. Cambios en la información del Acuerdo de Brand Partner	23
7.2. Colocación	23
7.3. Cambio de Patrocinador	23
7.4. Cambio de Inscriptor del Brand Partner	24
7.5. Cambio de Organización	24
7.6. Vender, ceder o delegar la titularidad	24
7.7. Divorcio del Brand Partner	25
7.8. Disolución de una entidad mercantil	25
7.9. Sucesión	26
7.10. Traspaso por incapacidad de un Brand Partner	26
8. Afirmaciones y acciones no autorizadas	26
8.1. Exoneraciones de responsabilidad	26
8.2. Afirmaciones sobre productos	27
8.3. Afirmaciones sobre ingresos	27
8.4. Prohibición de precios predatorios	28
9. Conflictos de intereses	28
9.1. Cláusula de no contratación	28
9.2. Productos y oportunidades de la competencia	28
9.3. Reclutamiento cruzado	29
9.4. Prohibición del patrocinio contrario a la ética	29
10. Marketing internacional	30
11. Responsabilidades de los Brand Partners	30
11.1. Cambios en la información de contacto	30
11.2. Formación continua	30
11.3. Responsabilidades permanentes en relación con las ventas	31
11.4. Cláusula de no descrédito	31
11.5. Comunicación de infracciones de las presentes políticas	31
12. Ventas	31
12.1. Venta de productos	31
12.2. Recibos de compra	32
12.3. Suministro y mantenimiento de formularios y registros de pedidos al por menor	32
13. Bonificaciones y comisiones	32
13.1. Obtención de bonificaciones y comisiones	32
13.2. Cálculo de comisiones y discrepancias	32
13.3. Inclusión en la bonificación de un periodo	32
13.4. Canje de Créditos Amare	32
13.5. Informes de actividad de la línea descendente	33
13.6. Garantías	33
14. Garantías de productos, devoluciones y recompra de existencias	33
14.1. CLIENTES: Políticas de cancelación, garantía de satisfacción del producto y devolución	33
14.2. BRAND PARTNERS: Proceso de cancelación y recompra	34
14.3. Proceso de devolución	35
14.4. Devolución de productos dañados o enviados incorrectamente	36
14.5. Ajustes de comisiones como consecuencia de devoluciones de productos según las políticas de cancelación, recompra o devolución de Clientes	36
14.6. Limitaciones a la reventa de artículos de paquetes de productos	36

15. Política de privacidad	36
15.1. Introducción	36
15.2. Expectativas en materia de privacidad	37
15.3. Acceso de los empleados a la información	37
15.4. Restricciones a la divulgación de información sobre cuentas	37
15.5. Obligaciones de los Brand Partners en materia de privacidad	37
16. Información de dominio privado y secretos comerciales	37
16.1. Informes de negocio, listas e información de dominio privado	37
16.2. Obligación de confidencialidad	38
16.3. Derechos y acciones	38
16.4. Devolución o destrucción de informes	38
17. Resolución de conflictos y procedimientos disciplinarios	38
17.1. Sanciones disciplinarias	38
17.2. Quejas y reclamaciones	39
17.3. Junta de resolución de conflictos	39
17.4. Fuero y legislación aplicable	39
18. Productos y servicios de la empresa	40
18.1. Prohibición de compras conducentes a excesos de existencias	40
18.2. Los requisitos de venta se rigen por el Plan de Compensación	40
19. Pedidos	40
19.1. Políticas generales sobre pedidos	40
19.2. Compra de bonificaciones	40
19.3. Restricciones sobre el uso de tarjetas de crédito y acceso a cuentas corrientes por parte de terceros	41
19.4. Compras de productos Amare	41
19.5. Políticas generales sobre pedidos	41
19.6. Política de envíos y pedidos en espera	41
19.7. Confirmación del pedido	41
20. Pago y envío	41
20.1. Depósito	41
20.2. Fondos insuficientes	42
20.3. Paquetes devueltos	42
20.4. Impuestos sobre ventas, uso y valor añadido	42
21. Inactividad y cancelación	42
21.1. Efectos de la cancelación	42
21.2. Cancelación involuntaria	43
21.3. Cancelación voluntaria	43
21.4. Reclasificación	43
21.5. Reestructuración de la organización	43
22. Sucesores y cesionarios	44
23. Derecho de enmienda	44
24. Derecho de cancelación por parte de Amare	44
25. Otras disposiciones	44
25.1. Retrasos	44
25.2. Divisibilidad de las políticas y estipulaciones	44
25.3. Renuncias	44
25.4. Fecha de entrada en vigor	45

1. Introducción

Las Políticas y procedimientos de Amare rigen tus derechos y obligaciones como Distribuidor independiente de Amare Global. En caso de que un Distribuidor independiente tenga alguna pregunta sobre una política o norma concreta, le alentamos a consultar a su Patrocinador o a cualquier otro Distribuidor independiente en su línea ascendente. En caso de que su consulta no se resuelva por la vía anterior, el Distribuidor independiente puede ponerse en contacto con el departamento de Cumplimiento de Amare Global a través de compliance.eur@amare.com.

1.1. Políticas y Plan de Compensación incorporados en el Acuerdo de Brand Partner Independiente

- a. Las presentes Políticas y procedimientos de Amare Global se incorporan en los Términos y condiciones del Acuerdo de solicitud de Brand Partner Independiente (los “Términos y condiciones”) y forman parte de estos. Las presentes Políticas y procedimientos, los Términos y condiciones y el Plan de Compensación de Amare Global constituyen la totalidad del acuerdo (el “Acuerdo”) formalizado entre Amare Global Europe AB, incluidas las correspondientes entidades asociadas o filiales con actividad en Europa (“Amare”, “Amare Global” o la “Empresa”), y el Distribuidor independiente de Amare (“Brand Partner”, “Brand Partner Independiente” o “Brand Partner de Amare”). Tanto el Acuerdo como cualquier parte de este estará sujeto a las posibles modificaciones que la Empresa decida efectuar de conformidad con lo estipulado en él.
- b. En caso de que las presentes Políticas y procedimientos no queden específicamente incorporadas en dicho acuerdo, seguirán reflejando la posición oficial de Amare con respecto a los términos del mismo. Cualquier violación de las presentes Políticas y procedimientos constituirá un incumplimiento del Acuerdo de Brand Partner Independiente, quedando el Brand Partner sujeto a las estipulaciones disciplinarias y de rescisión del mismo. En lo sucesivo, cuando se utilice el término “Acuerdo”, este se referirá colectivamente a las obligaciones mutuas entre Amare y los Brand Partners Independientes, tal y como se estipula en los Términos y condiciones, en las presentes Políticas y procedimientos, en el Plan de Compensación de Amare Global y (cuando proceda) en la Solicitud de entidad mercantil de Amare.
- c. Cada Brand Partner es responsable de comprender y cumplir la versión más actualizada de las presentes Políticas y procedimientos. Al patrocinar a un nuevo Brand Partner, el Brand Partner que patrocina debe asegurarse de que el nuevo Brand Partner solicitante comprende esta obligación permanente.

1.2. Objeto del acuerdo

- a. El objeto del Acuerdo es autorizar a un individuo a actuar como Brand Partner Independiente de la Empresa y establecer los deberes, responsabilidades y obligaciones correspondientes de todas las partes. El Brand Partner Independiente ratificará el presente acuerdo cada vez que recibas un pago de bonificaciones o comisiones de Amare o realices un pedido al por mayor. La Empresa presenta las presentes Políticas y procedimientos sobre las expectativas de éxito para el Brand Partner Independiente, por lo que insta al Brand Partner Independiente a cumplirlas al detalle y en su totalidad.
- b. Amare fabrica productos innovadores y los comercializa a través de sus Brand Partners Independientes. Amare invierte una gran cantidad de recursos en proporcionar materiales de marketing, desarrollar el valor de la marca para la Empresa y crear sistemas de remuneración para los Brand Partners. Aun así, el éxito tanto de la Empresa como de los Brand Partners depende en última instancia de la integridad de las personas que comercializan los productos. Dado que los Brand Partners de Amare son negocios comerciales independientes, estos disponen de un amplio margen de maniobra para decidir cómo quieren desempeñar su actividad y determinar los horarios y métodos de su trabajo. A pesar de esta independencia, Amare se reserva el derecho contractual de proteger su propiedad intelectual, evitar reclamaciones insostenibles de productos y preservar la integridad del modelo de negocio. Las presentes Políticas y procedimientos se han diseñado para lograr tal fin. Como es posible que no estés familiarizado con muchas de estas normas de conducta, es muy importante que leas y cumplas el Acuerdo de Brand Partner Independiente y las presentes Políticas y procedimientos.
- c. Si tienes alguna pregunta sobre cualquier política o norma, no dudes en ponerte en contacto con el departamento de Cumplimiento de Amare Global a través de compliance.eur@amare.com.

1.3. Cambios en el Acuerdo de Brand Partner Independiente

Amare puede modificar el Acuerdo de Brand Partner Independiente en cualquier momento a su entera y absoluta discreción. Al firmar el Acuerdo de Brand Partner Independiente, el Brand Partner se compromete a cumplir cualesquiera enmiendas o modificaciones que Amare estime oportunas. Las modificaciones entrarán en vigor en el momento en que se notifique su publicación en los materiales publicados de Amare o en la Oficina virtual. La Empresa pondrá a disposición de todos los Brand Partners una copia completa de las estipulaciones modificadas mediante uno o varios de los siguientes métodos: (1) publicación en el sitio web oficial de la Empresa, (2) correo electrónico, (3) inclusión en publicaciones periódicas de la Empresa, (4) inclusión en los pedidos de productos o los pagos de bonificaciones, (5) cualquier evento corporativo de formación o promocional, o (6) comunicaciones especiales. La continuación del negocio de Amare por parte de un Brand Partner o la aceptación de bonificaciones o comisiones por parte de un Brand Partner constituye la aceptación de todas y cada una de las modificaciones.

2. Código ético

- a. Amare Global espera y exige que tanto los Brand Partners como la Empresa desempeñen la actividad del negocio de acuerdo con los más altos estándares de comportamiento ético y respeto hacia todas las personas con las que trabajan. Los Brand Partners Independientes seguirán estos comportamientos éticos siempre que representen a Amare y sus productos.
- b. Amare es miembro de pleno derecho de la SELDIA y se rige por el Código de prácticas del consumidor (Consumer Code of Practice) y el Código de conducta empresarial (Code of Business Conduct). También exige a los Brand Partners Independientes que comprendan y sigan cuidadosamente dichos Códigos, que pueden consultarse en <https://seldia.eu/>.

2.1. Obligaciones de la Empresa

Los Brand Partners Independientes pueden esperar una actuación por parte de la Empresa de acuerdo con la legislación empresarial general y la legislación específica del sector del marketing multinivel. La confianza crucial entre los Brand Partners Independientes y la Empresa impone a esta el deber primordial de proteger esta relación como su principal salvaguardia, garantizando la equidad y la justicia para todas las partes implicadas.

- a. La Empresa se compromete a lo siguiente:
 1. desarrollar su actividad de forma ética y profesional;
 2. tramitar los pedidos de manera eficiente y garantizar el envío de los productos a tiempo;
 3. proporcionar a los Brand Partners Independientes los datos relacionados con la organización y el volumen necesarios para supervisar sus operaciones comerciales.
 4. remunerar a los Brand Partners Independientes según el Plan de Compensación establecido;
 5. cumplir todas las normas relativas a la venta y distribución de productos y a la remuneración de los participantes;
 6. aplicar sus políticas con imparcialidad, garantizando la justicia y la equidad para salvaguardar los intereses de todos los Brand Partners Independientes.
 7. proporcionar un seguro de responsabilidad civil para sus productos cuando se utilicen según las indicaciones de la etiqueta y se promocionen siguiendo la estrategia de marketing aprobada.
- b. La Empresa no se compromete a lo siguiente:
 1. garantizar el éxito en el negocio;
 2. fijar comisiones/bonificaciones meramente por la captación de nuevos Brand Partners;
 3. permitir que los Brand Partners Independientes coaccionen a los clientes potenciales o a los socios de la línea descendente para que compren un inventario excesivo;
 4. tolerar cualquier forma de afirmación no autorizada o engañosa sobre los productos;
 5. permitir que los Brand Partners Independientes excedan con su inventario únicamente para ganar comisiones/bonificaciones;dar de baja a un Brand Partner Independiente sin seguir el procedimiento establecido.

2.2. Obligaciones de los Brand Partners Independientes

- a. El Brand Partner Independiente se compromete a lo siguiente:
 1. operar su negocio de forma ética y profesional;

2. aclarar que alcanzar el éxito dentro del Plan de Compensación de la Empresa se basa en las ventas al por menor, no en los esfuerzos de reclutamiento;
 3. presentar con exactitud la oportunidad del Plan de Compensación y la Política de devoluciones según lo establecido por la Empresa;
 4. cumplir las leyes y normas pertinentes en materia de protección del consumidor;
 5. Ofrecer formación, estímulo y asistencia legítima a los Brand Partners Independientes dentro de su organización.
- b. El Brand Partner Independiente se abstendrá de lo siguiente:
1. persuadir a cualquier persona para que efectúe un pago prometiéndole beneficios por conseguir que otras personas o entidades se unan a la Empresa;
 2. dirigir el negocio con prácticas engañosas, ilegales o poco éticas (incluidas la subcontratación cruzada y la compra de bonificaciones);
 3. participar en tácticas agresivas durante las actividades de venta o captación;
 4. hacer afirmaciones y declaraciones falsas, o promesas falsas sobre la oportunidad o los productos de la Empresa, o dejarse engañar por afirmaciones de que es fácil obtener grandes ganancias;
 5. reclutar o inscribir a personas menores de edad o incapaces de tomar decisiones informadas;
 6. operar en países que no estén oficialmente abiertos para desempeñar la actividad de la Empresa;
 7. denigrar, menospreciar o expresar comentarios negativos sobre la Empresa, los Brand Partners Independientes, los productos o el Plan de Compensación, así como sobre los líderes, el personal y los empleados;
 8. intentar eludir de cualquier modo las políticas de la Empresa.

3. Definiciones

Amare Global, Amare y/o la Empresa: Cuando estas Políticas y procedimientos mencionen “Amare Global” o “Amare” o “La Empresa”, se referirán a Amare Global Europe AB (Landskronavägen 27 A, 252 32 Helsingborg – Suecia; +46 31 730 5840; cs.eur@amare.com y www.amare.com).

Activo: Aquellos Brand Partners Independientes que generen 100 PV en el volumen de negocio de los productos personales procedentes de pedidos personales para el uso personal o la reventa, y/o pedidos de Clientes durante el mes natural en curso o el anterior.

Cliente activo: Aquellos Clientes que han adquirido productos de Amare Global en los últimos doce meses.

Brand Partner: Una persona física o jurídica que se inscribe como participante en la oportunidad de Amare Global en calidad de contratista independiente de conformidad con el Acuerdo y que está autorizado a comprar productos a precios al por mayor, revender los productos, patrocinar a otros Brand Partners en la organización para que hagan lo mismo y participar en el Plan de Compensación de Amare.

Cancelar: Hace referencia al cese de un Brand Partner con respecto a su cargo. La cancelación puede ocurrir de forma voluntaria, involuntaria, o por falta de renovación.

Periodo de comisiones: El plazo sobre el que se calculan las comisiones, tanto semanales como mensuales. 1) Periodo de comisión semanal: se define como el periodo comprendido entre el lunes a las 12:00 a. m. (medianoche) y el domingo a las 11:59:59 p. m. CET, teniendo en cuenta el horario de verano. La liquidación tiene lugar el viernes siguiente al final del periodo. El plazo de entrega de las comisiones semanales puede variar una hora en aquellas zonas donde no se aplica el horario de verano. 2) Periodo de comisión mensual: se define como el mes natural desde la medianoche del día uno (1) hasta las 23:59:59 CET del último día del mes, teniendo en cuenta el horario de verano, y se liquida antes del día 15 del mes natural siguiente. El plazo de liquidación de las comisiones semanales puede variar una hora en aquellas zonas donde no se aplica el horario de verano. El cambio de hora se notificará en la Oficina virtual del Brand Partner Independiente, así como en la comunicación corporativa.

Volumen comisionable (CV): El volumen de ventas sobre el que se pagan las comisiones a los BP. Cada producto tiene un valor CV que no siempre es igual al importe en EUR gastado.

Plan de Compensación: Las directrices y la bibliografía de referencia que describen cómo los Brand Partners pueden generar comisiones y bonificaciones.

Ciente: Una persona que compra productos de Amare Global para su uso personal de forma ocasional o regular y que no está inscrita como Brand Partner. Los clientes no pueden crear una Organización y no participan en el Plan de Compensación. Los pedidos de los Clientes se tramitan según el precio de venta al público recomendado (PVP) y los atiende Amare directamente. Todas las ventas a Clientes, incluidos los pedidos Subscribe & Save, contribuyen al PV del Brand Partner Independiente a través del cual se tramitan los pedidos. Los clientes no están autorizados a revender el producto.

Distribución: El negocio independiente de Amare Global que opera cada Brand Partner y que permite a cada Brand Partner promover la venta de los productos y servicios de Amare Global a sus Clientes, crear una Organización y participar en promociones y programas específicos para Brand Partners.

Familiar: A efectos de las presentes Políticas y procedimientos, se entenderá por “Familiar” el padre, la madre, el hermano, la hermana, el abuelo, la abuela, los tíos y tías, los primos hermanos y primas hermanas, los hijos e hijas los nietos y nietas (tanto hermanos como medio hermanos) del Brand Partner. También se incluyen en esta definición las personas dependientes, las parejas de hecho, las uniones civiles o aquellas personas a las que la Empresa considere que mantienen una relación de convivencia o que dependen el uno del otro para su sustento económico mutuo. Esto también se aplicará a cualquier entidad empresarial en la que un Familiar tenga una participación mayoritaria.

Primera línea: Los Clientes y Brand Partners se consideran de primera línea cuando están situados directamente debajo de su Inscriptor en el Nivel 1 de la línea descendente de este.

Hogar: Cónyuges o parejas y personas a cargo que residen en la misma dirección.

Número de identificación (ID): Número exclusivo otorgado a los Brand Partners Independientes con el fin de controlar las ventas y las compras, así como para inscribir a nuevos Brand Partners Independientes en la organización. Para los Clientes, este número sirve para registrar las compras efectuadas para uso personal. Tanto los Brand Partners Independientes como los Clientes deben utilizar este número en todas sus comunicaciones y transacciones con la Empresa.

Rama (Leg): Línea de patrocinio que comienza con un Brand Partner Independiente, pasa por su primera línea y continúa hasta niveles infinitos.

Nivel: Las diferentes capas de Brand Partners en tu Organización. Los Brand Partners que inscribas personalmente se ubicarán en tu Nivel 1 (también conocido como “Primera línea”). Los Brand Partners que estos inscriban se ubicarán en tu Nivel 2. Los Brand Partners que inscriban tus Brand Partners de Nivel 2 se ubicarán en tu Nivel 3, etc.

Línea de patrocinio (LOS): Informe generado por Amare Global que proporciona datos esenciales relativos a las identidades de los Brand Partners, a la información de las ventas y a la actividad de inscripción de la organización de cada Brand Partner. Este informe contiene información confidencial y de secreto comercial de Amare Global.

Material oficial de Amare Global: Texto, audio o vídeo en cualquier formato, así como otros materiales impresos, digitales o en línea desarrollados, impresos, publicados y distribuidos por Amare Global.

Organización: Aquellos Clientes y Brand Partners inscritos por debajo de un Brand Partner concreto, incluidos aquellos que están directa o indirectamente patrocinados por este, así como los que continúan por las líneas de patrocinio a través de infinitos niveles y ramas.

Rango de pago: El rango de pago real al que puede acceder un Brand Partner Independiente en el Plan de Compensación de Amare durante un periodo de comisiones determinado. Puede ser igual o diferente al rango de reconocimiento del Brand Partner Independiente.

Colocación: La posición de un Brand Partner dentro de la organización de su Patrocinador.

Cualificado/Apto: Se refiere al estado de un Brand Partner Independiente que alcanza el volumen de ventas semanal o mensual y la actividad organizativa necesaria para generar comisiones/bonificaciones.

Sitio web replicado: Un sitio web que Amare Global proporciona a los Brand Partners con el fin de patrocinar a los Clientes y otros Brand Partners y vender productos y servicios de Amare Global.

Programa Subscribe & Save: Un pedido predeterminado opcional procesado sistemáticamente de forma periódica a través del método de pago previamente aprobado que figure en los archivos de la Empresa. El programa Subscribe & Save no es necesario para poder participar en el Plan de Compensación de Amare. El programa Subscribe & Save está sujeto a los Términos y condiciones específicos aplicables a mercados concretos.

Patrocinador: Un Brand Partner que inscribe a un Cliente o a otro Brand Partner en Amare Global y que figura como Patrocinador en el Acuerdo de Brand Partner. La acción de inscribir a otras personas y formarlas para que se conviertan en Brand Partners se denomina “patrocinio”. Otro término utilizado para hacer referencia a un “Patrocinador” es “Inscriptor” (ver sección 5.11 “Patrocinio”).

Línea ascendente: Aquellos Patrocinadores que están por encima de un determinado Brand Partner y que están vinculados a la Empresa. Son aquellas personas que, siempre que cumplan los requisitos de ventas, pueden ganar comisiones por las actividades de venta del Brand Partner Independiente. La línea ascendente a menudo proporciona apoyo, formación y mentoría a los miembros de tu línea descendente para ayudarles a lograr buenos resultados de ventas y actividades comerciales. La línea ascendente se basa en el Patrocinio o la Colocación.

4. Cómo convertirse en Brand Partner Independiente

4.1. Requisitos para convertirse en Brand Partner Independiente

- a. Para convertirse en Brand Partner Independiente de Amare, cada solicitante deberá cumplir los siguientes requisitos:
 1. ser mayor de edad en la fecha de presentación de la solicitud y/o cumplir todos los demás requisitos exigidos por la ley para celebrar un contrato;
 2. facilitar información veraz y exacta sobre su identidad, lugar de residencia, número de teléfono y dirección de correo electrónico, o la información que la Empresa pueda requerir de manera eventual;
 3. residir o tener una dirección válida en el país en el que el Brand Partner de Amare desee presentar una solicitud;
 4. presentar a Amare la Solicitud y el Acuerdo de Brand Partner de Amare debidamente cumplimentados, proporcionar la correspondiente información completa o presentar de manera oportuna cualquier documentación de apoyo que se solicite;
 5. pagar la Licencia de actividad (Business License) (la Licencia de actividad incluye todo lo necesario para iniciar un negocio Amare: acceso de 1 año a la Oficina virtual de Amare, el sitio web replicado y el derecho a comprar tus productos al por mayor);
 6. proporcionar un número de identificación único a efectos fiscales o empresariales, emitido por el país en el que el Brand Partner solicite afiliarse a Amare;
 7. no ser empleado de Amare Global, no ser cónyuge de un empleado de Amare Global o no estar emparentado con un empleado de Amare Global y viviendo en el mismo hogar que dicho empleado de Amare Global, a menos que los departamentos de Recursos Humanos y Cumplimiento de Amare lo hayan autorizado previamente.

4.2. Inscripción de nuevos Brand Partners

- a. Un Brand Partner potencial puede inscribirse a sí mismo en el sitio web del Patrocinador o en el sitio web de la Empresa. En tal caso, en lugar de un Acuerdo de Brand Partner firmado en papel, Amare Global aceptará la inscripción web y el Acuerdo de Brand Partner mediante la aceptación de la “firma electrónica” que indique que el nuevo Brand Partner ha aceptado los Términos y condiciones de dicho Acuerdo de Brand Partner. Ten en cuenta que dicha firma electrónica constituye un acuerdo jurídicamente vinculante entre el Brand Partner y Amare Global.
- b. Amare Global se reserva el derecho de exigir cierta documentación firmada para cualquier cuenta, independientemente de su origen.
- c. Si se solicita dicha documentación, Amare Global deberá recibir el Acuerdo de Brand Partner firmado en un plazo de catorce (14) días a partir de la inscripción; de lo contrario, la cuenta se suspenderá automáticamente.
- d. Los documentos firmados, incluidos, entre otros, los Acuerdos de Brand Partner, son contratos jurídicamente vinculantes que no deben alterarse, manipularse ni modificarse de modo alguno una vez firmados. Cualquier información falsa o engañosa, firma falsificada o alteración en un documento, incluidos los formularios de registro comercial, realizada después de la firma de dicho documento

- podrá dar lugar a sanciones, que pueden incluir la rescisión involuntaria de la Distribución del Brand Partner.
- e. Amare Global se reserva el derecho de aprobar o rechazar la Solicitud presentada o el registro en línea efectuado.
 - f. Aquellas Solicitudes que sean incompletas, incorrectas o fraudulentas se considerarán inválidas desde el primer momento.

4.3. Ventajas para los Brand Partners

Una vez que Amare haya aceptado la Solicitud y el Acuerdo de Brand Partner, el Brand Partner podrá participar en el Plan de Compensación de Amare Global. En la medida en que así lo permita la legislación local y la política de la Empresa en tu localidad, estas ventajas incluyen los siguientes derechos:

1. derecho a comprar productos Amare a precio de Brand Partner;
2. derecho a percibir las comisiones y bonificaciones aplicables según lo estipulado en el Plan de Compensación de Amare Global;
3. derecho a participar en promociones, programas de incentivos u otros concursos anunciados eventualmente por Amare;
4. derecho a inscribir o patrocinar a otros individuos como Clientes o Brand Partners en el negocio de Amare;
5. derecho a recibir publicaciones periódicas de Amare y otras comunicaciones de Amare, si se ha otorgado el consentimiento durante el proceso de solicitud;
6. derecho a participar en funciones de apoyo, servicio, formación, motivación y reconocimiento patrocinadas por Amare, previo pago de los costes correspondientes, si procede.

4.4. Números de identificación

- a. La Empresa puede exigir al solicitante su NIF (número de identificación fiscal) personal a efectos de las declaraciones tributarias. En virtud de su derecho a celebrar contratos, la Empresa no concederá el puesto de Brand Partner Independiente a las personas que no tengan o no estén dispuestas a facilitar un número de identificación fiscal en la Solicitud. El solicitante/Brand Partner es el único responsable de garantizar que cuenta con la presencia de dichos números de identificación para desarrollar su negocio.
- b. Amare Global se reserva el derecho a rechazar cualquier solicitud o a rescindir inmediatamente cualquier contrato existente si se determina que el NIF (número de identificación fiscal) facilitado durante la inscripción no es correcto o carece de validez.
- c. Amare Global se reserva el derecho de retener el pago de comisiones a cualquier Brand Partner que no haya facilitado su NIF (número de identificación fiscal) o haya proporcionado información falsa. Si un Brand Partner es un individuo extranjero con permiso de residencia, deberá presentar a Amare Global el correspondiente documento que muestre un número de identificación fiscal válido emitido por las autoridades oficiales.
- d. Tras la inscripción, Amare Global proporcionará un número de identificación de Amare Global al Brand Partner. Este número se utilizará para hacer pedidos, estructurar organizaciones y hacer el seguimiento de las comisiones y bonificaciones. Los Clientes dispondrán de un número de identificación distinto y distinguible que podrán utilizar cuando hagan sus pedidos de productos. Cualquier correspondencia mantenida con la Empresa deberá mencionar los números de identificación de Cliente y Brand Partner Independiente.

4.5. Duración del contrato

La duración del Acuerdo de Brand Partner Independiente comenzará en la fecha de emisión del número de identificación y se cancelará según lo previsto en el presente documento o en el Acuerdo de Brand Partner Independiente.

4.6. Cumplimiento de leyes, ordenanzas y normas éticas

- a. Algunas comunidades están sujetas a ciertas leyes que regulan determinados negocios desarrollados en el domicilio. En la mayoría de los casos, estas ordenanzas no son aplicables a los Brand Partners debido a la naturaleza de su negocio. No obstante, los Brand Partners deberán cumplir cualquier ley que les sea aplicable. Si un funcionario o agencia gubernamental notifica a un Brand Partner que se le aplica una ordenanza particular, el Brand Partner deberá responder de forma educada y cooperativa.

Cuando corresponda, recomendamos al Brand Partner enviar una copia de la ordenanza al departamento de Cumplimiento de Amare.

- b. El Brand Partner deberá cumplir con el Código de conducta europeo de venta directa de SELDIA en todas sus relaciones con los consumidores, que puede consultarse en www.seldia.com.

4.7. Menores de edad

Las personas reconocidas como menores de edad en su estado o país de residencia no pueden convertirse en Brand Partners de Amare. Los Brand Partners no patrocinarán ni reclutarán a menores de edad en el programa de Amare.

4.8. Acciones de los miembros del hogar o individuos asociados

- a. Si un miembro del hogar inmediato de un Brand Partner participa en cualquier actividad que, en caso de desempeñarla el Brand Partner, violaría cualquier estipulación del Acuerdo, dicha actividad se considerará una violación por parte del Brand Partner y Amare podrá tomar medidas disciplinarias contra este. A título similar, si cualquier individuo asociado de algún modo con una sociedad, sociedad colectiva (partnership), fideicomiso (trust) u otra entidad (colectivamente la "Entidad mercantil") infringe el Acuerdo, dicha acción (o acciones) se considerarán una infracción por parte de la Entidad mercantil y Amare podrá tomar medidas disciplinarias contra esta.
- b. Asimismo, si un Brand Partner se inscribe en Amare Global como Entidad mercantil, cada Parte asociada de la Entidad mercantil estará vinculada personal e individualmente a los términos y condiciones del Acuerdo y deberá cumplirlos. Tales Partes asociadas no pueden ser cosolicitantes o beneficiarias de una Distribución de Amare Global aparte.

5. Cómo desarrollar un negocio Amare

5.1. Cumplimiento del Plan de Compensación de Amare Global

- a. Los Brand Partners deben cumplir los términos del Plan de Compensación de Amare Global. Cualquier desviación del Plan de Compensación queda terminantemente prohibida.
- b. Los Brand Partners no ofrecerán la oportunidad de Amare a través de, o en combinación con, cualquier otro sistema, programa o método de marketing que no sea el específicamente establecido en las publicaciones oficiales de Amare, o que de alguna manera altere el uso exclusivo de los formularios oficiales de Amare. Los Brand Partners no exigirán ni fomentarán la participación en Amare de ninguna manera que altere el programa de conformidad con lo establecido en las publicaciones oficiales de Amare. De igual modo, los Brand Partners no exigirán a otros efectuar ninguna compra o pago a ninguna persona física o jurídica para que participe en el Plan de Compensación de Amare Global, ni les alentarán para tal fin, salvo aquellas compras o pagos recomendados o exigidos en las publicaciones oficiales de Amare.
- c. Los Brand Partners no exigirán a ningún Cliente o Brand Partner actual o potencial efectuar una compra o un pago a cualquier persona física o jurídica como condición para participar en el Plan de Compensación de Amare Global, ni le alentarán a tal fin, salvo aquellas compras o pagos exigidos para desarrollar su negocio de forma normal.

5.2. La mera inscripción no da lugar a remuneración alguna

El Plan de Compensación de Amare Global está diseñado para recompensar únicamente las ventas de productos. Los Brand Partners no reciben ninguna remuneración por inscribir o patrocinar a otros Brand Partners.

5.3. La remuneración no está garantizada

La remuneración de los Brand Partners varía considerablemente en función de cada Brand Partner. Son muchos los factores que determinarán el éxito de un Brand Partner. Estos factores pueden no ser coherentes o ser duplicables. El éxito depende enteramente de los esfuerzos de cada Brand Partner. Generar una remuneración considerable requiere tiempo, esfuerzo y compromiso. No existen garantías de lograr el éxito financiero o un nivel de beneficios particular. Es posible que muchos Brand Partners nunca reúnan los requisitos para percibir las bonificaciones.

5.4. Programas especiales

- a. Bonificaciones y promociones especiales: Amare Global anunciará u ofrecerá bonificaciones y/o promociones especiales a los Clientes y Brand Partners. Estas promociones serán diferentes entre sí y se dará a conocer la información detallada de cada promoción. Los Clientes y Brand Partners se incluirán automáticamente en las promociones y aceptarán los términos y condiciones de cada una de ellas.
- b. Manipulación de programas especiales: Si un Brand Partner participa en cualquier actividad que manipule cualquier Programa especial para obtener un beneficio ilícito, o genera daños y perjuicios sustanciales para Amare Global, dicha actividad se considerará una infracción por parte del Brand Partner y Amare Global podrá tomar medidas disciplinarias contra este de conformidad con el presente Manual de políticas.

5.5. Publicidad en general

Los Brand Partners deberán defender y promover la buena reputación de Amare y sus productos. El marketing y la promoción de Amare, la oportunidad Amare, el Plan de Compensación de Amare Global y los productos de Amare deberán ajustarse al interés del público. Los Brand Partners deberán evitar cualquier tipo de conducta o práctica engañosa, errónea, agresiva, injusta, contraria a la ética, inmoral, grosera o inapropiada. Los Brand Partners no deberán situar a los consumidores vulnerables (como, por ejemplo, personas que han sido recientemente padres durante las 8 semanas posteriores al parto o los familiares de una persona que acaba de fallecer) en su público objetivo.

5.6. Identificación del rango

- a. Amare Global reconocerá a los Brand Partners en función de los criterios y requisitos establecidos con carácter eventual. El reconocimiento tendrá lugar en determinados actos, convenciones, publicaciones y revistas. El Rango de reconocimiento del Brand Partner, tal y como se define en el Plan de Compensación de Amare, se utilizará normalmente para el reconocimiento si se ha alcanzado ese rango al menos en uno de los últimos doce meses. Los nuevos avances de rango constituyen excepciones a esta condición.
- b. El uso de cualquier rango o título engañoso o no autorizado constituye una violación tanto del Acuerdo de Brand Partner Independiente como de las presentes Políticas y procedimientos.

5.7. Reputación del negocio

Para promocionar tanto los productos como la gran oportunidad que ofrece Amare, los Brand Partners deberán utilizar las ayudas para las ventas y los materiales de apoyo proporcionados por Amare. Como alternativa, los Brand Partners podrán desarrollar sus propias ayudas para las ventas y materiales de apoyo si obtienen la aprobación y autorización por escrito de Amare con el fin de cumplir con los amplios y complejos requisitos legales de las leyes a nivel supranacional, nacional y local. La infracción de esta política (incluida la publicidad no autorizada en Internet) no sólo constituye un incumplimiento sustancial del Acuerdo, sino que pone en peligro la oportunidad de Amare para todos los Brand Partners.

5.8. Reuniones de Brand Partners

Los Brand Partners no llevarán a cabo ninguna reunión, ni utilizarán ninguna instalación de Amare proporcionada para reuniones de Brand Partners, para promocionar productos o servicios de cualquier empresa que no sea Amare, o para promocionar cualquier organización o grupo religioso, social o fraternal. Todas las presentaciones que tengan lugar en las reuniones de Brand Partners deberán ajustarse a la legislación y normativas locales, y su contenido deberá ser coherente con los materiales de marketing de Amare publicados oficialmente para el país en el que se celebre la reunión.

5.9. Entidades mercantiles

- a. Cualquier sociedad, sociedad colectiva (partnership) o fideicomiso (trust) (denominados colectivamente en esta cláusula "Entidad mercantil") puede solicitar convertirse en Brand Partner de Amare.
- b. Tanto el negocio como el puesto de dichos Brand Partners seguirá siendo temporal hasta que se presenten los documentos adecuados. La Entidad mercantil deberá presentar su certificado de constitución, el acuerdo de sociedad colectiva (partnership) o los documentos del fideicomiso (trust), así como cualquier otro documento oficial que demuestre la existencia del negocio (estos documentos se denominarán colectivamente los "Documentos de la entidad") a Amare, junto con un Anexo de la

solicitud del negocio debidamente cumplimentado, que se incorpora al contrato y forma parte del mismo. Amare Global deberá recibir estos documentos en un plazo de catorce (14) días a partir de la fecha de firma del Acuerdo de Brand Partner. En caso de que estos documentos no se reciban a tiempo, el Acuerdo podrá cancelarse a discreción de Amare Global. La inscripción de una Entidad mercantil no puede realizarse en línea.

- c. Se podrá modificar la naturaleza de un negocio de Amare que se encuentre bajo un mismo patrocinador, pasando de un negocio personal a una sociedad, sociedad colectiva (partnership) o fideicomiso (trust), o bien pasando de un tipo de entidad a otro. Sin embargo, tales cambios requerirán la tramitación del proceso habitual de Cambio de titularidad. El Anexo de la solicitud del negocio deberá contener la firma de todos los accionistas, socios (partners) o administradores del fideicomiso (trustees). Los miembros de la entidad asumirán una responsabilidad solidaria frente a cualquier deuda u obligación con Amare. Queda prohibido utilizar cualquier cambio de Entidad mercantil para eludir las reglas de Cambio de genealogía o Cambio de titularidad.

5.10. Titularidad efectiva en el negocio de Amare Global

- a. Salvo lo dispuesto en la presente cláusula 5, un Brand Partner podrá operar o mantener derechos de titularidad, por la ley o por el principio de equidad, como propietario único, socio (partner), accionista, administrador del fideicomiso (trustee) o beneficiario en tan solo un (1) negocio de Amare Global. Ningún individuo podrá tener, operar o percibir remuneración procedente de más de un negocio de Amare Global. Salvo lo estipulado a continuación, se prohíbe la participación simultánea en varias Distribuciones.
- b. Los miembros de una misma familia podrán crear sus propios negocios de Amare Global o participar en ellos, siempre y cuando cada puesto familiar posterior se coloque en la Primera línea con respecto al primer familiar inscrito. Quedan excluidas las cuentas de los cónyuges.
- c. Los individuos y sus cónyuges deben estar inscritos en una Distribución y no pueden ser titulares de un derecho efectivo en una cuenta de Brand Partner adicional hasta que la cuenta original haya alcanzado el Silver Career Rank o superior, tal y como se define en el Plan de Compensación. Las cuentas adicionales deben colocarse en la Primera línea de la cuenta original y tener un número de identificación fiscal válido y único distinto del de la cuenta original.
- d. Un individuo que esté inscrito como Cliente solo podrá convertir su cuenta de cliente existente en una de Brand Partner y no se le permitirá mantener una cuenta de Cliente y una cuenta de Brand Partner a la vez. Amare Global podrá emprender medidas contra un Brand Partner en caso de que determine, a su entera discreción, que un Brand Partner está intentando manipular el Plan de Compensación y/o las promociones a través de varias cuentas o de cuentas duplicadas.

5.11. Patrocinio

- a. El Inscriptor es la persona que presenta un Brand Partner o Cliente ante Amare Global, le ayuda a cumplimentar su inscripción y apoya y forma a los de su línea descendente. Amare Global reconoce al Inscriptor como el nombre o los nombres que aparecen en el primer ejemplar de los siguientes documentos:
 1. el Acuerdo de Brand Partner de Amare Global firmado en papel que figure en el archivo; o
 2. el Acuerdo de Brand Partner firmado electrónicamente desde amareglobal.com o un sitio web replicado de un Brand Partner de Amare Global;
 3. el Acuerdo de Brand Partner que contenga anotaciones tales como “por teléfono” o presente las firmas de otras personas (es decir, Patrocinadores, Cónyuges, familiares o amigos) no es válido y no será aceptado por Amare Global;
 4. todos los Brand Partners al corriente de sus pagos tienen derecho a patrocinar e inscribir a otras personas en Amare Global.
- b. Cuando se desarrollan actividades de patrocinio, no es raro encontrarse con situaciones en las que más de un Brand Partner se dirige al mismo cliente potencial. Según los principios de cortesía generalmente aceptados, el patrocinio del nuevo cliente potencial corresponderá al primer Brand Partner que haya presentado una introducción exhaustiva de los productos o la oportunidad de negocio de Amare Global. No obstante, Amare Global reconoce que cada nuevo cliente potencial tiene derecho a elegir en última instancia a su propio Patrocinador.
- c. Un Brand Partner tiene derecho a inscribir o patrocinar a otros Brand Partners únicamente en aquellos mercados y países autorizados por Amare Global.

5.12. Errores y preguntas

Si un Brand Partner tiene alguna pregunta o cree que se ha cometido algún error en relación con las comisiones, las bonificaciones, los Informes de actividad de la línea descendente o los cobros, deberá notificarlo a Amare por escrito en un plazo de 60 días a partir de la fecha del supuesto error o incidente en cuestión. Amare no se responsabilizará de los errores, omisiones o problemas que no se hayan comunicado en un plazo de 60 días.

5.13. Condición de contratista independiente

- a. Los Brand Partners son contratistas independientes. El acuerdo entre Amare y sus Brand Partners no generará ninguna relación de empleador/empleado, agencia, sociedad colectiva (partnership) o filial conjunta entre la Empresa y el Brand Partner, ni la relación implicará la compra de una franquicia o la compra de una oportunidad de negocio. El Brand Partner no tiene autoridad (expresa o implícita) para vincular a la Empresa a ninguna obligación. Cada Brand Partner establecerá sus propios objetivos, horarios y métodos de venta, así como otros medios de explotación del negocio independiente del Brand Partner, salvo en la medida en que puedan estar limitados por las obligaciones contractuales del Brand Partner y la legislación aplicable.
- b. El nombre de Amare y otros nombres que pueda adoptar Amare son nombres comerciales, marcas registradas y marcas de servicio propiedad de Amare. Como tales, estas marcas son de gran valor para Amare y se suministran a los Brand Partners para que las utilicen únicamente de la forma expresamente autorizada. Queda prohibido el uso del nombre de Amare en cualquier artículo que no haya sido producido por la Empresa, salvo en los siguientes casos:
- c. [Nombre del Brand Partner] Brand Partner Independiente de Amare Global
[Nombre del Brand Partner] Brand Partner Independiente de los productos y servicios de Amare Global.
- d. Todos los Brand Partners pueden presentarse como “Brand Partner Independiente de Amare Global” o “Brand Partner Independiente de los productos y servicios de Amare Global” en las páginas blancas o amarillas de la guía telefónica con su propio nombre. Ningún Brand Partner puede publicar anuncios en la guía telefónica utilizando el nombre o el logotipo de Amare. Los Brand Partners no pueden contestar al teléfono diciendo “Amare”, “Amare Global” o de cualquier otra forma que pueda inducir a la persona que llama a creer que se ha puesto en contacto con las oficinas centrales de Amare.
- e. Queda prohibido que los Brand Partners contraigan cualquier deuda, gasto u obligación, o creen una cuenta corriente en nombre y representación de Amare Global o para Amare Global.

Los Brand Partners son responsables de liquidar todos los gastos en los que incurran en el desarrollo de su negocio de Amare Global. Estos gastos incluyen, entre otros, viajes, comida, alojamiento y gastos de oficina. En su calidad de contratistas independientes, los Brand Partners controlan la forma en que operan su negocio de Amare Global, sujeto a los términos y condiciones de este Acuerdo.

5.14. Cobertura del seguro de actividades de negocio

Amare no ofrece ninguna cobertura de seguro para tu actividad empresarial independiente. Los Brand Partners pueden contratar los seguros que consideren oportunos para su negocio.

5.15. Cobertura del seguro de responsabilidad civil por productos defectuosos

Amare cuenta con un seguro que protege a la Empresa y a los Brand Partners contra reclamaciones de responsabilidad por productos defectuosos a través de una “Garantía para comerciantes” que amplía la cobertura a los Brand Partners Independientes, siempre que estos comercialicen los productos de Amare de acuerdo con las Políticas de la Empresa, así como de la legislación y normativa aplicable. La póliza de responsabilidad civil por productos defectuosos de Amare no amplía la cobertura a aquellas reclamaciones o acciones que surjan como resultado de la mala praxis de un Brand Partner en la comercialización de los productos, o a otros factores de riesgo implicados en las actividades comerciales independientes del Brand Partner.

6. Publicidad, material promocional y uso de nombres de empresas y marcas registradas

6.1. Propiedad intelectual de Amare Global

La propiedad intelectual de Amare Global incluye sus marcas comerciales, marcas de servicio, nombres comerciales, derechos de autor y contenidos bajo licencia o propiedad de Amare Global. Los Brand Partners reconocen que estos constituyen activos valiosos de Amare Global. Al utilizar la propiedad intelectual de Amare Global tal y como se permite en el presente documento, los Brand Partners reconocen que no tienen ningún derecho de titularidad sobre la propiedad intelectual y que Amare Global conserva en exclusiva todos los derechos sobre su propiedad intelectual y cualquier fondo de comercio relacionado con ellos.

6.2. Uso de denominaciones sociales, marcas comerciales y material protegido por derechos de autor

- a. Los Brand Partners de Amare Global deberán salvaguardar y promover la buena reputación de Amare Global y de sus productos y servicios. El marketing y la promoción de Amare Global, la oportunidad de Amare Global, el Plan de Compensación y los productos y servicios de Amare Global serán coherentes con el interés público y evitarán cualquier conducta y práctica grosera, engañosa, confusa, poco ética o inmoral.
- b. Todos los materiales promocionales suministrados o creados por Amare Global se utilizarán en su formato original y no podrán cambiarse, modificarse o alterarse, salvo que exista una aprobación previa por escrito del departamento de Cumplimiento de Amare Global.
- c. El nombre de Amare Global, cada uno de los nombres de sus productos y servicios y otros nombres que han sido adoptados por Amare Global en relación con su negocio constituyen nombres comerciales, marcas registradas y marcas de servicio propiedad de Amare Global. Como tales, estas marcas son de gran valor para Amare Global y se suministran a los Brand Partners para que las utilicen únicamente de la forma expresamente autorizada..
- d. El uso del nombre "Amare Global" por parte de los Brand Partners queda restringido para proteger los derechos de propiedad de Amare Global, a fin de garantizar que los derechos de propiedad intelectual del nombre de Amare Global no se pierdan ni se vean comprometidos por un uso no autorizado. Queda prohibido el uso del nombre de Amare Global en cualquier artículo no producido o autorizado por Amare Global, excepto en los siguientes casos:
 1. [Nombre del Brand Partner] Brand Partner Independiente de Amare Global
 2. [Nombre del Brand Partner] Brand Partner Independiente de los productos y servicios de Amare Global.
 3. Los sitios web pueden contener lo siguiente en la URL: AmareGlobalIndependentDist/Nombre del BP
- e. A continuación, se indican otros procedimientos relativos al uso del nombre Amare Global:
 1. Los Brand Partners podrán producir su propio material de papelería (por ejemplo, folios con membrete, sobres y tarjetas de visita) con el nombre o logotipo de Amare Global sin la aprobación por escrito de la Empresa, siempre que dicho material indique con claridad que el Brand Partner es un contratista independiente y contenga el número de cuenta de Amare del Brand Partner. Tales materiales deberán incluir la mención "[Nombre del Brand Partner] Brand Partner Independiente de Amare Global, ID de Brand Partner [xxxx]" o "[Nombre del Brand Partner] Brand Partner Independiente de productos y servicios de Amare Global, ID de Brand Partner [xxxx]".
 2. Los Brand Partners podrán figurar como "Brand Partner Independiente de Amare Global" o "Brand Partner" en las páginas blancas de la guía telefónica, o en directorios empresariales en línea con su propio nombre.
 3. Los Brand Partners de Amare Global no pueden utilizar el nombre de Amare Global cuando respondan a su teléfono, creen un mensaje de voz o utilicen un servicio de contestador para dar la impresión a la persona que llama de que se ha puesto en contacto con la oficina corporativa. En tales casos, pueden decir: "Brand Partner Independiente de Amare Global".
- f. Las fotografías y los elementos gráficos visuales utilizados en los anuncios, embalajes y sitios web de Amare Global proceden de contratos formalizados con proveedores externos. Los Brand Partners no están autorizados a utilizar dichas fotografías o imágenes sin la aprobación del proveedor. Todo el contenido incluido dentro de este ámbito (software, diseño, vídeo, imagen, fotografías, gráficos, música y cualquier material audiovisual similar) estará sujeto a todos los derechos intelectuales, industriales,

- financieros y jurídicos, especialmente los derechos de autor y otros derechos relacionados, que pertenezcan exclusivamente al proveedor correspondiente. En caso de que un Brand Partner desee utilizar dichos gráficos o fotografías, deberá celebrar contratos individuales con los proveedores (ateniéndose a sus condiciones específicas) y obtener el correspondiente permiso de uso, que incluirá las tasas aplicables solicitadas por el proveedor. De lo contrario, el Brand Partner será el único y personal responsable de cualesquiera daños y perjuicios directos, indirectos, negativos, positivos, materiales o morales en los que incurran tanto este como Amare Global. Amare Global no asumirá responsabilidad alguna a este respecto, por lo que no se podrá presentar reclamación alguna.
- g. Amare Global ofrece regularmente eventos en directo y grabados, así como seminarios web y conferencias telefónicas. Dichos eventos cuentan con la intervención de diferentes ejecutivos de la Empresa, Brand Partners e invitados. El contenido de dichos eventos constituye material protegido por derechos de autor y, por tanto, es propiedad exclusiva de Amare Global. Los Brand Partners no podrán grabar dichos eventos o actividades empresariales bajo ningún concepto, independientemente de si el evento tiene lugar en directo, mediante seminario web, por conferencia telefónica o a través de cualquier otro medio.
 - h. Los materiales, ayudas, vídeos, audios, podcasts y documentos impresos en el área de promociones y ventas producidos por la Empresa también están protegidos por derechos de autor. Los Brand Partners no copiarán ni generarán productos derivados de ninguno de estos materiales para su uso personal o comercial sin la aprobación previa por escrito de la Empresa.
 - i. Amare Global se reserva el derecho de rescindir su aprobación previa en relación con cualquier material promocional o de ayuda a las ventas para cumplir con cualesquiera cambios en la legislación y normativa aplicables, y podrá solicitar la retirada del mercado de dichos materiales sin asumir ninguna obligación financiera con respecto al Brand Partner en cuestión.
 - j. Los Brand Partners no pueden dar a entender que Amare Global cuenta con el respaldo, patrocinio o apoyo de una entidad de terceros u otra entidad asociada similar a través de sus acciones o contenidos.

6.3. Puntos de venta, establecimientos de servicios y ventas comerciales

- a. Amare fomenta encarecidamente la venta de sus productos en persona. Con el fin de preservar el valor de la marca Amare y proporcionar un estándar de igualdad para todos los Brand Partners, estos no podrán, salvo que cuenten previamente con el correspondiente permiso escrito de la Empresa, exhibir o vender productos o publicaciones de Amare en ningún almacén o establecimiento minorista, mayorista, o promocional, ni tampoco en ningún sitio web minorista, de subastas o de compraventa en línea (incluidos, entre otros, eBay y Amazon), salvo lo estipulado en el presente documento.
- b. Amare permitirá a los Brand Partners solicitar y vender los productos en establecimientos minoristas o de servicios, siempre y cuando sean: (1) establecimientos minoristas independientes de propiedad local que no formen parte de una cadena nacional, regional o estatal; (2) consultas de profesionales sanitarios; o
- c. (3) establecimientos de servicios. Los establecimientos de servicios son establecimientos comerciales cuyos ingresos principales proceden de la prestación de servicios personales y no de la venta de productos. Estos establecimientos incluyen gimnasios o centros de fitness, salones de belleza y cualesquiera otros negocios en los que el uso del establecimiento por parte de los clientes esté controlado a través de afiliaciones o citas previas. Amare Global se reserva el derecho a decidir sobre si un establecimiento se considera de servicios o constituye un lugar adecuado para la venta de sus productos.
- d. Amare permitirá a los Brand Partners solicitar y efectuar ventas comerciales previa aprobación por escrito de la Empresa. A efectos de las presentes Políticas y procedimientos, se entenderá por “venta comercial” la venta de: (a) productos Amare con un valor igual o superior a 800 EUR en un solo pedido; y (b) a un tercero que pretenda revender los productos al consumidor final.

6.4. Material publicitario y promocional

- a. Los Brand Partners no podrán anunciar ningún producto o servicio de Amare Global a un precio INFERIOR al precio de venta al público (PVP) actual, ni podrán publicitar ningún incentivo especial. Esto incluye, entre otros, ofertas de envío gratuito u otras ofertas similares que concedan ventajas más allá de las que haya disponibles a través de Amare Global.
- b. Los Brand Partners deberán defender y promover la buena reputación de Amare y sus productos. La publicidad, el marketing y la promoción de Amare Global, la oportunidad de Amare Global, el Plan de Compensación y los productos y servicios de Amare Global serán coherentes con el interés público y

- evitarán cualquier conducta y práctica grosera, engañosa, confusa, poco ética o inmoral. Por lo tanto, tanto la publicidad como cualquier forma de promoción y comunicación deben respetar los principios de honestidad y corrección. Todos los anuncios y comunicaciones indicarán claramente que no son de la autoría de Amare Global ni de ninguna de sus empresas asociadas, y que el propietario del sitio asume toda la responsabilidad en relación con el contenido.
- c. Queda PROHIBIDO el uso de la Propiedad intelectual de Amare en sitios web y digitales de pago. Los Brand Partners no pueden utilizar ninguna forma de propiedad intelectual de Amare Global para pujar por publicidad de pago, lo que incluye el allanamiento de errores tipográficos o palabras clave para productos individuales, etc. sin el permiso específico por escrito del departamento de Cumplimiento de Amare Global.
 - d. Se recomienda encarecidamente a los Brand Partners que utilicen las ayudas a la venta y los materiales de apoyo ofrecidos por Amare Global. No obstante, si los Brand Partners así lo desean, podrán diseñar y producir sus propios materiales promocionales y de ayuda a la venta, SIEMPRE Y CUANDO dichos materiales promocionales y de ayuda a la venta cumplan estrictamente los siguientes requisitos:
 1. No pueden incluir afirmaciones falsas o engañosas sobre los ingresos, el estilo de vida, las oportunidades o los planes de remuneración. Véase la cláusula 8.
 2. Cualquier afirmación sobre los productos de Amare Global que se incluya en dichos materiales deberá cumplir con la cláusula 6 anterior. En otras palabras, no se podrá efectuar ninguna afirmación sobre los productos de Amare Global salvo aquellas publicadas por la Empresa en sus materiales oficiales.
 3. Todos los materiales deberán contener la siguiente declaración: "Este material publicitario ha sido producido por [Nombre], Brand Partner Independiente de Amare Global, quien asume la responsabilidad plena en relación con su contenido. Este material publicitario no ha sido diseñado, desarrollado, producido ni aprobado por Amare Global". Las marcas comerciales de Amare Global se han utilizado previa obtención del permiso correspondiente." Esta información deberá figurar de forma visible en la ayuda a las ventas o en cualquier otro tipo de material promocional.
 4. Todos los materiales promocionales en línea producidos por un Brand Partner deberán incluir, además de la declaración anterior, el número de identificación Amare Global del Brand Partner.
 5. Cualquier exhibición de marcas registradas o logotipos de Amare Global deberá adherirse a la última versión de la Guía de estilo para Brand Partners de Amare, disponible en la Oficina virtual. En caso de que se actualicen los estilos contenidos en la Guía de estilo, los nuevos estilos deberán aplicarse y respetarse en un plazo de 14 días a partir de la publicación de dicha actualización.
 6. Quedan prohibidos los anuncios ciegos (anuncios que no mencionan ni identifican al Brand Partner, a Amare Global, la oportunidad o los productos de Amare Global) que promocionen de cualquier forma la oportunidad o los productos de Amare Global.
 7. Los Brand Partners que elaboren material promocional y de apoyo a las ventas podrán ponerlo a disposición de otros Brand Partners para que estos lo utilicen, pero no podrán venderlo ni cobrar comisión alguna por su uso a otros Brand Partners.
 - e. Amare Global se reserva el derecho a exigir que un Brand Partner deje de utilizar o mostrar de inmediato determinados materiales promocionales o ayudas a las ventas diseñados, desarrollados o producidos por el Brand Partner a su entera discreción. Los Brand Partners renuncian a cualquier reclamación contra Amare Global, así como contra sus directivos, administradores, propietarios, empleados o agentes en relación con cualesquiera daños, gastos, costes o remuneraciones de cualquier otra índole derivados de dicha rescisión o relacionados con ella.

6.5. Renuncia al derecho de publicidad

Los Brand Partners autorizan a la Empresa a utilizar su nombre, fotografía, historia personal y/o imagen en los materiales publicitarios o promocionales relacionados con el negocio de la Empresa, y renuncian a cualquier reclamación relacionada con la remuneración por dicho uso. En caso de que un Brand Partner no desee participar en los materiales de ventas y marketing de Amare Global, deberá notificarlo por escrito al departamento de Cumplimiento de Amare Global, a fin de garantizar que su testimonio, fotografía o imagen no se utilicen en ningún material corporativo, publicación de reconocimiento corporativo, publicidad o grabación de eventos anuales.

6.6. Consultas de medios de comunicación

- a. Los Brand Partners aceptan que deberán obtener la aprobación del departamento de Cumplimiento antes de contactar con cualquier entidad de los medios de comunicación (incluidos, entre otros, televisión, radio, prensa, revistas, etc.) para promocionar sus negocios independientes de Amare Global o para discutir cualquier aspecto de Amare Global, así como sus productos, modelo de negocio, plan de compensación u oportunidad de negocio.
- b. Los Brand Partners no podrán hacer apariciones en la televisión, la radio ni ningún otro medio de comunicación, ni podrán hacer uso de dichos medios, para promocionar o hablar de Amare Global, así como de sus programas, productos o servicios, sin obtener el permiso previo por escrito del departamento de Cumplimiento de Amare Global.
- c. Todas las preguntas de los medios de comunicación deberán remitirse inmediatamente a Amare Global. Los Brand Partners no responderán a ninguna pregunta de los medios de comunicación relacionada con Amare Global, los productos y servicios de Amare Global o el negocio independiente Amare del Brand Partner sin la aprobación del departamento de Cumplimiento. Cualquier consulta procedente de un medio de comunicación deberá remitirse inmediatamente a la Empresa. Con esta política, se pretende proporcionar información precisa y coherente, así como una buena imagen de cara al público.

6.7. Correos no deseados y comunicaciones masivas no solicitadas

Los Brand Partners deberán cumplir las leyes, normas u ordenanzas locales relativas a las comunicaciones o contactos masivos no solicitados. Como regla general, los Brand Partners independientes no podrán usar o enviar faxes no solicitados, llevar a cabo campañas masivas de correo electrónico ni enviar correos electrónicos no solicitados o no deseados relacionados con el funcionamiento de su negocio Amare. Los términos "faxes no solicitados" y "correo electrónico no solicitado" harán referencia respectivamente a la transmisión por fax telefónico o correo electrónico de cualquier material o información que anuncie o promocióne a Amare o a sus productos, plan de remuneración o cualquier otro aspecto de la Empresa dirigido a cualquier persona, salvo los faxes o correos electrónicos dirigidos a: (a) cualquier persona que haya aceptado una invitación o haya dado su consentimiento para recibir dichos faxes o correos electrónicos; o (b) cualquier persona con la que el Brand Partner mantenga una relación comercial o personal establecida. El término "relación comercial o personal establecida" hace referencia a cualquier relación previa o existente surgida de una comunicación voluntaria bidireccional entre el Brand Partner y la persona, fundamentada en: (a) una consulta, solicitud, compra o transacción por parte de la persona en relación con los productos ofrecidos por dicho Brand Partner; o (b) una relación personal o familiar que ninguna de las partes haya rescindido previamente.

6.8. Telemarketing

- a. Los Brand Partners deberán cumplir las leyes, normas u ordenanzas locales relativas a las comunicaciones o contactos masivos no solicitados. La legislación actual es altamente técnica y restrictiva con las operaciones de telemarketing. Las presentes Normas se facilitan a los Brand Partners a título meramente informativo (en ningún caso deberán tomarse como asesoramiento jurídico). Los Brand Partners son responsables de conocer y cumplir todas las leyes aplicables en materia de telemarketing. Al contratar a un proveedor, los Brand Partners deberán asegurarse de que los servicios ofrecidos por dicho proveedor cumplen todas las leyes aplicables. Cualquier acción u omisión por parte de dicho proveedor se considerará una acción u omisión del Brand Partner.
- b. Los Brand Partners no desempeñarán actividades de telemarketing relacionadas con el funcionamiento de sus negocios Amare.
- c. El término "telemarketing" hace referencia al acto de vender, solicitar, comercializar, promocionar o proporcionar información sobre un producto o servicio por teléfono, móvil, mensaje de texto, fax, marcador automático, mensaje de voz pregrabado o artificial o cualquier otro dispositivo de índole similar.
- d. Las "llamadas en frío" a Clientes o Brand Partners potenciales que promocionen los productos o la oportunidad de Amare se consideran una práctica de telemarketing y, por tanto, quedan terminantemente prohibidas.
- e. No obstante lo anterior, los Brand Partners podrán efectuar llamadas telefónicas a Clientes o Brand Partners potenciales (denominados "Clientes potenciales" o "Brand Partners potenciales") en las siguientes situaciones limitadas:

- El Brand Partner tiene una relación comercial establecida con el Cliente o Brand Partner potencial. Por "relación comercial establecida" se entiende una relación entre un Brand Partner y un Cliente potencial fundamentada en:
 1. la compra, alquiler o leasing por parte del Cliente o Brand Partner potencial de los bienes o servicios del Brand Partner en los dieciocho (18) meses inmediatamente anteriores a la fecha de una llamada telefónica efectuada para inducir a dicho Cliente o Brand Partner potencial a la compra de un producto o servicio; o
 2. una transacción financiera entre el Brand Partner y el Cliente o Brand Partner potencial llevada a cabo en los dieciocho (18) meses inmediatamente anteriores a la fecha de dicha llamada.
 - El Cliente o Brand Partner potencial ha presentado una consulta o solicitud personal en relación con un producto o servicio ofrecido por el Brand Partner en los tres (3) meses inmediatamente anteriores a la fecha de la llamada.
- f. Si el Brand Partner recibe el correspondiente permiso escrito y firmado por parte del Cliente o Brand Partner potencial que autorice al Brand Partner a contactarle mediante una llamada telefónica. La autorización debe especificar el número o los números de teléfono a los que el Brand Partner está autorizado a llamar.
- g. Los Brand Partners podrán llamar a sus familiares, amigos personales y conocidos. Por "conocido" se entiende cualquier persona con la que un Brand Partner tiene una relación reciente de primera mano (es decir, el Brand Partner le ha conocido personalmente hace poco). No obstante, se debe tener en cuenta que si un Brand Partner tiene por costumbre "coleccionar tarjetas" de todas las personas que conoce y llamarlas posteriormente, la legislación local puede considerar que se trata de una forma prohibida de telemarketing. Por tanto, si los Brand Partners se dedican a llamar a "conocidos", deben hacerlo únicamente de forma ocasional y no como práctica rutinaria.
- h. Además, los Brand Partners no utilizarán sistemas de marcación telefónica automática en relación con el funcionamiento de sus negocios Amare. Por "sistema de marcación telefónica automática" se entenderá cualquier equipo que tenga las siguientes capacidades: (a) almacenar o producir números de teléfono a los que llamar, utilizando un generador de números aleatorios o secuenciales; y (b) marcar dichos números.
- i. Los Brand Partners deberán interrumpir inmediatamente cualquier actividad de telemarketing si reciben una notificación procedente de un organismo gubernamental en relación con dicha actividad. Los Brand Partners deberán comunicar sin demora tales notificaciones a Amare.

6.9. Ferias, presentaciones y otros foros de ventas

- a. Los Brand Partners podrán mostrar y/o vender los productos Amare en ferias y presentaciones profesionales.
- b. Sin embargo, no podrán ofrecer ni promocionar ningún otro producto o servicio en el evento. Antes de transferir cualquier importe al promotor del evento, los Brand Partners deberán ponerse en contacto por escrito con el departamento de Cumplimiento para obtener una aprobación condicional.
- c. La autorización se concederá únicamente para el evento especificado. Cualquier solicitud para participar en otros eventos futuros deberá enviarse nuevamente al departamento de Cumplimiento.
- d. "En caso de que se utilicen materiales promocionales o de marketing, carteles o pancartas en el stand del evento, dichos materiales solo podrán promocionar los productos o servicios de Amare Global y deberán mantener la imagen de calidad de Amare Global.
- e. El Brand Partner o los Brand Partners que trabajen en el evento deben revelar claramente que actúan como Brand Partners Independientes y no como empleados de Amare Global.
- f. Tanto los Brand Partners como todas las personas que trabajen en el stand durante el evento deberán cumplir todas las disposiciones aplicables del presente Acuerdo. Asimismo, tanto los Brand Partners como cualquier otra persona que trabaje en el stand de un evento no podrán efectuar afirmaciones falsas o engañosas relativas a los ingresos. Las afirmaciones sobre los productos deberán ajustarse a lo dispuesto en la cláusula 8."
- g. Además, con el fin de conservar el valor de la marca, Amare se reserva el derecho de denegar la autorización para participar en cualquier actividad que no considere un foro adecuado para la promoción de sus productos o de la oportunidad de negocio de Amare. Tampoco se concederá la autorización para participar en mercadillos de segunda mano, rastrillos, mercados de agricultores o eventos de índole similar, ya que estos eventos no son propicios para la imagen profesional que Amare desea presentar.

6.10. Restricciones de Internet y sitios web de terceros

- a. Amare recomienda encarecidamente a todos los Brand Partners que utilicen el sitio web de autorreplicación de la Empresa. Amare desarrolla y mantiene estos sitios web de tal manera que se garantice el cumplimiento con todas las áreas aplicables de la legislación. Un Brand Partner no puede utilizar ni intentar registrar ninguno de los nombres comerciales, marcas comerciales, nombres de servicio, marcas de servicio, nombres de productos, frases publicitarias, el nombre de Amare o cualquier derivado del mismo que infrinja la propiedad intelectual de Amare Global para cualquier nombre de dominio de Internet (URL), dirección de correo electrónico o cuenta de redes sociales. A continuación, se indican algunos ejemplos de uso no aceptados:
 1. www.amare-global.com, www.amareglbl.com, www.amarglobal.com, etc.
 2. amareglobalchris@gmail.com, amarechris@gmail.com, etc.
 3. @amareglobalchris, @amarglbl, etc.
- b. No están permitidas las páginas de marketing en redes sociales de la marca Amare Global, como Facebook, Instagram, Pinterest, blogs o canales de YouTube, entre otros.
- c. Los Brand Partners de Amare Global no pueden vender productos o servicios de Amare Global ni ofrecer la Oportunidad de negocio mediante “subastas en línea” o mercados en línea como Amazon.com, Ebay.com, Alibaba.com y otros de naturaleza similar.
- d. Las ventas en línea de los productos de Amare Global solo podrán efectuarse a través de los sitios web replicados de Amare Global y los sitios web oficiales de Amare Global.
- e. Todos los Brand Partners podrán tener un (1) sitio web de terceros aprobado. Por “sitio web de terceros” se entiende un sitio web personal aprobado por Amare Global que está alojado en servidores ajenos a Amare Global y no está afiliado a esta. Cualquier Brand Partner que desee desarrollar su propio sitio web de terceros debe recibir la aprobación previa por escrito de Amare Global antes de ponerlo en marcha. Es posible utilizar sitios web de terceros para promocionar el negocio y los productos de Amare Global, siempre que dicho sitio web de terceros cumpla las políticas de publicidad de Amare Global. Las ventas y pedidos de productos, así como la inscripción de Clientes o Brand Partners no pueden llevarse a cabo a través de un sitio web de terceros. Si deseas utilizar cualquier sitio web de terceros, deberás seguir los siguientes pasos:
 1. Identificarte como Brand Partner de Amare Global.
 2. Utilizar únicamente las imágenes y textos aprobados y autorizados por Amare Global para el país de residencia del Brand Partner en cuestión.
 3. Cumplir las políticas de uso de branding, marcas registradas e imágenes descritas en el presente documento.
 4. Cumplir cualquier otra estipulación relativa al uso de un sitio web de terceros descrita en el presente documento.
 5. En caso de que Amare determine que el sitio web de terceros propuesto no es aceptable, informará al Brand Partner de que debe modificar el sitio y que la aprobación se pausará hasta que tengan lugar dichas modificaciones. Ningún Brand Partner podrá poner a disposición del público su sitio web de terceros hasta que reciba la aprobación por escrito de Amare.
- f. Todos los materiales de marketing utilizados en el sitio web de terceros de un Brand Partner deberán proporcionarlos o aprobarlos por escrito Amare Global.
- g. A fin de evitar cualquier confusión, los siguientes cuatro elementos también deberán aparecer de forma destacada en la parte superior de cada página de tu sitio web de terceros:
 1. el logotipo de Amare Global del Brand Partner proporcionado por la Empresa;
 2. tu nombre y tratamiento;
 3. el botón de redirección a tu sitio web replicado de Amare Global;
 4. el botón de redirección al sitio web corporativo de Amare Global;
 5. información clara sobre la política de devoluciones;
- h. Los Brand Partners no pueden utilizar sitios web de terceros que contengan materiales copiados de fuentes corporativas (como folletos, CD, videos, cintas, eventos, presentaciones y sitios web corporativos de Amare Global).
- i. Los productos de Amare Global pueden mostrarse junto a otros productos o servicios en el sitio web de terceros de un Brand Partner, siempre que dichos productos y servicios sean coherentes con los valores de Amare Global y su venta o comercialización no corresponda a una empresa competidora de marketing multinivel. Se considerará competidor cualquier producto de la misma categoría genérica que un producto de Amare. Por ejemplo, cualquier suplemento dietético estaría en la misma categoría genérica que los suplementos dietéticos de Amare y, por tanto, se consideraría un producto

- competidor, independientemente de las diferencias de coste, calidad, ingredientes o contenido en nutrientes.
- j. No se podrán efectuar cambios ni modificaciones en el sitio web autorizado, sujeto a lo siguiente: En caso de que un Brand Partner desee modificar un sitio web previamente autorizado, deberá presentar una Solicitud de modificación de un sitio web de terceros y abonar la correspondiente tarifa de modificación de 80 EUR. La solicitud de modificación debe indicar específicamente todos y cada uno de los cambios o novedades que un Brand Partner desee efectuar. Los cambios no podrán publicarse en el sitio web hasta que el Brand Partner reciba la aprobación de Amare por escrito.
 - k. En caso de que el negocio independiente de Amare Global de un Brand Partner que haya recibido una autorización para crear y publicar un sitio web de terceros se cancele voluntaria o involuntariamente por cualquier motivo, o en caso de que Amare Global revoque la autorización que permite al Brand Partner mantener un sitio web de terceros, el Brand Partner deberá cesar inmediatamente el uso y funcionamiento del sitio web, eliminar cualquier publicación en línea sobre Amare y, si así se le solicita, transferir a Amare la propiedad del nombre de dominio sin coste alguno. Amare Global podrá revocar el derecho de cualquier Brand Partner a utilizar un sitio web de terceros en cualquier momento si Amare Global considera que dicha revocación redundará en beneficio de Amare Global, sus Brand Partners o sus Clientes. Cualquier decisión o medida disciplinaria en este ámbito se aplicará a la entera discreción de Amare Global.

6.11. Restricciones de redes sociales

- a. Además de cumplir todos los demás requisitos especificados en el Acuerdo, en caso de que un Brand Partner utilice cualquier plataforma de Redes sociales en relación con su negocio de Amare Global, incluidos, entre otros, plataformas de blog, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube o Pinterest, el Brand Partner se compromete a cumplir los requisitos estipulados en la presente cláusula 6.11.
- b. Las redes sociales no pueden utilizarse para efectuar ventas de los productos y servicios de Amare. Las ventas en línea de los productos Amare únicamente podrán efectuarse desde el sitio web replicado del Brand Partner correspondiente.
- c. LOS PERFILES QUE LOS BRAND PARTNERS GENEREN EN CUALQUIER COMUNIDAD SOCIAL EN LA QUE SE HABLE DE AMARE GLOBAL O MENCIONE A AMARE GLOBAL DEBERÁN IDENTIFICAR CLARAMENTE AL BRAND PARTNER COMO TAL. Esto implica que, cuando el Brand Partner participe en dichas comunidades, deberá evitar conversaciones, comentarios, imágenes, vídeos, audios o aplicaciones inapropiadas, así como cualquier otro contenido para adultos, profano, discriminatorio o vulgar. La decisión de lo que es inapropiado corresponderá enteramente a Amare Global a su entera discreción, y los Brand Partners que infrinjan lo anterior quedarán sujetos a las medidas disciplinarias pertinentes. Los banners publicitarios y las imágenes utilizadas en tales sitios deberán estar actualizados y proceder de la biblioteca aprobada por Amare Global. Si se proporciona algún enlace, este deberá remitir al sitio web replicado del Brand Partner que publica el anuncio o a un sitio web de terceros aprobado.
- d. Quedan prohibidas tanto las publicaciones anónimas como el uso de un alias en cualquier sitio de redes sociales, y los Brand Partners que infrinjan lo anterior quedarán sujetos a las medidas disciplinarias pertinentes.
- e. Los Brand Partners no pueden utilizar técnicas de blog spam, spamdexing ni ningún otro método de repetición masiva para dejar comentarios en blogs. Los comentarios que los Brand Partners creen o publiquen deben ser útiles, únicos, relevantes y específicos para el artículo del blog en cuestión. Por "spam" se entenderá, a título enunciativo, pero no restrictivo, lo siguiente:
 - 1. enviar mensajes de correo electrónico no solicitados a usuarios en línea que contengan información del Brand Partner (los Brand Partners solo podrán enviar mensajes de correo electrónico de conformidad con la cláusula 6.7 anterior y la legislación antispam);
 - 2. enviar correos electrónicos o faxes no solicitados a listas de personas que no pertenezcan a la Organización del Brand Partner o con las que el Brand Partner no haya tenido interacciones comerciales o personales previas, de conformidad con la cláusula 6.7. Los correos electrónicos que se envíen en relación con Amare Global deberán implicar únicamente a los negocios de Amare Global y solo deberán enviarse a los demás Brand Partners de la Organización del Brand Partner, siempre que los Brand Partners destinatarios de la Organización hayan aceptado revelar sus datos de información de contacto en virtud de la legislación de privacidad y protección de datos de cada jurisdicción en la que se lleven a cabo los negocios del Brand Partner.

- f. Los Brand Partners deberán revelar su nombre completo en todas las publicaciones en redes sociales e identificarse de forma visible como Brand Partner Independiente de Amare Global. Queda prohibido el envío de mensajes anónimos o el uso de alias.
- g. Asimismo, quedan prohibidas las publicaciones falsas, engañosas o que induzcan a error. Esto incluye, entre otros, publicaciones falsas o engañosas relacionadas con la oportunidad de ingresos de Amare Global, los productos y servicios de Amare Global y/o tus credenciales e información biográfica.
- h. Los Brand Partners serán personalmente responsables de sus publicaciones y de cualquier otra actividad en línea relacionada con Amare Global que desempeñen. Por lo tanto, incluso aunque un Brand Partner no posea ni gestione un blog, o un sitio o cuenta en una red social, si este publica en cualquiera de estos sitios algo relacionado con Amare Global, o que pueda ser rastreado hasta Amare Global, el Brand Partner asumirá la responsabilidad de la publicación. Los Brand Partners también serán responsables de las publicaciones en cualquier blog, o en cualquier sitio o cuenta de redes sociales, que el Brand Partner posea, gestione o controle. Cualquier afirmación efectuada en los sitios web o en la cuenta de una red social del Brand Partner que no sea legal o no cumpla con las estipulaciones aplicables del Acuerdo deberá ser eliminarse o suprimirse. Por tanto, se exigirá que los Brand Partners revisen el correspondiente contenido de forma periódica.
- i. En tu calidad de Brand Partner de Amare Global, es importante que no converses con ninguna persona que publique un post negativo contra ti, contra otros Brand Partners o contra Amare Global. En su lugar, informa de los mensajes negativos a Amare Global a través de cs.eur@amare.com. Responder a este tipo de mensajes negativos a menudo no hace más que alimentar una discusión con alguien que guarda tal rencor que no le permite mantener los mismos estándares que Amare Global. Por lo tanto, participar en este tipo de comportamientos daña la reputación y el fondo de comercio de Amare Global.
- j. Es posible que la distinción entre un sitio de una red social y un sitio web no quede del todo clara, ya que algunos sitios de redes sociales son especialmente sólidos. Por lo tanto, Amare Global se reserva el derecho único y exclusivo de clasificar determinados sitios de redes sociales como sitios web de terceros y exigir que los Brand Partners que utilicen, o deseen utilizar, dichos sitios se adhieran a las políticas de Amare Global relativas a los sitios web de terceros.
- k. En caso de que tu negocio de Amare Global se cancele por cualquier motivo, deberás dejar de utilizar el nombre de Amare Global, así como todas las marcas comerciales, nombres comerciales, marcas de servicio y cualquier otra propiedad intelectual de Amare Global, así como todos los derivados de dichas marcas y propiedad intelectual, en cualquier publicación y en todos los sitios de Redes sociales que utilices. Además, si publicas en el sitio de cualquier Red social en el que te hayas identificado previamente como Brand Partner independiente de Amare Global, deberás revelar de forma visible que dejas de actuar como tal.

6.12. Otras estipulaciones sobre publicidad

- a. Los Brand Partners no pueden representar o dar a entender que representan a Amare Global como algo más que un Brand Partner Independiente. Esto incluye todas las formas de comunicación, ya sean verbales, escritas, electrónicas, por correo electrónico, por chat o de cualquier otro tipo.
- b. Los Brand Partners no pueden anunciar, ofrecer o dar a entender que existe ningún puesto de trabajo o vacante en Amare Global. Queda prohibida la publicación de anuncios de empleo como medio de publicidad.
- c. Tampoco se podrán efectuar afirmaciones falsas o engañosas sobre los ingresos o ganancias.
- d. Cuando así se solicite, las Ayudas a las ventas y cualesquiera otros medios creados por el Brand Partner que contengan Propiedad intelectual o Contenido de Amare Global deberán entregarse de inmediato a Amare Global. Los Brand Partners deberán conservar una copia de todas las Ayudas a las ventas y demás materiales publicitarios que hayan distribuido durante siete años a partir de la última fecha de distribución.
- e. Los Brand Partners exonerarán a Amare Global de cualquier responsabilidad frente a las reclamaciones y/o demandas que puedan surgir de la creación de Propiedad intelectual de otra persona física o jurídica o en relación con dicha Propiedad intelectual.
- f. Tras la rescisión del Acuerdo por cualquier motivo, los Brand Partners cesarán inmediatamente todo uso del material de marketing, contenido, marcas comerciales, propiedad o cualquier material similar de Amare Global.

6.13. Prohibición de reenvasado y reetiquetado

Los Brand Partners no podrán reempaquetar, reetiquetar, rellenar o alterar las etiquetas de ningún producto, información, material o programa de Amare de ninguna manera. Los productos Amare deben venderse únicamente en sus envases originales. Esto implica que el reetiquetado o reenvasado podría someter a los Brand Partners a procedimientos de responsabilidad civil e incluso penal, en especial, si se producen daños y perjuicios materiales o personales.

7. Cambios en el negocio del brand partner

7.1. Cambios en la información del Acuerdo de Brand Partner

Los Brand Partners deberán comunicar inmediatamente a Amare cualquier cambio que se produzca en la información reflejada en su Solicitud y Acuerdo de Brand Partner. Para ello, deberán presentar los siguientes documentos: una solicitud de cambio por escrito, la Solicitud y el Acuerdo de Brand Partner debidamente formalizado con la información correcta (si procede) y firmado de nuevo (no se podrá presentar una versión del primer Acuerdo con la firma tachada o tapada) y la documentación justificativa pertinente.

7.2. Colocación

- a. Cuando Brand Partner inscribe a un nuevo Brand Partner, el primero se convierte en el “Inscriptor” del segundo. El Brand Partner situado directamente encima de un nuevo Brand Partner en la línea ascendente es el “Patrocinador” del Brand Partner recién inscrito. En la mayoría de los casos, el Inscriptor y el Patrocinador serán la misma.
- b. Si el Acuerdo formalizado por el nuevo Brand Partner no identifica a un Patrocinador, el Inscriptor será también el Patrocinador, a menos que el Inscriptor “coloque” al nuevo Brand Partner debajo de otro Brand Partner dentro de su Organización en un plazo de 30 días a partir de la fecha de inscripción del nuevo Brand Partner. Dicha colocación será definitiva.
- c. Los Clientes no están sujetos a la colocación, sino que deberán asignarse obligatoriamente al Brand Partner inscriptor.

7.3. Cambio de Patrocinador

- a. Para cambiar o corregir el Patrocinador, el Brand Partner deberá seguir los siguientes pasos:
 1. En un plazo de 30 días a partir de la inscripción de un nuevo Brand Partner, el Inscriptor podrá cambiar o corregir la Colocación en la Oficina virtual de Amare Global. Solo se permitirá un cambio de colocación de este tipo. Una vez efectuada dicha colocación, no se permitirán más cambios.
 2. Transcurridos 30 días desde la fecha de inscripción del nuevo Brand Partner, el cambio de Patrocinador solo podrá tener lugar en circunstancias justificables y únicamente si Amare Global y la línea ascendente inmediata del Brand Partner y el Líder o los Líderes de la línea ascendente aprueban el cambio. En caso de que un Brand Partner desee solicitar un cambio de Patrocinador, deberá seguir los siguientes procedimientos:
 - i. El Brand Partner deberá presentar una solicitud por escrito a Amare Global en la que se enumeren las razones del cambio solicitado. La solicitud deberá incluir el nombre y el número de identificación del nuevo Patrocinador propuesto.
 - ii. El Brand Partner deberá abonar un importe de 40 EUR (IVA excluido) en concepto de gastos de tramitación a Amare Global junto con su solicitud por escrito. Esta tarifa no es reembolsable, incluso aunque se deniegue la solicitud.
 - iii. El Brand Partner deberá proporcionar también cualquier información adicional que Amare Global pueda requerirle para evaluar la solicitud.
 - iv. Amare Global podrá tardar hasta 45 días en revisar la solicitud y responder al Brand Partner solicitante.
 - v. Las solicitudes de cambio de Patrocinador enviadas a Amare Global a partir del día 25 del mes se revisarán, como pronto, el mes siguiente.
 - vi. Amare Global podrá aprobar o denegar la solicitud a su entera discreción.
 - vii. Amare Global podrá condicionar la aprobación del cambio a la aprobación por parte del Patrocinador, Inscriptor y Líderes de línea ascendente del Brand Partner solicitante. En tal caso, la solicitud no se hará efectiva a menos que todos los Brand Partners de la línea ascendente aprueben por escrito la solicitud. Amare Global proporcionará al Brand Partner solicitante el formulario de aprobación

- correspondiente. Será responsabilidad del Brand Partner solicitante obtener las aprobaciones necesarias de la línea ascendente designada por Amare Global.
- viii. Cuando se apruebe una solicitud de cambio de Patrocinador, el cambio NO se aplicará de forma retroactiva a la fecha de la solicitud.
- b. La línea descendente del Brand Partner, si la hubiera, NO se transferirá con el Brand Partner a menos que Amare Global así decida aprobarlo a su entera discreción.

7.4. Cambio de Inscriptor del Brand Partner

- a. Tras la inscripción de un nuevo Brand Partner, no podrán efectuarse cambios en el Inscriptor, salvo en las circunstancias limitadas que se describen a continuación, ya que el cambio de Inscriptor tiene un impacto significativo en el plan de compensación de Amare Global. En ningún caso podrá cambiarse el Inscriptor por otro Brand Partner que no sea el Patrocinador del Brand Partner en cuestión. Los Brand Partners no podrán cambiar de Organización, salvo en los casos previstos en la siguiente cláusula 7.5.
- b. En caso de querer efectuar un cambio de Inscriptor, el Inscriptor del Brand Partner podrá presentar una solicitud a la Empresa para cambiar el Inscriptor en cuestión por el Patrocinador del Brand Partner. La Empresa se reserva el derecho a denegar dicha solicitud a su entera discreción.
- c. No obstante lo anterior, el Inscriptor de un nuevo Brand Partner podrá cambiar el Inscriptor por otro Brand Partner de su Organización en los 30 días siguientes a la inscripción del nuevo Brand Partner. En caso de no tramitarse el cambio de Inscriptor durante ese plazo, se podrá presentar una solicitud según lo indicado anteriormente.
- d. La primera solicitud de cambio de Inscriptor es gratuita. Las solicitudes subsiguientes conllevarán un coste de 40 EUR (IVA no incluido) junto con cualquier solicitud posterior de cambio de Inscriptor.
- e. Amare Global se reserva el derecho a aprobar o denegar cualquier solicitud de cambio de Inscriptor y a corregir cualquier error relacionado con lo anterior en cualquier momento y de la forma que estime oportuna.

7.5. Cambio de Organización

- a. Si un Brand Partner de Amare Global desea transferirse a otra Organización, deberá presentar un escrito de renuncia ante el departamento de Atención al Cliente de Amare Global y permanecer inactivo (es decir, no podrá efectuar pedidos ni tener activa la suscripción *Subscribe & Save*) en Amare Global durante seis (6) meses a partir de la recepción de dicho escrito antes de poder inscribirse con otro Patrocinador o en otro Patrocinio/Colocación. En el caso del rango Gold o superior, la duración del periodo será de doce (12) meses.
- b. Amare Global se reserva el derecho de aprobar o denegar cualquier solicitud de reinscripción tras la renuncia de un Brand Partner.
- c. En caso de aprobarse la reinscripción, el antiguo Brand Partner recibirá un nuevo número de identificación de Amare Global y deberá presentar un nuevo Acuerdo de Brand Partner. El Brand Partner no tendrá derecho a conservar ningún rango, línea descendente o derecho a cobrar cheques de comisiones procedente de la Organización anterior.

7.6. Vender, ceder o delegar la titularidad

- a. Los Brand Partners de Amare Global no podrán vender, traspasar o ceder sus derechos ni delegar su posición de Brand Partner sin la aprobación previa por escrito de Amare Global, aprobación que no se denegará injustificadamente. Amare Global podrá anular cualquier intento de venta, traspaso, cesión o delegación llevado a cabo sin dicha aprobación a su entera discreción.
- b. En caso de que Amare Global apruebe la venta, el comprador/beneficiario/cesionario (en lo sucesivo, el "Comprador") ocupará la posición del vendedor/traspasador/cedente (en lo sucesivo, el "Vendedor") según la cualificación actual del título manteniendo el rango de pago actual en el momento de la venta, y adquirirá la Organización del Vendedor.
- c. Para solicitar la autorización de una venta, traspaso o cesión de una Distribución de Amare Global, se deberán presentar los siguientes documentos ante el departamento de Cumplimiento de Amare Global:
1. un Formulario de venta/traspaso de Distribución debidamente cumplimentado y firmado;
 2. una copia del acuerdo entre el Vendedor y el Comprador firmado y fechado;
 3. un Acuerdo de Brand Partner de Amare Global cumplimentado y firmado por el Comprador;
 4. un pago de 200 EUR en concepto de gastos de gestión (IVA no incluido);
 5. cualquier documentación justificativa adicional solicitada por Amare Global.

- d. Cualquier obligación de deuda que el Vendedor o el Comprador pueda tener con Amare Global deberá liquidarse antes de la aprobación de la venta, el traspaso o la cesión por parte de Amare Global.
- e. Los Brand Partners que vendan su Distribución no podrán volver a inscribirse como Brand Partner en ninguna otra Organización durante los seis (6) meses naturales completos siguientes a la fecha de la venta, salvo que se estipule expresamente lo contrario en el presente Manual de políticas. En el caso del rango Gold o superior, la duración del periodo será de doce (12) meses.

7.7. Divorcio del Brand Partner

- a. Los Brand Partners de Amare a menudo operan sus negocios de Amare con su cónyuge como sociedades, sociedades colectivas (partnerships) regulares, corporaciones o fideicomisos (trusts). En caso de divorcio o de disolución de la corporación, sociedad colectiva (partnership) o fideicomiso (trust) (estas tres últimas entidades se denominarán colectivamente “entidades” en el presente documento), deberán tomarse las medidas pertinentes para garantizar que cualquier separación o división del negocio se lleve a cabo de manera que no menoscabe los intereses e ingresos de otros negocios situados en la línea ascendente o descendente. En caso de que las partes que deciden separarse no velen por los intereses tanto de los demás Brand Partners como de la Empresa, Amare rescindirán unilateralmente el Acuerdo de Brand Partner Independiente.
- b. Durante el período en que queda pendiente la resolución de un divorcio o la disolución de la entidad, las partes deberán operar según uno de los siguientes métodos:
 - 1. Una de las partes podrá, con el consentimiento de la(s) parte(s) contraria(s), operar el negocio de Amare en virtud de una cesión por escrito mediante la que el cónyuge, los accionistas, los socios o los fideicomisarios renunciando autoricen a Amare a tratar directa y exclusivamente con el otro cónyuge o con el accionista, socio o fideicomisario no renunciante.
 - 2. Las partes podrán continuar operando el negocio de Amare de forma conjunta, en cuyo caso todas las compensaciones pagadas por Amare se abonarán a nombre conjunto de los Brand Partners o a nombre de la entidad pendiente de división, en función de lo que las partes acuerden independientemente entre ellas.
 - 3. En caso de que las partes no logren llegar a un acuerdo mutuo sobre el reparto del negocio durante el período en que esté pendiente el divorcio o la disolución, la Empresa tratará el negocio de acuerdo con el statu quo existente antes de que se presentara la demanda de divorcio o disolución.
 - 4. Una vez concluido el proceso de divorcio, el cónyuge que no haya recibido el negocio podrá volver a inscribirse inmediatamente después bajo un Inscriptor y un Patrocinador de su elección. Sin embargo, en tales casos, dicho excónyuge no podrá solicitar ni tendrá derecho a acceder a ningún Brand Partner o Cliente activo de la organización anterior, por lo que deberá desarrollar un nuevo negocio de la misma manera que cualquier otro nuevo Brand Partner de Amare Global.
- c. En ningún caso se dividirá la Línea descendente de la Organización de los cónyuges divorciados o de la entidad empresarial disuelta. De manera similar, en ningún caso repartirá Amare los pagos de comisiones y bonificaciones entre los cónyuges divorciados o los socios de una entidad disuelta. Amare reconocerá una única Línea descendente de la Organización y emitirá tan solo un pago de comisiones por cada negocio Amare en cada ciclo de pago de comisiones. Las comisiones se pagarán siempre a la misma persona o entidad. En caso de que las partes en un proceso de divorcio o disolución no logren resolver una disputa sobre la disposición de las comisiones y la propiedad del negocio, el Acuerdo de Brand Partner Independiente se cancelará de forma involuntaria.
- d. Cuando un excónyuge o un exasociado de la entidad antigua renuncia por completo a todos los derechos de su negocio Amare original, a partir de ese momento, será libre de patrocinar bajo cualquier Patrocinador de su elección, siempre y cuando cumpla con los requisitos del periodo de espera estipulados en el presente documento. No obstante, en tal caso, el excónyuge o la expareja no tendrá derecho alguno sobre ningún Brand Partner de su antigua organización ni sobre ningún Cliente minorista antiguo. Esto quiere decir que deberá desarrollar el nuevo negocio de la misma manera que lo haría cualquier otro nuevo Brand Partner.

7.8. Disolución de una entidad mercantil

- a. En caso de disolución de una entidad mercantil que gestiona un negocio de Amare Global, los propietarios de dicha entidad mercantil deberán comunicar a la Empresa la identidad de la parte que recibirá el negocio. El negocio de Amare Global deberá adjudicarse a una única persona física o jurídica

- que haya sido reconocida previamente por la Empresa como propietaria de la entidad mercantil, y la Empresa no podrá dividir el negocio entre varias partes ni emitir pagos de comisiones por separado.
- b. El destinatario del negocio de Amare Global también deberá formalizar y entregar un Acuerdo de Brand Partner de Amare Global a la Empresa en un plazo de 30 días a partir de la fecha de disolución de la entidad mercantil. De lo contrario, se rescindirá el Acuerdo. Si la entidad mercantil desea vender o traspasar su negocio de Amare Global a una persona física o jurídica que no haya sido reconocida previamente por la Empresa como propietaria de la entidad mercantil, la venta o el traspaso tendrá lugar de conformidad con la cláusula 7.1..
 - c. Una vez concluida la disolución de la entidad, los propietarios/directores que no hayan recibido el negocio de Amare Global podrán volver a inscribirse inmediatamente después bajo el Inscriptor y el Patrocinador de su elección. Sin embargo, en tales casos, dichos expropietarios/exdirectores no podrán solicitar ni tendrán derecho a acceder a ningún Brand Partner o Cliente activo de la organización anterior, por lo que deberán desarrollar un nuevo negocio de la misma manera que cualquier otro nuevo Brand Partner de Amare Global.

7.9. Sucesión

- a. En caso de fallecimiento de un Brand Partner individual, el negocio podrá pasar a manos de sus herederos. Para ello, deberá entregarse a la Empresa la documentación legal pertinente conforme a la legislación local para garantizar que el traspaso es correcto. Por consiguiente, el Brand Partner deberá consultar a un abogado para solicitar asistencia en la preparación de un testamento u otro instrumento testamentario de conformidad con la legislación local. Cuando un negocio de Amare se traspase mediante testamento u otro proceso testamentario en virtud de la legislación local, el beneficiario adquirirá el derecho a cobrar todas las bonificaciones y comisiones de la organización de marketing del Brand Partner fallecido, siempre que se cumplan los siguientes requisitos. El sucesor o los sucesores deberán:
 - formalizar un nuevo Acuerdo de Brand Partner Independiente;
 - - cumplir con los términos y las estipulaciones del Acuerdo; y
 - - cumplir con todos los requisitos del estatus del Brand Partner fallecido.
- b. Los pagos de bonificaciones y comisiones de un negocio de Amare traspasado en virtud de la presente cláusula se abonarán en un único pago conjunto a los herederos. Los herederos deben facilitar a Amare un domicilio de registro al que se enviarán todos los pagos de bonificaciones y comisiones. Si el negocio se transmite a varios herederos conjuntos, estos deberán constituir una entidad mercantil para que pueda continuar operando como Brand Partner.
- c. Si el sucesor ya es un Brand Partner existente, Amare Global le permitirá mantener activa su propia Distribución más la Distribución heredada durante un máximo de seis (6) meses. Transcurrido el plazo de 6 meses, el Brand Partner deberá haber efectuado la compración (si procede), venta o traspaso por cualesquiera otros medios de la Distribución existente o la Distribución heredada.
- d. En caso de que el sucesor desee poner fin a la Distribución de Amare Global, deberá presentar una declaración notarial en la que así lo manifieste, junto con una copia certificada del certificado de defunción, nombramiento como fideicomisario y/o cualquier otra documentación jurídica pertinente.
- e. Previa solicitud por escrito, Amare Global podrá conceder una exención por duelo de un (1) mes y efectuar el pago según el último rango de pago.

7.10. Traspaso por incapacidad de un Brand Partner

Para efectuar el traspaso de un negocio de Amare por incapacidad, el sucesor deberá proporcionar los siguientes documentos a Amare: (1) una copia notarial del nombramiento como tutor o fideicomisario; (2) una copia notarial de la orden judicial o de cualquier otra documentación exigida por la legislación local que establezca el derecho del sucesor a administrar el negocio de Amare; y (3) un Acuerdo de Brand Partner Independiente cumplimentado y firmado por el fideicomisario.

8. Afirmaciones y acciones no autorizadas

8.1. Exoneraciones de responsabilidad

Los Brand Partners son plenamente responsables de cualesquiera declaraciones verbales y escritas efectuadas en relación con los productos y el Plan de Compensación de Amare Global que no estén expresamente reflejadas en los materiales oficiales de Amare. Los Brand Partners aceptan exonerar tanto a Amare como a sus administradores, directivos, empleados y representantes de toda responsabilidad (incluidos aquellos casos que impliquen sentencias, sanciones civiles, reembolsos, honorarios de

abogados, costas judiciales o lucro cesante) en que Amare pudiera incurrir como resultado de las declaraciones o acciones no autorizadas llevadas a cabo por el Brand Partner en cuestión. La presente estipulación seguirá surtiendo efecto tras la rescisión del Acuerdo de Brand Partner Independiente.

8.2. Afirmaciones sobre productos

- a. No se podrá efectuar ninguna afirmación (incluidos los testimonios personales) sobre las propiedades terapéuticas, curativas o beneficiosas de ninguno de los productos ofrecidos por Amare, salvo aquellas contenidas en la literatura oficial de Amare aplicable al país de destino de la venta. En particular, ningún Brand Partner podrá afirmar que los productos Amare sean útiles para curar, tratar, diagnosticar, mitigar o prevenir ninguna enfermedad. Tales declaraciones podrían percibirse como afirmaciones médicas o farmacológicas. Además de contravenir las políticas de Amare, estas afirmaciones pueden ser peligrosas e incluso llegar infringir diferentes leyes a nivel local, nacional y supranacional.
- b. Al hablar de los beneficios de los productos de Amare Global, los Brand Partners deberán limitarse a aquellas afirmaciones permitidas por el etiquetado del producto o en los materiales de marketing de Amare, así como acompañar todas las afirmaciones (incluidas las historias personales y sobre los productos) del siguiente aviso legal: “Este producto no está orientado al diagnóstico, tratamiento, curación o prevención de ningún tipo de enfermedad o patología”.
- c. Asimismo, los Brand Partners se abstendrán de efectuar afirmaciones médicas sobre los productos de Amare Global, así como de prescribirlos para el tratamiento de cualquier dolencia, ya que esto implicaría que los productos son medicamentos en lugar de suplementos nutricionales. En la descripción de los productos de Amare Global no podrán efectuarse afirmaciones curativas o farmacológicas de ningún tipo. Estos productos nunca deben compararse con medicamentos utilizados para tratar enfermedades o afecciones específicas.
- d. Cuando los Brand Partners promocionen los productos y servicios de Amare Global, deberán revelar que actúan en calidad de Brand Partner de Amare y que reciben bonificaciones y comisiones por ello.

8.3. Afirmaciones sobre ingresos

- a. En su entusiasmo por lograr nuevos patrocinios, algunos Brand Partners se ven tentados ocasionalmente a efectuar afirmaciones sobre los ingresos y ganancias a fin de demostrar el poder inherente del marketing multinivel. Esto constituye una técnica contraproducente, pues los nuevos Brand Partners podrían decepcionarse en poco tiempo si no obtienen unos resultados tan elevados o rápidos como los logrados por otros. En Amare, creemos firmemente que el potencial de ingresos es lo suficientemente elevado como para resultar atractivo, sin necesidad de informar de los ingresos alcanzados por otros. Además, la legislación nacional y local a menudo regula o incluso prohíbe determinados tipos de afirmaciones y testimonios sobre ingresos por parte de las personas que se dedican al marketing multinivel.
- b. Los Brand Partners deben dejar claro que el Plan de Compensación se basa en las ventas de productos y servicios de Amare Global y en el patrocinio de otros Brand Partners.
- c. A pesar de que los Brand Partners pueden considerar beneficioso proporcionar copias de los pagos o revelar sus ingresos o los de otras personas, estos enfoques pueden tener consecuencias legales que pueden afectar negativamente tanto a Amare como al Brand partner que efectúa la afirmación, a menos que también se proporcione la información adecuada requerida por la legislación aplicable junto con la afirmación o declaración sobre los ingresos. Dado que los Brand Partners de Amare no disponen de los datos necesarios para cumplir con los requisitos legales de afirmaciones sobre ingresos, no podrán efectuar proyecciones, afirmaciones o revelaciones sobre los ingresos que perciben de Amare (lo que incluye mostrar pagos, copias de pagos, extractos bancarios o declaraciones tributarias) cuando expliquen la oportunidad o el Plan de Compensación de Amare Global a un Brand Partner potencial.
- d. Asimismo, los Brand Partners no podrán citar erróneamente u omitir hechos sustanciales significativos sobre el Plan de Compensación, ni tampoco podrán efectuar afirmaciones sobre el estilo de vida que pueden aportar los ingresos. Estas afirmaciones sobre el estilo de vida que pueden aportar los ingresos hacen referencia a aquellas declaraciones o representaciones que infieren o afirman la posibilidad de llevar un estilo de vida lujoso o exitoso gracias a los ingresos obtenidos del negocio de Amare Global. A continuación, se proporcionan algunos ejemplos de afirmaciones que contienen alegaciones prohibidas sobre el estilo de vida que pueden aportar los ingresos:
 1. Que un Brand Partner (o su cónyuge) ha podido dejar su trabajo.
 2. Que un Brand Partner ha podido sustituir los ingresos procedentes de su puesto de trabajo.

3. Que un Brand Partner ha podido pagar la educación privada o universitaria de su hijo o hija gracias a los ingresos de Amare Global.
4. Que un Brand Partner ha podido adquirir bienes materiales caros o lujosos (tales como viviendas, automóviles, joyas, barcos, vehículos recreativos, etc.).
5. Que los ingresos de Amare Global han permitido que un Brand Partner pueda viajar a destinos caros o exóticos.

Las restricciones a las afirmaciones sobre los ingresos mencionadas anteriormente se aplican tanto a las presentaciones efectuadas en persona como a los materiales promocionales distribuidos por el Brand Partner, incluidas las publicaciones en redes sociales.

- e. Se podrán poner ejemplos de ingresos hipotéticos para explicar el funcionamiento del Plan de Compensación de Amare Global, basados únicamente en proyecciones matemáticas, en las presentaciones efectuadas a los Brand Partners potenciales, siempre que el Brand Partner que utilice dichos ejemplos hipotéticos (1) deje claro a los Brand Partners potenciales que se trata de ingresos hipotéticos; y (2) proporcione a cada Brand Partner potencial una copia actualizada de la declaración oficial de divulgación de ingresos de Amare.
- f. Asimismo, los Brand Partners no deberán declarar bajo ningún concepto que es posible tener éxito sin aplicarse de forma diligente. A continuación, se proporcionan algunos ejemplos de declaraciones falsas, erróneas o engañosas relacionadas con lo mencionado anteriormente:
 1. Se trata de un sistema llave en mano.
 2. El sistema hará el trabajo por ti.
 3. Basta con entrar y la línea descendente se construye sola.
 4. Solo tienes que unírte y yo desarrollaré tu línea descendente por ti.
 5. La Empresa hace todo el trabajo por ti.
 6. No tienes que vender nada.
 7. Todo lo que tienes que hacer es comprar tus productos cada mes.

Las afirmaciones anteriores constituyen simplemente algunos ejemplos de declaraciones inadecuadas sobre el Plan de Compensación y el programa de la Empresa. Es importante que los Brand Partners no efectúen estas declaraciones, así como ninguna otra que pueda inducir a un Brand Partner potencial a creer que puede lograr el éxito sin compromiso, esfuerzo o habilidades de venta.

8.4. Prohibición de precios predatorios

El Brand Partner no podrá vender los productos de Amare por debajo del precio de venta al público (PVP) que aparece en el sitio web de Amare en la fecha de la venta.

9. Conflictos de intereses

9.1. Cláusula de no contratación

- a. Los Brand Partners de Amare Global podrán participar en cualquier momento en otras empresas de venta directa, marketing multinivel, marketing relacional u oportunidades de marketing. Sin embargo, durante la vigencia del presente Acuerdo y durante un (1) año después de su extinción o rescisión, los Brand Partners de Amare Global no podrán reclutar a otros Brand Partners o Clientes de Amare Global para ningún otro negocio de venta directa o marketing multinivel, salvo que los haya patrocinado él mismo.
- b. Por "reclutar" se entiende la acción o el intento de solicitar, inscribir, alentar o tratar de persuadir de cualquier otra forma (ya sea de manera directa o a través de un tercero) a otro Brand Partner o Cliente para que se inscriba o participe en cualquier oportunidad de venta directa o marketing multinivel, así como de anunciar otra oportunidad en la misma página web o cuenta de redes sociales en la que el Brand Partner promociona los productos o la oportunidad de Amare.
- c. El incumplimiento de cualquiera de las estipulaciones de la presente cláusula constituirá una interferencia contractual irrazonable e injustificada entre Amare Global y sus Brand Partners que puede causar un daño irreparable a Amare Global. En tal caso, Amare Global podrá, a su entera discreción, imponer cualquier medida disciplinaria que considere necesaria y apropiada contra el Brand Partner en cuestión, o contra el puesto de dicho Brand Partner.

9.2. Productos y oportunidades de la competencia

- a. Los Brand Partners podrán promocionar otros productos en las mismas páginas web y anuncios en los que venden los Productos de Amare Global. Sin embargo, no podrán vender otros productos de marketing multinivel similares a los productos de Amare Global en dichas páginas web o anuncios.

Tampoco podrán mostrar o agrupar los productos y servicios de Amare Global con otros productos o servicios en textos de ventas, sitios web o reuniones de ventas, a fin de evitar confundir o engañar a los Clientes o Brand Partners potenciales haciéndoles creer que existe una relación entre los productos y servicios de Amare Global y los que no son de Amare Global.

- b. El incumplimiento de cualquiera de las estipulaciones de la presente cláusula constituirá una interferencia contractual irrazonable e injustificada entre Amare Global y sus Brand Partners que puede causar un daño irreparable a Amare Global. En tal caso, Amare Global podrá, a su entera discreción, imponer cualquier medida disciplinaria que considere necesaria y apropiada contra el Brand Partner en cuestión, o contra el puesto de dicho Brand Partner.

9.3. Reclutamiento cruzado

- a. Queda terminantemente prohibida cualquier acción o intento de reclutamiento cruzado. Por “reclutamiento cruzado” se entiende la solicitud, inscripción o patrocinio de una persona física o jurídica que ya tiene un Acuerdo de Cliente o Brand Partner Independiente con Amare dentro de una línea de patrocinio diferente, o que ha tenido un acuerdo de este tipo en los seis meses anteriores (12 meses si el antiguo Brand Partner tenía el rango Gold) dentro de una línea de patrocinio diferente. Asimismo, también queda prohibido el uso de nombres, denominaciones sociales, nombres comerciales, nombres ficticios, corporaciones, sociedades colectivas (partnerships), fideicomisos (trusts) o números de identificación reales o ficticios para eludir esta política. Los Brand Partners se abstendrán de menospreciar, desacreditar o difamar a otros Brand Partners de Amare en un intento de atraer a un Brand Partner para que forme parte de su organización de marketing.
- b. Cualquier persona que descubra una situación de reclutamiento cruzado, deberá ponerla en conocimiento de la Empresa de inmediato. En tales casos, Amare podrá tomar medidas disciplinarias contra el Brand Partner que haya cambiado de organización y/o contra los Brand Partners que hayan fomentado el reclutamiento cruzado o hayan participado en él. Amare también podrá trasladar la Línea descendente de los Brand Partners infractores, en parte o en su totalidad, a la Organización de la Línea descendente original si la Empresa lo considera equitativo y factible. Sin embargo, Amare no tiene ninguna obligación de trasladar la Organización de la Línea descendente del Brand Partner reclutado de manera cruzada, y la disposición de la organización se determinará a la entera discreción de Amare. Los Brand Partners renuncian a cualesquiera acciones y reclamaciones presentadas contra Amare derivadas de la disposición de la Organización de la Línea descendente del Brand Partner patrocinado de forma cruzada o relacionadas con dicha disposición.
- c. La presente Política no prohíbe el traspaso de un negocio de Amare Global de acuerdo con la Política de venta o traspaso de Amare Global estipulada en las presentes Políticas.

9.4. Prohibición del patrocinio contrario a la ética

- a. Las actividades de patrocinio contrario a la ética incluyen, entre otras, atraer, pujar o participar en actos o prácticas injustas, fraudulentas o engañosas conducentes al reclutamiento de una persona física o jurídica para que se convierta en Brand Partner, o al intento de adquirir un Brand Partner nuevo o potencial de otro Brand Partner.
- b. Cualquier alegación de patrocinio contrario a la ética deberá comunicarse por escrito al departamento de Cumplimiento de Amare Global en los primeros 90 días a partir de la inscripción. Si dicha alegación tiene fundamento, Amare Global podrá transferir el Brand Partner o la línea descendente del Brand Partner a otro Patrocinador, Colocación u Organización sin necesidad de contar con la aprobación del Patrocinador actual de la línea ascendente o de los Brand Partners de la Colocación. En tales casos, Amare Global actuará como autoridad final.
- c. Amare Global prohíbe cualquier acción de “stacking”. Por “stacking” se entiende la manipulación no autorizada del sistema de remuneración de Amare Global y/o del plan de marketing con el fin de activar comisiones o provocar el ascenso de un Brand Partner de la línea descendente de forma no merecida. Un ejemplo de stacking sería cuando un Patrocinador coloca a los participantes debajo de una línea descendente inactiva sin su conocimiento con el fin de activar una clasificación no ganada para ganar comisiones. El stacking es un comportamiento inaceptable contrario a la ética y, como tal, constituye un delito sujeto a medidas que pueden llegar incluso al cese de los cargos de consultor independiente de todas las personas físicas y/o jurídicas directamente implicadas.
- d. Aquellos Brand Partners que se dediquen a solicitar y/o atraer a los miembros de otra empresa de venta directa para venderles o distribuirles los productos y servicios de Amare Global corren el riesgo de que dicha empresa los demande. En caso de presentarse cualquier demanda, proceso de arbitraje o mediación contra un Brand Partner en el que se alegue que ha participado en actividades

inapropiadas de reclutamiento de los vendedores o clientes de otra empresa, Amare Global no correrá con los costes de defensa ni los honorarios de abogados en que incurra el Brand Partner, ni tampoco indemnizará al Brand Partner en virtud de ninguna sentencia, laudo o acuerdo. En este sentido, los Brand Partners son los únicos responsables de conocer las políticas y procedimientos de la otra empresa de venta directa.

- e. Queda prohibido el uso no autorizado de nombres de Cónyuges o familiares, nombres comerciales, nombres ficticios, corporaciones, sociedades colectivas (partnerships), fideicomisos (trusts), números de identificación nacional o números de identificación ficticios para evadir o eludir esta política o cualquier otra política estipulada en el presente Acuerdo.

10. Marketing internacional

- a. Los Brand Partners están autorizados a vender los productos de Amare y a inscribir Clientes o patrocinar Brand Partners únicamente en aquellos países en los que Amare esté autorizada a desempeñar su actividad de negocio, tal y como se anuncia en la documentación oficial de la Empresa. En aquellos países en los que Amare autorice las ventas y actividades de los Brand Partners, estos deberán ajustarse a las normas específicas de Amare para el país en cuestión. Dado que dichas normas pueden variar de un país a otro, los Brand Partners están obligados a conocer las normas pertinentes tanto para el país como para los lugares en los que pretenden desempeñar su actividad de negocio. La información específica de cada país se publicará eventualmente como un apéndice por países en las presentes Políticas y procedimientos.
- b. Queda prohibido que los Brand Partners importen o ayuden a importar, vender, regalar o distribuir productos, servicios o muestras de productos de la Empresa en países no autorizados.
- c. Asimismo, los Brand Partners deben cumplir la normativa local sobre uso personal y libre comercio.
- d. Queda prohibido que los Brand Partners desempeñen su actividad de negocio con “Nacionales especialmente designados” y “Personas bloqueadas” según la OFAC (Oficina de control de activos extranjeros) o con individuos ubicados en países sancionados.
- e. Además de los demás recursos estipulados en el Acuerdo, los Brand Partners que infrinjan esta Política de marketing internacional podrán perder su participación en el mercado internacional afectado durante el periodo que Amare Global estime oportuno. Las prohibiciones derivadas de tal infracción incluyen, entre otras, las siguientes:
 - 1. El Brand Partner podrá perder el derecho a la distribución o el patrocinio internacional en el mercado internacional afectado.
 - 2. El Brand Partner y/o su línea ascendente podrán perder el derecho a las Bonificaciones generadas por la Organización del Brand Partner en el mercado internacional afectado.
 - 3. El Brand Partner no podrá recibir reconocimientos en eventos corporativos o en la literatura corporativa en relación con la apertura oficial de cualquier nuevo mercado que Amare Global estime oportuno.

11. Responsabilidades de los brand partners

11.1. Cambios en la información de contacto

- a. A fin de garantizar la puntualidad de las entregas de productos, los materiales de apoyo y los pagos de comisiones, es de vital importancia que estén actualizados los archivos de Amare. Los Brand Partners están obligados a mantener actualizadas todas las direcciones (incluidas las de correo electrónico), los números de teléfono y la información personal. Para ello, deberán hacerlo desde la Oficina virtual del Brand Partner o, como alternativa, enviando las correcciones necesarias al servicio de Atención al cliente.
- b. A fin de garantizar que los pedidos se entreguen correctamente, cualquier cambio deberá solicitarse en un plazo razonable, no superior a treinta (30) días, antes de la fecha de entrada en vigor del cambio de dirección o número de teléfono. Es posible que los Brand Partners deban pagar una tarifa de 16 EUR por los envíos que se devuelvan a causa de una dirección de envío incorrecta.

11.2. Formación continua

- a. A fin de lograr el éxito con la oportunidad de Amare, cualquier Brand Partner que patrocine a otro Brand Partner o Cliente deberá desempeñar de buena fe las correspondientes funciones de asistencia y formación para asegurarse de que su línea descendente opere correctamente su negocio Amare. Los Brand Partners deberán mantener un contacto y una comunicación continuos con los Brand Partners de sus organizaciones de línea descendente.
- b. A continuación, se proporcionan algunos ejemplos, a título enunciativo, pero no restrictivo, de cómo mantener dicho contacto y comunicación: boletines informativos, correspondencia escrita, reuniones

- personales, llamadas telefónicas, buzón de voz, correo electrónico y acompañamiento de los Brand Partners de línea descendente o Clientes a las reuniones, sesiones de formación y otras actividades de Amare. Los Brand Partners de la Línea ascendente también deben hacer todo lo posible por motivar y formar a los nuevos Brand Partners y/o Clientes en lo que respecta al conocimiento de los productos Amare, las técnicas de venta efectivas, el Plan de Compensación de Amare Global, el cumplimiento de las Políticas y procedimientos de la Empresa y el cumplimiento de la legislación local.
- c. Los Brand Partners deben supervisar a las Organizaciones de su Línea descendente para asegurarse de que estas no efectúan afirmaciones indebidas sobre los productos o el negocio, ni incurrir en conductas ilegales o inapropiadas. Previa solicitud, los Brand Partners deberán proporcionar a Amare las pertinentes pruebas documentadas en relación con el cumplimiento continuo de sus responsabilidades como Patrocinador. Los Brand Partners se abstendrán de impartir formación de forma cruzada entre líneas a un Brand Partner o Cliente que pertenezca a una organización diferente sin obtener primero el consentimiento del líder de la línea ascendente de dicho Brand Partner o Cliente.

11.3. Responsabilidades permanentes en relación con las ventas

Independientemente del nivel de la actividad de patrocinio, los Brand Partners con éxito se atienen a la obligación permanente de continuar promoviendo sus ventas personalmente captando nuevos Clientes y asistiendo a sus Clientes existentes.

11.4. Cláusula de no descrédito

- a. La intención de Amare es ofrecer a sus Brand Partners Independientes los mejores productos, el mejor plan de compensación y el mejor servicio del sector. A tenor de lo anterior, aceptamos cualquier comentario o crítica constructiva, que deberá enviarse por escrito al departamento de Servicios para Brand Partners. Recuerda que necesitamos conocer tu opinión para poder ofrecerte lo mejor. No obstante, aunque en Amare agradecemos cualquier aportación constructiva, aquellos comentarios y observaciones negativas formuladas sobre el terreno por los Brand Partners acerca de otros Brand Partners, los productos, los servicios o el Plan de Compensación de Amare Global, así como acerca de los administradores, los directivos, los empleados, los proveedores de productos o los agentes de Amare Global no atienden a ningún otro fin que el de menoscabar el entusiasmo de los demás Brand Partners de Amare.
- b. Asimismo, hablar negativamente de la competencia genera un ambiente negativo en perjuicio del sector que, en última instancia, también puede perjudicar a Amare. Por ello, y a fin de dar un ejemplo adecuado a su línea descendente, los Brand Partners no menospreciarán a la Empresa ni sus productos, ni tampoco a la competencia o a los productos de la competencia. Amare se reserva el derecho a tomar las medidas pertinentes contra cualquier Brand Partner cuyo comportamiento personal resulte perturbador o perjudicial para Amare en relación con lo anterior. Cualquier queja, crítica o inquietud sobre Amare Global deberá dirigirse al departamento de Cumplimiento (compliance.eur@amare.com).

11.5. Comunicación de infracciones de las presentes políticas

Recomendamos a todos los Brand Partners que, en caso de que observen cualquier infracción de las Políticas por parte de otro Brand Partner, envíen por escrito un informe de la infracción observada directamente a la atención del departamento de Cumplimiento de Amare. Dicho informe deberá incluir los detalles del incidente, tales como las fechas, el número de veces que haya ocurrido, las personas implicadas y cualquier documentación de apoyo.

12. Ventas

12.1. Venta de productos

El Plan de Compensación de Amare Global se fundamenta en la venta de los productos Amare al consumidor final. Los Brand Partners deberán cumplir los requisitos de las ventas minoristas personales y de la Organización de la Línea descendente (así como cualesquiera otras responsabilidades estipuladas en el Acuerdo) para poder percibir las bonificaciones, las comisiones y los ascensos a los niveles superiores en función de sus logros.

12.2. Recibos de compra

- a. Amare recomienda a todos los Brand Partners proporcionar a sus Clientes minoristas dos copias del recibo de compra oficial de Amare en el momento de la venta. Dichos recibos constituyen la prueba de la Garantía de satisfacción del cliente con respecto a los productos de Amare, así como una declaración de protección al consumidor en caso de que esta esté contemplada en la legislación local. Amare mantendrá los correspondientes registros que documenten las compras tanto de los Brand Partners como de los Clientes. Los Brand Partners deberán conservar todos los recibos de compra al por menor durante un periodo de dos años y facilitarlos a Amare si así se solicita. Además, los Brand Partners deberán mantener los correspondientes registros que reflejen sus transacciones a fin de que sus negocios independientes cumplan los requisitos dispuestos por la legislación local (por ejemplo, elaborar los documentos relativos a los ingresos y gastos para cumplir las obligaciones fiscales).
- b. En caso de que una venta se considere una “venta a domicilio”, los Brand Partners deberán asegurarse de que los recibos expedidos cumplan los requisitos de la legislación local.

12.3. Suministro y mantenimiento de formularios y registros de pedidos al por menor

Los Brand Partners deberán proporcionar un Formulario de pedido al por menor cumplimentado a todos los clientes minoristas cada vez que efectúen una venta. Asimismo, deberán mantener un registro de las copias de todos los Formularios de pedidos al por menor durante un periodo de dos (2) años. Amare podrá solicitar a su entera discreción dichas copias para verificar las transacciones y los términos y condiciones de las ventas del Brand Partner. Los Brand Partners podrán acceder al modelo del Formulario de pedido de venta al por menor para su mercado a través de la Oficina virtual.

13. Bonificaciones y comisiones

13.1. Obtención de bonificaciones y comisiones

- a. Los Brand Partners deberán estar en activo y cumplir con el Acuerdo para poder percibir las correspondientes bonificaciones y comisiones. Siempre y cuando el Brand Partner cumpla con los términos del Acuerdo, Amare le liquidará las comisiones de acuerdo con el Plan de Compensación de Amare Global.
- b. Amare Global no liquidará ningún pago sin haber recibido el Acuerdo de Brand Partner de Amare Global debidamente cumplimentado y firmado. Todas las bonificaciones se abonarán al solicitante principal que figure en el Acuerdo de Brand Partner.
- c. El importe mínimo por el que Amare emitirá un giro bancario es de 20 EUR. En caso de que las bonificaciones y comisiones de un Brand Partner no sean iguales o superiores a 20 EUR, la Empresa las acumulará hasta que equivalgan a dicho importe. El pago se emitirá una vez que se haya acumulado el importe de 20 EUR. La Empresa determinará con carácter eventual las políticas de pago de bonificaciones y comisiones en divisas distintas al dólar estadounidense. Todas las bonificaciones y comisiones se calcularán y liquidarán antes del día 15 de cada mes.

13.2. Cálculo de comisiones y discrepancias

Los Brand Partners de Amare Global deberán revisar su extracto mensual y los informes de bonificaciones/comisiones a la mayor brevedad posible para informar de cualquier discrepancia en un plazo de treinta (30) días desde su recepción. Una vez transcurrido dicho “periodo de gracia” de 30 días, no se tendrá en cuenta ninguna otra solicitud para calcular las comisiones de nuevo.

13.3. Inclusión en la bonificación de un periodo

Los Brand Partners deberán estar aprobados y en activo antes del último día del periodo de Bonificación para que se les incluya en los cálculos de bonificación y clasificación de dicho periodo. La compra de los productos, así como la recepción del pago, deberán tener lugar dentro del periodo de bonificación para incluirse en el cálculo de la bonificación y clasificación de dicho periodo.

13.4. Canje de Créditos Amare

En caso de que se emitan Créditos Amare al Brand Partner con motivo de un reembolso (tal y como se describe en la cláusula 14 de las Políticas de reembolso) dentro del periodo de Bonificación, no se recuperarán el Volumen personal (PV) o las bonificaciones liquidadas en el pedido en cuestión, aunque seguirán teniéndose en cuenta para el cálculo de dicho periodo de Bonificación. Sin embargo, al canjear

los Créditos Amare en un pedido futuro, los pedidos pagados con Créditos Amare mostrarán una reducción del Volumen personal (PV) de dicho pedido en proporción al porcentaje del Pedido pagado con Créditos Amare.

13.5. Informes de actividad de la línea descendente

Todos los datos proporcionados por Amare en los informes de actividad de la línea descendente en Internet o por teléfono, incluidos, entre otros, el volumen de ventas personales y de grupo (en parte o en su totalidad), la actividad de patrocinio de la línea descendente y cualquier otra información, se considerará precisa y fiable. No obstante, debido a diversos factores (entre los que se incluyen la posibilidad inherente de errores humanos y mecánicos; la exactitud, integridad y puntualidad de los pedidos; la denegación de pagos electrónicos o con tarjeta de crédito; la devolución de productos; los reembolsos efectuados en tarjetas de crédito o por pago electrónico), Amare, así como las personas que generen o transmitan la información, no pueden garantizar la completa exactitud de dicha información.

13.6. Garantías

TODA LA INFORMACIÓN SOBRE EL VOLUMEN (de conformidad con lo descrito en el Plan de Compensación de Amare Global) SE PROPORCIONA "EN SU ESTADO ACTUAL" SIN DECLARACIONES NI GARANTÍAS, EXPRESAS O IMPLÍCITAS, DE NINGÚN TIPO. EN PARTICULAR, A TÍTULO MERAMENTE ENUNCIATIVO, PERO NO RESTRICTIVO, NO SE OFRECE NINGUNA GARANTÍA DE COMERCIALIZACIÓN, IDONEIDAD PARA UN USO PARTICULAR O NO INFRACCIÓN.

EN LA MEDIDA EN QUE ASÍ LO PERMITA LA LEGISLACIÓN APLICABLE, AMARE, ASÍ COMO LAS PERSONAS QUE GENEREN O TRANSMITAN LA INFORMACIÓN, NO ASUMIRÁN EN NINGÚN CASO RESPONSABILIDAD ALGUNA ANTE NINGÚN BRAND PARTNER, NI ANTE NINGUNA OTRA PERSONA, CON RESPECTO A CUALESQUIERA DAÑOS Y PERJUICIOS DIRECTOS, INDIRECTOS, ESPECIALES O PUNITIVOS DERIVADOS DEL USO DE LA INFORMACIÓN O DEL ACCESO A ESTA (INCLUIDOS, ENTRE OTROS, EL LUCRO CESANTE, LA PÉRDIDA DE BONIFICACIONES O COMISIONES, LA PÉRDIDA DE OPORTUNIDADES Y CUALESQUIERA OTROS DAÑOS QUE PUEDAN DERIVARSE DE LA INEXACTITUD, EL CARÁCTER INCOMPLETO, LA INCONVENIENCIA, EL RETRASO O LA PÉRDIDA DEL USO DE LA INFORMACIÓN), INCLUSO EN EL CASO DE QUE SE ADVIERTA A AMARE O A LAS PERSONAS QUE GENEREN O TRANSMITAN LA INFORMACIÓN DE LA POSIBILIDAD DE TALES DAÑOS. ASIMISMO, EN LA MEDIDA EN QUE ASÍ LO PERMITA LA LEGISLACIÓN APLICABLE, AMARE, ASÍ COMO LAS PERSONAS QUE CREEN O TRANSMITAN LA INFORMACIÓN, NO SE ASUMIRÁN RESPONSABILIDAD ALGUNA EN VIRTUD DE NINGUNA OBLIGACIÓN EXTRA CONTRACTUAL, CONTRATO, NEGLIGENCIA, RESPONSABILIDAD OBJETIVA, RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO O CUALQUIER OTRA TEORÍA DEL DERECHO CON RESPECTO A CUALQUIER ASUNTO ESTIPULADO EN EL PRESENTE ACUERDO O EN LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES A ÉL ASOCIADOS.

14. Garantías de productos, devoluciones y recompra de existencias

14.1. CLIENTES: Políticas de cancelación, garantía de satisfacción del producto y devolución

- a. Amare ofrece una garantía de satisfacción de treinta (30) días que consiste en la devolución del importe pagado (menos los gastos de envío) de todos los productos comprados por los Clientes. Dicho plazo de 30 días comienza en la fecha en que el Cliente recibe el producto. Los Clientes deberán devolver a Amare tanto los productos usados como los productos sin usar. Una vez que los recibamos, el Centro de distribución de Amare procesará todas las devoluciones y reembolsará el importe en un plazo de treinta días desde la recepción del producto.
- b. Si el pedido contiene artículos que llegan en envíos separados, el Cliente tendrá derecho a cancelar el pedido dentro de los 14 días siguientes a la entrega del último artículo. En tales casos, el Cliente deberá manifestar explícitamente su intención de cancelar. Si bien existe un formulario de cancelación, no es obligatorio utilizarlo; cualquier declaración inequívoca (como un correo electrónico o una carta) se considerará válida como aviso de cancelación. A fin de respetar el plazo de cancelación, bastará con que el Cliente envíe el correspondiente mensaje para cancelar el pedido antes de que transcurra el plazo de 14 días. El aviso de cancelación deberá incluir los siguientes datos:
 1. la dirección del cliente
 2. la descripción de las mercancías,
 3. la fecha del pedido y

4. cualquier número de referencia que figure en el pedido.

El Cliente está obligado a devolver todos los artículos a la mayor brevedad posible en un plazo de 14 días tras informar a la Empresa de su decisión de cancelar el contrato. Asimismo, el Cliente deberá correr con los gastos de devolución de los artículos.

- c. En caso de que el Cliente cancele el contrato, se le reembolsarán todos los pagos, incluidos los gastos de entrega. El reembolso se efectuará sin demora indebida y, a más tardar:
- 14 días después de la fecha en que el Brand Partner reciba los artículos suministrados devueltos por el Cliente, o
 - (si ocurre antes) 14 días después de que el Cliente proporcione el justificante de que ha devuelto los artículos, o
 - si no se ha suministrado ningún artículo, 14 días después de la fecha en que se haya informado al Brand Partner de la decisión del Cliente de cancelar el presente contrato.

El reembolso deberá efectuarse a través del mismo medio de pago utilizado por el Cliente al comprar el pedido.

- d. Efectos de las devoluciones de productos por parte de los Clientes para los Brand Partners: Si un Brand Partner desea descambiar un producto revendible devuelto por algún Cliente, deberá ponerse en contacto con la Empresa en un plazo de 45 días a partir de la fecha de compra original para iniciar el cambio de dicho producto de acuerdo con la cláusula 14.2.
- e. Los Brand Partners aceptan que, si en el plazo de 30 días desde la fecha en que se compró el producto directamente a la Empresa el Cliente no está satisfecho por cualquier motivo, este podrá ponerse en contacto con Amare para solicitar un reembolso llamando al servicio de Atención al cliente o enviando un correo electrónico a cs.eur@amare.com para solicitar el cambio o reembolso de los productos adquiridos. Los Brand Partners deberán respetar la elección del Cliente y abstenerse de persuadirle para que no solicite el reembolso.
- f. En caso de que un Cliente solicite el reembolso directamente al Brand Partner, este deberá enviar la correspondiente Solicitud de reembolso a la Empresa. El Brand Partner deberá calcular el importe del reembolso del Cliente, pedirle que firme el Formulario de reembolso y abonar inmediatamente el reembolso al Cliente a través del mismo método de pago utilizado para comprar el producto o los productos. Seguidamente, el Brand Partner deberá enviar a Amare la Solicitud de reembolso y una copia del Formulario de pedido al por menor original del Cliente, junto con los productos con el etiquetado original, la parte no utilizada del producto, o los envases vacíos del producto, en un plazo de 30 días a partir de la liquidación del reembolso al Cliente. Amare descambiará los productos devueltos por productos de sustitución idénticos y los enviará el Brand Partner tan pronto como se reciba toda la documentación requerida.

14.2. BRAND PARTNERS: Proceso de cancelación y recompra

- a. Los Brand Partners dispondrán de un plazo de 14 días naturales desde la fecha de entrada en vigor del Acuerdo de Brand Partner Independiente para solicitar la retirada sin penalización alguna y sin tener que justificarse, siempre y cuando comuniquen a Amare por escrito la decisión de su retirada antes del vencimiento de dicho plazo.
- b. En tales casos, la Empresa reembolsará todos los importes abonados por el Brand Partner. Todos los productos no vendidos, así como las ayudas a las ventas, deberán estar en condiciones que permitan su reventa y devolverse en un plazo de 14 días a partir de la fecha de cancelación.
- c. En caso de rescisión voluntaria del Acuerdo de Brand Partner Independiente por cualquiera de las partes, Amare recomprará al Brand Partner cualquier parte del inventario que este haya comprado a Amare en los doce meses anteriores, siempre y cuando esté en condiciones para su comercialización.
- d. Para ello, Brand Partner Independiente deberá informar por escrito a la Empresa de su decisión de rescindir voluntariamente el Acuerdo. Todos los productos deberán devolverse en un plazo de 14 días a partir de la fecha de cancelación. Siempre y cuando la compra del producto o los productos por parte del Brand Partner haya tenido lugar en cumplimiento del contrato, se aplicará lo siguiente:
1. i. Recompras de productos (incluidos los materiales de formación, los materiales promocionales y los manuales y kits de negocio) efectuadas en cualquier momento a partir del día 15 en los 90 días siguientes a la fecha de aceptación del Acuerdo: se abonará precio íntegro del producto (IVA incluido) menos los correspondientes gastos de administración (en la medida de lo razonable) y el importe equivalente a la reducción del valor, si procede. En caso de que el Acuerdo lo rescinda la Empresa, no se aplicarán estas deducciones, y la Empresa reembolsará los gastos de envío (en la medida de lo razonable) por la devolución de los productos.

2. ii. Recompras de productos (incluidos los materiales de formación, los materiales promocionales y los manuales y kits de negocio) efectuadas en cualquier momento a partir del día 90 en el plazo de un (1) año a partir de la fecha de aceptación del Acuerdo: se abonará como mínimo el 90 % del precio del producto (IVA incluido) que haya pagado el Brand Partner por la compra de dichos productos menos un importe equivalente a:
 - (1) cualesquiera comisiones, bonificaciones u otros beneficios percibidos por el vendedor directo en relación con dichos productos;
 - (2) cualesquiera cantidades pagaderas por el Brand Partner a la Empresa por cualquier concepto; y
 - (3) los correspondientes gastos de gestión (en la medida de lo razonable) de hasta el 10 % del precio pagado.
- e. La Licencia de actividad (Business License) es totalmente reembolsable en caso de que el Brand Partner decida poner fin a su distribución en los 30 días siguientes al pago.
- f. La Empresa no aceptará ninguna devolución de productos que se hayan adquirido sin cumplir la regla del 70 %.
- g. Cualquier gasto relacionado con la devolución de los productos en que incurra Amare correrán a cargo del Brand Partner y no estarán sujetos al reembolso.
- h. A los efectos del Acuerdo, las existencias que pueden ser objeto de recompra comprenden todos los productos fabricados por la Empresa, los materiales promocionales, los paquetes de inicio y otros materiales de ayuda a las ventas que el Brand Partner haya comprado a Amare.
- i. Las cláusulas de recompra de la presente cláusula no se aplicarán a aquellas existencias que no sean aptas para su comercialización. Las existencias comerciables excluirán cualquier producto que esté caducado, tenga el precinto de seguridad dañado o retirado, se haya abierto o utilizado parcialmente o esté considerado por la Empresa como producto discontinuo, de temporada o de promoción especial.
- j. Los pedidos personalizados que contengan material de venta impreso (por ejemplo, tarjetas de visita, folletos, etc.) en los que esté añadida, incrustada o impresa la información de contacto del Brand Partner no se considerarán comerciables y, por tanto, no estarán sujetas al reembolso.
- k. Si el Brand Partner no retira los productos y posteriormente estos se recompran o se reembolsan en virtud del presente Acuerdo (es decir, el pedido se rechaza, la dirección o el número de teléfono son incorrectos, no es posible efectuar la entrega o cualquier otro motivo), el Brand Partner deberá abonar un importe de 16 euros (+ IVA) en concepto de tarifa administrativa, así como los gastos del envío a su domicilio y los gastos por devolver los productos a Amare.

14.3. Proceso de devolución

- a. Todas las devoluciones, tanto de Clientes como de Brand Partners, deberán efectuarse de la siguiente manera:
 1. El Brand Partner o el Cliente deberá ponerse en contacto con el servicio de Atención al cliente de Amare Global utilizando la información de contacto registrada para enviar la solicitud de devolución por escrito.
 2. Se deberá contactar al servicio de Atención al cliente para solicitar la Autorización de devolución de mercancías ("RMA", por sus siglas en inglés) de Amare Global.
 3. Se deberá proporcionar el número de Brand Partner de Amare Global, el número del pedido y, si el Brand Partner así lo desea, el motivo de la devolución.
 4. Es importante leer detenidamente la información sobre el proceso de devolución proporcionada por el servicio de Atención al cliente de Amare Global.
- b. A menos que se especifique lo contrario en las cláusulas 14.1 y 14.2, el Brand Partner o el Cliente deberá enviar todos los productos a Amare en un plazo máximo de 14 días a partir de la fecha de emisión del RMA. Los gastos de envío asociados a la devolución correrán a cargo del Cliente o Brand Partner. A fin de facilitar el proceso de devolución, los productos deberán enviarse a la siguiente dirección: Landskronavägen 27 A, 252 32 Helsingborg, Suecia.
- c. Las devoluciones podrán tardar hasta 14 días hábiles en tramitarse.
- d. Todas las devoluciones deberán enviarse a Amare Global con franqueo pagado. No se aceptará el envío de paquetes a franquear en destino. Amare Global recomienda enviar el producto devuelto por correo certificado con acuse de recibo, ya que el Cliente o Brand Partner asumirá cualquier riesgo de pérdida o daño durante el envío. Si el producto devuelto no se recibe en el Centro de distribución de Amare Global, será responsabilidad del Cliente o del Brand Partner hacer el seguimiento del envío. En tales casos, no se aplicará ningún crédito.
- e. Las devoluciones sin autorización previa no tendrán derecho a reembolso.

- f. Si quieres devolver ciertos artículos de un pedido que incluía un Regalo Recibido con la Compra ("RRC") y el valor del pedido es inferior al importe del RRC después de la devolución, el RRC obtenido deberá devolverse también. Si no se devuelve el RRC, se aplicarán los cargos correspondientes en función del valor de mercado del RRC, que se deducirán de la siguiente forma: a) en el caso de los Brand Partners, los cargos se deducirán del pago de comisiones del mes siguiente; b) en el caso de los Clientes, los cargos se deducirán del importe total devuelto. La presente política se aplica tanto a las devoluciones tramitadas por los Brand Partners dentro del período de reflexión de 14 días como a las tramitadas por los Clientes en virtud de la garantía de satisfacción de 30 días con reembolso del importe pagado, así como a cualquier pedido posterior tramitado con una cuenta ya existente.

14.4. Devolución de productos dañados o enviados incorrectamente

- a. En caso de que un Cliente o Brand Partner reciba productos dañados o incorrectos, Amare Global descambiará dichos productos en un plazo de quince (15) días desde su recepción. Siempre que sea posible, los productos devueltos se sustituirán por otros en buen estado. Si no es posible efectuar el cambio, Amare Global se reserva el derecho de abonar al Cliente o Brand Partner un crédito por el importe total de los productos descambiados.
- b. En caso de que el paquete esté dañado, el Brand Partner deberá documentarlo tomando una fotografía en formato digital y adjuntarla a la comunicación dirigida a la Empresa con el fin de verificar la existencia y el alcance de los daños causados por el transporte físico de los productos por parte del mensajero.

14.5. Ajustes de comisiones como consecuencia de devoluciones de productos según las políticas de cancelación, recompra o devolución de clientes

- a. Al devolver un producto a Amare para su reembolso o recompra por parte de la Empresa, las bonificaciones y comisiones atribuibles al producto o los productos devueltos o recomprados se deducirán en el mes en que tenga lugar el reembolso (prolongándose cada período de pago posterior hasta que se recupere la comisión) de los Brand Partners que hayan recibido las bonificaciones o comisiones por las ventas de los productos reembolsados.
- b. Las deducciones tendrán lugar en el mes en que se efectúe el reembolso y continuarán cada período de pago posterior hasta que se recupere la bonificación, las comisiones o el volumen.
- c. En caso de que alguno de dichos Brand Partners rescinda su Acuerdo de Brand Partner Independiente y la Empresa no haya recuperado en su totalidad los importes de las bonificaciones o comisiones, el resto del saldo pendiente podrá compensarse con cualquier importe adeudado al Brand Partner que haya rescindido el Acuerdo. Además, Amare Global podrá, a su entera discreción, tomar otras medidas para recuperar cualquier saldo de bonificación o comisión pendiente que no se haya recuperado en su totalidad.
- d. En caso de que la transacción de un producto o servicio reciba una devolución de pago por parte del Procesador de pagos de Amare Global, las correspondientes bonificaciones y comisiones atribuibles a dicho producto o servicio se deducirán de los Brand Partners que las hayan recibido por la venta. Las deducciones tendrán lugar en el mes en que se efectúe la devolución de pago y continuarán cada período de pago posterior hasta que se recupere la bonificación, las comisiones o el volumen. Asimismo, en caso de que un Brand Partner inicie una transacción de devolución de pago con respecto a un pedido originado por este, Amare Global podrá recuperar cualquier tarifa asociada a la devolución de pago y suspender la cuenta del Brand Partner. Es posible que el volumen sujeto a la recuperación no se refleje entre el día 28 del mes en curso y el día 3 del mes siguiente para permitir a los Brand Partners conocer su volumen de rango al final del mes.

14.6. Limitaciones a la reventa de artículos de paquetes de productos

Los artículos contenidos en un paquete de productos solo podrán revenderse individualmente si existe un precio fijado para el artículo individual en cuestión. En cualesquiera otros casos, queda prohibida la venta individual de los artículos que no tengan un precio fijado.

15. Política de privacidad

15.1. Introducción

Amare Global ha publicado una Política de privacidad en <https://www.amare.com/PrivacyPolicy.html> para describir la forma en que recopila, utiliza y divulga la información personal (la "Política de privacidad"). La

Política de privacidad describe y explica la forma en que Amare Global protege la información personal proporcionada por los Clientes, Brand Partners, Clientes potenciales, Brand Partners potenciales y otras personas. Al inscribirte como Brand Partner y utilizar o visitar el sitio web amareglobal.com, los Brand Partners aceptan dicha Política de privacidad.

15.2. Expectativas en materia de privacidad

- a. Amare Global reconoce y respeta la importancia que sus Clientes y Brand Partners confieren a la privacidad de su información financiera y personal. Tal y como se estipula en la Política de privacidad, Amare Global hará todo lo posible, en la medida de lo razonable, para salvaguardar la privacidad y mantener la confidencialidad de la información de sus Clientes y Brand Partners en relación con sus cuentas y finanzas, así como su información personal. Sin embargo, es importante entender que ninguna salvaguarda o precaución puede proporcionar una seguridad absoluta.
- b. Al suscribir el Acuerdo de Brand Partner, los Brand Partners autorizan a Amare Global a revelar su nombre e información de contacto a los Brand Partners de su línea ascendente únicamente a los fines de determinadas actividades relacionadas con el fomento del negocio de Amare Global. Con respecto a la información personal relativa a los Brand Partners y a los Clientes de sus Organizaciones, los Brand Partners se comprometen a mantener la confidencialidad y seguridad de dicha información, así como a utilizarla exclusivamente con el fin de apoyar y prestar servicios a sus Organizaciones y llevar a cabo las actividades de Amare Global.

15.3. Acceso de los empleados a la información

Tanto Amare Global como sus filiales se comprometen a tomar las precauciones necesarias para mantener la confidencialidad de la información de los Brand Partners Independientes/Clientes/invitados/visitantes y a no compartirla con terceros. Amare Global y sus empleados se comprometen a proteger la privacidad de la información obtenida en el ejercicio de sus funciones y a utilizar dicha información únicamente dentro del alcance de la Ley n.º 6698 de protección de datos personales (el "RGPD").

15.4. Restricciones a la divulgación de información sobre cuentas

Amare Global no compartirá información personal o financiera sobre los Clientes o Brand Partners actuales o anteriores con terceros, excepto en los casos contemplados en la Política de privacidad.

15.5. Obligaciones de los Brand Partners en materia de privacidad

A. Si un Brand partner recibe información personal de o sobre otro Brand Partner, un Brand Partner potencial, un Cliente o un Cliente potencial, aquel será responsable de mantener la seguridad de la información personal y triturar, destruir o eliminar de forma permanente la información personal de otros una vez que el Brand Partner ya no la necesite. En caso de que un Brand Partner necesite almacenar o conservar la información personal de otros, deberá almacenar o conservar dicha información en un lugar seguro, ya sea físico o digital. La información sobre pagos y tarjetas de crédito deberá destruirse/borrarse inmediatamente una vez procesado el pago. A los fines de la presente política, por "información personal" se entenderá cualquier información que pueda utilizarse para identificar, localizar o contactar con una persona, de manera independiente o combinada con otra información personal o identificativa. A continuación, se proporcionan algunos ejemplos de información personal de cualquier individuo: nombre, domicilio u otra dirección física, dirección de correo electrónico, número de teléfono, número de la seguridad social u otro número de identificación fiscal, número de pasaporte, número del permiso de conducir, número de cuenta bancaria, número de tarjeta de crédito o débito y características personales tales como imágenes fotográficas, huellas dactilares, manuscritos u otros datos biométricos únicos.

16. Información de dominio privado y secretos comerciales

16.1. Informes de negocio, listas e información de dominio privado

Los Brand Partners reconocen y aceptan que los Informes comerciales, las listas de nombres de Clientes y Brand Partners, la información de contacto y cualquier otra información que contenga datos financieros o de cualquier otra índole, tanto escrita como distribuida de cualquier otro modo por Amare Global en relación con el negocio de Amare Global (denominada, a título colectivo, los "Informes"), constituirán información confidencial, información de dominio privado y secretos comerciales pertenecientes a Amare Global. La elaboración de dichos Informes ha requerido una gran cantidad de tiempo, esfuerzo y recursos económicos por parte de Amare Global.

16.2. Obligación de confidencialidad

- a. Los Informes obran estrictamente en la posesión única de Amare y se elaboran a su total y entera discreción. Amare Global se reserva el derecho a denegar el acceso a los Informes a cualquier Brand Partner, así como a exigirle que devuelva o destruya inmediatamente cualquier Informe. Los Informes se facilitan a los Brand Partners de forma estrictamente confidencial y se ponen a su disposición con el único fin de ayudarles a trabajar con sus respectivas Organizaciones en el desarrollo de sus negocios independientes de Amare Global. Los Brand Partners y Amare Global acuerdan que, de no ser por el presente acuerdo de confidencialidad y no divulgación, Amare Global no les proporcionaría ningún Informe.
- b. A fin de proteger la naturaleza confidencial y privada de los Informes, los Brand Partners no podrán, por cuenta propia o en nombre de cualquier otra persona, sociedad colectiva (partnership), asociación, corporación o entidad de cualquier otra índole, durante la vigencia del Acuerdo y durante un periodo de cinco (5) años tras su extinción o rescisión por cualquier motivo:
 1. utilizar la información reflejada en los Informes para competir con Amare Global o para cualquier otro fin que no sea la promoción de su negocio Amare Global;
 2. utilizar o revelar a otras personas físicas o jurídicas cualquier información confidencial contenida en los Informes, incluida la replicación de la genealogía en otra empresa de marketing multinivel;
 3. divulgar cualquier Informe, cualquier parte de los Informes o cualquier información contenida en los Informes a terceros;
 4. utilizar los Informes o la información contenida en ellos de cualquier manera para identificar y captar Clientes y Brand partners de Amare Global para otras oportunidades y actividades comerciales; o
 5. utilizar o divulgar, de manera intencionada o no intencionada, cualquiera de los Informes, cualquier parte de un Informe o cualquier información contenida en los Informes de forma que cause un daño irreparable a Amare Global.
- c. Los Brand Partners entienden y aceptan que las obligaciones de confidencialidad estipuladas en la presente política a las que están sujetos seguirán vigentes tras la rescisión o extinción del Acuerdo.

16.3. Derechos y acciones

Los Brand Partners reconocen que la naturaleza de dicha información de dominio privado la hace única, por lo que cualquier divulgación o uso contrario a la presente estipulación provocará daños irreparables tanto a Amare Global como a sus negocios independientes. Amare Global tendrá derecho a aplicar las medidas cautelares pertinentes o a presentar una reclamación por daños y perjuicios contra cualquier Brand Partner que infrinja la presente estipulación mediante cualquier acción en pro de sus derechos en virtud de la presente cláusula. En tales acciones, la parte vencedora tendrá derecho a percibir la correspondiente indemnización en concepto de honorarios de abogado, costas judiciales y otros gastos.

16.4. Devolución o destrucción de informes

A petición de Amare Global, cualquier Brand Partner actual o anterior deberá destruir o devolver a Amare Global el original y todas las copias de los Informes junto con cualquier otra información confidencial de Amare Global que obre en posesión de dicha persona.

17. Resolución de conflictos y procedimientos disciplinarios

17.1. Sanciones disciplinarias

- a. El incumplimiento del Acuerdo, incluidas las presentes Políticas y procedimientos (según corresponda), así como cualquier conducta empresarial ilegal, fraudulenta, engañosa o contraria a la ética por parte de un Brand Partner, podrá dar lugar, a discreción de Amare, a una o varias de las siguientes medidas correctivas, que se considerarán, cuando sea necesario, como la indemnización por los daños y perjuicios derivados del incumplimiento del Acuerdo, y no afectarán a los demás derechos de Amare en virtud del Acuerdo:
 1. Emisión de un apercibimiento o amonestación por escrito.
 2. Exigir al Brand Partner la adopción inmediata de medidas correctivas.
 3. Imposición de una multa, que podrá retenerse del pago de bonificaciones y comisiones.
 4. Pérdida o suspensión del derecho a uno o varios pagos de bonificaciones y comisiones.

5. Amare podrá retener de un Brand Partner la totalidad o parte de sus bonificaciones y comisiones durante el período en que Amare esté investigando cualquier conducta que pueda violar el Acuerdo. Si Amare decide rescindir el Acuerdo debido a un incumplimiento de este por parte del Brand Partner o por una infracción de la legislación o normativa aplicable, el Brand Partner no tendrá derecho a percibir ninguna comisión o pago que se haya retenido durante el período de investigación previo a la rescisión real.
6. Suspensión del derecho del Brand Partner a adquirir productos y/o percibir pagos.
7. Rescisión del Acuerdo.
8. Cualquier otra medida expresamente permitida en cualquier estipulación del Acuerdo o que Amare considere factible de aplicar y adecuada para resolver equitativamente los perjuicios causados parcial o exclusivamente por la conducta u omisión del Brand Partner;
9. Las medidas anteriores no afectarán a los derechos de Amare ni implicarán que Amare no pueda iniciar otros procedimientos legales para obtener una compensación monetaria y/o equitativa o tomar otras medidas permitidas por el Acuerdo o la legislación aplicable.

17.2. Quejas y reclamaciones

En caso de que algún Brand Partner tenga una queja o reclamación con respecto a otro Brand Partner sobre cualquier práctica o conducta relacionada con sus respectivos negocios de Amare, se le alienta a tratar de resolver el problema en conversaciones privadas con la parte contraria. Si esto no resulta práctico o no funciona, se anima al Brand Partner que comunica la queja o reclamación a discutir el problema con su Patrocinador, quien puede revisar el asunto e intentar resolverlo, por ejemplo, a través de los “buenos oficios” del Patrocinador de la línea ascendente de la parte contraria. Los litigios no resueltos podrán comunicarse por escrito al departamento de Cumplimiento de la Empresa, que podrá solicitar la asistencia de una Junta de resolución de conflictos para su revisión y decisión finales, según proceda.

17.3. Junta de resolución de conflictos

- a. La Junta de resolución de conflictos (“DRB”, por sus siglas en inglés) está compuesta por uno o más individuos cualificados seleccionados por la alta dirección de Amare. La composición de la Junta de resolución de conflictos podrá cambiar en cualquier momento. El objetivo de la DRB es:
 1. Revisar los recursos interpuestos contra cualquier medida adoptada por la Empresa por un supuesto incumplimiento de las obligaciones de un Brand Partner.
 2. Revisar los asuntos entre los Brand Partners de Amare. En caso de que se rechace la respuesta o solución sugerida por el servicio de Atención al cliente o no se logre resolver el asunto, la Junta de resolución de conflictos revisará las pruebas, deliberará sobre ellas y responderá a las cuestiones pendientes.
- b. Los Brand Partners podrán solicitar por escrito una revisión telefónica o en persona en un plazo de siete días hábiles a partir de: (1) la fecha en que se presente por escrito el aviso de la acción emprendida por Amare; o (2) la fecha en que se presente por escrito la decisión del departamento de Servicios para Brand Partners en relación con el conflicto entre Brand Partners en virtud de la cláusula 17.3. Cualquier comunicación mantenida con Amare y el Brand Partner que solicita la resolución de un conflicto deberá realizarse por escrito. La DRB se reserva el derecho de aceptar o desestimar la revisión de cualquier reclamación. Si la DRB acepta revisar el asunto, programará una revisión en un plazo de treinta (30) días a partir de la recepción de la solicitud por escrito del Brand Partner.
- c. Cualquier prueba (tales como pruebas documentales, entre otros) que un Brand Partner desee someter al examen del DRB deberá presentarse a Amare a más tardar siete días laborables antes de la fecha de la revisión. El Brand Partner correrá con todos los gastos relacionados con su asistencia y la asistencia de cualesquiera testigos cuya presencia solicite durante la revisión. La decisión del DRB será definitiva y no estará sujeta a ninguna otra revisión por parte de la Empresa. Durante la tramitación de cualquier reclamación ante el DRB, la Empresa se opondrá activamente a cualquier intento de solicitud de arbitraje u otros recursos por parte de un Brand Partner contra la(s) parte(s) contraria(s) del litigio o contra Amare.

17.4. Fuero y legislación aplicable

El Acuerdo de Brand Partner independiente formalizado entre el Brand Partner y Amare se celebra en Helsingborg, Suecia, Europa, siendo este el lugar donde el Brand Partner Independiente de Amare ha presentado la solicitud para inscribirse como tal y donde Amare ha aprobado y revisado la solicitud. El Acuerdo de Brand Partner Independiente se registrará exclusivamente por la legislación del Estado de Suecia, y el Brand Partner acepta someterse exclusivamente a la jurisdicción de los órganos judiciales de dicho

Estado (con sede en Helsingborg) para la resolución de cualquier reclamación o litigio en lo que respecta a la interpretación o aplicación de los términos del Acuerdo de Brand Partner independiente.

18. Productos y servicios de la empresa

Los Brand Partners se comprometen a utilizar, vender o usar personalmente en el desarrollo del negocio al menos el 70 % de cada pedido tramitado con la Empresa antes de tramitar otro pedido. Se podrá solicitar en cualquier momento a los Brand Partners que verifiquen la certificación por escrito y que documenten dichas ventas al por menor. Queda prohibida cualquier compra de productos con el único fin de obtener bonificaciones o alcanzar un rango particular. Amare Global se reserva el derecho a recuperar cualesquiera bonificaciones y/o comisiones pagadas por las ventas/compras efectuadas contra la presente norma.

18.1. Prohibición de compras conducentes a excesos de existencias

A fin de garantizar que los Brand Partners no acumulen excesos de inventario que no puedan vender, se podrá devolver cualquier exceso de inventario a Amare tras la cancelación del Brand Partner de conformidad con los términos descritos en la presente cláusula. Se prohíbe a los Brand Partners comprar más de 800 EUR en productos al mes, a menos que certifiquen a Amare que tienen pedidos al por menor pendientes por un importe superior a esa cantidad o proporcionen a Amare otra razón por escrito que justifique la necesidad de dicha compra.

18.2. Los requisitos de venta se rigen por el Plan de Compensación

- a. A menos que se indique lo contrario, los productos y servicios se procesan según el precio al por mayor para Brand Partners Independientes. Aunque la Empresa ha establecido un precio de venta al público (PVP) como recomendación para vender un determinado producto o servicio a los clientes minoristas, los Brand Partners podrán establecer sus propios precios de venta al público a su discreción. Queda estrictamente prohibido que los Brand Partners anuncien o muestren los productos de Amare por debajo del precio de venta al público recomendado por la Empresa en cualquier material publicitario, ya sea impreso, electrónico o de cualquier otra índole. No se concederá ninguna exclusividad de territorio a ninguna persona. Tampoco se aplicará ningún canon de franquicia a los negocios de Amare Global.
- b. El programa de Amare Global está basado en la venta al consumidor final. Amare Global alienta a sus Brand Partners a comprar únicamente las existencias que tanto ellos como sus familiares vayan a consumir personalmente, a utilizar como herramienta de venta o a revender a otras personas para su consumo final. Los Brand Partners se abstendrán en todo momento de tratar de persuadir a otros Brand Partners para que compren más productos de los que puedan, en la medida de lo razonable, utilizar o vender a los Clientes minoristas en un mes. Desde Amare Global, resaltamos la importancia de vender nuestros productos y servicios a los Clientes y alentamos a todos los Brand Partners a ello. La única forma de que los Brand Partners logren el éxito es a través de la venta sistemática de productos y de las ventas de productos por parte de otros Brand Partners dentro de su Organización.

19. Pedidos

19.1. Políticas generales sobre pedidos

Nadie está obligado a comprar ningún producto para ser Brand Partner. Los Brand Partners son los únicos que pueden revender los productos de Amare Global.

19.2. Compra de bonificaciones

Queda terminantemente prohibida cualquier "compra de bonificaciones". La compra de bonificaciones incluye las siguientes prácticas: (a) la inscripción de personas físicas o jurídicas sin el conocimiento y/o la formalización de un Acuerdo por parte de dichas personas; (b) la inscripción fraudulenta de una persona física o jurídica como Brand Partner o Cliente; (c) la inscripción o intento de inscripción de personas físicas o jurídicas inexistentes como Brand Partners o Clientes ("fantasmas"); (d) la compra de productos o servicios de Amare Global en nombre de otro Brand Partner o Cliente, o con el número de identificación de otro Brand Partner o Cliente, para optar a comisiones o bonificaciones; (e) la compra de cantidades excesivas de productos o servicios que no puedan utilizarse o revenderse razonablemente en un mes; y/o (f) cualquier otro mecanismo o artificio para optar a ascensos de rango, incentivos, premios, comisiones o bonificaciones que no estén motivados por compras de buena fe de productos o servicios por parte de los

Clientes finales. Cualquier contravención de esta norma someterá al Brand Partner a las disposiciones disciplinarias en ella previstas.

19.3. Restricciones sobre el uso de tarjetas de crédito y acceso a cuentas corrientes por parte de terceros

- a. Con el fin de preservar la independencia de los Brand Partners de Amare y la integridad del Plan de Compensación de la Empresa, Amare desaconseja cualquier acuerdo formalizado entre Brand Partners independientes o Clientes que cree cualquier endeudamiento entre ellos.
- b. Los Brand Partners no utilizarán la tarjeta de crédito o la cuenta corriente de débito de otro Brand Partner o Cliente para inscribirse en Amare Global o adquirir productos o servicios sin el permiso por escrito del titular de la cuenta. En tales casos, el Brand Partner en cuestión deberá conservar dicha documentación de forma indefinida en caso de que Amare Global necesite consultarla. Los Brand Partners tampoco utilizarán sus propias tarjetas de crédito para comprar productos para otro Cliente o Brand Partner a través de una Cuenta que no sea la cuenta propia del Brand Partner. En las contadas ocasiones en las que sea necesario hacerlo, Amare Global deberá recibir el permiso por escrito del Cliente o Brand Partner para el que se tramita el pedido de los productos. Amare Global podrá cancelar cualquier venta que no cuente con dicho permiso por escrito, lo que conllevará la pérdida de las comisiones resultantes de la venta, así como otras medidas disciplinarias.

19.4. Compras de productos Amare

Cada Brand Partner deberá comprar sus productos directamente a Amare para que se le acredite el Volumen personal de ventas asociado a dicha compra.

19.5. Políticas generales sobre pedidos

En los pedidos por correo en los que el pago no sea válido o sea incorrecto, Amare intentará ponerse en contacto con el Brand Partner por teléfono y/o por correo para intentar obtener el pago correcto. En caso de que dichos intentos resulten infructuosos transcurridos diez (10) días laborables, se cancelará el pedido.

19.6. Política de envíos y pedidos en espera

Por lo general, Amare enviará los productos en un plazo de cinco (5) días a partir de la fecha de recepción del pedido. Amare enviará a la mayor brevedad posible los artículos pedidos que tenga en stock en el momento. Los artículos pedidos que no estén en stock se pondrán en espera y se enviarán cuando Amare reciba las existencias adicionales. En tales casos, se cobrará a los Brand Partners el importe de los artículos en espera, y estos recibirán el Volumen personal de ventas correspondiente, salvo que se les notifique en la factura que el producto se ha retirado del mercado. Amare notificará a los Brand Partners y a los Clientes si un artículo está en espera y tardará en enviarse más de 30 días a partir de la fecha del pedido. En dicha notificación, también se facilitará una fecha de envío estimada. Los artículos en espera podrán cancelarse a petición del Cliente o del Brand Partner. Los Clientes y Brand Partners pueden solicitar el reembolso, el abono en cuenta o la sustitución de los artículos de cualquier pedido en espera cancelado. Si se solicita el reembolso, se aplicará una reducción sobre el Volumen personal de ventas del Brand Partner equivalente al importe del reembolso en el mes en el que este se haya emitido.

19.7. Confirmación del pedido

El Brand Partner y/o el destinatario del pedido deberán confirmar que el producto recibido coincide con el que figura en la factura de envío y no presenta ningún daño. En caso de no notificarse a Amare cualquier discrepancia o daño en el envío en un plazo de treinta días a partir de su recepción, el Brand Partner renunciará a su derecho de solicitar la correspondiente corrección.

20. Pago y envío

20.1. Depósito

Amare desaconseja encarecidamente a los Brand Partners aceptar dinero por una venta efectuada a un Cliente personal en otro momento distinto del momento de la entrega del producto (por ejemplo, en previsión de futuras entregas).

20.2. Fondos insuficientes

- a. Es responsabilidad de cada Brand Partner asegurarse de que dispone de fondos o crédito suficientes en su cuenta para cubrir la compra de productos y servicios. Amare no contactará con los Brand Partners en relación con los pedidos cancelados por insuficiencia de fondos o de crédito. Estas situaciones pueden dar lugar a que los Brand Partners no logren alcanzar su Volumen personal de ventas.
- b. Los Brand Partners serán responsables de contactar con Amare y proporcionar una tarjeta de crédito con liquidación antes de final de mes para que el pedido cuente para el mes en cuestión.

20.3. Paquetes devueltos

A los Brand Partners que devuelvan paquetes a Amare a causa de una dirección incorrecta, intentos de entrega fallidos, devoluciones al remitente o cualesquiera otros motivos se les cobrarán los gastos de envío de ida y vuelta a Amare y una tasa de tramitación de 16,00 EUR más IVA. Este cargo se cubrirá mediante un ajuste en las bonificaciones y comisiones del Brand Partner y/o cargando el importe a la(s) tarjeta(s) de crédito registrada(s) en Amare.

20.4. Impuestos sobre ventas, uso y valor añadido

- a. Al diseñar la oportunidad Amare, una de nuestras filosofías rectoras ha sido liberar a los Brand Partners del mayor número posible de tareas administrativas, operativas y logísticas. De este modo, los Brand Partners pueden concentrarse en las actividades que afectan directamente a sus ingresos, es decir, la venta de productos y las actividades de inscripción. A tales efectos, Amare pretende liberar a los Brand Partners de la carga de recaudar y remitir los impuestos sobre ventas, uso, bienes y servicios y valor añadido (los "Impuestos al consumo"), presentar informes sobre los Impuestos al consumo y mantener registros relativos a dichos Impuestos. No obstante, los Brand Partners seguirán estando obligados a cumplir todas las leyes y normativas aplicables en las jurisdicciones en las que desarrollan su actividad. Por ley, los Impuestos al consumo generalmente deben abonarlos el usuario final de un artículo sujeto a impuestos, por lo que, siempre que sea posible, Amare tratará de recaudar y remitir los Impuestos al consumo aplicables en nombre del Brand Partner o en colaboración con este.
- b. Si el negocio de un Brand Partner está exento de impuestos, se deberá facilitar por escrito el NIF (número de identificación fiscal) a Amare Global. Amare Global recomienda que todos los Brand Partners consulten a un asesor fiscal, contable y/o asesor jurídico competente en el campo correspondiente a fin de garantizar el cumplimiento de la normativa fiscal y de cualquier otra normativa legal relacionada con sus actividades empresariales. Los Brand Partners reconocen que Amare Global no puede proporcionar asesoramiento fiscal o contable profesional de ningún tipo.

21. Inactividad y cancelación

21.1. Efectos de la cancelación

- a. Siempre que un Brand Partner permanezca activo y cumpla tanto con los términos del Acuerdo como con las presentes Políticas y procedimientos, Amare pagará las comisiones pertinentes al Brand Partner de acuerdo con el Plan de Compensación de Amare Global. Las bonificaciones y comisiones del Brand Partner constituyen la contraprestación total por sus esfuerzos en la generación de ventas y demás actividades relacionadas (incluida la creación de una organización de línea descendente). Tras la cancelación de un Brand Partner por inactividad, según lo definido en el presente documento, o tras la rescisión voluntaria o involuntaria de su Acuerdo, lo que incluye el incumplimiento del Acuerdo de Brand Partner independiente o la violación de las Políticas y procedimientos (denominados a título colectivo "cancelación" o "rescisión"), el antiguo Brand Partner no tendrá ningún derecho o valor sobre la organización de marketing en la que operara; sobre ningún secreto comercial pasado, presente o futuro de Amare u otra información de dominio privado o propiedad intelectual, ni sobre ninguna comisión o bonificación por las ventas generadas por la organización tras la cancelación del Brand Partner.
- b. En caso de cancelarse el Acuerdo de un Brand Partner, este perderá todos sus derechos como tal. Esto incluye el derecho a vender productos de Amare y el derecho a recibir futuras comisiones, bonificaciones u otros ingresos resultantes de las ventas y otras actividades de la antigua organización de la línea descendente del Brand Partner. A fin de despejar cualquier duda, en caso de cancelación, el Brand Partner acepta renunciar a todos los derechos que pueda tener (incluidos, entre otros, los derechos de dominio público, de secreto comercial, de propiedad intelectual o de cualquier otra índole) sobre su antigua organización de línea descendente, sus datos de marketing, sus datos

financieros y la información de contacto relacionada con dicha organización de línea descendente, así como sobre cualquier bonificación, comisión u otra remuneración que pudiera haber surgido de las ventas y demás actividades de dicha organización de línea descendente si no se hubiera cancelado el Acuerdo del Brand Partner.

- c. En tales casos, el antiguo Brand Partner no podrá seguir presentándose como Brand partner de Amare. En caso de cancelación, el Brand Partner recibirá comisiones y bonificaciones únicamente por el último periodo de pago completo en el que estuvo activo antes de la cancelación (menos cualquier cantidad retenida durante una investigación previa a una cancelación involuntaria).

21.2. Cancelación involuntaria

- a. El incumplimiento por parte de un Brand Partner de cualquiera de los términos del Acuerdo, incluidas las modificaciones que Amare pueda efectuar a su entera discreción, podrá dar lugar a cualquiera de las sanciones contempladas en la cláusula XX, incluida la cancelación involuntaria de su Acuerdo de Brand Partner Independiente. La cancelación surtirá efecto a partir de la fecha en que se envíe el mensaje o la notificación a la dirección física o de correo electrónico del Brand Partner que figure en su formulario de solicitud, en la fecha en que se envíe por correo una notificación por escrito con acuse de recibo a la última dirección conocida del Brand Partner, o en la fecha en que el Brand Partner reciba la notificación efectiva de la cancelación, lo que ocurra primero.
- b. Asimismo, Amare podrá cancelar la cuenta de un Brand Partner si no se efectúa ninguna compra de productos en un período de doce meses.

21.3. Cancelación voluntaria

- a. Cualquier Brand Partner de Amare que cese voluntariamente como tal podrá solicitar su reinscripción como nuevo Brand Partner seis (6) meses después de la fecha en que se dio de baja. En caso de que un Brand Partner vuelva a inscribirse en Amare, se inscribirá como nuevo Brand Partner, y no se verá afectada por dicha reinscripción la línea descendente que estuviera anteriormente bajo el Brand Partner.
- b. Amare podrá cancelar, a su entera discreción, a cualquier Brand Partner que haya permanecido inactivo durante un periodo de doce meses 60 días después de cumplirse dicha condición. Si el Brand Partner en cuestión cumple los requisitos para considerarse Activo durante dicho periodo de 60 días, no se cancelará el Acuerdo. No obstante, dicho Brand Partner podrá solicitar posteriormente su reinscripción en cualquier puesto y en cualquier momento. En tales casos, la línea descendente del Brand Partner no se verá afectada por el cambio y no se trasladará con el Brand Partner. A efectos de la presente Política, se considerará que un Brand Partner está inactivo cuando no haya efectuado ninguna compra durante doce meses consecutivos.
- c. La presente Política no se aplicará a ningún Brand Partner de Amare cuyo Acuerdo haya rescindido la Empresa por causas justificadas. Tales Brand Partners deberán contar con la aprobación del director general de Amare antes de volver a inscribirse en la Empresa.
- d. En cualquier caso, el antiguo Brand Partner deberá esperar un mínimo de 12 meses a partir de la fecha de rescisión antes de volver a presentar su solicitud.

21.4. Reclasificación

Si en el momento de la cancelación del Acuerdo de un Brand Partner este también está incluido en el programa Subscribe & Save de Amare Global, el acuerdo de Subscribe & Save partner permanecerá en vigor a menos que el Brand Partner solicite específicamente la cancelación de dicho Acuerdo de Subscribe & Save. Si el antiguo Brand Partner no solicita la cancelación de su acuerdo de Subscribe & Save, se le reclasificará como Cliente.

21.5. Reestructuración de la organización

En caso de que surja una vacante en una Organización debido a la rescisión o cancelación de un Brand Partner, cada Brand Partner situado en el primer nivel inmediatamente inferior al Brand Partner cancelado se trasladará al primer nivel ("Primera línea") del Patrocinador del Brand Partner cancelado. Esta reestructuración tendrá lugar un año después de la fecha de rescisión o cancelación. Por ejemplo, si A patrocina a B, B patrocina a C1, C2 y C3 y se cancela o rescinde la Distribución de B, C1, C2 y C3 pasarán a A y formarán parte del primer nivel de A un año después de la cancelación o rescisión de B. Durante el año anterior a la reestructuración, se suspenderá la posición del Brand Partner cancelado o rescindido. Amare

Global se reserva el derecho, a su entera discreción, de no transferir la organización de un Brand Partner cancelado o rescindido al siguiente Patrocinador activo de la Línea ascendente.

22. Sucesores y cesionarios

El Acuerdo será vinculante y redundará en beneficio de las partes y de sus respectivos sucesores y cesionarios.

23. Derecho de enmienda

- a. Amare se reserva el derecho a modificar el Plan de Compensación de Amare Global, el Acuerdo de Brand Partner Independiente y las presentes Políticas y procedimientos en cualquier momento y por cualquier motivo a su entera y absoluta discreción.
- b. La Empresa también podrá modificar a su entera discreción el resto de su documentación y los precios de sus productos enviando una notificación específica al Brand Partner o de forma general a través de la documentación oficial de la Empresa, siempre que la Empresa notifique por escrito con al menos 60 días de antelación cualquier cambio en la Obligación financiera anual del Brand Partner independiente. Una vez enviada o publicada dicha notificación, la tramitación de un pedido de productos o el patrocinio de un nuevo Brand Partner por parte del Brand Partner Independiente constituirá la aceptación de los cambios del Acuerdo que se hayan notificado.

24. Derecho de cancelación por parte de Amare

Amare Global se reserva el derecho a rescindir todos los Acuerdos de Brand Partner previa notificación por escrito con treinta (30) días de antelación en caso de que decida: (1) interrumpir las operaciones comerciales; (2) disolverse como entidad corporativa; o (3) poner fin a la distribución de sus productos a través de la venta directa.

25. Otras disposiciones

25.1. Retrasos

Amare Global no se hará responsable de ningún retraso o insuficiencia en el cumplimiento de sus obligaciones cuando ello resulte comercialmente impracticable debido a circunstancias ajenas a su control. Dicha impracticabilidad podrá incluir, a título meramente enunciativo, pero no restrictivo, decisiones oficiales, acciones, transacciones, huelgas, cierres patronales, causas de fuerza mayor tales como guerras, disturbios civiles, rebeliones, sublevaciones, fallecimientos, restricciones de existencias, aplicaciones del estado de emergencia, prácticas gubernamentales, decretos presidenciales, toques de queda y/o restricciones para viajar, sabotajes, actos terroristas, terremotos, tormentas, inundaciones, incendios y catástrofes naturales similares, epidemias, pandemias o cualesquiera otros acontecimientos de fuerza mayor que impidan o retrasen de forma continua el cumplimiento de las obligaciones derivadas de las presentes Políticas y procedimientos y del Acuerdo. Incluso en los casos mencionados anteriormente, Amare Global no asumirá responsabilidad alguna. En tales situaciones, el Brand Partner Independiente no podrá modificar el contrato, reclamar indemnizaciones, oponerse ni interponer requerimientos o demandas en relación con sus derechos, importes adeudados, restituciones (recompra) y, en especial, ajustes sobre la base de estas circunstancias.

25.2. Divisibilidad de las políticas y estipulaciones

En caso de que un órgano judicial competente considere que alguna de las estipulaciones del Acuerdo, en su forma actual o con sus eventuales modificaciones, no es válida o aplicable por cualquier motivo, únicamente se eliminará la parte o partes no válidas de la estipulación en cuestión, permaneciendo los términos y condiciones restantes en vigor sin verse por ello afectados.

25.3. Renuncias

- a. Amare no renunciará, bajo ningún concepto, a su derecho a insistir en el cumplimiento del Acuerdo y de la legislación aplicable que rigen la conducta de los Brand Partners, así como a exigir tal cumplimiento. Cualquier retraso u omisión por parte de Amare a la hora de ejercer cualquier derecho o facultad en virtud del Acuerdo o de insistir en el estricto cumplimiento por parte de un Brand Partner de cualquier obligación o estipulación en él contemplada no constituirá una renuncia a su derecho a exigir el cumplimiento exacto del Acuerdo. Las renunciaciones por parte de Amare únicamente surtirán

efecto cuando las redacte por escrito un directivo autorizado de la Empresa. La renuncia de Amare a cualquier incumplimiento concreto por parte de un Brand Partner, o la renuncia de Amare a cualquier estipulación concreta del Acuerdo de Brand Partner Independiente o de las presentes Políticas y procedimientos no afectará ni menoscabará los derechos de Amare con respecto a cualquier incumplimiento posterior, ni afectará en modo alguno a los derechos u obligaciones de cualquier otro Brand Partner. Cualquier retraso u omisión por parte de Amare en el ejercicio de cualquier derecho derivado de un incumplimiento por parte de un Brand Partner no se considerará una renuncia continuada, ni afectará o menoscabará los derechos de Amare en cuanto a dicho incumplimiento o cualquier otro incumplimiento posterior.

- b. La existencia de cualquier reclamación o causa de acción de un Brand Partner contra Amare no constituirá defensa alguna contra la aplicación por parte de Amare de cualquiera de los términos o estipulaciones del Acuerdo o de las presentes Políticas y procedimientos.
- c. Amare podrá proporcionar las correspondientes traducciones de los materiales relacionados con el marketing, las ventas y las políticas en diferentes idiomas. En caso de que exista alguna discrepancia en la redacción, el significado o la interpretación entre las versiones en inglés y sus traducciones, prevalecerá la versión en inglés, que se considerará la directriz estándar.
- d. Las Políticas y procedimientos de Amare se rigen por las leyes territoriales, provinciales o federales aplicables a nuestro sector. Dichas leyes prevalecerán sobre cualquier estipulación contemplada en el presente documento.

25.4. Fecha de entrada en vigor

Las presentes Políticas y procedimientos entrarán en vigor el 22 de agosto de 2024, fecha a partir de la cual sustituirán automáticamente a cualesquiera Manuales de políticas y/o Políticas y procedimientos anteriores (el "antiguo Manual de políticas") y dejará de surtir efecto el antiguo Manual de políticas, salvo lo estipulado en el presente documento con respecto a las disposiciones sobre arbitraje.