

2021



RED BIOIMIS

Políticas y procedimientos
para todos los inscritos a la Red Bioimis

I.	INTRODUCCIÓN	3
II.	CÓDIGO DE CONDUCTA	3
III.	OBLIGACIONES DE LA SOCIEDAD	3
IV.	OBLIGACIONES DE LOS PROMOTORES	4
V.	DEFINICIONES	5
VI.	ESTATUS DE PROMOTOR INTERMEDIARIO COMERCIAL	6
	A. ESTATUS INDEPENDIENTE	7
	B. REQUISITOS DE LA SOLICITUD PARA LLEGAR A SER PROMOTOR BIOWORLD	7
	C. ELABORACIÓN DE LA SOLICITUD	7
	D. REGISTRO FALSIFICADO	8
	E. CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN	8
	F. CUENTAS MÚLTIPLES DE PROMOTOR	8
	G. DURACIÓN DEL ESTATUS DE PROMOTOR	8
	H. MODIFICACIÓN DEL PATROCINADOR	9
	I. VENTA O CESIÓN DEL ESTATUS DE PROMOTOR	9
	J. BENEFICIARIOS	9
	K. DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE PATROCINIO	9
	L. ESTATUS DE PROMOTOR INTERMEDIARIO COMERCIAL INTERNACIONAL	10
	M. DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS	10
	N. CANON ANUAL PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA CUENTA	10
	O. CANCELACIÓN VOLUNTARIA	10
	P. RESCISIÓN UNILATERAL	10
VII.	PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA SOCIEDAD	11
	A. PEDIDOS	11
	B. PROGRAMAS CLIENTES	11
	C. RELACIÓN ENTRE LOS PROMOTORES Y LOS EMPLEADOS DE LA SOCIEDAD	11
	D. PROCEDIMIENTOS PARA LAS DEVOLUCIONES Y DERECHO DE DESISTIMIENTO	11
VIII.	COMISIONES	12
IX.	LIMITACIONES	14
X.	TRADUCCIONES A IDIOMAS EXTRANJEROS	20
XI.	DECLARACIÓN DE PRIVACIDAD	21
XII.	MODIFICACIONES EN EL PROGRAMA	21
XIII.	CLÁUSULA DE NO RENUNCIA	21
XIV.	EJECUCIÓN DE LAS DISPOSICIONES	21
XV.	LEGISLACIÓN APLICABLE, JURISDICCIÓN Y TRIBUNAL COMPETENTE	22
XVI.	CONTACTOS	22

I. INTRODUCCIÓN

Bienvenidos al mundo de BLOWORLD.

Os damos la bienvenida a la Red Bioimis.

Habéis decidido emprender este viaje con Bioworld y, aunque sea simple, el camino que tenéis enfrente no será necesariamente fácil de recorrer.

Vuestro éxito como promotores del Programa Bioimis será directamente proporcional a la calidad de las relaciones que establezcáis con los clientes y con todos los promotores que patrocinéis.

Este documento tiene como objetivo promover la armonía y asegurar la correcta aplicación de las normas, ofreciendo a todo aquel que se una a nosotros las mismas oportunidades.

Quien entre a formar parte de la Red Bioimis se dará cuenta de que la aplicación del contenido de este documento le será de ayuda para proporcionar un servicio auténtico y de elevada calidad, que a su vez se traducirá en un mayor éxito y reconocimiento.

El presente documento establece los respectivos deberes, responsabilidades y obligaciones de todas las partes implicadas, autorizando a un individuo a desarrollar la actividad de Promotor Bioworld de acuerdo con el contenido de este mismo documento.

Te presentamos este documento con gran confianza en los resultados que podréis obtener con nosotros. Tu éxito depende de ti y por lo tanto te invitamos a seguir sin excepciones las normas recogidas en este documento.

II. CÓDIGO DE CONDUCTA

En primer lugar BLOWORLD se basa en los valores que representan los puntos clave de nuestra actividad: integridad, dar ejemplo y transmitir confianza.

En todo momento de la actividad tendréis que tratar a los clientes y a vuestros compañeros Promotores con respeto, demostrándoos disponibles para ofrecer vuestra ayuda compartiendo vuestras experiencias positivas.

Todas las actividades se juzgarán con sentido común y según lo que se indica en este documento.

Todo comportamiento o acción en sentido contrario al indicado se sancionará inmediatamente con una advertencia o con la rescisión de la relación de colaboración, tal como prevé el art. 9 de la Solicitud.

Para llegar a ser un Promotor del Programa Bioimis, el solicitante debe estar de acuerdo en llevar a cabo la actividad comercial en conformidad con el presente Código de Conducta, que asegura elevados estándares de integridad y profesionalidad en toda la red Bioworld, además de actuar protegiendo y defendiendo la imagen comercial conjunta de la Sociedad.

III. OBLIGACIONES DE LA SOCIEDAD

A. La Sociedad tendrá que:

1. comportarse de forma ética y profesional;
2. proporcionar a los inscritos a la Red Bioimis las informaciones sobre la organización y sobre las ventas con el fin de poder gestionar las actividades comerciales;

3. recompensar a los Promotores siguiendo lo que se indica en el Plan de comisiones aprobado;
4. tratar a todos los Promotores sin prejuicios o favores;
5. adoptar todas las medidas posibles para que las políticas de promoción del Programa Bioimis y/o de productos y/o servicios se desarrollen en conformidad con la normativa aplicable;
6. adoptar todas las medidas para que la actividad de reclutamiento de los Promotores se realice según los principios de correcta información y buenas intenciones.

B. La Sociedad no deberá:

1. garantizar la obtención del éxito que dependerá de las capacidades de cada Promotor y de un adecuado esfuerzo;
2. reconocer comisiones o bonus por el mero reclutamiento de otras personas;
3. tolerar que nadie, ni Clientes ni Promotores inscritos a la Red Bioimis presionen a clientes potenciales a la compra de los servicios o productos propuestos o que los mismos Promotores presionen a otros sujetos con el fin de hacer que se inscriban a la Red Bioimis;
4. permitir que el Programa de Alimentación Bioimis y/o los productos propuestos se publiciten de manera engañosa o de cualquier forma que pueda resultar así;
5. rescindir o poner fin a relaciones de colaboración con quienquiera que esté inscrito a la Red sin haber seguido el debido procedimiento.

IV. OBLIGACIONES DE LOS PROMOTORES

A. Los Promotores deberán:

1. llevar a cabo la propia actividad de forma ética y profesional;
2. difundir y describir el plan de comisiones solo como especificado en el relativo documento y como indicado también en el presente;
3. respetar, en las relaciones con los clientes, las leyes y las normas para tutelar a los consumidores cuando sean aplicables;
4. proporcionar de buena fe la formación necesaria, la motivación y el apoyo tanto a los Clientes como a los Promotores de la propia organización.

B. Los Promotores no deberán:

1. emprender actividades comerciales o prácticas de reclutamiento engañosas, ilegales o inmorales;
2. emprender prácticas de venta o de reclutamiento ejerciendo presión;
3. afirmar o dar garantías engañosas en relación a la Sociedad, al Programa de Alimentación Bioimis y/o de los otros productos propuestos;
4. patrocinar o reclutar menores de edad o personas que no sean capaces de tomar conscientemente una decisión;

5. Llevar a cabo actividades comerciales en zonas distintas del Territorio donde Bioworld realiza su propia actividad
6. menospreciar, devaluar o realizar afirmaciones negativas sobre la Sociedad, sobre los Promotores, los Programas de Alimentación Bioimis u otros productos propuestos, sobre el Plan de Comisiones, sobre los ejecutivos, directivos o empleados de la sociedad Bioworld

V. DEFINICIONES

A menos que no esté establecido de manera diferente, los siguientes términos tendrán el significado indicado cuando se utilizan en el Contrato y en los otros documentos de la sociedad, aparecen en el área reservada del Promotor o cuando sean objeto de comunicaciones públicas:

- A. Activo:** un Promotor se considera activo a partir del pago de la cuota de inscripción anual a la red. Al cabo de 12 meses, el promotor puede renovar la suscripción pagando la cuota requerida.
- B. Línea Activa:** Por Línea se considera tener un Promotor o Estructura con vinculación directa, independientemente de la calificación adquirida. La Línea se considera activa cuando un Promotor con vínculo directo ha producido personalmente, o a través de su estructura, la venta de un Programa Bioimis o el pago de una cuota mensual por un Programa Vendido.
- C. Periodo de Devengo:** el intervalo de tiempo utilizado para calcular los bonus y los objetivos a alcanzar, sobre una base mensual y anual.
 1. **Periodos de devengo MENSUAL:** calculado según el mes del calendario desde la medianoche del día 1 (horas 00.00.00) hasta las 23:59:59 del último día del mes, huso horario italiano (UTC/GMT 1 hora)
 2. **Periodos de devengo ANUAL:** calculado según el año de calendario desde la medianoche del día 1 del año (horas 00.00.00) hasta las 23:59:59 del último día del año, huso horario italiano (UTC/GMT 1 hora)
- D. Bonos Bioimis (BC):** Moneda virtual utilizada en la Red Bioimis para la uniformidad de las comisiones relativas a la venta del Programa de Alimentación Bioimis en todo el Mundo. A cada servicio o producto puesto en venta se le da un valor en Bonos Bioimis y por cada servicio o producto vendido a través de la acción de un Promotor devenga al mismo Promotor un porcentaje calculado en Bonos Bioimis. Cada Bono Bioimis tendrá un valor de 1 €
- E. Valor Compra en Bonos Bioimis:** el valor en Bonos Bioimis asignado a un servicio o producto vendido. El Valor Compra en Bonos Bioimis se utiliza para registrar la actividad comercial, las condiciones y para calcular las comisiones.
- F. Clientes:** los Clientes son los compradores del Programa de Alimentación Bioimis o productos propuestos dentro de la plataforma Bioimis.
- G. Promotores:** aquellos que se inscriben a través de la correspondiente Solicitud para llegar a ser Promotores en la Red Bioimis.

- H. **Estructura:** la organización de un Promotor.
- I. **Directors:** cualquier cliente o Promotor de primer nivel.
- J. **BC ESTRUCTURA (BCS):** el valor total en Bonos Bioimis producido por todas las ventas generadas por la estructura.
- K. **BC ESTRUCTURA 5° (BCS5):** el valor total en Bonos Bioimis producido por todas las ventas generadas por la estructura hasta el 5° nivel en profundidad.
- L. **Código de Identificación:** : el número unívoco asignado a los Clientes y a los Promotores que llevan a cabo la actividad de Patrocinar las ventas del Programa de Alimentación Bioimis o la actividad de comercialización por redes sociales (Network Marketing). El Código de Identificación lo utilizan los nuevos Clientes y/o los nuevos Promotores que, después de haber sido contactados y sensibilizados para la adquisición del Programa de Alimentación Bioimis o para la actividad de comercialización por redes sociales, introducen dicho código, los primeros, para tener derecho a un descuento en las compras y los segundos para vincularse a la Red del Patrocinador. Tanto los Clientes como los Promotores tienen que hacer referencia a este número en toda la correspondencia y en todas las relaciones con la Sociedad.
- M. **Contrato:** a) la 'Solicitud' para llegar a ser Promotor de Bioworld; b) el documento denominado 'Políticas y Procedimientos'; c) el documento denominado 'Plan de Comisiones'; d) las 'Condiciones Generales para la Compra del Programa Bioimis y de uso de la Pagina Web'.
- N. **Línea:** línea descendiente de patrocinio que, empezando por el Promotor a la cabeza, se expande en innumerables niveles de profundidad.
- O. **Nivel:** la cronología de posicionamiento de las personas en una estructura.
- P. **Huérfano:** un Solicitante sin un Patrocinador.
- Q. **Título a efectos de las comisiones:** el título efectivo por el que un Promotor Intermediario comercial se califica en el Plan de comisiones de BIOWORLD en un determinado periodo.
- R. **Patrocinador:** la persona que os ha introducido en BIOWORLD.

VI. ESTATUS DE PROMOTOR INTERMEDIARIO COMERCIAL

El estatus de Promotor no representa en modo alguno una relación subordinada o parasubordinada. La única compra requerida para llegar a ser un Promotor en la Red Bioimis es la cuota de inscripción que incluye, además de la duplicación personalizada de la página web oficial de Bioimis, las herramientas y las informaciones necesarias para llevar a cabo la comercialización de manera eficiente y ética. Una persona emprenderá su propia actividad usando su nombre propio. Un usuario puede utilizar un solo estatus de Promotor que lleve el nombre de un individuo.

A. ESTATUS INDEPENDIENTE

1. Los Promotores son trabajadores autónomos que no tienen ningún vínculo de subordinación con la Sociedad.
2. La estipulación del presente Contrato no crea ninguna relación entre la Sociedad y el Promotor, ni este último puede afirmar que forma parte, de alguna manera o forma, de una relación entre empresario y empleado, agencia, concesionario de venta, colaboración, afiliación o empresa en participación entre la Sociedad y el Promotor.
3. Los Promotores tienen que cumplir todas las normas y los reglamentos de aplicación relativos a la compra del Programa de Alimentación Bioimis.
4. Los Promotores son exclusivamente responsables de la declaración y del pago de eventuales tasas o impuestos asociados a su propia actividad de intermediario comercial, con arreglo a las normas vigentes en su propio país.
5. Los Promotores son exclusivamente responsables de ocuparse por cuenta propia de cualquier equipo y herramienta necesarios para ejercer su propia actividad comercial como el teléfono móvil, los transportes, los servicios profesionales, los equipamientos de oficina, los materiales de oficina y los seguros de responsabilidad civil.
6. Los Promotores son exclusivamente responsables de procurarse por cuenta propia, si es necesario, una sede para la propia actividad y de establecer un propio horario laboral.

B. REQUISITOS DE LA SOLICITUD PARA LLEGAR A SER PROMOTOR BIOWORLD

1. La Sociedad tiene la obligación de obtener del solicitante los datos que lo identifican a efectos fiscales en su País de residencia. Con arreglo a sus derechos contractuales, la Sociedad se niega a conceder una posición a cualquier persona que no sea capaz o no quiera proporcionar todos los datos requeridos en el contrato. Es responsabilidad exclusiva del solicitante/ Promotor asegurarse de que actúa según lo establecido por las normas del País en el cual actúa.
2. La Sociedad se reserva el derecho a rechazar una Solicitud o a resolver por derecho un Contrato ya en vigor si llegara a saber que los datos requeridos en el contrato y comunicados durante el proceso de inscripción no fueran correctos.

C. ELABORACIÓN DE LA SOLICITUD

1. El solicitante es el exclusivo responsable de completar la Solicitud para llegar a ser Promotor BIOWORLD. La sociedad rechazará solicitudes incompletas o incorrectas y no estará obligada a avisar al solicitante ni tampoco al Patrocinador en relación a la negativa.
2. Si el Promotor carga una solicitud en Pdf directamente en su área reservada, no es necesario que envíe una solicitud en original, a menos que no lo requiera la Sociedad.

D. REGISTRO FALSIFICADO

Presentar una Solicitud para llegar a ser Promotor BLOWORLD en nombre de un individuo sin la autorización de ese individuo es ilegal y está severamente prohibido, así como presentar o presionar a alguien a presentar informaciones falsas o no válidas en la propia Solicitud para llegar a ser Promotor BLOWORLD. Una persona que presente información falsa en su propia Solicitud para llegar a ser Promotor BLOWORLD o presione a alguien a hacerlo, sufrirá la cancelación de la cuenta y perderá todos los derechos derivados de su estatus de Promotor. BLOWORLD, en circunstancias como estas, se reserva el derecho de adoptar todas las medidas legales, tanto en procedimientos civiles como penales, como tutela propia y de la estructura de ventas.

E. CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN

1. En el momento de la inscripción se emitirá automáticamente un código de identificación unívoco (ID) del Promotor que se utilizará para acceder al área reservada, para patrocinar Clientes y para la futura eventual inscripción de otros Promotores
2. Los Clientes tendrán también un código de identificación unívoco y reconocible
3. Los ID de los Promotores y de los Clientes deben indicarse en toda la correspondencia con la Sociedad.

F. CUENTAS MÚLTIPLES DE LOS PROMOTORES

1. Un núcleo familiar (cónyuges, parejas de hecho u otros familiares a cargo residentes en la misma dirección) no puede mantener más de una cuenta de Promotor.
2. En el caso de que se detecten cuentas múltiples, la Sociedad se reserva el derecho de anular la cuenta (o las cuentas) más recientes sin preaviso para el Promotor. No se efectuarán reembolsos de la cuota de inscripción abonada para las cuentas sucesivas.
3. La Sociedad se reserva el derecho de decidir si transferir o no a la cuenta original eventuales miembros de la estructura inscritos como cuentas sucesivas.
4. Un promotor que presiona a los miembros de la Estructura a crear y/o mantener entidades múltiples o que inscribe Promotores ya inscritos por otro Promotor (reclutamiento cruzado), deberá afrontar una acción disciplinaria que podría incluso comportar la cancelación de la propia cuenta.

G. DURACIÓN DEL ESTATUS DE PROMOTOR

1. El periodo de duración del estatus de Promotor es de un año tras la fecha de presentación de la Solicitud por parte de la Sociedad y podrá renovarse de año en año, tal como dispone el art. 7 de la Solicitud.
2. La Sociedad se reserva el derecho a retirar del sistema a los Promotores que permanecen inactivos por un periodo de 12 (doce) meses consecutivos, y cualquier organización personalmente patrocinada por un Promotor inactivo podrá transferirse automáticamente al patrocinador del Promotor cancelado, si está presente.

H. MODIFICACIÓN DEL PATROCINADOR

1. Para proteger la integridad y salvaguardar los esfuerzos de todos los Promotores, la Sociedad desanima y raramente autoriza modificaciones de patrocinio.
2. Cambios de Patrocinador: Los Promotores que deseen cambiar de patrocinador tienen la posibilidad de anular el propio estatus corriente de Promotor permaneciendo inactivos durante 6 (seis) meses antes de presentar una nueva solicitud de admisión como Promotor con el Patrocinador de su propia elección. El periodo de inactividad de 6 (seis) meses empieza en el momento de la aceptación por parte de la Sociedad de la carta de cancelación firmada por el Promotor.
3. Si las modificaciones se aprueban, no se efectuarán compensaciones por las comisiones o bonus anteriormente pagados.

I. VENTA O CESIÓN DEL ESTATUS DE PROMOTOR

1. El estatus y el relativo código de Promotor puede ser vendido, cedido o asignado (dentro del mismo País) previa aprobación escrita de la Sociedad; este derecho no vendrá negado injustificadamente.
2. La Sociedad Bioworld tiene derecho de adquisición preferente en la compra del código del Promotor en igualdad de condiciones. Si la Sociedad comunica que no acepta, el Patrocinador del Promotor tendrá la oportunidad de hacer una oferta o de encontrar un comprador, en las condiciones propuestas a BLOWORLD, dentro de un periodo de 30 días. Cualquier venta referida al estatus y al código de un Promotor, efectuada sin respetar las presentes disposiciones, esto es, no respetando el derecho de adquisición preferente de BLOWORLD, no será aceptada por esta última.

J. BENEFICIARIOS

En caso de muerte o incapacidad del Promotor, el Contrato se resolverá automáticamente al ser concluido intuitu personae.

K. DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE PATROCINIO

1. Los Promotores tienen derecho a patrocinar a otras personas dentro del Territorio.
2. Los Patrocinadores en todo momento tienen que recalcar que el éxito del plan de comisiones de la Sociedad varía de un Promotor a otro y depende de los esfuerzos personales, incluidos, a modo de ejemplo sin ser exhaustivo, las capacidades y el tiempo invertido para desarrollar el negocio. Los Promotores son recompensados exclusivamente por la venta del Programa de Alimentación Bioimis y/o por los productos vendidos a través de su intermediación o la de su estructura. **El simple patrocinio de un nuevo Promotor no genera ningún tipo de comisión.**
3. La finalidad de la actividad de BLOWORLD es la venta del Programa de Alimentación Bioimis y/o de los productos propuestos a los consumidores finales; este aspecto tiene que subrayarse en todas las presentaciones de la oportunidad ofrecida por el Programa de Alimentación Bioimis o/y de los pro-

ductos propuestos en lo que respecta al control del peso y/o de la actividad de Patrocinador a través de la comercialización por redes sociales (Network Marketing) Bioimis.

4. Los Patrocinadores se abstendrán de citar las marcas competidoras de manera negativa, denigratoria o de otra manera ilegal, y de hacer comentarios negativos o denigratorios sobre empresas competidoras y/o sobre las industrias de la alimentación.

L. ESTATUS DE PROMOTOR

1. Los Promotores pueden llevar a cabo la actividad comercial exclusivamente en el Territorio.
2. Todos los Promotores inscritos a la Red están sujetos a las políticas y a los procedimientos previstos por la Sociedad para cada País.

M. DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS

1. Los Promotores no pueden ejercer en ningún País donde BLOWORLD no desempeñe su propia actividad.
2. Los Promotores conviene que llevar a cabo actividades de lanzamiento preliminar en Países no autorizados oficialmente para la actividad comercial de BLOWORLD está en contra de la política de la Sociedad.

N. CANON ANUAL PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA CUENTA

En la fecha de caducidad anual de la inscripción del Promotor, se aplicará un canon anual para la administración de la cuenta.

O. CANCELACIÓN VOLUNTARIA

1. Los Promotores pueden rescindir el Contrato, y por tanto cancelar su propio estatus de Promotor, en cualquier momento mediante el envío de un correo electrónico o de un correo certificado con acuse de recibo dirigido a la Sociedad con un preaviso de 30 días.
2. Cualquier organización afectada por esta cancelación será trasladada al Patrocinador del Promotor que se retira, si lo hubiera.
3. Una vez cancelada la cuenta, el antiguo Promotor no puede volver a presentar la solicitud para llegar a ser Promotor por seis (6) meses tras la fecha de cancelación, siempre que él mismo estuviese en regla en el momento de la cancelación voluntaria.
4. Las cuentas canceladas en ningún caso volverán a su posición o título original

P. RESCISIÓN UNILATERAL

1. La Sociedad puede rescindir el contrato con el Promotor inmediatamente y sin preaviso en caso de violación de una cualquiera de las disposiciones contenidas en este documento adjunto a la solicitud de inscripción a la Red, incluidas eventuales modificaciones realizadas por la Sociedad únicamente a su criterio.

2. La cancelación será efectiva en la fecha en la cual la comunicación escrita se envíe por correo, fax o por correo electrónico a la última dirección conocida (física o electrónica) del Promotor o cuando el Promotor reciba notificación efectiva de la cancelación.

VII. PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA SOCIEDAD

A. PEDIDOS

1. Cada servicio irá acompañado de un documento, donde se indica el pago efectuado, eventuales costes administrativos, tasas y gastos de envío.
2. Los Bonos Bioimis correspondientes a los pedidos efectuados por el consumidor final se acreditan al Promotor al cabo de 24 horas de que la sociedad haya recibido el correspondiente pago y en cualquier caso sucesivamente a la activación del Programa de Alimentación por parte del Cliente.

B. PROGRAMAS CLIENTES

1. Los Promotores ejercerán su propia actividad en conformidad con todas las normas, reglamentos, políticas y procedimientos previstos por la Sociedad.
2. Los Promotores reconocen que la Sociedad se reserva el derecho a interrumpir el servicio a un Cliente cuando la sociedad detecte un comportamiento incorrecto por parte de ese Cliente.
3. Los Clientes Patrocinadores no están autorizados a participar en el programa de comisiones de BLOWORLD si no están inscritos como Promotores en la Red Bioimis.

C. RELACIÓN ENTRE LOS PROMOTORES Y LOS EMPLEADOS DE LA SOCIEDAD

1. Con el fin de proteger los derechos de los Promotores y de los empleados de BLOWORLD del mismo modo, todas las llamadas pueden registrarse tanto con fines de formación como para verificar su conformidad.
2. Los empleados de la Sociedad reciben formación específica para ser amables y profesionales en cada contacto con los Promotores, Clientes y el público. En el caso de que un Promotor reciba un tratamiento irrespetuoso por parte del personal de la Sociedad, tendrá que documentar la situación y remitirla a través del correo electrónico info@bioimisworld.com a la sociedad.
3. Los Promotores están obligados a usar la misma cortesía al tratar con el personal de la empresa, por teléfono, por web o en persona.

D. PROCEDIMIENTOS PARA LAS DEVOLUCIONES Y DERECHO DE DESISTIMIENTO POR PARTE DE LOS INSCRITOS A LA RED

1. Todo sujeto puede ejercer el derecho al desistimiento de la inscripción como Promotor de la Red Bioimis solicitando la restitución de la cuota de inscripción abonada.
2. El Promotor tiene la facultad, durante 14 días laborales desde la inscripción como Promotor de la Red Bioimis y tras el pago de la cuota de inscripción, a ejercer el derecho de desistimiento, consistente en la posibilidad de renunciar

- a utilizar los servicios en línea adquiridos y a obtener el reembolso del precio pagado, sin penalizaciones y sin necesidad de especificar el motivo.
3. Para ejercer el derecho de desistimiento es necesario enviar, en los 14 días laborales sucesivos a la recepción del producto comprado, una comunicación en la cual se manifieste claramente la voluntad de rescindir el contrato de compra, indicando, si es posible, el número de la factura original. Dicha comunicación deberá enviarse al Servicio Clientes escribiendo a BIOWORLD S.r.l. Via Macello 45, 35013 Cittadella, Padova, Italia o por correo electrónico escribiendo a info@bioimismworld.com
 4. Si el derecho de desistimiento se ejerce según las condiciones descritas, el Promotor tendrá derecho a cerrar la cuenta y al reembolso completo de la cuota de inscripción, en los 30 días sucesivos al momento de la recepción de la solicitud de desistimiento.

VIII. COMISIONES

El Plan de Comisiones BIOWORLD se basa en un sistema de comercialización a través de las redes sociales, si está permitido en el propio país de residencia, que consiste en la intermediación comercial hacia el Consumidor del Programa de Alimentación Bioimis. Los Promotores activos como Patrocinadores reciben comisiones por los servicios vendidos a través de su intermediación o también a través de otros Promotores incluidos en su organización de marketing. **El Plan de comisiones BIOWORLD detallado se adjunta a este documento.**

Promotor: Cualquiera que se inscriba a la Red Bioimis puede convertirse en Promotor y realizar la actividad de Patrocinador transformando en este caso los Bonos Bioimis recibidos en Dólares, Euros o en otra moneda disponible.

El Promotor, gracias a las herramientas recibidas y a la propia página web Bioimis personalizada con su ID (código de identificación), está activo tanto en la promoción del Programa Bioimis, realizando la actividad de intermediación comercial, como en la promoción y búsqueda de nuevos inscritos para vincularlos con la propia Estructura. El Promotor percibe sus comisiones calculadas, no solo sobre las ventas realizadas por intermediación directa (COMISIONES DIRECTAS), sino también sobre las obtenidas indirectamente a través de otros Promotores inscritos o Clientes vinculados a su Estructura (COMISIONES INDIRECTAS), con arreglo a los criterios establecidos en el documento denominado Plan de Comisiones.

Las Ventajas ofrecidas a cada persona contactada.

Quienquiera que compre uno de los servicios o productos propuestos en la Plataforma Bioimis, a través del código de un Cliente o el de un Promotor, tendrá derecho a recibir un descuento. De este modo se garantiza a la Red que un usuario cualquiera tenga el máximo interés en introducir el Código de Identificación de un Cliente o de un Promotor.

Cada servicio adquirido dará derecho a recibir Bonos Bioimis (la moneda virtual Bioimis)

El Valor de 1 Bono Bioimis = 1 €

A. CALIFICACIONES Y PAGOS

1. Para calificarse para las comisiones directas e indirectas, los bonus mensuales e incentivos, el Promotor, además de estar activo, debe alcanzar los objetivos/calificaciones requeridos, especificados en el Plan de Comisiones. Además:
 - a. Los Bonos Bioimis ganados se abonan 15 días después de la compra de un Programa de Alimentación, o de un pago mensual, si se paga mediante suscripción. Esto se debe a que es necesario comprobar los cobros y cualquier cancelación de pago.
 - b. La verificación de quién ha alcanzado una nueva calificación se realiza siempre 15 días después del cierre de cada mes. Esto es para comprobar los cobros y cualquier cancelación de pedidos realizados.
 - c. El alcanzar una calificación dentro de un mes da derecho a recibir las comisiones correspondientes a esa calificación ya sobre la facturación de ese mes.
 - d. Las comisiones indirectas siempre se abonarán 15 días después del cierre de cada mes. Esto es así para comprobar que los cobros de la facturación producida y la estructura requerida se han logrado efectivamente.
2. A condición de que el Promotor respete los términos indicados en los documentos anexos a la Solicitud para llegar a ser un Promotor de Bioworld, la Sociedad reconocerá al Promotor las comisiones referidas en el Plan de Comisiones BLOWORLD (véase anexo).
3. No se pagará comisión y/o bonus alguno por la cuota de Inscripción pagada por los inscritos al Network Marketing, ni tampoco por todas aquellas compras que no se refieran al Programa de Alimentación Bioimis.
4. Los Promotores reciben bonus y comisiones en base a las compras efectivas efectuadas por los clientes finales a través de su intermediación.
5. Si un Promotor detecta eventuales discrepancias en las comisiones, debe comunicarlo a la sociedad en un plazo de 15 días tras recibir los Bonos Bioimis correspondientes a las comisiones directas e indirectas, bonus y/o incentivos ofrecidos por la sociedad. Transcurrido este periodo el promotor ya no tendrá la facultad de cuestionar el ingreso efectuado por la Sociedad.
6. El cambio de Bonos Bioimis en moneda será posible por importes iguales o superiores a 100 Bonos Bioimis. Si la cantidad de Bonos Bioimis recibida no es igual o superior a este importe, las comisiones o bonus se acumularán en la cartera del Promotor, visible en su área reservada y personalizada, hasta que el total de Bonos Bioimis no alcance el importe mínimo para efectuar un cambio y la relativa transferencia a la cuenta PayPal. En el caso en que se rescinda el Contrato se abonará al Promotor el importe de Bonos Bioimis hasta entonces acumulado, aunque sea inferior a 100 Bonos Bioimis.

B. GASTOS POR EL PAGO DE LAS COMISIONES Y/O BONUS

1. Los gastos para la conversión de moneda y para la transferencia de las comisiones en la cuenta PayPal del Promotor se deducirán por el socio financiero de Bioworld, directamente de la suma transferida.

IX. LIMITACIONES

Al llevar a cabo su propia actividad, los Promotores deben esforzarse para promover los servicios propuestos por la Sociedad absteniéndose de cualquier conducta que pueda resultar dañina e incongruente.

A. TODOS LOS INSCRITOS A LA RED BIOIMIS EN CALIDAD DE PROMOTORES:

1. Deberán representar fielmente y equitativamente a la Sociedad y sus servicios en el momento de proponerlos a los actuales o potenciales clientes y/o Promotores.
2. No pueden estipular un contrato o una transacción en nombre y por cuenta de la Sociedad o representarse a sí mismos como empleados, representantes, agentes o vendedores privilegiados de la Sociedad.
3. No pueden hacer ninguna afirmación en relación con propiedades terapéuticas o curativas del Programa de Alimentación Bioimis y de los productos vendidos por la Sociedad. El Programa de Alimentación Bioimis y los productos de la Sociedad no pretenden diagnosticar, curar, sanar, aliviar o prevenir ninguna enfermedad y no deben ser presentados como tal.
4. No sugerirán ningún diagnóstico, pronóstico, evaluación, cura, descripción, gestión o remedio para malestares, trastornos o enfermedades.
5. No pueden hacer ninguna proyección de ganancias falsa, irrazonable, engañosa o intencionalmente distorsionada a los Promotores actuales o potenciales.
6. Recalcarán que el éxito del Programa de Comercialización por Redes sociales (Network Marketing) de la Sociedad varía de un Promotor a otro y depende de los esfuerzos personales, así como, a modo de ejemplo sin ser exhaustivo, las capacidades y el tiempo invertido en el desarrollo del negocio.
7. No pueden afirmar que el plan o la cartera de productos de la Sociedad hayan sido aprobados o suscritos por alguna representación gubernamental.
8. Son responsables de cualquier afirmación oral o escrita que hagan en relación con la Sociedad, con el Programa de Alimentación Bioimis, con los productos, los servicios y oportunidades, que no sea conforme con el material de apoyo y con la actividad corriente y oficial de la Sociedad.

B. PUBLICIDAD

1. BIOWORLD compensa a su propios Promotores por la publicidad, la difusión e intermediación comercial del Programa de Alimentación Bioimis y de los productos propuestos que debe efectuarse únicamente a través de las herramientas que la sociedad pone a su disposición
2. Establecimientos de comercio minoristas: El Programa de Alimentación Bioimis de la Sociedad no puede venderse, comercializarse o distribuirse en ningún punto de venta al por menor, incluidos, a modo de ejemplo sin ser exhaustivo, tiendas, mercados, restaurantes, supermercados, etc.

3. El Programa de Alimentación Bioimis y/o los productos propuestos por la Sociedad no pueden proponerse, publicitarse, comercializarse o distribuirse en mercados de cambio, mercadillos, bazares, carretas de vendedores ambulantes o lugares parecidos.
4. Muestras, exposiciones, ferias comerciales: La exposición en stands, la publicidad en formas diferentes de las permitidas en el área reservada, la promoción del Programa de Alimentación Bioimis o de la oportunidad comercial ofrecida por la Sociedad en exposiciones, ferias comerciales, mercados al aire libre o cualquier evento parecido, requieren la previa aprobación escrita de la Sociedad. Las solicitudes deben presentarse al menos 60 días antes del evento y antes de firmar cualquier contrato con la sede de la exposición.
5. Para proteger la Comercialización por redes sociales Bioimis (Network Marketing), la Sociedad se reserva el derecho discrecional de prohibir la venta de sus servicios in cualquier lugar que no considere aceptable.
6. Carteles luminosos en exteriores o exposiciones en escaparate: los carteles de exterior o las exposiciones en escaparates que hagan publicidad de la Sociedad o de sus productos estarán prohibidos en cualquier lugar excepto en las sedes de la empresa y/u oficinas de representación.
7. Artículos de promoción: a excepción de los artículos de promoción preventivamente aprobados que puedan autorizarse a la venta por la Sociedad, ningún Promotor o cualquier otra persona, asociación, sociedad o entidad puede utilizar las marcas registradas Bioimis, Bioworld de ninguna forma, diseño, color, logotipo y en ningún otro artículo de promoción producido de manera independiente (ej. calcomanías para coches/imanés/adhesivos, llaveros, gorros, camisetas, tazas, tarjetas de visita, banner, adhesivos, artículos de papelería, etc.).
8. Uso de las marcas de fábrica de la Sociedad: los Promotores no pueden utilizar, reproducir o divulgar el nombre comercial, el logotipo o cualquier marca de fábrica o marca de servicio de la Sociedad a excepción del uso de las herramientas, medios y documentos puestos a disposición por la Sociedad.
9. Los Promotores están de acuerdo en evitar cualquier referencia o enlace a páginas Web de cualquier material bibliográfico de terceros con el fin de verificar o recalcar los efectos medicinales o terapéuticos del Programa de Alimentación Bioimis y de cualquier servicio propuesto por la Sociedad o relativos componentes. Al respecto, estas declaraciones de terceros se convierten en declaraciones directas sin la conveniente validación.
10. Los Promotores deben evitar cualquier falsa referencia a las autoridades (ej.: divinidades, doctores, enfermeros, terapeutas, científicos, funcionarios de la Sociedad, etc.) durante la divulgación y difusión y/o presentación del Programa de Alimentación Bioimis, de los productos o de la oportunidad ofrecida por la Sociedad.
11. Los Promotores no pueden facturar a la Sociedad, ni a los otros Promotores de su propia estructura, ningún coste con el fin de obtener una ganancia por cualquier servicio, formación, folletos publicitarios, materiales, páginas Web, asociaciones u otro material relacionado con la Sociedad.

12. Con el fin de evitar conflictos de intereses, los Promotores no deberán vender, exponer o publicitar el Programa de Alimentación Bioimis, los servicios de la Sociedad en concomitancia con productos parecidos que no pertenecen a la Sociedad en cualquier lugar de venta al por menor, físico o electrónico, exposición o publicidad.
13. La Sociedad prohíbe a los Promotores promover los productos de otra sociedad junto con los productos de la Sociedad Bioworld en cualquier lugar de venta al por menor, físico o electrónico, exposición o publicidad (por Competidor se entiende otra sociedad que propone una Dieta, un Programa de Educación Nutricional y/o productos dietéticos o integradores).
14. Todas las solicitudes de aprobación publicitaria deben remitirse junto con una copia impresa del material propuesto, antes que el material se publicite o se distribuya. Estos tipos de publicidad incluyen, a modo de ejemplo sin ser exhaustivo: folletos publicitarios, cintas de audio o vídeo, correos electrónicos, exposiciones, carteles en vehículos, tableros de anuncios, páginas Web, comunicaciones Web, mensajes telefónicos, anuncios impresos, mercancías, etc. Cualquier material aprobado por escrito por la Sociedad es para uso personal y para ser distribuido exclusivamente en el interior de la estructura del Promotor.
15. La comercialización a través de los medios de comunicación no está permitida y cualquier solicitud para proyectos de este tipo será rechazada. Los ejemplos de este tipo de comercialización incluyen la aparición de informaciones o publicidad comercial en radios y televisiones, paneles publicitarios y/o medios de comunicación online.
16. Los Promotores no pueden producir para la venta o la distribución ninguna grabación relacionada con un acto, reunión, evento de la Sociedad sin previa autorización escrita de BIOWORLD. Los Promotores no pueden tampoco duplicar para su venta o para uso personal ninguna grabación de presentaciones en cinta audio o vídeo realizadas por la Sociedad.
17. La Sociedad se reserva el derecho, a su exclusiva discreción, a solicitar la inmediata eliminación de cualquier material no conforme u ofensivo utilizado por los Promotores para promover los productos o la oportunidad ofrecida por la Sociedad.
18. La violación de cualquiera de las limitaciones mencionadas puede provocar la suspensión inmediata y/o la rescisión del Contrato.

C. PUBLICIDAD EN LA WEB

1. Todas las disposiciones generales sobre la publicidad se aplican a la publicidad por internet/electrónica, incluyendo las publicaciones en cualquier página de redes sociales (ej.: Facebook, MySpace, LinkedIn, Google, AdWords) o páginas de opiniones (ej.: blog, Yelp, etc.)
2. Los Promotores no deberán promover o vender el Programa de Alimentación Bioimis ni los servicios de la Sociedad en subastas o sitios web de venta electrónica o física (incluyendo, a modo de ejemplo pero sin ser exhaustivo, eBay, Craigslist, Yahoo, etc.). Para proteger la actividad de comercialización por redes sociales propuesta de persona a persona, la Sociedad puede, a su di-

- screción, prohibir que sus productos se promuevan o se vendan en cualquier sitio web que no se considere aceptable.
3. Los nombres de dominio que se piensan utilizar para la comercialización de los productos o de la oportunidad ofrecida por la Sociedad deben someterse a la aprobación antes de la compra.
 4. Los Promotores no están autorizados a usar el nombre comercial "BIOIMIS" e "BIOWORLD" o ninguna marca de fábrica de la Sociedad (ni ningún derivado o variación parecida del mismo que pueda confundir a alguien y hacerle creer que tienen algo que ver con la Sociedad) como parte de una dirección de correo electrónico, nombre de dominio, anuncio online, razón social, nombre de usuario y/o detalles del contrato. Los Promotores y todos los inscritos a la Red están de acuerdo en ceder a la Sociedad, a su costa, cualquier nombre de dominio que dé lugar a la violación de esta disposición.
 5. En ningún caso un Promotor puede afirmar ser responsable de una sede o ser un representante oficial de la Sociedad.
 6. La Sociedad ofrece páginas Web personales replicadas en Internet con un texto previamente aprobado y fotografías para los Promotores, para que ellos puedan gestionar a los Clientes e inscribir a la Network Marketing Bioimis nuevos Promotores. No se autorizarán páginas de inscripción o carritos de venta, ni plataformas de comercio electrónico, independientes de los contenidos en las páginas Web replicadas y emitidas por la Sociedad para la promoción del Programa de Alimentación Bioimis, los servicios y/o productos o la oportunidad ofrecida por la Sociedad de inscribirse a la Red Bioimis.
 7. Los Promotores no pueden crear sus propias páginas Web independientes a las páginas Web puestas a disposición por la Sociedad.
 8. La violación de una cualquiera de las limitaciones mencionadas provocará una suspensión y/o rescisión inmediata del contrato a la espera de la eliminación del material ofensivo y/o de una investigación (ver XI. Medidas disciplinarias).

D. SPAM

1. La Sociedad mantiene una política de tolerancia cero en relación con cualquier actividad de spam por parte de los Promotores. El spam consiste en el envío masivo o individual de correos electrónicos u otros mensajes en el intento de forzar las informaciones en relación con personas que no expresaron específicamente el deseo o concedieron la aprobación a recibir dichas informaciones, independientemente de que el mensaje esté firmado o no.
2. Correos electrónicos no solicitados
BIOWORLD no permite a los Promotores enviar correos electrónicos comerciales no solicitados, a menos que dicho envío no respete las leyes y las normas aplicables y se haya aprobado por la Sociedad antes del envío. Cualquier correo electrónico enviado por el Promotor que promueva BIOIMIS y/o BIOWORLD, la oportunidad ofrecida por BIOWORLD, el Programa de Alimentación Bioimis, los servicios y los productos propuestos por BIOWORLD deben respetar los siguientes puntos:
 - a. El correo electrónico debe ir acompañado de un aviso que informa el de-

- destinatario del hecho de que este último tiene la posibilidad de responder al correo electrónico, a través de una dirección de correo de contestación activa, para solicitar que en el futuro no se envíen más ofertas o correspondencias por correo electrónico. Debe estar presente una dirección de correo electrónico de contestación activa del remitente.
- b. El correo electrónico debe incluir la dirección de correo física del Promotor.
 - c. El correo electrónico debe afirmar claramente y visiblemente que el mensaje es una publicidad o una oferta.
 - d. Se prohíbe el uso de palabras engañosas en el asunto y/o informaciones falsas en el título.
 - e. Todas las solicitudes de no recibir más correos de publicidad o propuestas relacionadas con el Programa de Alimentación Bioimis, los servicios y/o productos propuestos por BLOWORLD, recibidas por correo electrónico o por correo ordinario, deben respetarse. Si un Promotor recibe una solicitud parecida de un destinatario de un correo electrónico, el Promotor debe reenviar dicha solicitud también a la Sociedad.
 - f. La sociedad puede enviar periódicamente correos electrónicos comerciales en nombre de los Promotores siempre que, estipulando el Contrato con la Sociedad, el Promotor esté de acuerdo en que la Sociedad puede enviar dichos correos electrónicos y que las direcciones física y electrónica del Promotor se incluyan en dichos correos electrónicos como descrito anteriormente. Los Promotores deberán respetar las solicitudes de no recibir más correos electrónicos relacionados con el Programa de Alimentación Bioimis, los servicios y/o productos propuestos por BLOWORLD.
3. Sistemas de llamada automática y fax no solicitados
- a. A excepción de lo indicado en el presente párrafo, los Promotores no pueden utilizar o transmitir fax no solicitados o utilizar un sistema de composición automática del número en relación con el ejercicio de su propia actividad comercial con BLOWORLD.
 - b. Con el término "sistema de composición automática del número" se entienden los aparatos que tienen la capacidad de: (a) memorizar o generar números telefónicos para llamar, utilizando un generador de números casual o secuencial; y (b) componer dichos números.
 - c. Con la expresión "fax no solicitados" se entiende la transmisión por telefax de cualquier material o información que publicite o promueva el Programa de Alimentación Bioimis, los servicios y/o productos propuestos por BLOWORLD, el plan de comisiones o cualquier otro aspecto de la Sociedad que se transmita a cualquiera persona, excepto los fax: (a) enviados a cualquier persona que haya previamente expresado un deseo o una autorización; o (b) cualquier persona con la que el Promotor haya establecido una relación de colaboración o personal.
 - d. Con la expresión "establecido una relación de colaboración o personal" se entiende una relación precedente o existente constituida por una comunicación voluntaria biunívoca entre un Promotor y una persona, sobre la base de: (a) una búsqueda, una solicitud, una compra o una transacción

por parte de la persona en relación a productos ofrecidos por el Promotor en cuestión; o (b) una relación personal o familiar, que no se haya concluido precedentemente por una de las dos partes.

4. Técnicas de telemarketing

Los Promotores no deben utilizar el telemarketing para ejercer su propia actividad comercial BLOWORLD. Con el término "telemarketing" se entiende el envío de una o más llamadas telefónicas a un individuo o a una entidad para inducir la compra del Programa de Alimentación Bioimis, los servicios y/o productos propuestos por BLOWORLD, o para implicar a los mismos en la oportunidad ofrecida por la comercialización por redes sociales Bioimis. La legislación vigente establece los límites de las prácticas de telemarketing y los Promotores son responsables de cumplir dicha legislación. Las "llamadas con teleoperador" efectuadas a potenciales clientes o Promotores que promueven los productos o los servicios BLOWORLD o la oportunidad ofrecida por la Sociedad constituyen telemarketing y por lo tanto están prohibidas.

E. RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Según la política de la Sociedad todas las relaciones con los medios de comunicación (radio, televisión o prensa) deben gestionarse por portavoces de la empresa determinados por la Sociedad.
2. Los Promotores no deben responder o intentar responder a solicitudes de los medios de comunicación que se refieran a la Sociedad, al Programa de Alimentación Bioimis, a los servicios, o a su propia actividad de Promotor independiente BLOWORLD, y están de acuerdo en comunicar inmediatamente eventuales solicitudes recibidas a la Sociedad a la dirección info@bioimeworld.com.

F. MARCA DE FÁBRICA, MARCAS REGISTRADAS, INFORMACIONES PROPIETARIAS Y SECRETOS COMERCIALES

La marca Bioimis y la marca Bioworld son un bien importante y valioso. Contribuyen a identificar los productos de la Sociedad Bioworld en todo el mundo y a distinguirlos de los de la competencia. La Sociedad debe proteger su propia marca de fábrica de un mal uso y de cualquier tipo de violación, de lo contrario puede perderse. Cada vez que una marca de fábrica, una marca registrada, un logotipo o un símbolo se utilizan impropriamente o se utilizan por alguien que no sea el propietario, el valor y la importancia de la marca de fábrica pueden disminuir enormemente. Por lo tanto la Sociedad hará cualquier esfuerzo para proteger su propia marca de fábrica, el logotipo de la empresa y los dibujos relativos, de manera que nadie más pueda utilizarlos. Las normas expuestas a continuación se han desarrollado para mantener la integridad de la marca de fábrica de la Sociedad y para asegurar que el nombre y las marcas de la Sociedad estén disponibles exclusivamente para la actividad de la misma Sociedad.

1. Solicitud de autorización antes del uso: La Sociedad no consentirá el uso del propio nombre comercial (denominación social), de las marcas de concesión (Bioimis), marcas de fábrica (denominaciones de productos como por ejemplo Programa de Alimentación Bioimis), dibujos, o símbolos por parte de persona

- alguna, incluido el Promotor, sin previa autorización de la misma Sociedad.
2. Los Promotores no pueden utilizar o intentar registrar ningún nombre comercial, marca de fábrica, marca registrada, nombre de servicio, logotipo, nombre de producto, denominación empresarial de la Sociedad (llamados en conjunto Propiedad intelectual) actuales o sucesivamente comprados, ni ningún derivado o variación parecida de los mismos de manera tal que puedan crear confusión, errores o engaño en relación con la fuente de los productos o servicios publicitados.
 3. Los Promotores no pueden utilizar la Propiedad Intelectual de la Sociedad en una razón social, dirección de correo electrónico, nombre de dominio o dominios de rango inferior Web, número de teléfono, publicidad online, nombre de usuario ni ninguna otra dirección, contacto o título.
 4. Los Promotores están de acuerdo en reasignar inmediatamente a la Sociedad cualquier registro de denominación empresarial, denominación comercial, marcas de fábrica o nombres de dominio Internet de la Sociedad registrados o reservados en violación de esta disposición. El incumplimiento de esta disposición provocará la inmediata cancelación del estatus de Promotor.
 5. Las informaciones sobre el Promotor entre las que se encuentran: nombres, direcciones, direcciones de correo electrónico y números de teléfono de otros Promotores, son un secreto comercial que constituyen informaciones de propiedad de la Sociedad.
 6. Las informaciones propietarias de la Sociedad se transmiten al Promotor confidencialmente en virtud de este acuerdo de confidencialidad y de no divulgación.
 7. Los Promotores aceptan no revelar dichas informaciones a terceros o utilizarlas con fines no empresariales para competir con la Sociedad.
 8. Los Promotores reconocen que dichas informaciones propietarias de la Sociedad se caracterizan por su unicidad y que la divulgación o el uso de las mismas en contra de esta política provocará un daño irreparable a las actividades de la Sociedad y del Promotor independiente.
 9. A solicitud de la Sociedad, cualquier Promotor actual o pasado devolverá el original de las informaciones propietarias y todas las copias a la Sociedad.
 10. Los Promotores son profesionales autónomos y la Sociedad no impone limitaciones a ninguna actividad de participación o venta de los Promotores en otras actividades o programas de comercialización por redes sociales o la venta directa, a condición de que no se trate de una oportunidad directamente en competencia con BIOWORLD.

X. TRADUCCIONES A IDIOMAS EXTRANJEROS

En algunas ocasiones es posible que la Sociedad ponga a disposición traducciones a idiomas extranjeros del material de marketing, ventas y disposiciones. En caso de que surjan discrepancias en la redacción, en el significado o en la interpretación entre el inglés y la traducción al idioma extranjero, la versión en inglés prevalecerá siempre.

XI. DECLARACIÓN DE PRIVACIDAD

1. La Sociedad mantiene el firme compromiso por el respecto de la confidencialidad y hará todo lo posible para proteger la seguridad de los datos de los Clientes y de los Promotores que deciden ejercer una actividad BIOWORLD. La Sociedad garantiza medidas de seguridad para proteger la pérdida de datos, el uso incorrecto, la alteración de las informaciones confidenciales del Promotor o del Cliente que recoge y gestiona. La Sociedad utiliza líderes reconocidos en el sector de la tecnología "secure server" y "encryption" para proteger las transacciones de los Clientes y de los inscritos al Network Marketing Bioimis en calidad de Promotor, y toma cualquier precaución necesaria para proteger de un robo de identidad o de fraudes relacionados con tarjetas de crédito, incluida la verificación de las informaciones sobre el Promotor o sobre el Cliente en cada transacción.
2. Los Promotores reconocen el hecho de que recibirán o tendrán acceso a determinadas informaciones personales. Los Promotores mantendrán estas informaciones separadas y diferenciadas de cualquier otra información utilizada o conservada por el Promotor, y se comprometen con la Sociedad a recoger, utilizar y/o divulgar informaciones personales solo para fines autorizados por la sociedad en el respeto del uso y/o de la divulgación de las informaciones personales. El Promotor respetará siempre la legislación aplicable sobre privacidad e informará inmediatamente a la Sociedad de eventuales violaciones o sospechas de violaciones de la seguridad de la protección de las informaciones personales. En cualquier caso, son de aplicación las normas suscritas en la circular informativa sobre la privacidad firmada en la Solicitud para llegar a ser Promotor de BIOWORLD.

XII. MODIFICACIONES DEL PROGRAMA

La Sociedad tiene el derecho a modificar el Plan de comisiones, los precios de los servicios, las políticas y los procedimientos. Dichas modificaciones serán inmediatamente vinculantes tras su comunicación al Promotor. Las actualizaciones se publicarán en el back office del Promotor. Se pondrá a disposición una copia impresa bajo solicitud escrita del Promotor. Los Promotores convienen en cumplir dichas modificaciones. En tales casos el Promotor tendrá la facultad de rescindir el Contrato con un preaviso de 14 días.

XIII. CLÁUSULA DE NO RENUNCIA

La falta de ejercicio por parte de la Sociedad de los derechos contenidos en el presente documento, del Plan de Comisiones BIOWORLD, de la Solicitud para llegar a ser Promotor intermediario comercial Bioworld o de cualquier otro documento al que se hace referencia en el presente documento, no constituirá renuncia al derecho de la Sociedad a solicitar el cumplimiento de los mismos. La renuncia a este derecho por parte de la Sociedad puede hacerse efectiva solamente por escrito por un ejecutivo autorizado de la Sociedad.

XIV. EJECUCIÓN DE LAS DISPOSICIONES

Siempre que cualquier disposición del presente contrato resulte inválida, ilegal o no ejecutable por cualquier motivo, la Sociedad puede modificar o eliminar esta dispo-

sición. La modificación o la eliminación de cualquier cláusula o disposición no influirá de modo alguno en las restantes cláusulas y disposiciones, que seguirán en pleno vigor y efecto.

XV. LEGISLACIÓN APLICABLE, JURISDICCIÓN Y TRIBUNAL COMPETENTE

Toda controversia entre las Partes con respecto a la interpretación, ejecución y/o rescisión del Contrato será competencia del Tribunal de Padua, Italia. La Sociedad se reserva el derecho en cualquier caso de acudir al Juzgado del lugar en el cual el Promotor tenga su residencia o domicilio.

XVI. CONTACTOS

Telefono: +39 0499402333

Website: www.bioimis.com

E-mail: info@bioimisworld.com

Indirizzo: BIOWORLD Srl - Via Macello 45, 35013 - Cittadella (Padova) - Italia

© 2017 BIOWORLD Srl

RED BIOIMIS

Políticas y procedimientos
para todos los inscritos a la Red Bioimis

v . 5.3.2021

BIOIMIS[®]
ACCADEMIA ALIMENTARE