InnerMastering Institute sp. z o.o.
Al. KEN 36 lok. 112B, 02-797 Warszawa, Polska
marco.ramirez@innermastering.com · +48 506 068 711
store.innermastering.com

INNERMASTERING INSTITUTE STORE

Regulamin sklepu

OBOWIĄZUJE OD: 26 PAŹDZIERNIKA 2026 R.

§ 1. Postanowienia ogólne

1. Niniejszy regulamin (dalej: „Regulamin") określa zasady korzystania ze sklepu internetowego InnerMastering Institute Store, dostępnego pod adresem https://store.innermastering.com, zasady zawierania i wykonywania umów sprzedaży e-booków, książek drukowanych i kart coachingowych oraz zasady świadczenia usług drogą elektroniczną w Sklepie.
2. Sklep prowadzi InnerMastering Institute sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dane Sprzedawcy – § 3).
3. Regulamin jest regulaminem, o którym mowa w art. 8 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną.
4. Regulamin jest skierowany do Konsumentów, Przedsiębiorców na prawach konsumenta oraz pozostałych Przedsiębiorców. Postanowienia, które dotyczą tylko jednej z tych grup, są w Regulaminie wyraźnie oznaczone.
5. Żadne postanowienie Regulaminu nie wyłącza ani nie ogranicza praw Konsumenta i Przedsiębiorcy na prawach konsumenta wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa. W razie sprzeczności Regulaminu z takimi przepisami stosuje się te przepisy.
6. Regulamin jest udostępniony nieodpłatnie na stronie Sklepu przed zawarciem Umowy, w sposób, który umożliwia jego pobranie, zapisanie i wydrukowanie.
7. Zasady przetwarzania danych osobowych i używania plików cookies opisuje Polityka prywatności i plików cookies dostępna w Sklepie.

§ 2. Definicje

Użyte w Regulaminie pojęcia oznaczają:

1. **Biblioteka** – część Konta, w której Klient ma dostęp do kupionych E-booków i może je pobierać.
2. **Dzień roboczy** – dzień od poniedziałku do piątku z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy w Polsce.
3. **E-book** – książka w postaci elektronicznej w formacie EPUB, będąca Treścią cyfrową, oferowana w Sklepie w wydaniu polskim, angielskim lub hiszpańskim.
4. **Karty** – karty coachingowe (talie kart) oferowane w Sklepie.
5. **Klient** – osoba fizyczna posiadająca pełną zdolność do czynności prawnych (a w przypadkach przewidzianych przez prawo – ograniczoną zdolność do czynności prawnych), osoba prawna albo jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, korzystająca ze Sklepu lub zawierająca Umowę ze Sprzedawcą.
6. **Kolekcja** – „Kolekcja kompletna", czyli zestaw trzech E-booków w jednej wersji językowej, sprzedawany jako oferta łączona.
7. **Konsument** – osoba fizyczna zawierająca ze Sprzedawcą umowę niezwiązaną bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22^1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, dalej: „Kodeks cywilny").

8. **Konto** – indywidualne konto Klienta w Sklepie, oznaczone adresem e-mail i chronione hasłem, w którym gromadzone są dane Klienta, historia Zamówień oraz Biblioteka.
9. **Książka drukowana** – książka w wydaniu papierowym oferowana w Sklepie.
10. **Produkt** – E-book, Kolekcja, Książka drukowana albo Karty dostępne w Sklepie.
11. **Przedsiębiorca** – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową i zawierająca Umowę w związku z tą działalnością.
12. **Przedsiębiorca na prawach konsumenta** – osoba fizyczna prowadząca jednoosobową działalność gospodarczą, która zawiera Umowę bezpośrednio związaną ze swoją działalnością gospodarczą, gdy z treści tej Umowy wynika, że nie ma ona dla niej charakteru zawodowego, wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej przez nią działalności gospodarczej, udostępnionego na podstawie przepisów o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (art. 7aa ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta).
13. **Sklep** – sklep internetowy InnerMastering Institute Store prowadzony przez Sprzedawcę pod adresem https://store.innermastering.com, w wersji polskiej, angielskiej (/en/) i hiszpańskiej (/es/).
14. **Sprzedawca** – InnerMastering Institute sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dane – § 3).
15. **Towar** – Książka drukowana albo Karty; Towary są rzeczami ruchomymi (towarami w rozumieniu przepisów prawa) dostarczanymi Klientowi przesyłką.
16. **Treść cyfrowa** – dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej; w Sklepie są to E-booki, dostarczane bez nośnika materialnego.
17. **Trwały nośnik** – materiał lub narzędzie umożliwiające przechowywanie informacji kierowanych osobiście do Klienta w sposób umożliwiający dostęp do nich w przyszłości i ich odtworzenie w niezmienionej postaci; w Sklepie jest nim przede wszystkim wiadomość e-mail.
18. **Umowa** – umowa sprzedaży Towarów lub umowa o dostarczenie Treści cyfrowej (E-booka, Kolekcji), zawierana na odległość między Klientem a Sprzedawcą za pośrednictwem Sklepu.
19. **Ustawa o prawach konsumenta** – ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta.
20. **Zamówienie** – oświadczenie woli Klienta składane za pomocą formularza zamówienia w Sklepie, prowadzące do zawarcia Umowy.

---

§ 3. Sprzedawca i kontakt

1. Sprzedawcą jest InnerMastering Institute sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Al. KEN 36 lok. 112B, 02-797 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000674526, NIP 5213777844, REGON 367111608, kapitał zakładowy 5 000 zł.
2. Ze Sprzedawcą można się kontaktować:
   a. e-mailem: marco.ramirez@innermastering.com – we wszystkich sprawach dotyczących Zamówień, dostawy, reklamacji, odstąpienia od Umowy, Konta i danych osobowych;
   b. telefonicznie: +48 506 068 711 – w Dni robocze w godzinach 10:00–18:00; opłata za połączenie jest zgodna z cennikiem operatora Klienta;
   c. pisemnie: InnerMastering Institute sp. z o.o., Al. KEN 36 lok. 112B, 02-797 Warszawa.
3. Wiadomości związane z Zamówieniami (potwierdzenia, linki do pobrania, faktury) Sklep wysyła z adresu im@innermastering.com. Klient powinien upewnić się, że wiadomości z tego adresu nie są blokowane lub przenoszone do folderu ze spamem.

§ 4. Wymagania techniczne i zasady korzystania ze Sklepu

1. Do korzystania ze Sklepu, w tym do złożenia Zamówienia, potrzebne są:
   a. urządzenie z dostępem do internetu;
   b. aktualna wersja przeglądarki internetowej (np. Chrome, Firefox, Edge, Safari) z włączoną obsługą JavaScript i plików cookies;
   c. aktywne konto poczty elektronicznej (e-mail).
2. Do czytania E-booków potrzebne jest urządzenie z programem lub aplikacją obsługującą format EPUB, np. Apple Books, Google Play Books, Calibre albo czytnik e-ink obsługujący EPUB. Na czytnikach Kindle E-book można czytać po przesłaniu pliku usługą „Send to Kindle". E-booki są zwykłymi plikami EPUB, które można czytać w dowolnym programie lub urządzeniu obsługującym ten format. Wygląd tekstu (np. wielkość czcionki, podział na strony) zależy od urządzenia i jego ustawień.
3. Klient korzysta ze Sklepu zgodnie z prawem, Regulaminem i dobrymi obyczajami. Zabronione jest dostarczanie przez Klienta treści o charakterze bezprawnym, w tym w polach formularzy (np. w polu „Imię na ex libris") i w korespondencji ze Sprzedawcą, a także podejmowanie działań zakłócających działanie Sklepu.
4. Korzystanie z internetu wiąże się z typowymi zagrożeniami, takimi jak złośliwe oprogramowanie, próby wyłudzenia danych (phishing) czy przejęcie hasła. Sprzedawca stosuje szyfrowane połączenie (SSL/TLS) i nigdy nie prosi Klienta o podanie hasła do Konta w wiadomości e-mail ani telefonicznie. Klient powinien chronić swoje hasło i używać aktualnego oprogramowania.
5. Sprzedawca świadczy w Sklepie nieodpłatnie następujące usługi drogą elektroniczną:
   a. przeglądanie Sklepu i korzystanie z koszyka – umowa zawierana jest z chwilą wejścia do Sklepu i rozwiązuje się z chwilą jego opuszczenia;
   b. formularz zamówienia – umowa zawierana jest z chwilą rozpoczęcia wypełniania formularza i rozwiązuje się z chwilą złożenia Zamówienia lub wcześniejszego zaprzestania jego wypełniania;
   c. Konto wraz z Biblioteką – na zasadach z § 5, na czas nieoznaczony;
   d. przesyłanie informacji o nowych książkach i programach – wyłącznie za zgodą Klienta (§ 17), do czasu jej wycofania.
6. Sprzedawca dokłada starań, aby Sklep działał bez przerw. Możliwe są krótkie przerwy techniczne związane z konserwacją lub aktualizacją Sklepu. Przerwy nie wpływają na prawa Klienta z zawartych Umów.

§ 5. Konto i Biblioteka

1. Zakup w Sklepie wymaga Konta. Jeżeli Klient nie ma jeszcze Konta, jest ono zakładane automatycznie przy pierwszym Zamówieniu, na adres e-mail podany w formularzu zamówienia. Klient otrzymuje e-mailem link do ustawienia własnego hasła.
2. Klient, który ma już Konto, może zalogować się przed złożeniem Zamówienia, podając adres e-mail i hasło.
3. Konto jest bezpłatne. W Koncie Klient może m.in. przeglądać swoje Zamówienia i dane oraz pobierać kupione E-booki z Biblioteki.
4. Klient nie udostępnia swojego Konta ani hasła innym osobom.
5. Klient może w każdej chwili, bez podania przyczyny i bez żadnych kosztów, zażądać usunięcia Konta (czyli wypowiedzieć umowę o prowadzenie Konta), wysyłając wiadomość na adres marco.ramirez@innermastering.com. Sprzedawca usuwa Konto niezwłocznie i potwierdza to e-mailem.
6. Po usunięciu Konta Biblioteka przestaje być dostępna. Przed złożeniem żądania Klient powinien pobrać i zapisać kupione E-booki. Usunięcie Konta nie wpływa na wcześniej zawarte Umowy. Dane, które

Sprzedawca musi przechowywać na podstawie przepisów (np. faktury), są przechowywane dalej przez okres opisany w Polityce prywatności.

7. Sprzedawca może wypowiedzieć umowę o prowadzenie Konta z ważnych przyczyn – gdy Klient w istotny sposób narusza Regulamin, w szczególności dostarcza treści o charakterze bezprawnym lub rozpowszechnia E-booki wbrew § 11 – z zachowaniem 14-dniowego terminu wypowiedzenia, przesyłając Klientowi e-mailem oświadczenie z uzasadnieniem. W okresie wypowiedzenia Klient może pobrać kupione E-booki.

---

§ 6. Produkty, ceny i waluty

1. W Sklepie oferowane są:
   a. E-booki: „Być coachem", „Zrozumieć system" oraz „Zrozumieć system. Funkcja HR" – w wydaniach polskim, angielskim i hiszpańskim;
   b. Kolekcja – trzy powyższe E-booki w jednej wersji językowej;
   c. Książki drukowane – papierowe wydania książek wskazanych na stronach Produktów;
   d. Karty – karty coachingowe (talie).
2. Na stronie każdego Produktu podane są jego główne cechy, w tym – dla E-booków – język wydania i format pliku, a także cena.
3. Prezentacja Produktu w Sklepie wraz z ceną stanowi ofertę Sprzedawcy. Złożenie Zamówienia oznacza przyjęcie tej oferty.
4. Ceny w Sklepie są cenami brutto, czyli zawierają podatek VAT.
5. Ceny są podane w złotych polskich (PLN), dolarach amerykańskich (USD) lub euro (EUR). Dla każdego Produktu cena w każdej z tych walut jest stała i podana przy Produkcie – nie jest przeliczana według kursu walut w chwili zakupu. Walutę Klient wybiera przełącznikiem w Sklepie; jeżeli tego nie zrobi, waluta jest dobierana domyślnie według wersji językowej Sklepu.
6. Klient płaci w walucie Zamówienia. Jeżeli rachunek lub karta Klienta prowadzone są w innej walucie, przeliczenia dokonuje bank lub dostawca usług płatniczych Klienta według swoich zasad. Sprzedawca nie pobiera opłat za przewalutowanie.
7. Łączna cena Zamówienia, a przy Towarach – także koszt dostawy, jest podawana w koszyku i w formularzu zamówienia przed złożeniem Zamówienia. Poza ceną i kosztem dostawy Sprzedawca nie pobiera od Klienta żadnych innych opłat.
8. Kolekcja jest ofertą łączoną: cena Kolekcji jest niższa niż suma cen trzech E-booków kupowanych osobno. Informacja o tej różnicy nie stanowi ogłoszenia obniżki ceny poszczególnych E-booków.
9. Przy każdej informacji o obniżce ceny Produktu Sklep podaje, obok obniżonej ceny, najniższą cenę tego Produktu (w danej walucie) obowiązującą w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, a jeżeli Produkt jest w sprzedaży krócej niż 30 dni – najniższą cenę od rozpoczęcia jego sprzedaży, zgodnie z ustawą z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług.

---

§ 7. Składanie Zamówienia i zawarcie Umowy

1. Aby złożyć Zamówienie, Klient:
   a. wybiera Produkt (a w przypadku E-booka – jego wydanie językowe) i dodaje go do koszyka;
   b. w koszyku sprawdza wybrane Produkty i ich liczbę oraz – w razie potrzeby – je zmienia, a następnie przechodzi do formularza zamówienia;
   c. w formularzu zamówienia podaje imię, nazwisko, adres e-mail i kraj; jeżeli zamawia Towary – także adres dostawy i numer telefonu oraz wybiera sposób dostawy (a przy dostawie do paczkomatu lub punktu

odbioru – wybiera punkt na mapie); jeżeli chce otrzymać fakturę na firmę – zaznacza opcję „Potrzebuję faktury na firmę” i podaje nazwę firmy oraz NIP;

d. opcjonalnie wpisuje imię w polu „Imię na ex libris” (§ 9 ust. 5);

e. wybiera metodę płatności (§ 8);

f. jeżeli zamawia E-book lub Kolekcję – zaznacza zgodę na dostarczenie Treści cyfrowej przed upływem terminu do odstąpienia od Umowy (§ 12 ust. 4);

g. akceptuje Regulamin;

h. klika przycisk „Kupuję i płacę” (w wersji angielskiej Sklepu „Order and pay”, w wersji hiszpańskiej „Comprar y pagar”), który oznacza obowiązek zapłaty;

i. opłaca Zamówienie zgodnie z wybraną metodą płatności.

2. Opcjonalnie Klient może zaznaczyć zgodę na otrzymywanie informacji o nowych książkach i programach (§ 17). Brak tej zgody nie wpływa na możliwość złożenia Zamówienia.
3. Do chwili kliknięcia przycisku „Kupuję i płacę” Klient może sprawdzać i poprawiać wprowadzone dane, wracając do koszyka lub do odpowiednich pól formularza.
4. Umowa zostaje zawarta z chwilą złożenia Zamówienia, czyli kliknięcia przycisku „Kupuję i płacę”.
5. Niezwłocznie po złożeniu Zamówienia Sprzedawca wysyła Klientowi na podany adres e-mail potwierdzenie przyjęcia Zamówienia i zawarcia Umowy (na Trwałym nośniku). Potwierdzenie zawiera dane Zamówienia, a jeżeli Zamówienie obejmuje E-booki – także potwierdzenie wyrażenia zgody na dostarczenie Treści cyfrowej przed upływem terminu do odstąpienia od Umowy i przyjęcia do wiadomości utraty prawa odstąpienia.
6. Umowa jest zawierana w języku wersji językowej Sklepu, z której Klient korzysta (polskim, angielskim lub hiszpańskim). Treść Zamówienia jest dostępna w Koncie Klienta oraz w wiadomości e-mail z potwierdzeniem.

---

§ 8. Płatności

1. W Sklepie dostępne są następujące metody płatności:
   a. za pośrednictwem Stripe (Stripe Payments Europe, Ltd., Irlandia): karta płatnicza, BLIK, Przelewy24, Klarna, polecenie zapłaty SEPA, Link, Bancontact, EPS, iDEAL, Multibanco, Apple Pay i Google Pay;

   b. za pośrednictwem PayPal (PayPal (Europe) S.à r.l. et Cie, S.C.A., Luksemburg);

   c. przy płatnościach w złotych (PLN) – za pośrednictwem PayU (PayU S.A., Poznań): BLIK, szybkie przelewy internetowe i karty płatnicze.
2. Dostępność poszczególnych metod płatności zależy od waluty Zamówienia, kraju Klienta i rodzaju zamawianych Produktów. Metody dostępne dla danego Zamówienia są wyświetlane w formularzu zamówienia.
3. Płatności obsługują wskazani operatorzy płatności na podstawie własnych regulaminów. Sprzedawca nie otrzymuje ani nie przechowuje pełnych danych kart płatniczych Klienta.
4. Płatność online należy wykonać niezwłocznie po złożeniu Zamówienia – Klient jest automatycznie przekierowywany do płatności. Jeżeli płatność się nie powiedzie lub nie zostanie dokończona, Klient może ją ponowić; Sklep przypomina o tym e-mailem po około 1 godzinie i po około 24 godzinach od złożenia Zamówienia.
5. Jeżeli płatność online nie zostanie zaksięgowana w ciągu 48 godzin od złożenia Zamówienia, Sprzedawca może anulować Zamówienie. Anulowanie oznacza odstąpienie przez Sprzedawcę od Umowy z powodu braku zapłaty; Klient nie ponosi z tego tytułu żadnych kosztów.

§ 9. Dostarczenie E-booków

1. E-booki (także wchodzące w skład Kolekcji) są dostarczane niezwłocznie po zaksięgowaniu płatności – Klient otrzymuje link do pobrania w wiadomości e-mail, a E-booki pojawiają się w Bibliotece w Koncie. E-book uważa się za dostarczony z chwilą udostępnienia go Klientowi w ten sposób.
2. Liczba pobrań E-booka nie jest ograniczona, a link do pobrania nie wygasa. Sprzedawca zaleca, aby Klient zapisał kopię pliku na swoim urządzeniu.
3. E-booki nie są dostarczane na nośniku materialnym ani wysyłane jako załącznik.
4. Jeżeli Klient nie otrzyma wiadomości z linkiem lub ma problem z pobraniem E-booka, powinien sprawdzić folder ze spamem i Bibliotekę w Koncie, a następnie skontaktować się ze Sprzedawcą (§ 3).
5. Ex libris:
   a. w formularzu zamówienia Klient może (nie musi) wpisać imię w polu „Imię na ex libris” (do 60 znaków);
   b. jeżeli Klient poda imię, w każdym E-booku z danego Zamówienia, po okładce, umieszczana jest dodatkowa strona ex libris z tym imieniem i numerem egzemplarza (rok i kolejny numer), a E-book jest oznaczony jako egzemplarz imienny;
   c. ex libris nie zmienia treści E-booka; jeżeli pole zostanie puste, E-book jest dostarczany bez ex libris;
   d. Klient odpowiada za treść wpisaną w polu „Imię na ex libris”; nie może ona mieć charakteru bezprawnego ani naruszać praw innych osób. Jeżeli Klient wpisuje imię innej osoby (np. kupując E-book na prezent), powinien mieć pewność, że ta osoba nie ma nic przeciwko temu.

§ 10. Dostawa Towarów

1. Towary są wysyłane wyłącznie na adresy i do punktów odbioru na terenie Polski.
2. Dostępne sposoby dostawy to: Paczkomat InPost (InPost sp. z o.o.), Orlen Paczka – automat lub punkt odbioru (ORLEN Paczka sp. z o.o.) oraz kurier Pocztex z dostawą pod wskazany adres (Poczta Polska S.A.). Przesyłki są nadawane za pośrednictwem serwisu Apaczka.pl prowadzonego przez Alsendo sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Sposoby dostawy dostępne dla danego Zamówienia oraz ich koszty są podawane w koszyku i w formularzu zamówienia przed złożeniem Zamówienia.
3. Przy dostawie do paczkomatu lub punktu odbioru Klient wybiera punkt na mapie w formularzu zamówienia. Przewoźnik może informować Klienta o przesyłce (np. SMS-em lub e-mailem) na podstawie danych podanych w Zamówieniu.
4. Koszty dostawy ponosi Klient, chyba że przy Produkcie lub w koszyku wskazano inaczej.
5. Termin wysyłki jest podany w opisie Produktu lub w formularzu zamówienia. Jeżeli termin nie został podany, Sprzedawca wysyła Towary niezwłocznie, nie później niż w ciągu 30 dni od dnia zaksięgowania płatności.
6. Jeżeli Zamówienie obejmuje zarówno Towary, jak i E-booki, E-booki są dostarczane zgodnie z § 9, niezależnie od wysyłki Towarów.
7. Wobec Konsumenta i Przedsiębiorcy na prawach konsumenta Sprzedawca odpowiada za utratę lub uszkodzenie Towaru do chwili jego wydania Klientowi (art. 548 § 3 Kodeksu cywilnego), także wtedy, gdy szkoda powstała z winy przewoźnika. Jeżeli przesyłka zaginie albo Towar zostanie uszkodzony w transporcie, Klient zgłasza to Sprzedawcy (§ 15), a Sprzedawca – według wyboru Klienta – wysyła Towar ponownie albo zwraca zapłaconą kwotę, a roszczeń od przewoźnika dochodzi we własnym zakresie. Niezależnie od tego Klient może dochodzić roszczeń bezpośrednio od przewoźnika, na zasadach określonych w regulaminie przewoźnika i w przepisach prawa.
8. Klient może sprawdzić przesyłkę przy odbiorze w obecności przewoźnika i – w razie uszkodzenia – sporządzić protokół szkody; ułatwia to dochodzenie roszczeń od przewoźnika. Nie jest to warunkiem skorzystania przez Konsumenta z uprawnień z ust. 7 ani z § 13.

9. Odpowiedzialność Sprzedawcy za przesyłkę wobec Przedsiębiorców, którzy nie są Przedsiębiorcami na prawach konsumenta, określa § 14 ust. 5–6.

§ 11. Licencja na E-booki i prawa autorskie

1. E-booki, Książki drukowane oraz Karty (w tym ich teksty, grafiki i układ) są utworami chronionymi przepisami ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Prawa autorskie do nich przysługują ich autorom lub Sprzedawcy.
2. Z chwilą dostarczenia E-booka Klient otrzymuje niewyłączną, nieprzenoszalną licencję, nieograniczoną w czasie ani terytorialnie, na korzystanie z E-booka na własny użytek osobisty, tj. na:
   a. pobieranie i zapisywanie pliku na własnych urządzeniach oraz sporządzanie kopii zapasowych;
   b. czytanie E-booka, robienie w nim zaznaczeń i notatek;
   c. wydrukowanie E-booka lub jego fragmentów na własny użytek.
3. Jeżeli Klientem jest Przedsiębiorca, licencja obejmuje korzystanie z E-booka przez jedną osobę fizyczną, na potrzeby Klienta.
4. Bez zgody Sprzedawcy wyrażonej na piśmie lub e-mailem zabronione jest w szczególności:
   a. rozpowszechnianie E-booka, w tym udostępnianie pliku lub jego kopii innym osobom, publikowanie go w internecie, w sieciach wymiany plików lub w chmurze z publicznym dostępem;
   b. sprzedaż, najem, użyczenie lub inne odpłatne albo nieodpłatne przekazywanie E-booka;
   c. zmienianie treści E-booka, usuwanie lub zmienianie strony ex libris i oznaczeń egzemplarza;
   d. zwielokrotnianie E-booka w celu eksploracji tekstów i danych, w tym do trenowania systemów sztucznej inteligencji – Sprzedawca wyraźnie zastrzega ten sposób korzystania.
5. Postanowienia tego paragrafu nie ograniczają uprawnień Klienta wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa autorskiego.
6. Naruszenie zasad licencji może skutkować odpowiedzialnością na podstawie przepisów prawa autorskiego oraz wypowiedzeniem umowy o prowadzenie Konta (§ 5 ust. 7).

§ 12. Prawo odstąpienia od Umowy

Ten paragraf dotyczy Konsumentów i Przedsiębiorców na prawach konsumenta. Pozostałym Przedsiębiorcom prawo odstąpienia od Umowy nie przysługuje.

1. Konsument może w terminie 14 dni odstąpić od Umowy bez podania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów wskazanych w ust. 13 i 14, z zastrzeżeniem ust. 3–5.
2. Termin do odstąpienia od Umowy biegnie:
   a. w przypadku Towarów – od dnia, w którym Konsument lub wskazana przez niego osoba inna niż przewoźnik objęła Towary w posiadanie; jeżeli w ramach jednego Zamówienia kilka rzeczy dostarczanych jest osobno – od objęcia w posiadanie ostatniej z nich;
   b. w przypadku E-booków i Kolekcji – od dnia zawarcia Umowy.
3. **Wyjątek dla E-booków.** Zgodnie z art. 38 ust. 1 pkt 13 Ustawy o prawach konsumenta prawo odstąpienia od Umowy nie przysługuje w odniesieniu do E-booków (Treści cyfrowej niedostarczanej na nośniku materialnym, za którą Konsument płaci cenę), jeżeli łącznie:
   a. Sprzedawca rozpoczął dostarczanie E-booka za wyraźną i uprzednią zgodą Konsumenta, przed upływem terminu do odstąpienia od Umowy;
   b. Konsument został poinformowany przed rozpoczęciem dostarczania, że po jego wykonaniu utraci prawo odstąpienia od Umowy, i przyjął to do wiadomości;

c. Sprzedawca przekazał Konsumentowi potwierdzenie, o którym mowa w art. 21 ust. 1 Ustawy o prawach konsumenta.

4. W Sklepie wygląda to tak:
   a. przy Zamówieniu obejmującym E-booki, nad przyciskiem „Kupuję i płacę", znajduje się pole do zaznaczenia o treści: „Chcę otrzymać e-book od razu po opłaceniu zamówienia. Rozumiem, że w ten sposób tracę prawo do odstąpienia od umowy (art. 38 ust. 1 pkt 13 ustawy o prawach konsumenta)." Bez zaznaczenia tego pola nie można złożyć Zamówienia obejmującego E-booki;
   b. zgoda jest zapisywana w Zamówieniu wraz z datą jej wyrażenia;
   c. w wiadomości e-mail potwierdzającej Zamówienie (Trwały nośnik) Sprzedawca potwierdza, że Konsument wyraził zgodę na dostarczenie Treści cyfrowej przed upływem terminu do odstąpienia od Umowy i przyjął do wiadomości utratę tego prawa;
   d. E-book jest udostępniany dopiero po zaksięgowaniu płatności (§ 9 ust. 1). Z tą chwilą Konsument traci prawo odstąpienia od Umowy w zakresie E-booków.
5. Jeżeli w konkretnym przypadku którykolwiek z warunków z ust. 3 nie został spełniony (np. Konsument nie otrzymał potwierdzenia, o którym mowa w ust. 4 lit. c), prawo odstąpienia od Umowy w zakresie E-booków przysługuje na zasadach z tego paragrafu. W takim przypadku Konsument nie ponosi kosztów dostarczenia E-booka, a po odstąpieniu od Umowy powinien powstrzymać się od korzystania z E-booka i udostępniania go innym osobom; Sprzedawca może uniemożliwić dalsze korzystanie z E-booka, w szczególności blokując dostęp do niego w Bibliotece i link do pobrania.
6. Jeżeli Zamówienie obejmuje Towary i E-booki, Konsument może odstąpić od Umowy w części dotyczącej Towarów. Nie wpływa to na Umowę w zakresie E-booków.
7. Aby odstąpić od Umowy, Konsument składa Sprzedawcy jednoznaczne oświadczenie o odstąpieniu – e-mailem na adres marco.ramirez@innermastering.com albo pisemnie na adres Sprzedawcy (§ 3 ust. 1). Można skorzystać z wzoru formularza stanowiącego Załącznik nr 1 do Regulaminu, ale nie jest to obowiązkowe.
8. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem.
9. Sprzedawca niezwłocznie potwierdza e-mailem otrzymanie oświadczenia o odstąpieniu od Umowy.
10. W przypadku odstąpienia od Umowy uważa się ją za niezawartą (w zakresie, w jakim odstąpiono).
11. Sprzedawca zwraca Konsumentowi wszystkie otrzymane od niego płatności, w tym koszty dostawy Towarów (z wyjątkiem dodatkowych kosztów wynikających z wybranego przez Konsumenta sposobu dostawy innego niż najtańszy zwykły sposób dostawy oferowany w Sklepie), niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia o odstąpieniu. Zwrot następuje tą samą metodą płatności, której użył Konsument, chyba że Konsument wyraźnie zgodzi się na inną metodę, która nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami.
12. W przypadku Towarów Sprzedawca może wstrzymać się ze zwrotem płatności do chwili otrzymania Towarów z powrotem lub dostarczenia przez Konsumenta dowodu ich odesłania – w zależności od tego, co nastąpi wcześniej.
13. Konsument odsyła Towary na adres: InnerMastering Institute sp. z o.o., ul. Lipkowska 26, 04-801 Warszawa – niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia odstąpienia od Umowy. Do zachowania terminu wystarczy odesłanie Towarów przed jego upływem. Konsument ponosi bezpośrednie koszty zwrotu Towarów.
14. Konsument odpowiada za zmniejszenie wartości Towarów wynikające z korzystania z nich w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia ich charakteru, cech i funkcjonowania.

---

§ 13. Zgodność Produktu z Umową – Konsumenci i Przedsiębiorcy na prawach konsumenta

1. Sprzedawca ma obowiązek dostarczyć Produkt zgodny z Umową. Wobec Konsumentów i Przedsiębiorców na prawach konsumenta Sprzedawca odpowiada na zasadach Ustawy o prawach konsumenta: za Towary –

według rozdziału 5a (umowy sprzedaży towarów), a za E-booki i Kolekcję – według rozdziału 5b (umowy o dostarczanie treści cyfrowej). Przepisów Kodeksu cywilnego o rękojmi za wady nie stosuje się do tych Umów.

2. **Towary.** Sprzedawca odpowiada za brak zgodności Towaru z Umową istniejący w chwili jego dostarczenia i ujawniony w ciągu dwóch lat od tej chwili. W razie braku zgodności:
   a. Konsument może żądać naprawy lub wymiany Towaru. Sprzedawca może dokonać wymiany zamiast naprawy (lub odwrotnie), jeżeli doprowadzenie do zgodności w sposób wybrany przez Konsumenta jest niemożliwe albo wymagałoby nadmiernych kosztów; jeżeli oba sposoby są niemożliwe albo nadmiernie kosztowne, Sprzedawca może odmówić doprowadzenia Towaru do zgodności;
   b. Konsument może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo o odstąpieniu od Umowy, gdy: Sprzedawca odmówił doprowadzenia Towaru do zgodności albo nie doprowadził do niej; brak zgodności występuje nadal mimo próby doprowadzenia do zgodności; brak zgodności jest tak istotny, że uzasadnia obniżenie ceny albo odstąpienie od Umowy bez uprzedniej naprawy lub wymiany; albo z oświadczenia Sprzedawcy lub z okoliczności wyraźnie wynika, że Sprzedawca nie doprowadzi Towaru do zgodności w rozsądnym czasie lub bez nadmiernych niedogodności dla Konsumenta;
   c. od Umowy nie można odstąpić, jeżeli brak zgodności jest nieistotny (domniemywa się, że brak zgodności jest istotny);
   d. Konsument udostępnia Sprzedawcy Towar podlegający naprawie lub wymianie, a Sprzedawca odbiera go od Konsumenta na swój koszt; koszty naprawy lub wymiany ponosi Sprzedawca.
3. **E-booki – brak dostarczenia.** Jeżeli Sprzedawca nie dostarczy E-booka, Konsument wzywa go do dostarczenia. Jeżeli Sprzedawca nie dostarczy E-booka niezwłocznie lub w dodatkowym, wyraźnie uzgodnionym terminie, Konsument może odstąpić od Umowy. Konsument może odstąpić od Umowy bez wezwania, jeżeli Sprzedawca oświadczył lub z okoliczności jasno wynika, że E-booka nie dostarczy, albo jeżeli strony uzgodniły, że termin dostarczenia ma istotne znaczenie dla Konsumenta, a Sprzedawca go nie dotrzymał.
4. **E-booki – brak zgodności.** Sprzedawca odpowiada za brak zgodności E-booka z Umową istniejący w chwili jego dostarczenia i ujawniony w ciągu dwóch lat od tej chwili. W razie braku zgodności:
   a. Konsument może żądać doprowadzenia E-booka do zgodności z Umową (np. przez udostępnienie poprawionego pliku) – w rozsądnym czasie, bez nadmiernych niedogodności i bez kosztów dla Konsumenta;
   b. Konsument może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo o odstąpieniu od Umowy, gdy doprowadzenie do zgodności jest niemożliwe albo wymaga nadmiernych kosztów, Sprzedawca nie doprowadził E-booka do zgodności, brak zgodności występuje nadal mimo próby doprowadzenia do zgodności, brak zgodności jest tak istotny, że uzasadnia to bez uprzedniego żądania doprowadzenia do zgodności, albo z oświadczenia Sprzedawcy lub z okoliczności wyraźnie wynika, że nie doprowadzi on E-booka do zgodności w rozsądnym czasie lub bez nadmiernych niedogodności;
   c. od Umowy nie można odstąpić, jeżeli brak zgodności jest nieistotny (domniemywa się, że brak zgodności jest istotny);
   d. po odstąpieniu od Umowy Konsument powinien powstrzymać się od korzystania z E-booka i udostępniania go innym osobom.
5. Sprzedawca nie odpowiada za brak zgodności E-booka z Umową, jeżeli wynika on wyłącznie z tego, że urządzenie lub oprogramowanie Konsumenta nie spełnia wymagań technicznych z § 4 ust. 2, o których Konsument został poinformowany przed zawarciem Umowy. Konsument współdziała ze Sprzedawcą w rozsądnym zakresie, aby ustalić, czy przyczyna braku zgodności leży w jego urządzeniu lub oprogramowaniu.
6. W przypadku obniżenia ceny lub odstąpienia od Umowy z powodu braku zgodności Sprzedawca zwraca Konsumentowi należną kwotę niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania

oświadczenia Konsumenta, tą samą metodą płatności, której użył Konsument, chyba że Konsument wyraźnie zgodzi się na inną metodę, która nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami.

7. Przedsiębiorcy na prawach konsumenta przysługują uprawnienia opisane w § 12 i w tym paragrafie na zasadach art. 7aa Ustawy o prawach konsumenta.
8. Sprzedawca nie udziela gwarancji na Produkty, chyba że w opisie Produktu wyraźnie wskazano inaczej.
9. Tryb składania reklamacji opisuje § 15.

---

§ 14. Odpowiedzialność wobec pozostałych Przedsiębiorców

Ten paragraf dotyczy wyłącznie Przedsiębiorców, którzy nie są Przedsiębiorcami na prawach konsumenta.

1. Sprzedawca odpowiada wobec Przedsiębiorcy z tytułu rękojmi za wady na podstawie art. 556 i następnych Kodeksu cywilnego (w przypadku E-booków – stosowanych odpowiednio), z ograniczeniami wskazanymi w ust. 2–4, dokonanymi na podstawie art. 558 § 1 Kodeksu cywilnego.
2. Uprawnienia z tytułu rękojmi wygasają po upływie jednego roku od dnia dostarczenia Produktu.
3. Przedsiębiorca powinien zawiadomić Sprzedawcę o wadzie niezwłocznie po jej wykryciu, a w przypadku wad Towarów widocznych przy odbiorze – niezwłocznie po odbiorze przesyłki.
4. Odpowiedzialność Sprzedawcy wobec Przedsiębiorcy – z tytułu rękojmi i na innych podstawach związanych z Umową – jest ograniczona do wysokości ceny zapłaconej za dany Produkt wraz z kosztami jego dostawy i nie obejmuje utraconych korzyści. Ograniczenie nie dotyczy szkody wyrządzonej umyślnie.
5. Z chwilą wydania Towaru przewoźnikowi przechodzą na Przedsiębiorcę korzyści i ciężary związane z Towarem oraz niebezpieczeństwo jego przypadkowej utraty lub uszkodzenia (art. 544 § 1 Kodeksu cywilnego). Sprzedawca nie odpowiada wobec Przedsiębiorcy za utratę, ubytek lub uszkodzenie Towaru ani za opóźnienie w doręczeniu przesyłki, powstałe po wydaniu jej przewoźnikowi z przyczyn leżących po stronie przewoźnika. Nie dotyczy to szkód wynikających z okoliczności, za które odpowiada Sprzedawca (np. niewłaściwego zapakowania Towaru), ani szkody wyrządzonej umyślnie.
6. Roszczenia z tytułu utraty, ubytku lub uszkodzenia przesyłki albo opóźnienia w jej doręczeniu Przedsiębiorca może zgłaszać przewoźnikowi i dochodzić od niego odszkodowania na warunkach określonych w regulaminie przewoźnika oraz w przepisach prawa (w szczególności ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe i ustawy z dnia 15 listopada 1984 r. – Prawo przewozowe). Przedsiębiorca powinien sprawdzić przesyłkę przy odbiorze i w razie jej uszkodzenia sporządzić z przewoźnikiem protokół szkody. Na prośbę Przedsiębiorcy Sprzedawca przekaże mu numer przesyłki i inne posiadane informacje potrzebne do złożenia reklamacji u przewoźnika.

---

§ 15. Reklamacje – jak je składać

1. Reklamacje dotyczące Produktów (§ 13 i § 14), a także Konta i działania Sklepu, można składać e-mailem na adres marco.ramirez@innermastering.com albo pisemnie na adres Sprzedawcy (§ 3 ust. 1).
2. Aby ułatwić rozpatrzenie reklamacji, warto podać: imię i nazwisko, adres e-mail, numer Zamówienia, opis problemu i datę jego stwierdzenia, swoje żądanie, a przy Towarach – także zdjęcia. Brak którejś z tych informacji nie powoduje odrzucenia reklamacji; Sprzedawca może poprosić o jej uzupełnienie.
3. Sprzedawca odpowiada na reklamację niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania, e-mailem na adres, z którego reklamację wysłano (lub w inny sposób wskazany przez Klienta). Jeżeli Sprzedawca nie odpowie na reklamację Konsumenta lub Przedsiębiorcy na prawach konsumenta w tym terminie, uważa się, że uznał ją za uzasadnioną.
4. Towary, które mają zostać zwrócone w ramach reklamacji, Sprzedawca odbiera na swój koszt – po zgłoszeniu reklamacji Sprzedawca ustala z Klientem sposób ich odebrania lub odesłania.

§ 16. Faktury i KSeF

1. Do każdego Zamówienia Sprzedawca automatycznie wystawia fakturę VAT i wysyła ją Klientowi e-mailem. Klient akceptuje otrzymywanie faktur w postaci elektronicznej.
2. Faktury są przesyłane do Krajowego Systemu e-Faktur (KSeF) prowadzonego przez Ministerstwo Finansów, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług. Przedsiębiorca może odebrać fakturę także w KSeF.
3. Aby otrzymać fakturę na firmę, Klient zaznacza w formularzu zamówienia opcję „Potrzebuję faktury na firmę" i podaje nazwę firmy oraz NIP przed złożeniem Zamówienia. Klient odpowiada za poprawność podanych danych.

§ 17. Informacje o nowościach i dane osobowe

1. Sprzedawca wysyła informacje o nowych książkach i programach (w tym prośby o opinię po zakupie), przypomnienia o pozostawionym koszyku oraz newsletter wyłącznie za zgodą Klienta, wyrażoną przez zaznaczenie – domyślnie niezaznaczonego – pola w formularzu zamówienia o treści: „Chcę dostawać od InnerMastering Institute informacje o nowych książkach i programach (w tym prośbę o opinię). Mogę zrezygnować w każdej chwili."
2. Zgoda jest dobrowolna i nie jest warunkiem złożenia Zamówienia. Klient może ją w każdej chwili wycofać – klikając link rezygnacji w każdej takiej wiadomości albo pisząc na adres marco.ramirez@innermastering.com.
3. Wiadomości niezbędne do wykonania Umowy (m.in. potwierdzenie Zamówienia, link do pobrania E-booka, faktura, przypomnienie o nieopłaconym Zamówieniu) są wysyłane niezależnie od tej zgody.
4. Administratorem danych osobowych Klientów jest Sprzedawca. Szczegółowe informacje o przetwarzaniu danych osobowych, prawach Klienta i plikach cookies zawiera Polityka prywatności i plików cookies, przygotowana zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO).

§ 18. Pozasądowe sposoby rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń

1. Konsument może skorzystać z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń, w szczególności:
   a. zwrócić się o bezpłatną pomoc do miejskiego lub powiatowego rzecznika konsumentów albo do organizacji społecznej, do której zadań statutowych należy ochrona konsumentów (np. Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich);
   b. zwrócić się do wojewódzkiego inspektora Inspekcji Handlowej z wnioskiem o wszczęcie postępowania mediacyjnego w sprawie polubownego zakończenia sporu ze Sprzedawcą;
   c. zwrócić się do podmiotu uprawnionego do pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich, wpisanego do rejestru prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów;
   d. w sporach transgranicznych (gdy Konsument mieszka w innym państwie Unii Europejskiej, w Norwegii lub Islandii) – zwrócić się o pomoc do Europejskiego Centrum Konsumenckiego w swoim państwie.
2. Informacje o tych procedurach i wykaz uprawnionych podmiotów są dostępne na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: www.uokik.gov.pl.
3. Skorzystanie z pozasądowych sposobów rozwiązywania sporów jest dobrowolne dla obu stron. Jeżeli Sprzedawca nie uwzględni reklamacji Konsumenta, poinformuje go w odpowiedzi, czy wyraża zgodę na pozasądowe rozwiązanie sporu.

§ 19. Prawo właściwe i sąd

1. Umowy zawierane za pośrednictwem Sklepu podlegają prawu polskiemu. Wybór prawa polskiego nie pozbawia Konsumenta, który ma miejsce zwykłego pobytu w innym państwie, ochrony przyznanej mu przez przepisy prawa tego państwa, których nie można wyłączyć w drodze umowy (art. 6 ust. 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych – „Rzym I").
2. Spory z Konsumentami rozstrzygają sądy właściwe według przepisów ogólnych.
3. Spory z Przedsiębiorcami (z wyłączeniem Przedsiębiorców na prawach konsumenta) rozstrzyga sąd właściwy dla siedziby Sprzedawcy.
4. W sprawach nieuregulowanych w Regulaminie stosuje się przepisy prawa polskiego, w szczególności Kodeksu cywilnego, Ustawy o prawach konsumenta oraz ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

§ 20. Zmiany Regulaminu i postanowienia końcowe

1. Sprzedawca może zmienić Regulamin z ważnych przyczyn, takich jak: zmiana przepisów prawa, decyzja lub orzeczenie organu albo sądu, zmiana metod płatności lub dostawy, zmiana oferty Sklepu lub jego funkcji, konieczność poprawy bezpieczeństwa Sklepu – w zakresie, w jakim te przyczyny wpływają na postanowienia Regulaminu.
2. Nowy Regulamin jest publikowany w Sklepie z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem, a Klienci posiadający Konto są o zmianie informowani e-mailem. Klient, który nie akceptuje zmian, może usunąć Konto zgodnie z § 5 ust. 5.
3. Do Umów zawartych przed wejściem w życie zmienionego Regulaminu stosuje się Regulamin obowiązujący w chwili złożenia Zamówienia.
4. Regulamin jest dostępny w języku polskim, angielskim i hiszpańskim. W razie rozbieżności między wersjami językowymi rozstrzyga wersja polska, z zastrzeżeniem, że nie może to pogorszyć sytuacji Konsumenta, który zawarł Umowę w wersji angielskiej lub hiszpańskiej Sklepu – wątpliwości tłumaczy się na jego korzyść.
5. Regulamin wchodzi w życie z dniem 26 października 2026 r. Zastępuje on regulamin Sklepu obowiązujący od 10 października 2026 r.

Załącznik nr 1 – Wzór formularza odstąpienia od umowy

(formularz ten należy wypełnić i odesłać tylko w przypadku chęci odstąpienia od umowy)

Adresat: InnerMastering Institute sp. z o.o., Al. KEN 36 lok. 112B, 02-797 Warszawa, e-mail: marco.ramirez@innermastering.com

Ja/My(*) niniejszym informuję/informujemy(*) o moim/naszym odstąpieniu od umowy sprzedaży następujących rzeczy(*) / umowy dostawy następujących rzeczy(*) / umowy o dzieło polegającej na wykonaniu następujących rzeczy(*) / umowy o świadczenie następującej usługi(*) / umowy o dostarczanie treści cyfrowych(*) / umowy o dostarczanie usługi cyfrowej(*):

.....

Data zawarcia umowy(*) / odbioru(*): .....

Numer zamówienia (nieobowiązkowo): .....

Imię i nazwisko konsumenta(-ów): .....

Adres konsumenta(-ów): .....

Podpis konsumenta(-ów) (tylko jeżeli formularz jest przesyłany w wersji papierowej): .....

Data: .....

(*) Niepotrzebne skreślić.