

# ENAGIC Europe



## **Políticas y procedimientos**

*Con efecto a partir de mayo de 2017  
El presente documento sustituye a todas las ediciones anteriores.*

## **Enagic Europe, GmbH**

### **Políticas y procedimientos**

1. La compañía, políticas y procedimientos, manual del distribuidor. Enagic Europe GmbH, en lo sucesivo denominada la «compañía», es una empresa de venta directa, que comercializa productos y servicios de la salud, así como otros productos y servicios de consumo a través de distribuidores independientes. Las políticas y los procedimientos aquí descritos son aplicables a todos los distribuidores independientes de la compañía. También forman parte de estas políticas el manual del distribuidor de Enagic publicado, modificado y reimpresso periódicamente, y el contrato de distribuidor de Enagic.

2. Requisitos del distribuidor. Se define como distribuidor a aquel que ha presentado una solicitud a la compañía, ha firmado el contrato de distribuidor y ha sido aceptado por la compañía como tal. La compañía se reserva el derecho de aceptar o rechazar a cualquier persona como distribuidor.

Todos los distribuidores deberán tener la edad legal requerida en su país de residencia. A menos que la compañía haya renunciado por escrito a la solicitud, considerará a cada pareja casada como un único distribuidor. Los cónyuges podrán patrocinarse directamente entre sí, pero no se les permitirá ser patrocinados en líneas diferentes. Si la compañía descubriera que el segundo cónyuge ha sido patrocinado bajo una línea diferente por cualquier motivo, se reserva el derecho de cambiar el estatus de dicho cónyuge de distribuidor a usuario, o de transferir el derecho de distribución a su distribuidor superior. Si un cónyuge ya fuera un distribuidor, el cónyuge no participante podrá convertirse en distribuidor, pero deberá unirse a la misma distribuidora autorizada que su cónyuge, o ser patrocinado directamente por él o ella. La compañía se reserva el derecho de rechazar cualquier solicitud de nueva distribución. En el caso de divorcio, las partes implicadas deberán notificar a la compañía cómo se va a gestionar la distribuidora a partir de entonces. De lo contrario, la compañía reconocerá la decisión final o resolutoria de la distribuidora.

Si un distribuidor ya existente estuviera dispuesto a abrir una segunda o tercera distribuidora autorizada, esta cuenta deberá abrirse con su cuenta preexistente o con la cuenta de su patrocinador.

Los distribuidores son representantes de ventas independientes de la compañía y no deberán ser considerados compradores de una franquicia o una distribuidora. El acuerdo entre la compañía y sus distribuidores no supondrá la creación de ninguna relación de empleador/empleado, agencia, asociación o empresa en participación entre la compañía y los distribuidores. Todo distribuidor deberá eximir a la compañía frente a cualquier

reclamación, daño o responsabilidad derivada de las prácticas comerciales del distribuidor. Los distribuidores no tienen autoridad alguna para vincular a la compañía a ninguna obligación. Se recomienda que cada distribuidor establezca su propio horario y determine sus propios métodos de venta, siempre que cumpla las políticas y los procedimientos de la compañía.

Los distribuidores independientes serán plenamente responsables del cumplimiento de sus obligaciones tributarias y fiscales según las leyes de la Unión Europea. Enagic Germany no realizará servicios de retención tributaria, ni la empresa será responsable de los impuestos no pagados en nombre de los distribuidores independientes.

El programa de la empresa se basa en las ventas al por menor al consumidor final. La compañía también reconoce que es posible que los distribuidores deseen comprar productos o servicios en cantidades razonables para su propio uso personal o familiar. Por este motivo, las ventas al por menor con fines de bonificación incluirán las ventas a no participantes, así como las ventas a distribuidores para uso personal o familiar, que no se realicen con fines de cualificación o ascenso. Es política de la empresa, sin embargo, la prohibición estricta de la compra de cantidades excesivamente grandes de inventario de productos con el único fin de acceder a bonificaciones o ascender en el programa de comercialización. Los distribuidores no podrán adquirir grandes cantidades del inventario ni animar a otros a hacerlo. Los distribuidores deberán cumplir con los requisitos de ventas minoristas personales y de línea descendente publicados, incluidas las ventas minoristas requeridas a los no participantes, y las responsabilidades de supervisión para poder optar a bonificaciones, comisiones de venta o ascensos.

Los distribuidores no podrán realizar declaraciones sobre la compañía salvo las aprobadas y proporcionadas por escrito por ella, tales como sus políticas y procedimientos y/o cualquier otra literatura y publicaciones impresas oficiales.

3. Integridad de la presentación de las transacciones. Es esencial para el éxito de la compañía, de sus distribuidores y de sus clientes que las presentaciones de transacciones mantengan una integridad de la comunicación. Es de esperar que todas las presentaciones de transacciones a la compañía, entre otras, las solicitudes de distribución, las comunicaciones y las transacciones financieras y de consumo, sean presentadas por la persona o entidad implicada en dicha transacción. Se prohíbe la presentación por parte de terceros de todas o parte de las transacciones. Un distribuidor no deberá realizar presentaciones de transacciones en nombre de otro distribuidor, de un potencial distribuidor o de un cliente. Un distribuidor no podrá utilizar su tarjeta de crédito o cuenta bancaria en nombre de otro individuo o distribuidor, salvo si está autorizado como pagador alternativo. Esta regla se aplicará a cualquiera o a todas las formas de presentación de

transacciones, incluidas, entre otras, las realizadas por internet, por teléfono, por fax, por correo electrónico, etc.

4. Conducta empresarial. En la gestión de los negocios, el distribuidor salvaguardará y velará por la reputación de los productos y servicios de la compañía, absteniéndose de cualquier mala conducta que pudiera ser perjudicial para la compañía. La comercialización de productos y servicios deberá ser coherente con el interés público, y deberá evitar toda conducta o prácticas groseras, engañosas, erróneas, poco éticas o inmorales. Está totalmente prohibido que los distribuidores interfieran con otros distribuidores, los acosen o perjudiquen y deberán respetar en todo momento su privacidad. Los distribuidores no deberán hablar mal de la compañía, de sus productos o de sus servicios, de sus planes de comercialización y compensación, ni de sus distribuidores o empleados. La infracción de alguno de los puntos anteriores será motivo de rescisión del acuerdo.

5. Proporcionar apoyo al patrocinador. Todo distribuidor que patrocine a otros distribuidores deberá desempeñar el papel de supervisor, distribuidor y vendedor de buena fe durante la venta y/o entrega del producto al consumidor final. El distribuidor también será responsable de formar a su línea descendente. Los distribuidores deberán mantener un contacto, una comunicación y una supervisión continuas con las personas en su organización de ventas. Esta supervisión podrá consistir, por ejemplo, en: correspondencia escrita, reuniones personales, contacto telefónico, correo de voz, correo electrónico, sesiones formativas, acompañamiento de personas a los cursos de formación de empresa, etc. Los distribuidores deberán poder proporcionar a la empresa una prueba anual del cumplimiento continuo de sus responsabilidades como patrocinadores.

6. Responsabilidad fiscal. Todos los distribuidores serán personalmente responsables de pagar los impuestos locales, estatales y federales adeudados por comisiones o cualquier otro ingreso proveniente de la venta de productos y servicios de la compañía.

7. Publicidad de la información correcta. Los distribuidores de la empresa solo podrán anunciar productos, servicios o planes de marketing de la empresa aprobados por la empresa. Los distribuidores aceptan no hacer declaraciones engañosas o fraudulentas sobre la compañía, sus productos, su plan de compensación o sus potenciales de ingresos.

a) Los distribuidores de Enagic no comprarán sistemas de tratamiento de aguas de Enagic para su reventa. Un distribuidor de Enagic deberá recibir los pedidos de clientes minoristas o para uso personal en su calidad de cliente y distribuidor. Los sistemas de tratamiento de aguas de Enagic no están destinados a la reventa. Serán vendidos por Enagic a precios determinados. Los distribuidores no podrán vender un sistema de tratamiento de aguas de Enagic a un precio distinto al determinado por Enagic. Los

distribuidores de Enagic no podrán anunciar, ofrecer o proporcionar a un cliente un descuento u otra consideración para facilitar un precio más bajo al cliente por un sistema de tratamiento de aguas de Enagic.

8. Marcas comerciales, nombres comerciales y publicidad.

a) El nombre de la compañía y otros nombres adoptados por esta son nombres comerciales y marcas registradas propiedad de la compañía. Como tales, estas marcas son de gran valor para la compañía y se proporcionan a los distribuidores para que las utilicen únicamente de manera autorizada. Los distribuidores aceptan no anunciar los productos o servicios de la compañía de ningún otro modo distinto a los materiales publicitarios o promocionales que la compañía pone a disposición de los distribuidores. Los distribuidores se comprometen a no utilizar ningún material escrito, impreso, grabado o cualquier otro material utilizado en la publicidad, promoción o descripción de los productos, servicios ni tampoco el programa de marketing de la compañía que no esté protegido por derechos de autor o no haya sido suministrado por la compañía, a menos que dicho material haya sido enviado a la compañía y aprobado por escrito antes de su difusión, publicación o exhibición.

b) Como contratista independiente, el distribuidor será plenamente responsable de todas sus declaraciones verbales y escritas acerca de los productos, servicios y/o programas de marketing que no estén expresamente contenidos por escrito en el contrato de distribuidor actual, publicidad o materiales promocionales proporcionados por la compañía. El distribuidor se compromete a indemnizar a la compañía y a eximirla de cualquier responsabilidad, incluidas sentencias, sanciones civiles, reembolsos, minutas de abogados, costas judiciales, pérdida de negocio o reclamaciones incurridas por la compañía como resultado de las representaciones no autorizadas del distribuidor.

c) La compañía no permitirá el uso de sus derechos de autor, diseños, logotipos, nombres comerciales, marcas comerciales, etc., sin su autorización previa por escrito. Los distribuidores no podrán utilizar el logotipo de la compañía en materiales de marketing o de ventas, excepto en las tarjetas de visita aprobadas. El término de marca comercial Kangen Water™ deberá escribirse adecuadamente. Además de estas prohibiciones generales, la compañía prohíbe estrictamente el uso de sus marcas comerciales o logotipos junto con la venta de cualquier otro producto que no sea de la compañía.

d) Todos los materiales de la compañía, ya sean impresos, en vídeo, producidos mediante grabación de sonido o en internet, están protegidos por derechos de autor y no pueden ser reproducidos en su totalidad o en parte por distribuidores ni por cualquier otra persona, excepto en los casos autorizados por la compañía. El permiso para reproducir cualquier material se considerará solamente en circunstancias extremas. Por lo tanto, el distribuidor no deberá esperar que se le vaya a conceder dicha autorización.

e) Los distribuidores de la compañía no podrán producir, utilizar ni distribuir ninguna información relativa a los contenidos, características o propiedades de los productos o servicios de la compañía que no hayan sido directamente proporcionados por esta. Esta prohibición incluye, entre otros, los medios impresos, de audio o de vídeo.

f) Los distribuidores de la compañía no podrán producir, vender o distribuir literatura, películas o grabaciones sonoras que sean engañosamente similares a las producidas, publicadas y proporcionadas por la compañía para sus distribuidores, ni tampoco podrán comprar, vender o distribuir materiales que no sean de la compañía o que impliquen o sugieran que dichos materiales proceden de la compañía.

g) Todo anuncio con la copia de la marca comercial que no esté contemplado en las normas anteriores deberá presentarse a la compañía y deberá contar con su aprobación por escrito antes de su publicación.

h) Cualquier forma de publicidad, incluido el correo directo y los carteles, deberá contar con la aprobación por escrito antes de su difusión, publicación o exhibición. Está estrictamente prohibida la publicidad en la radio, la televisión, la prensa escrita, las revistas y los sitios web, excepto en el sitio web del distribuidor.

i) **Los distribuidores no podrán realizar afirmaciones sobre las propiedades terapéuticas o curativas de los productos. En particular, ningún distribuidor podrá afirmar que los productos de la compañía están destinados a diagnosticar, tratar, curar o prevenir alguna enfermedad.** Tales declaraciones serán consideradas afirmaciones médicas. De conformidad con la política de prohibición de afirmaciones médicas, curativas o de tratamiento, Enagic detalla la aplicación específica de estas políticas, que incluirán, entre otros:

1. La prohibición de realizar afirmaciones médicas, curativas o de tratamiento, ya sean expresas o implícitas;
2. La prohibición de usar materiales de comercialización y promocionales que describan la capacidad de Kangen Water™ de aliviar, curar, diagnosticar, prevenir, aliviar o tratar cualquier condición médica, enfermedad, dolencia o enfermedad.
3. Cualquier violación de estas directrices será susceptible de acciones disciplinarias, tales como la suspensión del encargo y/o terminación de la condición de distribuidor.

j) Están estrictamente prohibidas la producción y venta de cualquier material de marketing, incluida la grabación en DVD de seminarios, sin la autorización previa de la compañía. Los distribuidores que infrinjan este artículo estarán sujetos a la suspensión y/o el cese sin previo aviso.

9. Política de internet y sitios web. La compañía tiene su propio sitio web corporativo oficial. Los distribuidores podrán crear su propio sitio web con fines publicitarios mediante un programa de empresa autorizado (**Enagic Web System**), que permite a los distribuidores elegir una plantilla que podrá personalizarse con mensajes e información de contacto propios. Estos sitios web se enlazarán directamente con el sitio web de la empresa, lo que proporcionará al distribuidor una presencia profesional y aprobada por la empresa en internet. Los distribuidores solo podrán utilizar estos sitios web previamente aprobados. Los distribuidores no están autorizados a diseñar de forma independiente un sitio web que utilice el nombre, los logotipos y las descripciones de productos y servicios de la empresa, ni podrán utilizar anuncios «ciegos» en internet que hagan declaraciones de productos o ingresos asociados a los productos, servicios o el plan retributivo de la compañía. Cualquier persona que infrinja las normas anteriormente mencionadas estará sujeta a acciones disciplinarias, incluida la rescisión de la condición de distribuidor.

10. Prohibición de ventas en sitios web no autorizados.

Los distribuidores no podrán vender o promocionar los productos de la compañía en ningún sitio web de compra, subasta y anuncios clasificados por internet como eBay, Amazon.com, craigslist.com, etc. Cualquier vulneración de este artículo constituirá motivo de suspensión del encargo y/o la rescisión de la condición de distribuidor.

11. Política de prohibición de spam. La compañía prohíbe específicamente la difusión masiva de correos electrónicos o información no solicitada, relativa a los productos, servicios y oportunidades de negocio de la compañía. La compañía tiene una política de tolerancia cero con las prácticas de «spamming». Los distribuidores que infrinjan la «política de prohibición de spam» de la compañía estarán sujetos a la rescisión, la suspensión o acciones disciplinarias.

12. Establecimientos minoristas. Los productos o servicios de la compañía solo podrán ser exhibidos y vendidos en establecimientos minoristas cuyo negocio consista en concertar citas con clientes (por ejemplo, peluquerías, consultorios médicos y gimnasios). La venta de productos o servicios Enagic dentro de estas instalaciones minoristas deberá ser proporcionada por un distribuidor. Esta reunión deberá ir precedida de una demostración informativa, en la que el distribuidor presentará los productos y servicios al cliente. La literatura, los banners o los letreros producidos por la compañía solo se podrán mostrar en una estantería, en un mostrador o en una pared del distribuidor. No se podrán vender productos o servicios de una estantería ni sacarse de un expositor para su compra por parte de un cliente. Los productos o servicios de la empresa no podrán venderse en ningún establecimiento minorista, ni siquiera mediante cita, si en dicho establecimiento se venden productos o servicios de la competencia. La compañía podrá

anunciar periódicamente políticas y reglas que amplíen o reduzcan restricciones sobre las ventas en establecimientos minoristas.

13. Prohibición de afiliación con otras empresas que comercializan tratamientos de aguas.

a) Supondrá la ruptura de la relación entre empresa-distribuidor, si los distribuidores de ENAGIC eligieran comercializar productos de la competencia como productos de tratamiento de agua, filtración de agua o conversión de agua alcalina. Por lo tanto, si un distribuidor de Enagic desea mantener su estatus de distribuidor, no podrá vender ni comercializar ningún producto de tratamiento de agua, filtración de agua o conversión de agua alcalina similar a los productos vendidos por Enagic.

b) La bonificación 6A2-3 solo está disponible para los distribuidores que realizan ventas directas exclusivas o marketing multinivel (MLM) para Enagic.

14. Prohibición de venta de Kangen Water. **Está estrictamente prohibida la venta de Kangen Water® embotellada o envasada producida con una máquina Enagic.** No se podrán recoger «donaciones» ni otras sumas de dinero de la distribución de Kangen Water®. Está prohibido cargar a los clientes el uso de electricidad o el uso general de la máquina durante la demostración. Estos gastos son considerados gastos comerciales y, por lo tanto, deberán ser pagados por el distribuidor y no por el cliente. Cualquier infracción de esta sección constituirá una causa para la rescisión de su condición de distribuidor.

Se autoriza el suministro de Kangen Water® embotellada a un posible comprador. Sin embargo, está estrictamente prohibido etiquetar la botella y adjuntar el logotipo de la compañía, ya que podría crear la impresión de que el agua de muestra está «a la venta», en lugar de tratarse de una mera muestra proporcionada sin cargo alguno. De este modo se evita infringir las normativas estatales o locales relativas al «embotellado» y a la venta de «agua embotellada».

15. Ferias comerciales. Los distribuidores podrán presentar en las ferias comerciales los productos, servicios y oportunidades de negocio de Enagic, previa autorización por escrito de la compañía. La solicitud de participación del distribuidor en ferias comerciales deberá ser recibida por escrito por la compañía como mínimo dos semanas antes de la feria. Para participar en la feria se requerirá la autorización previa y por escrito de la compañía. A menos que esta autorización por escrito esté garantizada, los productos, servicios e información de oportunidades de negocio de la compañía no podrán ser presentados en el stand de la feria. Solo se podrán mostrar o distribuir materiales de marketing producidos por la empresa. Ningún distribuidor podrá vender o promocionar los productos, servicios u oportunidades de negocio de la compañía en mercadillos, reuniones de intercambio o ventas de garaje.



16. Territorio asignado. A los distribuidores no se les asignan territorios exclusivos con fines de comercialización. Por lo tanto, nadie estará autorizado a declarar o insinuar que tiene la propiedad exclusiva de un determinado territorio. No existen limitaciones geográficas para el patrocinio de distribuidores o la venta de productos dentro de Europa o de cualquier país aprobado en el que la compañía esté registrada para hacer negocios.

17. Ventas internacionales. Ningún distribuidor independiente podrá exportar o vender (directa o indirectamente) a exportadores los productos, la literatura, las ayudas a las ventas o los materiales promocionales de la compañía, sus productos, servicios o programas de la UE o de otros países aprobados. Los distribuidores independientes que elijan el patrocinio internacional podrán hacerlo en países en los que la compañía esté registrada para desarrollar su negocio. Los distribuidores deberán cumplir plenamente las reglas de funcionamiento de la empresa distribuidora en ese país. Cualquier infracción de esta regla constituirá una vulneración de este contrato y será motivo para la rescisión inmediata de la distribución.

18. Cambio de nombre comercial. La compañía se reserva el derecho de autorizar o desautorizar el cambio de nombres comerciales del distribuidor, la creación de asociaciones, corporaciones y fideicomisos con fines tributarios, de planificación patrimonial y de responsabilidad limitada. Si la compañía aprobara dicho cambio por parte del distribuidor, el nombre de la organización y los nombres de los directivos de la organización deberán aparecer en el acuerdo de solicitud del distribuidor, junto con el número de la seguridad social o el número de identificación nacional. Está prohibido realizar cambios para intentar eludir o infringir las reglas de la compañía relativas al reclutamiento de miembros de otras líneas o «raiding», la captación, la segmentación, el patrocinio cruzado o la interferencia. 19. Cancelación de la distribución. El distribuidor podrá rescindir el contrato de distribuidor independiente, en cualquier momento y por cualquier motivo, mediante la notificación por escrito a la compañía de la decisión de rescindir el contrato. Todas las rescisiones así realizadas serán aceptadas y se harán efectivas. A partir de la fecha de rescisión efectiva, el distribuidor independiente perderá todos los privilegios de liderazgo y organización de la línea descendente, y ya no será elegible para ningún encargo, bonificaciones o premios. Él o ella no podrá anunciar, vender, promover los productos de la compañía o comprar productos de la compañía.

La organización de la línea descendente del distribuidor que haya rescindido el contrato será automáticamente transferida a su línea ascendente inmediata. El antiguo distribuidor deberá esperar seis (6) meses para poder ser patrocinado nuevamente como distribuidor de la compañía, ya sea como individuo o como empresa.

20. Cambio de precios de productos o de servicios. La compañía tendrá derecho a cambiar los precios de los productos o servicios, así como a realizar cambios en el estado de la política y los procedimientos en cualquier momento y sin previo aviso.

21. Impuestos y normativas. Todo distribuidor deberá cumplir con todos los impuestos y normativas estatales y locales que rigen la venta de productos o servicios de la compañía.

22. Política de devoluciones. A pesar de que la política de garantía de los clientes de la compañía es más prolongada, todas las ventas al por menor deberán cumplir con la ley alemana de derecho de devolución de 14 días, siempre que el producto no se haya utilizado. Si el plazo expirase en un día no laborable, el plazo se prorrogará hasta el siguiente día laborable. La compañía deberá ser informada inequívocamente y por escrito de la decisión de cancelar la compra. Los productos no utilizados deberán ser enviados inmediatamente después de informar a la compañía. El comprador deberá abonar los gastos de envío de la devolución.

23. Productos de firma de la compañía. Los productos de firma de la compañía están relacionados con el tratamiento, la purificación y el ajuste del contenido alcalino del agua. Estos productos son fundamentales para la marca y la imagen de Enagic. Por tanto, aunque los distribuidores son libres de vender productos de terceros proveedores dentro de las directrices marcadas por las políticas de la compañía, un distribuidor de la compañía no podrá, durante el período de vigencia de la distribución, vender productos que estén en el mismo ámbito que los productos de firma de la compañía. La infracción de esta disposición podría dar lugar a la rescisión de la condición de distribuidor.

24. Prohibición de reclutamiento de otras líneas o «raiding» y la captación cruzada de productos u otras oportunidades comerciales y/o de marketing multinivel. La compañía se toma muy en serio su responsabilidad de proteger el sustento de su personal de ventas y el duro trabajo invertido en construir una organización de ventas. El reclutamiento de otras líneas y la captación de actividades realizadas por un distribuidor a otros miembros de la organización de ventas con respecto a productos y servicios no empresariales y otras oportunidades de marketing multinivel o de negocio perjudica gravemente al programa de comercialización de la compañía e interfiere en la relación entre la compañía y su equipo de ventas. Esto también destruye el sustento de otros distribuidores, que han trabajado duro para construir su propio negocio, sus ventas y los beneficios que han obtenido contribuyendo a la construcción de la organización de ventas. Por lo tanto, los distribuidores no deberán vender en ningún momento, directa o indirectamente, a otros distribuidores de la compañía, ni solicitarles, productos o servicios ajenos a la compañía, ni tampoco deberán promover otras oportunidades de marketing comercial o programas de marketing multinivel. Todo distribuidor de la compañía se

abstendrá de participar en cualquier actividad de reclutamiento o de promoción (directa o indirectamente, por sí mismo o conjuntamente con otros) dirigida a los distribuidores de la compañía para obtener oportunidades o productos de otras empresas de venta directa. A menos que la compañía lo apruebe por escrito, esta prohibición incluye la venta o la solicitud de productos o servicios no pertenecientes a la compañía en reuniones organizadas para ventas, promoción, contratación de formación, demostración, etc., esta prohibición de segmentación, interferencia, captación y reclutamiento o «raiding» se mantendrán vigentes durante el plazo de vigencia del contrato de distribución y durante un período de dos (2) años a partir de la fecha de terminación del contrato de distribución. Durante el periodo de vigencia de este contrato y los dos (2) años posteriores, todo distribuidor se abstendrá de contratar, directa o indirectamente, a ninguno de los distribuidores de la compañía para unirse a otras empresas de ventas directas o de marketing de red. Tampoco estará autorizado a solicitar, directa o indirectamente, servicios o productos a los distribuidores de la compañía que, de alguna manera, interfieran en las relaciones contractuales entre la compañía y sus distribuidores.

Debido a la naturaleza única y a la marcada asociación de Enagic con los sistemas de tratamiento de aguas, así como debido a la posible confusión y conflicto de intereses que pudiera ocurrir, los distribuidores de Enagic no podrán participar en la representación o venta de sistemas de tratamiento de aguas ofrecidos por cualquier empresa que no sea Enagic.

25. Cláusula de confidencialidad del vendedor. La relación comercial de la compañía con sus vendedores, fabricantes y proveedores es confidencial. Ningún distribuidor se pondrá en contacto ni se comunicará directa o indirectamente con ningún proveedor o representante del fabricante de la compañía, excepto en el caso de un evento patrocinado por la empresa en el que este último esté presente a petición de la compañía. La infracción de esta normativa podría dar lugar a la terminación del contrato, así como a reclamaciones por daños, si la asociación del vendedor/fabricante se viese comprometida por el contacto del distribuidor.

26. Recuperación de la comisión. La compañía estará facultada para exigir el reembolso de cualquier comisión previamente abonada por una venta de producto/servicio, en el caso de cancelación, reversión o reembolso de dicha compra de dicho producto/servicio. La compañía recuperará la comisión mediante el ajuste del siguiente pago con cheque al distribuidor. En el caso de que no hubiera ninguna comisión que ajustar, el distribuidor que hubiese recibido la comisión abonada deberá pagarla a través de la «venta revertida» con un plazo de 30 días de aviso por parte de la compañía.

27. Cláusula de confidencialidad de la información de línea descendente. La compañía proporcionará periódicamente información para su tratamiento e informes al

distribuidor que aporte datos sobre la organización de ventas de línea descendente del distribuidor, las compras de productos y la mezcla de productos. El distribuidor acepta que dicha información es confidencial y que es una propiedad de la compañía que se transmite al distribuidor de manera confidencial. El distribuidor se compromete a no revelar dicha información directa o indirectamente a terceros, ni a utilizarla para competir con la compañía durante o después de la vigencia del acuerdo. El distribuidor y la compañía acuerdan que, sin este acuerdo de confidencialidad y no divulgación, la compañía no proporcionará la información confidencial antes mencionada al distribuidor.

28. Cambio de estado civil. Matrimonio: Dos distribuidores de la compañía que contraigan matrimonio entre sí después de haber establecido sus propias distribuidoras individuales podrán continuar operando sus distribuidoras ya existentes.

*Divorcio:* Si una pareja casada se divorcia, deberá comunicar a la compañía quién va a asumir la responsabilidad de la distribución, mediante los siguientes procedimientos:

- a) Un acuerdo por escrito firmado por ambas partes indicando quién va a conservar la distribución.
- b) La sentencia judicial sobre quién recibe la custodia sobre la distribución
- c) Una notificación de retención de la distribución conjunta y un acuerdo para operarla en calidad de asociación.

Los distribuidores divorciados podrán solicitar una nueva distribución sin tener que esperar 6 meses.

*Muerte:* Tras la muerte de un distribuidor, los derechos y responsabilidades de la distribución podrán ser traspasados al heredero legítimo, legalmente declarado, siempre y cuando esta persona rellene una nueva solicitud de distribuidor y presente una copia del certificado de defunción del distribuidor fallecido.

*Discapacidad:* En el caso de que un distribuidor quedara incapacitado de manera que ya no pudiera cumplir las obligaciones requeridas para un distribuidor de la compañía, su representante o tutor legalmente autorizado:

- a) Se pondrá en contacto con la empresa en un plazo de treinta (30) días a partir de la declaración de discapacidad e informará sobre la condición del distribuidor y los planes para la futura gestión de la distribución, y sobre si el distribuidor decide retenerla o cancelarla.
- b) Proporcionará una copia autorizada del documento notarial o judicial del nombramiento como representante o tutor del distribuidor.
- c) Proporcionará una copia autorizada del documento notarial o judicial que establezca su derecho a administrar el negocio de la compañía.

Si el representante o tutor legalmente autorizado planea continuar con la distribución, deberá rellenar una nueva solicitud de distribución y recibir la formación requerida

equivalente al nivel del distribuidor discapacitado en el momento de la discapacidad. Estos requisitos se deberán cumplir en un plazo de seis meses.

29. Actualizaciones de la máquina. Todas las actualizaciones de las máquinas deberán ser autorizadas por el jefe de ventas regional a cargo del área de ventas correspondiente. La compañía se reserva el derecho de rechazar actualizaciones de máquinas a su plena discreción. Las actualizaciones de máquinas nuevas no utilizadas están permitidas en un plazo de 14 días a partir de la fecha de compra. La diferencia del precio y los gastos de envío correrán a cargo del cliente.

30. Venta o cesión. Cualquier mercancía vendida a terceros no legitima a estos últimos a convertirse en distribuidores de Enagic Europe GmbH. Los distribuidores acuerdan informar a todos los terceros acerca de los hechos anteriores y acuerdan, además, no prometer ninguna posibilidad de transferencia de los derechos de distribuidor.

Los distribuidores no podrán vender, asignar o ceder su distribuidora, posición de marketing u otros derechos de distribuidor sin la previa solicitud y aprobación por escrito de la compañía. Este párrafo también es aplicable a la cesión de cualquier interés en una entidad propietaria de una distribución, incluidas sin carácter exhaustivo las corporaciones, sociedades, los fideicomisos u otra entidad distinta de una persona física. La compañía se reserva el derecho de revisar el acuerdo de venta y verificar la renuncia del patrocinador de la línea ascendente, en el caso de que este último se negara a comprar la distribuidora.

Los distribuidores no podrán añadir a un cosolicitante a su propia distribuidora y, a continuación, eliminar este nombre de la distribuidora en un intento de eludir los procedimientos de venta, asignación, delegación o fusión de la compañía. El distribuidor primario deberá esperar doce (12) meses tras haber añadido a un cosolicitante a la distribuidora, antes de que se le permita eliminar el nombre de dicho cosolicitante de la distribuidora. Está prohibido utilizar o ceder una venta en un intento de burlar la política de la compañía sobre reclutamiento o «raiding», captación, patrocinio cruzado o interferencia.

El distribuidor se compromete a, durante un período de dos (2) años desde la venta o cesión, no alterar, dañar o perjudicar en el negocio de la compañía, ni a interferir directa o indirectamente en dicho negocio, ya sea mediante el reclutamiento o «raiding» de sus empleados o distribuidores, interrumpiendo su relación con los clientes, agentes, representantes, distribuidores, proveedores, vendedores o fabricantes o de otro modo. «Interrumpir» o «interferir» incluirá, entre otros, la captación directa o indirecta o el reclutamiento para otras oportunidades de negocio, productos o servicios, de otras empresas de venta directa. Un distribuidor que desee vender o ceder su distribuidora

deberá reconocer y aceptar esta disposición antes de la finalización de la venta o cesión de su distribuidora.

31. Derechos de la compañía. La compañía se reserva expresamente el derecho de modificar o corregir los precios, las normas y los reglamentos, las políticas y los procedimientos, la disponibilidad de los productos y el plan de compensación. Previa notificación por escrito, dichas modificaciones se incorporarán automáticamente como parte del contrato entre la compañía y el distribuidor. La forma de comunicar dichos cambios por parte de la compañía incluye, entre otros, el correo postal, el correo electrónico, el fax, la publicación en el sitio web de la compañía, la publicación en boletines de noticias o revistas de la compañía, etc.

a) Enagic se reserva el derecho de adoptar todas las decisiones finales sobre la interpretación de los artículos establecidos en sus políticas y procedimientos. La decisión final de la compañía basada en la interpretación de los artículos establecidos en las políticas y procedimientos de la empresa será efectiva con carácter inmediato. Todos los distribuidores estarán obligados a acatar la decisión de la empresa sobre la interpretación de los artículos de las políticas y procedimientos de la empresa.

32. Propiedad no individual. Un distribuidor puede ser una persona jurídica (sociedad o corporación). Sin embargo, ninguna persona física podrá participar en más de tres (3) distribuidoras de cualquier forma sin el permiso previo y por escrito de la compañía. Lo anterior se considerará únicamente en las circunstancias más extremas y extraordinarias.

a) Una distribuidora puede cambiar de estatus con el mismo patrocinador, de una persona física a una sociedad o corporación, o de una sociedad a una corporación con la documentación apropiada y completa presentada a la compañía, y que informe de todos los socios, accionistas, directivos o directores de la sociedad o corporación.

33. Distribuidora individual. Una persona física puede tener hasta tres (3) distribuidoras en la compañía. Esta persona física no podrá ser propietaria de ninguna otra distribuidora, ya sea a título individual o conjunto, ni podrá participar como socia, propietaria, accionista, fideicomisaria, directora o miembro de la asociación, fuera de su patrocinio.

34. Distribuidora de entidad. Una entidad (corporativa) propietaria puede tener hasta cinco (5) distribuidoras en la compañía, siempre y cuando se abran con la misma cuenta.

35. Garantía de la entidad para los propietarios. Aunque la compañía haya ofrecido a los distribuidores la oportunidad de dirigir su distribuidora con la forma de una corporación, una sociedad de responsabilidad limitada, un fideicomiso o una asociación,

esas entidades seguirán estando bajo el control de sus propietarios y directores, y de las acciones de los propietarios o beneficiarios individuales, que podrían afectar el negocio de la compañía. Así pues, las acciones de los propietarios o beneficiarios particulares que pudieran estar relacionadas con la compañía y la distribución se considerarán críticas para el negocio de la compañía. Por lo tanto, se acuerda que las acciones de los accionistas, directivos, directores, fideicomisarios, beneficiarios, agentes, empleados u otras partes relacionadas o interesadas de la entidad propietaria, que difieran de las políticas de la compañía, serán atribuibles a la entidad corporativa, sociedad de responsabilidad limitada, fideicomiso o sociedad.

En el caso de que cualquiera de los accionistas, directivos, directores, fideicomisarios, beneficiarios, agentes, empleados u otras partes relacionadas liquidara su participación patrimonial en la distribución, cualquier acción de dichas partes que continúe teniendo un interés, directo o indirecto, en la distribuidora será atribuido a la distribuidora.

36. Miembros de la misma unidad familiar - Responsabilidad. Los miembros de una misma unidad familiar podrán operar como una distribuidora de la compañía, pero no podrán convertirse en distribuidores separados de la compañía. Una unidad familiar está compuesta por los cónyuges y sus dependientes. Nota: Los hijos mayores de 18 años de edad y que hayan alcanzado la mayoría de edad en su país de residencia no se consideran parte de la unidad familiar de sus padres.

La compañía reconoce que los miembros de la misma unidad familiar pueden pertenecer a oportunidades de venta directa competidoras. Aunque las acciones de las partes suelen ser de buena fe, en algunas circunstancias existe un abuso de relaciones en las que el miembro de la unidad familiar no perteneciente a la compañía se dedica al reclutamiento o captación de la organización de ventas de la compañía. Dado que el miembro de la unidad familiar que tiene una participación patrimonial en la distribuidora de la compañía está en la mejor posición para evitar el reclutamiento o la actividad de patrocinio cruzado por su miembro de la unidad familiar, la actividad de reclutamiento cruzado del miembro del hogar no perteneciente a la compañía se atribuirá a la distribuidora de la compañía y será sometido a una acción disciplinaria o a la rescisión de la distribuidora.

37. Comisión, subvención educativa 6A y/o incentivo para distribuidores inactivos (D1, D0, FA0). Si un distribuidor tiene una venta directa en un plazo de seis meses, estará cualificado para recibir una comisión completa, una subvención educativa 6A y/o un incentivo de punto especial (SP). La cualificación para SP caducará una vez transcurridos tres meses. Este estado se denomina como «D1». Si el distribuidor no tiene una venta directa dentro de seis meses, pero por lo menos tiene una venta dentro de dos años, estará cualificado para recibir el 50 % de la comisión, una subvención educativa 6A y/o un

incentivo. Este estado se denomina como «D0». Si el distribuidor no tiene ninguna venta directa en un plazo de dos años, no estará cualificado para recibir ninguna comisión o incentivo. Este estado se denomina como «FA0». Un distribuidor con estado FA0 puede volver a registrarse como distribuidor dentro del mismo grupo 6A2-3.

El pago de la comisión, de la subvención educativa incentivo educacional 6A y/o del incentivo se realizarán en función de la situación del distribuidor en la fecha en que se tramitó la comisión. En el caso de un cliente del Sistema de Pago Enagic (ECS), el estado del distribuidor se decidirá en función de la lista de pagos emitida los días 8 y 22 de cada mes. Si este día cayera en sábado, domingo o día festivo, el pago de la comisión se hará el siguiente día hábil.

38. Incumplimiento del pago. Se pondrá fin a la distribuidora en el caso de que un distribuidor incumpla el pago de las compras de productos de la compañía. En el caso de que un distribuidor compre un producto, ya sea en calidad de consumidor o como distribuidor de la compañía, y posteriormente incumpla el pago, la distribuidora está sujeta a la terminación inmediata. Esta regla se aplicará a un distribuidor individual y a un distribuidor corporativo o sociedad, cuando uno de los principales propietarios/partes con participación patrimonial en la distribuidora incurra en mora.

39. Medidas disciplinarias. La vulneración por parte del distribuidor de cualquiera de las políticas y los procedimientos, del contrato y de los términos y condiciones o cualquier conducta comercial ilegal, fraudulenta, engañosa o poco ética por su parte podría resultar, a discreción de la compañía, en la aplicación de una o varias de las siguientes medidas disciplinarias:

a) Emisión de una advertencia o amonestación por escrito.

b) Imposición de una multa, que podrá imponerse de inmediato o retenerse de futuras comisiones.

c) La reasignación de todo o de una parte de la organización de venta del distribuidor.

d) La congelación de las comisiones durante un período indefinido.

e) La suspensión, que podría dar lugar a la terminación de la condición de distribuidor o a su restablecimiento con condiciones o restricciones.

f) La finalización de la distribución.

40. Derecho de cese. La compañía se reserva el derecho a cesar en el servicio a cualquier distribuidora en todo momento, cuando el distribuidor haya violado las disposiciones del contrato de distribuidor (incluidas las disposiciones de estas políticas y procedimientos en su última versión) o las disposiciones de las leyes y normas aplicables de trato justo. Dicho cese involuntario será decidido por la compañía a su discreción. Tras un cese involuntario, la compañía notificará al distribuidor por correo postal a la dirección



más reciente que figure en la base de datos de la compañía. En el caso de una terminación, el distribuidor afectado se compromete a dejar de declararse a sí mismo distribuidor de inmediato.

#### 41. Cese en el servicio

a) Una vez que se adopte la decisión de dar por terminado el servicio de una distribuidora, la compañía informará a este respecto al distribuidor por escrito y la decisión surtirá efecto en la fecha de la notificación por escrito. El aviso de cese será enviado a través de un servicio de correo certificado a la dirección del distribuidor, y se guardará una copia de dicha notificación en el archivo de la compañía.

b) El distribuidor tendrá 14 días a partir de la fecha de envío para apelar por escrito contra la decisión de cese, y proporcionar pruebas por escrito que refuten las conclusiones de la compañía sobre las vulneraciones del contrato, de sus políticas y/o de sus reglas. Si la reclamación no se recibiera dentro del plazo de 14 días, el cese se considerará automáticamente definitivo.

c) En el caso de que el distribuidor presentara una reclamación oportuna contra el cese, la compañía revisará y reconsiderará la terminación, adoptará cualquier otra medida adecuada y notificará al distribuidor acerca de su decisión. Una vez que se hubiera adoptado la decisión final, ya no será objeto de ninguna otra revisión adicional. En el caso de que no se revocara la rescisión, la fecha de terminación seguiría siendo el aviso original de cese de la compañía. El distribuidor afectado por el cese no podrá volver a ser patrocinado como distribuidor de la compañía.

d) Una vez rescindido el contrato, cesarán todos los derechos de distribución. El/ella ya no podrá optar a ninguna comisión, bonificación o prima. Tampoco podrá anunciar, vender o promocionar los productos de la compañía.

e) La organización de la línea descendente del distribuidor afectado por la rescisión será automáticamente transferida a su línea ascendente inmediata.

42. Patrocinio. Todos los distribuidores tienen derecho a patrocinar a otros. Además, cada individuo tiene el derecho último de elegir a su propio patrocinador. Si dos distribuidores reivindican ser los patrocinadores del mismo nuevo distribuidor, la compañía deberá considerar la primera solicitud recibida por la oficina central corporativa como prioritaria.

a) Como regla general, es una buena práctica considerar al primer distribuidor que ha reivindicado el patrocinio y responsabilidad de trabajar de manera significativa con el futuro distribuidor, pero esto no es necesariamente obligatorio. Es recomendable aplicar los principios básicos del sentido común y de la consideración.

b) Para mayor comodidad, la compañía proporciona varios métodos para registrar a los distribuidores recientemente patrocinados, incluido el fax y el registro en línea. Hasta el

momento en que la compañía reciba una solicitud completa (que contenga toda la información adecuada, así como la firma del posible distribuidor) mediante copia impresa, fax o datos digitales, el registro incompleto solo se incluirá en la categoría de registro «previsto». Por lo tanto, aunque la compañía intente facilitar el registro, seguirá siendo responsabilidad del distribuidor patrocinador entregar un contrato de distribuidor completo y firmado con el distribuidor futuro si desea ser reconocido como su distribuidor patrocinador oficial.

c) Aquellos que patrocinan a mucha gente, pero que no ayudan a los nuevos distribuidores a desarrollar su negocio solo lograrán un éxito limitado. Por lo tanto, es responsabilidad del distribuidor ser proactivo y asegurarse de que el nuevo distribuidor esté debidamente informado y familiarizado con el producto, con el plan retributivo, con las políticas y procedimientos y con las directrices profesionales de la industria del marketing en red.

d) Cuando se solicita a un posible distribuidor que se una al programa de red de la compañía, el distribuidor deberá explicarle claramente lo siguiente:

(1) Productos: tipo, rendimiento y calidad de cada producto.

(2) Plan retributivo

(3) Políticas y procedimientos

(4) Derechos y deberes del distribuidor

(5) Otros elementos importantes que afectarán a la capacidad de decisión del futuro distribuidor

e) Los distribuidores nunca deben proporcionar información falsa para fomentar la celebración de un contrato de venta o para impedir que el comprador cancele el contrato.

f) Las ventas minoristas son un requisito del programa de red de la compañía.

g) Todos los distribuidores deberán identificarse con su nombre y el número de identificación de la empresa ante el posible comprador.

h) La compañía no ofrece descuentos en ventas ni otras concesiones. Así pues, el distribuidor tampoco podrá ofrecerlos. Cualquier descuento ofrecido por un distribuidor podrá ser motivo de cese.

43. Transferencia del patrocinio. La transferencia rara vez está permitida y se desaconseja constantemente. Mantener la integridad del patrocinio es absolutamente obligatorio para el éxito de la organización en general.

a) Las transferencias se aprobarán generalmente en estas dos (2) circunstancias:

(1) En el caso de un patrocinio no ético por parte del patrocinador original. En tales circunstancias, la sociedad será la autoridad final.

(2) Con la renuncia total a la compañía y la espera de seis (6) meses antes de volver a presentarse con un nuevo patrocinador.

44. Declaraciones de ingresos. No se harán afirmaciones de ingresos, proyecciones de ingresos ni se mostrarán cheques de comisiones para atraer a los posibles distribuidores. Está prohibido realizar cualquier declaración falsa, engañosa o falaz con respecto a la oportunidad, el producto y/o el servicio.

45. Información clara de su estatus. Cuando un distribuidor se refiera a sí mismo, deberá indicar claramente su condición de distribuidor independiente. Por ejemplo, si el distribuidor tiene un teléfono comercial, el número no podrá aparecer con el nombre de la compañía ni con ninguna otra forma que no revele su condición de contratista independiente del distribuidor.

46. Solicitud de registros. La compañía cumplirá plenamente todas las solicitudes de registro que vayan acompañadas de una carta de autorización debidamente firmada por la persona cuyos registros se solicitan. Además, la compañía cumplirá plenamente todas las solicitudes de registros de las agencias gubernamentales dotadas de la autoridad para solicitar tales documentos, siempre que dicha solicitud vaya acompañada de la documentación legal requerida.

47. Anuncios en la prensa escrita. Algunos representantes independientes utilizan la publicidad clasificada en los periódicos para buscar candidatos. Se aplicarán las siguientes reglas:

- Ningún anuncio dará a entender que hay un «trabajo» o «puesto» disponible.
- No podrán prometerse ingresos específicos.
- Los anuncios no deberán contener hechos engañosos sobre la compañía, sus oportunidades y/o su línea de productos.

48. Tarjetas de presentación y papelería. Cualquier material impreso, incluidas las tarjetas de visita y el material de papelería, deberá tener la aprobación previa de Enagic. Los criterios para aprobar estos materiales incluyen una valoración sobre la calidad de los materiales, así como la declaración adecuada del estado independiente del distribuidor.

49. Reclutamiento telefónico. El nombre de la compañía o los materiales protegidos por derechos de autor no se podrán usar con dispositivos de llamada automáticos u operaciones de telemarketing con el objetivo de reclutar distribuidores o clientes minoristas.

50. Consultas de prensa. Cualquier consulta para los medios de comunicación deberá ser remitida inmediatamente a la compañía. Esta política está destinada a asegurar la precisión y la coherencia con la imagen pública.

51. Cláusula de indemnización y de exención de responsabilidad. Por la presente, el distribuidor independiente indemniza y exime a la compañía, a sus directivos, directores y

agentes, de todas y cada una de las reclamaciones, pretensiones, procedimientos judiciales y administrativos, cargos, responsabilidades, pérdidas, daños, costes y gastos. Esto incluye, sin limitación alguna, las costas judiciales, los honorarios y gastos de abogados y consultores que se realicen, archiven o tasen contra la compañía, derivados de las operaciones y representaciones comerciales del distribuidor, como las siguientes:

a) Violar e/o incumplir los términos del contrato del distribuidor, de las políticas y los procedimientos, de las reglas y regulaciones, del manual del programa de marketing, de las directrices o de cualquier otra directiva de la compañía con respecto al método y el modo de operación comercial del distribuidor independiente;

b) Participar en cualquier conducta no autorizada por la compañía y su programa de mercado;

c) Cualquier fraude, negligencia o mala conducta intencionada en el funcionamiento del negocio del distribuidor independiente;

d) La distorsión o la representación no autorizada del producto o servicio de la compañía, de la oportunidad de comercialización o del programa de comercialización de la compañía;

e) El incumplimiento de cualquier ley federal, estatal o local, regulación, ordenanza y/o cualquier orden o norma emitida por cualquier tribunal competente;

f) La realización de cualquier acción que exceda el alcance de la autoridad concedida por la compañía al distribuidor.

g) La participación en cualquier actividad en la que la compañía no tenga un control efectivo sobre las acciones del distribuidor.

52. Renuncia. La compañía nunca renunciará a su derecho de insistir en el cumplimiento de estas reglas o de cualquier otra ley aplicable que rija el desarrollo del negocio. Esto es aplicable a todos los casos, tanto de forma expresa como implícita, a menos que un directivo de la compañía autorizado para vincularla en contratos o acuerdos especifique por escrito que la compañía renuncia a cualquiera de estas disposiciones. Además, si en algún momento la compañía permitiera el incumplimiento de las reglas, dicho permiso no se extenderá a casos futuros. Esta disposición se refiere al concepto de «renuncia», y las partes acuerdan que la compañía no renuncia a ninguno de sus derechos en ninguna circunstancia, con excepción de la anteriormente mencionada.

53. Legislación aplicable. Los tribunales competentes para la compañía serán los de Düsseldorf, Alemania. Las partes acuerdan que la jurisdicción y el foro se basarán en el lugar de aceptación de la solicitud del distribuidor.

54. Validez parcial. En el caso de que alguna parte de las present políticas y procedimientos, de la solicitud y del contrato del distribuidor, o cualquier otro instrumento mencionado en este documento o emitido por Enagic sea declarado ineficaz por un tribunal

competente, el resto de dichas reglas, solicitudes o instrumentos seguirá siendo plenamente eficaz y válido.

### **Información de contacto de la empresa**

Immermanstrasse 33 Düsseldorf, Alemania

(tel.) +49-(0) 211-936570-00

(fax) +49-(0)211-936570-27

### **Manejo del producto y responsabilidad del distribuidor:**

1. El futuro distribuidor deberá cumplir con los requisitos de volumen de ventas personales para ser reconocido y registrado como distribuidor activo de Enagic.
2. Los distribuidores que deseen adquirir productos de la compañía dispondrán de planes de pago favorables especiales.
3. El distribuidor puede vender productos a través de las compañías de financiación que firmen un contrato con Enagic.
4. El distribuidor asumirá la plena responsabilidad de cualquiera de los siguientes problemas que pudieran surgir en relación con su propio cliente.
  1. El distribuidor adoptará sin demora las siguientes acciones en el caso de la cancelación de un contrato de venta durante el período de prueba:
    - a. Devolver la comisión y otros precios/cargos aplicables a Enagic.
    - b. Sustituir la cuenta cancelada por otra cuenta.
    - c. Cualquier acción que no sea (a) y (b) se realizará después de su negociación entre el distribuidor, Enagic y el peticionario.
  2. Proporcionar toda la información que solicite la compañía de vez en cuando con respecto a su recaudación de dinero pagadero por los productos.

3. Proporcionar toda la información que solicite la compañía ocasionalmente con respecto a su gestión de reclamaciones relacionadas con ventas distintas de las anteriores.

La Comisión de Ventas de Enagic emitirá sin demora un pago mediante transferencia bancaria en favor del distribuidor una vez expirado el período de prueba, o mediante otro modo en función de las instrucciones del distribuidor.

### **Perfil de la compañía:**

### **ENAGIC JAPÓN**

**Denominación comercial** [Enagic Co., Ltd](#)

Echizenya Bldg. 7F, 1-1-6 Kyobashi  
Chuo-ku, Tokyo 104-0031

#### **Oficina central**

TEL.: +81 (3) 5205-6030

FAX: +81 (3) 5205-6035

#### **Director delegado**

Hironari Oshiro, presidente y director  
ejecutivo

#### **Constitución de la sociedad**

21 de junio de 1974

1-40-1, Hoshida-kita

Katano-city, Osaka

#### **Fábrica**

TEL.: +81 (72) 893-2290

**Centro de Servicios**

Enagic Services Co., Ltd.  
1-40-1, Hoshida-kita  
Katano-city, Osaka

**Centro de suministro**

TEL.: +81 (72) 893-3306  
Enagic Co., Ltd.  
Centro de suministro 1-40-1, Hoshida-  
kita  
Katano-city, Osaka

TEL.: +81 (72) 893-9027

**ENAGIC ALEMANIA Y SEDE EUROPEA**

**Düsseldorf**

Enagic Europe GmbH  
Immermannstr. 33  
40210 Düsseldorf, Alemania

TEL.: +49 211-936570-00

FAX: +49 211-936570-27

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 19:00

Sá 11:00 - 17:00

**SUCURSAL ENAGIC ITALIA**

**Roma**

Enagic Italy  
Via Marco Aurelio, 35  
00184 Roma, Italia

TEL.: +39 06-3330- 670

FAX: +39 06-3321-9505

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

**SUCURSAL ENAGIC FRANCIA**

**París**

Enagic France

8-10 Avenue Ledru Rollin

75012 París, Francia

TEL.: +33 (0) 1 47 07 55 65

FAX: +33 (0) 1 83 71 17 06

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 10:00 - 18:00

**ESTACIÓN DE SERVICIO/CENTRO DE FORMACIÓN EN RUMANÍA**

**Brasov**

Branduselor nr: 68-70 6th floor

500397 Braşov, Rumanía

TEL.: +40-374028779

MANTENIMIENTO/SERVICIO:

+40-767606677

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 18:00

[Romania@enagiceu.com](mailto:Romania@enagiceu.com)

**CENTRO DE FORMACIÓN PORTUGAL**

**Porto**

Enagic Training Center

Av. de França, nº 735

4250 214 Porto, Portugal

TEL.: +351 22 8305464



**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

[portugal@enagiceu.com](mailto:portugal@enagiceu.com)

**SUCURSAL ENAGIC RUSIA**

**Moscú**

LLC "Enagic Rus"

Letnikovskaya Str. 10 Bld. 4, Floor 1

115114, Moscú, Rusia

TEL.: +7 (495) 988-02-05

FAX: +7 (495) 988-02-06

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

[sales@enagic.com.ru](mailto:sales@enagic.com.ru)

**SUCURSAL ENAGIC CANADÁ**

**Richmond**

Van City Building Suite 678

5900 No.3 Road Richmond

British Columbia, Canadá V6X 3P7

TEL.: (604) 214-0065

FAX: (604) 214-0067

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

**SEDE CENTRAL ENAGIC EE. UU.**

**Los Ángeles**

4115 Spencer Street

Torrance, CA 90503-2419

TEL.: (310) 542-7700

FAX: (310) 542-1700

**Horario de oficina sede Los Ángeles: (horal local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

Sá 09:00 - 17:00

**Horario de oficina Los Ángeles Plaza: (hora local)**

Ma, Ju, Vi de 09:00 - 21:00

Lu, Mi 09:00 - 17:00

**Horario de oficina EIC: (horal local)**

Lu-Vi 07:00 - 18:00

Sá 09:00 - 17:00

El Centro de Información Enagic (EIC) está situado en la sede de Los Ángeles.

**SUCURSAL ENAGIC MÉXICO**

**Nuevo León**

Av Vasconcelos 345

col Santa Engracia

San Pedro Garza Garcia

Nuevo León, México

TEL.: +52 (81) 8242-5500

FAX: +52 (81) 8242-5549

**Horario de oficina: (horal local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

Sá 09:00 - 13:00

**SUCURSAL ENAGIC AUSTRALIA**

**Australia**

Enagic Australia Pty Ltd.

15/33 Waterloo Rd

Macquarie Park New South Wales 2113, Australia

TEL.: +61 - 2-9878- 1100

FAX: +61-2-9878-1200

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

## **SUCURSAL ENAGIC TAIWÁN**

### **Taiwan**

Enagic Taiwan

Nanjing East Road, 3-337 12F B Room

Xiong Shan Qu, Taipei City, Taiwán

TEL.: 886 - 2-2713- 2936

FAX: 886-2-2713-2938

### **Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

## **SUCURSAL ENAGIC FILIPINAS**

### **Filipinas**

Enagic Philippines, Inc.

Unit 3-4, 16th Floor

RCBC Savings Bank Corporate Center

Bonifacio Global City, Taguig City Metro Manila

TEL.: 632-519-5508

FAX: 632-519-1923

### **Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 10:00 - 19:00

## **SUCURSAL ENAGIC HONG KONG**

### **Hong Kong**

Enagic Hong Kong

Unit 1615-17, 16th Floor Miramar Tower

132 Nathan Rd.

Tsim Sha Tsui, Kowloon

Hong Kong

TEL.: (852) 2154-0077

FAX: (852) 2154-0027

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 10:00 - 19:00

Sá 10:00 - 18:00

**SUCURSAL ENAGIC COREA**

**Corea**

Enagic Korea Co., Ltd.

7F 118-3, Nonhyun-dong

Gangnam-gu Seoul, Corea

TEL.: 02-546-8120

FAX: 02-546-8127

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

**ESTACIÓN DE SERVICIO ENAGIC MAURICIO**

**Mauricio**

Enagic Mauritius

Jean Bernard Lebon

T9 residence Beau Soleil

Albion, Mauricio

TEL.: (00230) 9738260

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

**SUCURSAL ENAGIC GUADALUPE**

**Guadalupe**

Enagic Guadeloupe

Felix Dinane

Route de Jaspard

97139 Abymes

TEL.: (00590) (0) 690578020

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

**SUCURSAL ENAGIC SINGAPUR**

**Singapur**

Enagic Singapore Pte Ltd

111 N Bridge Rd,

25-04 Peninsula Plaza

Singapur 179098

TEL.: (+65) 6720-7501

FAX: (+65) 6720-7505

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 10:00 - 19:00

**SUCURSAL ENAGIC MALASIA**

**Malasia**

Enagic Malaysia Sdn Bhd

Unit NO 25-6 & 27-6, The Boulevard

Mid Valley City, Lingkaran Syed Putra

59200 Kuala Lumpur, Malasia

TEL.: +603-2282-2332

FAX: +603-2282-233

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

**SUCURSAL ENAGIC INDONESIA**

**Indonesia**

Enagic Indonesia

The Plaza Office Tower 22nd Floor

Jl. M.H. Thamrin Kav. 28-30

Jakarta 10350 Indonesia

TEL.: +62 21 29923111

FAX: +62 21 29928111

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Vi 09:00 - 17:00

**SUCURSAL ENAGIC TAILANDIA**

**Tailandia**

Enagic Thailand

14th Floor, Unit 1408-1410, Park Ventures Ecoplex,

57 Wireless Road,

Kwang Lumpini, Khet Patumwan,

Bangkok 10330

TEL.: +662 - 116-3046- 50

FAX: +662-116-3044

**Horario de oficina: (hora local)**

Lu-Sá 10:00 - 19:00