

CONDICIONES DE USO DE LOS LOYALTY PROGRAMS

Versión: abril 2019

Preámbulo

- a. Lyconet International AG, con sede en Orbi Tower, Thomas-Klestil-Platz 13, 1030 Viena, Austria y con el número de registro FN 503414s, opera un programa de marketing bajo el nombre de "Lyconet" (en adelante: "**Lyconet Marketing Program**").

El principal elemento de este Lyconet Marketing Program es este Acuerdo Lyconet que permite a operadores autónomos e independientes establecer y promover su programa de fidelización de clientes. Una vez firmado dicho Acuerdo Lyconet con Lyconet International AG (en adelante, "**Lyconet**"), se obtiene el estatus de distribuidor independiente de Lyconet (en adelante, "**Marketer**").

Lyconet International AG ha sido autorizada por myWorld International Limited con sede en 3rd Floor, 40 Bank Street, Londres E14 5NR, Reino Unido para promocionar el Cashback World Program, entre otras cosas. El Cashback World Program es una Shopping Community operada por myWorld International Limited, junto con sus empresas filiales y socios mediante la cual los participantes ("**afiliados**"), adquieren una serie de ventajas al realizar la compra de bienes y servicios en los establecimientos comerciales ("**establecimientos comerciales**").

- b. El marketer puede elegir entre dos programas de fidelización de clientes:

- i. el Loyalty Program Starter y
- ii. el Loyalty Program Reseller

(en lo sucesivo, "**Loyalty Programs**")

Para llevar a cabo el Lyconet Marketing Program, Lyconet emplea como empresa proveedora de servicios a mWS myWorld Solutions AG, Grazbachgasse 87-93, 8010 Graz, Austria. La empresa proveedora de los servicios de los Loyalty Program es mWS myWorld Solutions AG, Grazbachgasse 87-93, 8010 Graz. mWS myWorld Solutions AG ha acordado con myWorld International Limited la venta a los Marketers, junto con las empresas filiales de myWorld International Limited, de los Loyalty Program ofertados por mWS myWorld Solutions AG. Para desarrollar el proceso de venta, myWorld International Limited se sirve de las distintas empresas filiales de cada país. En España, los Loyalty Programs serán ofertados por mWS myWorld Customer & Retail Services Spain S.L.U., Cardenal Marcelo Spínola 2, Planta 6ª derecha, 28016 Madrid (en lo sucesivo: "**myWorld**") en su nombre y por su cuenta y riesgo.

- c. Estas Condiciones de Uso establecen de forma adicional al Acuerdo Lyconet para distribuidores independientes de Lyconet (en su versión vigente en cada momento) los derechos y obligaciones del Marketer en relación con el uso de los Loyalty Programs. Las siguientes estipulaciones constituyen la base para entender los conceptos del Acuerdo Lyconet.

1. Base contractual y sistemática

- 1.1 Solo los Marketers pueden aceptar las presentes Condiciones de uso.
- 1.2 Las presentes Condiciones de uso, junto con los anexos y el proceso de pedido online utilizado para la conclusión del contrato se aplicarán a la celebración del contrato y al uso de los Loyalty Programs.
- 1.3 En caso de incompatibilidades, se aplica el siguiente orden de prioridad:
 - (a) proceso de pedido online
 - (b) estas Condiciones de uso
 - (c) los anexos de estas Condiciones de uso

En caso de incompatibilidades entre reglamentos con el mismo nivel de prioridad, se aplicará el reglamento más específico.

2. Loyalty Programs

- 2.1 El Marketer puede elegir entre dos tipos de Loyalty Programs:
 - (a) el Loyalty Program Starter y
 - (b) el Loyalty Program Reseller
- 2.2 El Marketer recibirá el Loyalty Program descrito en el **Anexo 1** (Descripción de servicios).
- 2.3 Los Loyalty Programs le serán proporcionados al Marketer en forma de plataforma online para su uso mediante conexión a Internet. El Marketer puede utilizar los Loyalty Programs con un navegador estándar que no supere los 2 años de antigüedad, una línea ADSL y un ordenador con una resolución de 1280x1024 píxeles o superior.

3. Punto de interconexión

El Marketer usará los Loyalty Programs mediante conexión a internet. El Marketer es responsable de su conexión a Internet y de la velocidad de la transmisión de datos. Los Loyalty Programs se ofrecerán en forma de servicio basado en el navegador (*Software as a Service (SaaS)*) en el punto de transferencia del firewall externo del contratista o subcontratista conectado a la red troncal de Internet. Al Marketer se le proporcionarán los datos de acceso necesarios (usuario, contraseña) ("**identificadores**").

4. Disponibilidad y tiempo de inactividad

Los Loyalty Programs se proporcionan para su utilización como servicio SaaS en sistemas de procesamiento de datos (servidores) con la disponibilidad adecuada. La disponibilidad no se considera inadecuada si la interrupción del servicio se debe a:

- (a) Aquellas circunstancias ajenas a la parte y por las cuales no es responsable, como la interrupción del servicio debido a causas de fuerza mayor, a una interrupción por parte de los proveedores de Internet o a componentes o información proporcionada por el Marketer;
- (b) una interrupción relativa al sistema empleado con los Loyalty Programs del Marketer o
- (c) cualquier labor de mantenimiento necesaria y razonable de los sistemas empleados para proporcionar los Loyalty Programs, salvo que sea necesario implementar medidas inmediatas de seguridad sin que la culpa sea atribuible al contratista.

5. Derechos de uso

- 5.1 El contratista otorga al Marketer el derecho simple, no exclusivo y no transferible de emplear los Loyalty Programs de acuerdo con las presentes Condiciones de Uso. El Marketer no tiene derecho a descargar y/o copiar el software proporcionado online en el marco de la prestación de los Loyalty Programs ni a hacerlo mediante terceros. Ambas partes están de acuerdo en que para emplear los Loyalty Programs a través de internet no es necesario ni está permitido que el Marketer reproduzca el software.
- 5.2 Todos los contenidos de los Loyalty Programs están protegidos por marcas comerciales o derechos de autor. Incluso en el caso de que no existan esos derechos especiales de protección, el Marketer tiene derecho a imprimir dichos contenidos y documentos únicamente para su propio uso interno. La transmisión o el uso de dichos documentos impresos a terceros (por ejemplo, en páginas web, folletos y presentaciones, entre otros) no está permitido sin la autorización previa por escrito del contratista. No es posible realizar ninguna modificación de los contenidos.
- 5.3 El Marketer tiene prohibido realizar ingeniería inversa, desmontar o descompilar el software de los Loyalty Programs. Asimismo, el Marketer no puede modificar, retirar ni eliminar ninguna muestra de marcas comerciales ni distintivos u otro tipo de identificadores relativos a los derechos de propiedad intelectual, nombres de marcas u otros derechos de propiedad que tenga el software de los Loyalty Programs, incluyendo indicaciones de la naturaleza confidencial y la prohibición de divulgación del software.
- 5.4 El Marketer no podrá compartir el Software de los Loyalty Program (incluidos los identificadores) con terceros sin previo aviso del contratista.
- 5.5 El Marketer otorga al contratista el derecho, en el marco de su uso del Loyalty Program, de emplear los contenidos configurados por el Marketer en su base de datos, para su recuperación por parte del Marketer y para corrección de errores, en concreto, al guardar, duplicar, mantener la disponibilidad de los contenidos.
- 5.6 El Marketer deberá indemnizar al contratista por toda reclamación de terceros derivada de un incumplimiento doloso de las obligaciones de la presente cláusula 5.

6. Pago

- 6.1 El Marketer deberá abonar la cuota acordada con motivo del proceso de pedido (en lo sucesivo: "**tasa de utilización**") más IVA en la divisa que corresponda.
- 6.2 La cuota por utilización se abonará por adelantado en un plazo de 10 días desde la recepción de la factura.
- 6.3 El Marketer podrá elegir el método de pago durante el proceso de pedido. Los diferentes métodos de pago disponibles se mostrarán durante el proceso del pedido.
- 6.4 Queda excluido el derecho del Marketer a compensar las cuentas con deudas activas del contratista. Esto no será de aplicación si se trata de deudas activas recíprocas e interdependientes o si el Marketer las compensa con una deuda activa no contestada o reconocida mediante sentencia firme o vista para sentencia.
- 6.5 El Marketer puede reivindicar derechos de retención u otros derechos para impedir la ejecución de reclamaciones del contratista únicamente en la medida en que las reconvenções también estén basadas en el Acuerdo Adicional.
- 6.6 Si el Marketer no realiza los pagos de conformidad con el Acuerdo, el contratista podrá denegar el servicio. En caso de que el Marketer no satisfaga los pagos, se procederá a la cancelación automática del pago sin necesidad de previo aviso.

7. Subcontratistas

La parte tiene derecho a emplear a subcontratistas para cumplir sus obligaciones.

8. Obligaciones de los Marketers

- 8.1 El Marketer deberá tomar precauciones para proteger los Loyalty Programs del acceso de terceros. Para tal fin, deberá:
- (a) guardar los Identificadores en un lugar seguro e
 - (b) indicar a sus empleados y a toda persona autorizada que está prohibida la realización de copias al margen de los límites permitidos por el presente Acuerdo y obligar a dichas personas a cumplir las Condiciones de uso.
- 8.2 Al usar los Loyalty Programs, el Marketer estará obligado a no infringir reglamentos legales ni perjudicar derechos de terceros, en especial en la función "My Site", y/o a guardar, transmitir o publicar contenidos que
- (a) sean difamatorios, ofensivos, obscenos, discriminatorios, que ensalcen la violencia o que pudieran emplearse para promover el odio racial o actos de violencia, o
 - (b) infrinjan los derechos protegidos de terceros o para los cuales el Marketer no haya recibido todas las licencias y/o autorizaciones necesarias.

En especial, está prohibido el uso de los Loyalty Programs para el envío de publicidad ilegal a terceros por medio de publicaciones electrónicas. El Marketer será el único responsable de todos los contenidos de la función "My Site" que él mismo cargue o elabore.

- 8.3 El Marketer no deberá dar la impresión, mediante textos o imágenes, de que la información enviada por el Marketer mediante los Loyalty Programs ha sido autorizada o proporcionada por el contratista.
- 8.4 En caso de que el Marketer pusiera en peligro la integridad o la estabilidad del sistema informático básico que proporciona los Loyalty Programs debido al no correcto funcionamiento del sistema del Marketer o debido a que el Marketer esté generando picos de demanda inadecuados, por ejemplo, el contratista podrá dejar de proporcionar los Loyalty Programs de forma temporal para no perjudicar la operación del sistema por parte de otros usuarios.
- 8.5 Los Loyalty Programs solo pueden ser empleados por personas físicas. Está expresamente prohibido el uso indirecto por parte de clientes automatizados.
- 8.6 En el caso de que el Marketer incumpla las disposiciones de las cláusulas 8.1 a 8.5, el contratista podrá enviar un aviso al Marketer. En caso de que el Marketer no rectifique el incumplimiento de la obligación sin demora o en caso de que incumpla repetidamente esta obligación o si el peligro es inminente, el contratista se reserva el derecho a bloquear temporalmente las funciones correspondientes de los Loyalty Programs y a mantenerlas bloqueadas hasta que cese o se rectifique dicho incumplimiento. En este caso, el contratista deberá informar inmediatamente al Marketer del bloqueo y darle la oportunidad de explicarse. Lo anterior no afectará de ninguna manera el derecho de rescisión extraordinaria por una causa justificada.
- 8.7 El Marketer deberá indemnizar al contratista por todas las reclamaciones de terceras partes contra el contratista relacionadas con el uso de los Loyalty Programs por parte del Marketer, incluidos los costes razonables para la defensa judicial y extrajudicial de tales reclamaciones, salvo que dicha reclamación de un tercero no sea atribuible al Marketer.
- 8.8 El Marketer será responsable de proteger correctamente y ante posibles riesgos todos los datos exportables del Marketer que se encuentren en servidores operados por el contratista o una de sus empresas subcontratistas en el marco del uso por parte del Marketer de los Loyalty Programs. El Marketer debe imprimir las estadísticas para su posterior archivo. El contratista solo será responsable de forma limitada en caso de pérdida de datos de acuerdo con la cláusula de las presentes Condiciones de uso.

9. Servicios

Puede encontrar los datos de contacto (número de teléfono y dirección de correo electrónico) en www.lyconet.com.

10. Reclamaciones por defectos

- 10.1 El contratista proporcionará los Loyalty Programs con una disponibilidad media anual razonable y deberá garantizar que cumplen con las características acordadas de conformidad con la Descripción de servicios (Anexo 1).
- 10.2 El Marketer deberá notificar al contratista inmediatamente y por escrito con todo detalle cualquier defecto de los Loyalty Programs así como cualquier error que se produzca durante su uso. El Marketer deberá seguir las instrucciones del contratista o sus subcontratistas para llevar a cabo el análisis del problema lo más razonablemente que sea posible y deberá remitir al contratista toda la información de la que disponga para subsanar dicho defecto.
- 10.3 En caso de que el cumplimiento de las obligaciones resulte imposible para el contratista debido a la falta de cooperación o al retraso en la misma por parte del Marketer, el contratista quedará exonerado de su obligación.

- 10.4 El Marketer no disfrutará del derecho de rescisión de las presentes Condiciones de uso cuando se deba a defectos. Lo anterior no afectará de ninguna manera al derecho de rescisión.

11. Limitación de responsabilidad

- 11.1 El contratista se responsabiliza de forma ilimitada de la vulneración de la vida, del cuerpo o de la salud que se deban a la violación intencionada o negligente por parte del contratista o sus agentes indirectos. Para cualquier daño que pueda derivarse de una violación dolosa por parte del contratista o sus agentes indirectos, el contratista se responsabilizará de forma ilimitada.
- 11.2 Para cualquier daño que pueda derivarse de una violación negligente por parte del contratista o sus agentes indirectos, el contratista sólo se responsabilizará de forma limitada de los daños típicos y previsibles.
- 11.3 Para daños derivados del incumplimiento negligente de dichas obligaciones, que son fundamentales para la correcta ejecución del contrato y en cuyo cumplimiento confía y debe confiar el Marketer (obligaciones fundamentales), el contratista se responsabiliza de forma limitada de los daños típicos y previsibles.
- 11.4 Los daños típicos y previsibles equivalen a la compensación que el Marketer deberá satisfacer de acuerdo con la cláusula 6.1 por los daños causados.
- 11.5 La responsabilidad relativa a la recuperación de los datos del Marketer se limitará a los costes empleados para restablecer dichos datos, en el caso de que, bien de acuerdo a la manera especificada por el contratista en la cláusula 8.8, bien por parte de una subcontratista, los datos se almacenen con regularidad, o bien puedan reconstruirse de alguna otra manera a través de datos legibles por ordenador con gastos justificables.
- 11.6 Queda excluido cualquier otro tipo de reclamación por daños salvo lo especificado en la cláusula 11.8. En particular queda excluida la responsabilidad por parte del contratista ante defectos ya existentes en el momento de la formalización del contrato, independientemente de quién sea culpable de dichos defectos.
- 11.7 En caso de que la responsabilidad del contratista quedase excluida o limitada, también lo estará para la responsabilidad personal de los empleados, representantes legales y de los auxiliares ejecutivos del contratista.
- 11.8 La limitación y exención de responsabilidad según se establece en la cláusula 11 no afectarán a la responsabilidad del contratista según se establece en las disposiciones legales de carácter obligatorio de la Ley de Responsabilidad del Producto, debido a la ocultación dolorosa de un defecto, así como a la asunción de la garantía por la naturaleza de un objeto.

12. Protección de datos

- 12.1 Las partes cumplirán las correspondientes disposiciones vigentes de la Ley de Protección de Datos y obligarán a sus empleados y encargados implicados en el presente Acuerdo a cumplirlas de igual forma a fin de garantizar la confidencialidad de los datos.
- 12.2 Lyconet International AG, Orbi Tower, Thomas-Klestil-Platz 13, 1030 Viena, Austria, así como mWS myWorld Customer & Retail Services Spain S.L.U., Cardenal Marcelo Spínola 2, Planta 6ª derecha, 28016 Madrid, recopilan, almacenan y gestionan el nombre, apellidos, número de teléfono, dirección de correo electrónico y número de afiliado del Marketer que corresponda con el fin de tramitar los pedidos de los Loyalty Programs. Con fin de llevar a cabo los pedidos, Lyconet y myWorld emplean a mWS myWorld Solutions AG, Grazbachgasse 87-93, A-8010 Graz y le transmiten los datos mencionados anteriormente con este fin.
- 12.3 Al Marketer se le recordará que la tecnología actual no permite garantizar la seguridad de los datos transmitidos en redes públicas, como Internet. El Marketer será el responsable de mantener la seguridad de los datos a la hora de transmitir sus datos a través de internet.
- 12.4 mWS myWorld Solutions AG no almacenará ni gestionará los datos de las tarjetas bancarias. Para tramitar los pagos con tarjetas de crédito, mWS myWorld Solutions AG se sirve de Global Collect Services B.V., Planetenweg 43-59, 2132 HM Hoofddorp, Países Bajos (Ingenico ePayments). Puede dirigir sus consultas sobre este tema a international@lyconet.com.

13. Obligaciones de confidencialidad y mantenimiento de registros

- 13.1 El Marketer se compromete a cuidar adecuadamente toda la información y sus derivados (como información electrónica impresa) que reciba por parte del contratista y a gestionarla con confidencialidad, emplearla solo de acuerdo con el Acuerdo adicional y a mantenerla a salvo del acceso de terceros no autorizados. Lo anterior es de aplicación en concreto a la información confidencial (por ejemplo, datos de facturación y de compras, know-how, conceptos, especificaciones, información comercial y medidas de seguridad informática como la protección ante accesos, contraseñas, datos, algoritmos, programas informáticos, documentos con código fuente, conexiones a redes y otros elementos similares).
- 13.2 Los terceros no autorizados son todas las personas salvo i) los empleados, abogados, colaboradores y asesores de la propia parte, y ii) las empresas asociadas y sus empleados, abogados, colaboradores y asesores que, debido a sus fines comerciales, deban tener

en su posesión información confidencial y que hayan aceptado de antemano cumplir obligaciones de confidencialidad que no sean menos estrictas que las dispuestas en el presente Acuerdo.

- 13.3 El Marketer protegerá la información confidencial de la otra parte con el mismo cuidado (o más) que aplica a la protección de su propia información confidencial.
- 13.4 La obligación anteriormente mencionada de mantener la confidencialidad no es de aplicación a la información
- (a) que ya es de dominio público en el momento de su recepción, o
 - (b) se hace pública sin que el Marketer haya participado en su publicación o
 - (c) que el receptor ya conocía antes de que el contratista la divulgara, o
 - (d) que el Marketer reciba legítimamente de un tercero sin la obligación de mantener la confidencialidad, o
 - (e) que pueda demostrarse que ha sido creada por el Marketer.
- 13.5 Sin perjuicio de las disposiciones anteriores, el Marketer debe cumplir sus obligaciones legales de proporcionar información, incluso información protegida. En este caso y mientras sea posible y legítimo, el Marketer deberá notificar al contratista antes de la publicación y le ayudará a su propio costo si este desea actuar en contra de dicha divulgación. Toda divulgación requerida estará limitada al mínimo absolutamente necesario y está sujeta a confidencialidad en la medida de lo posible.
- 13.6 La obligación de confidencialidad deberá mantenerse incluso tras el vencimiento del presente Acuerdo.

14. Rescisión y vencimiento del Acuerdo

- 14.1 Estas Condiciones de uso entrarán en vigor una vez se celebre el contrato. Una vez recibido el pago, el contratista procederá a poner a disposición del Marketer los Loyalty Programs.
- 14.2 Estas Condiciones de uso presuponen la existencia del Acuerdo Lyconet (véase preámbulo). Si se rescindiese el Acuerdo Lyconet, por el motivo que fuese, las presentes Condiciones de uso se rescindirán simultáneamente.
- 14.3 El contratista podrá continuar las presentes Condiciones en relación con puntos individuales del Loyalty Program y rescindir las Condiciones de acuerdo con esta cláusula 14.
- 14.4 Las presentes Condiciones pueden rescindirse en cualquier momento por una causa justificada de forma excepcional. Se consideraría causa justificada especialmente el incumplimiento por parte del Marketer de las obligaciones enumeradas en la cláusula 8.
- 14.5 Todas las rescisiones extraordinarias deberán realizarse por escrito (un correo electrónico se dará por válido).

15. Devolución del Loyalty Program Reseller

- 15.1 El Marketer podrá devolver el Loyalty Program Reseller hasta 30 días a contar desde la fecha del pedido.
- 15.2 No podrá realizarse la devolución en caso de
- (a) que tras las adquisición del Loyalty Program Reseller el Marketer haya registrado a un cliente* (el registro de clientes tras la adquisición se considerará uso del Loyalty Program Reseller),
 - (b) 50% o más del valor del eVoucher contenido en el Loyalty Program Reseller haya sido asignado,
 - (c) el Marketer haya adquirido un Campaign & Reseller Pack,
 - (d) el Marketer haya realizado un pedido de Easy Shop Plus o
 - (e) el Marketer haya empezado un curso de la Lyconet Academy.
- 15.3 Salvo la excepción de la cláusula 15.1., el Marketer no podrá realizar la devolución del Loyalty Program Reseller.
- 15.4 La garantía legal no se verá afectada. Las reclamaciones por defectos prescriben en el plazo de un año tras la compra del Loyalty Program Reseller.

* Se denomina cliente de un Marketer a todo aquel afiliado registrado en el Programa de fidelización de Lyconet (versión noviembre de 2014) o en el Cashback World Program que pertenezca a su Lifeline, hasta llegar al siguiente Marketer, que no ha firmado el Acuerdo Lyconet y, por tanto, no es Marketer.

16. Consecuencias de la rescisión del Acuerdo

El contratista deberá concluir la prestación de los servicios en caso de rescisión total o parcial de las presentes Condiciones. El Marketer es responsable de realizar una copia de sus datos y de transmitirlos a su propio sistema.

17. Disposiciones varias, legislación vigente y jurisdicción competente

- 17.1 Si alguna disposición de estas Condiciones de uso fuera o resultara ser ineficaz, ello no afectará a la validez del resto de las disposiciones. Dicha disposición ineficaz será reemplazada por una que tenga el mismo propósito que la disposición original. Todas las modificaciones que se efectúen de las presentes Condiciones de uso deberán realizarse por escrito; los acuerdos verbales carecerán de validez.
- 17.2 Estas Condiciones de uso están sujetas al derecho austriaco, quedando excluidas las normas internacionales de derecho privado y la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías.
- 17.3 La competencia exclusiva para cualquier litigio derivado de estas Condiciones de Uso será los tribunales que correspondan a la sede central de Lyconet.
- 17.4 Las disputas que surjan de estas Condiciones de uso primero se resolverán por las partes a través de la resolución de conflictos. Si tales negociaciones no llegan a un acuerdo en el plazo de tres meses, ambas partes acuerdan resolver las disputas utilizando la mediación. De común acuerdo se establecerá el registro de los problemas, la selección de los mediadores registrados en el Ministerio Federal de Justicia (ZivMediatG) y el establecimiento del procedimiento. En caso de no alcanzar un acuerdo sobre la elección del mediador o sobre el contenido de las disputas, podrán iniciarse los procedimientos legales apropiados un mes después del fracaso de las negociaciones.

ANEXO 1

Descripción de servicios

En las cláusulas 1 y 2 se encuentra la Descripción de los servicios del Loyalty Program Starter y del Loyalty Program Reseller.

1. Loyalty Program Starter

1.1 Información general

El Loyalty Program Starter se emplea con el fin de que el Marketer pueda desarrollar su Lyconet Business. Contiene una serie de funciones y autorizaciones que se describen adelante con más detalle.

1.2 Solución web

El Loyalty Program Starter está compuesto por un conjunto de herramientas y funciones que el Marketer puede emplear como solución web en www.lyconet.com. La solución web se proporcionará en una versión para el escritorio y en otra optimizada para dispositivos móviles.

1.2.1 Dashboard / Panel principal

El Dashboard le ofrece un resumen de los datos más importantes de su actividad. En él figuran diferentes "widgets" que el Marketer puede añadir, eliminar o colocar en el orden que desee. De esta forma, el Marketer puede organizar el panel principal a su gusto.

1.2.2 Resumen de la Carrera

En el resumen de la Carrera, el Marketer puede consultar todos los datos relativos al desarrollo de la misma. Esta información se proporcionará con tablas y análisis.

1.2.3 Resumen de eventos

En el resumen de eventos podrá consultar todos los eventos registrados por Lyconet Marketers así como eventos oficiales de Lyconet.

1.3 Autorizaciones

Al emplear el Loyalty Program Starter, el Marketer podrá captar nuevos afiliados nacionales y fidelizar a los afiliados nacionales existentes.

2. Loyalty Program Reseller

2.1 Información general

El Loyalty Program Reseller se emplea con el fin de que el Marketer pueda desarrollar su actividad en Lyconet. Contiene las funciones y autorizaciones del Loyalty Program Starter mencionadas en la cláusula 1, así como otras funciones, autorizaciones y productos que se describen más adelante.

2.2 Solución web

El Loyalty Program Reseller está compuesto por un conjunto de herramientas y funciones que el Marketer puede emplear como solución web en www.lyconet.com. La solución web se proporcionará en una versión para el escritorio y en otra optimizada para dispositivos móviles.

2.2.1 Cockpit y Dashboard

El Cockpit y el Dashboard le ofrecen un resumen de los datos más importantes de su actividad. También es el punto de entrada de un gran número de páginas de detalles. En el Dashboard figuran diferentes "widgets" que el Marketer puede añadir, eliminar o colocar en el orden que desee. De esta forma, el Marketer puede organizar el panel principal a su gusto.

2.2.2 Reserva de unidades en la Carrera

Gracias a una interfaz gráfica el Marketer puede reservar sus unidades de carrera de forma estructurada.

2.2.3 Resumen del equipo

El Marketer puede consultar su Lifeline en forma de tabla.

2.2.4 Lyconet Academy

La Lyconet Academy contiene cursos y contenidos que permiten que el Marketer continúe su formación.

2.3 Lyconet App

La Lyconet App es una aplicación móvil que puede emplearse en iOS y Android. El usuario puede

- etiquetar los contactos potenciales para su actividad,
- gestionar sus reuniones,
- enviar y recibir información importante para su actividad
- y consultar los indicadores relativos a su actividad en Lyconet.

2.4 Autorizaciones

El uso del Loyalty Program Reseller autoriza al Marketer a

- conseguir nuevos afiliados internacionales y fidelizar a los afiliados internacionales existentes.
- conseguir nuevos Marketers, cuando en el momento del registro de los nuevos Marketers, el Marketer cuente con 5 clientes activos, y fidelizar Marketers ya existentes.
- conseguir nuevos establecimientos comerciales y fidelizar a los establecimientos comerciales con los que ya cuente, siempre y cuando cumpla con los requisitos especificados por Lyconet.
- realizar pedidos de Campaign & Reseller Packs, siempre y cuando cumpla con los requisitos especificados por Lyconet.
- realizar pedidos de Easy Shop Plus, siempre y cuando cumpla con los requisitos especificados por Lyconet.
- Adquirir eVouchers mediante www.lyconet.com.

2.5 Derecho a bonificación

Al adquirir el Loyalty Program Reseller, el Marketer tendrá derecho a bonificación durante la semana de la compra y en las siguientes cinco semanas.

2.6 Marketing Box

La Marketing Box contiene diferentes materiales de marketing como flyers de registro, folletos y revistas que servirán de apoyo al Marketer en la construcción de su Shopping Network.

2.7 eVoucher

- El eVoucher que se encuentra en el Loyalty Program Reseller es un vale electrónico que puede canjearse de acuerdo con las especificaciones del emisor.
- El Marketer podrá asignar los eVouchers a sus clientes* o a sí mismo cuando lo desee, accediendo para ello a su área personal.
- Si el Marketer transfiere el eVoucher, actúa en calidad de propietario y tiene todos los derechos y obligaciones de un cedente, mientras que si lo vende, tendrá los derechos y obligaciones de un vendedor.
- En caso de asignación a clientes* del eVoucher, el Marketer se compromete a indemnizar a myWorld y a Lyconet antes cualquier reclamación.
- El emisor del eVoucher contenido en el Loyalty Program Reseller será quien determine su fecha de caducidad.

* Se denomina cliente de un Marketer a todo aquel afiliado registrado en el Programa de fidelización de Lyconet (versión noviembre de 2014) o en el Cashback World Program que pertenezca a su Lifeline, hasta llegar al siguiente Marketer, que no ha firmado el Acuerdo Lyconet y, por tanto, no es Marketer.