

ACUERDO ADICIONAL PARA EL USO DE LOS CASHBACK WORLD PARTNER PROGRAMS

Versión: Julio 2019

Preámbulo

- A. myWorld International Limited registrada en 40 Bank Street, Londres E14 5NR gestiona una comunidad de compras en la cual los participantes (en lo sucesivo "Afiliados") reciben una serie de ventajas al adquirir bienes y servicios (en lo sucesivo "Cashback World Program") en los establecimientos comerciales (en lo sucesivo "Loyalty Merchants"). myWorld International Limited autoriza a sus filiales a gestionar y promocionar la Shopping Community. En España, mWS myWorld Customer & Retail Services Spain, S.L.U. llevará a cabo el registro de los Afiliados que, gracias al mismo, podrán disfrutar de los bienes y servicios ofertados por los Loyalty Merchants y, de esta manera, obtendrán ventajas en el marco del Cashback World Program.
- B. Un elemento esencial para los establecimientos comerciales es el acuerdo de establecimiento comercial offline (en adelante: «Contrato EC offline»). En España dicho acuerdo se celebra con la sociedad mWS myWorld Customer & Retail Services Spain, S.L.U. (en adelante: «myWorld»), con sede en Cardenal Marcelo Spínola 2, Planta 6ª derecha, 28016 Madrid, España.
- C. mWS myWorld Solutions AG, Grazbachgasse 87-93, 8010 Graz, Austria, es el proveedor de servicios de las Cashback World Partner Program. mWS myWorld Solutions AG ha acordado que la oficina nacional correspondiente en cada país, mWS myWorld Customer & Retail Services Spain, S.L.U., en lo sucesivo "myWorld" pueda vender los Cashback World Partner Program ofrecidas por mWS myWorld Solutions AG a los Loyalty Merchants de su jurisdicción en su propio nombre y por su propia cuenta.
- D. El Loyalty Merchant podrá elegir entre dos alternativas,
- El Cashback World Partner Program (en adelante, "Partner Program")
 - El Cashback World Premium Partner Program (en adelante, "Premium Partner Program")
- (en adelante "Cashback World Partner Programs")
- La participación del Loyalty Merchants en el Cashback World Program se registrará por el Contrato EC-offline, que incluye el producto mencionado anteriormente en el punto i "Partner Program". El Loyalty Merchant podrá indicar en el formulario de contratación si lo desea y de manera adicional el Premium Partner Program, disponiendo de módulos de servicios diferentes que brindan al Loyalty Merchant una estrategia optimizada para su relación con los clientes.
- E. Las disposiciones de la Parte A (Parte General) son, en principio, de aplicación a todas las Cashback World Partner Program (Módulos). Las disposiciones de la Parte B, C; D y E incluyen disposiciones especiales que son de aplicación exclusiva a las Cashback World Partner Program que correspondan.

A. PARTE GENERAL

1. Base contractual y sistemática

- 1.1 Las disposiciones del presente Acuerdo Adicional, junto con sus anexos y el correspondiente formulario de contratación empleado por myWorld, son aplicables a la formalización del Acuerdo y a la utilización de las Cashback World Partner Program.
- 1.2 En caso de conflicto, se aplica el siguiente orden de prioridad:
- Formulario de contratación
 - Contrato para establecimientos comerciales offline (en lo sucesivo "Contrato EC-offline")
 - Términos y condiciones del Acuerdo Adicional para el uso de los Cashback World Partner Programs (en lo sucesivo, "Acuerdo Adicional")
 - Anexos al presente Acuerdo Adicional

En caso de conflicto entre reglamentos con el mismo nivel de prioridad, se aplicará el reglamento más específico. Respecto a los acuerdos relativos a la legislación sobre la protección de datos, el Anexo 2 (Encargo de procesamiento de datos personales) tiene prioridad sobre las demás partes del Acuerdo.

2. Módulos de los Cashback World Partner Programs

- 2.1 El Partner Program incluye los siguientes módulos:

- Módulo Shopping Points Deals
- Módulo básico de estadísticas
- Servicios y
- Actualizaciones y mantenimiento

El Premium Partner Program incluye los módulos del Partner Program así como los siguientes módulos adicionales:

- Función de registro y tarjeta de fidelización del cliente
- Módulo de estadísticas ampliado
- Módulo de gestión de la relación con los clientes (CRM)

Adicionalmente al Premium Partner Program, será posible contratar el Módulo de Comunicación con Cliente, el cual incluye los siguientes sub-módulos,

- Módulo Newsletters y
- Módulo de encuestas de satisfacción del cliente

- 2.2 myWorld presta al Loyalty Merchant los servicios del Partner Program o del Premium Partner Program así como del módulo de Comunicación con Cliente según se haya indicado en el formulario de contratación y según lo descrito más detalladamente en el Anexo 1 (Descripción del servicio) durante el periodo de vigencia del Acuerdo. Las disposiciones especiales para estos módulos se encuentran en la Parte B (Parte Especial 1 y 2) del presente Acuerdo Adicional.
- 2.3 myWorld pone los Cashback World Partner Programs a disposición del Loyalty Merchant en forma de plataforma online en Internet. El Loyalty Merchant puede utilizar los Cashback World Partner 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.
- 2.4 myWorld no garantiza la posibilidad de conectar software de terceros. La conexión de software de terceros no está incluida en el ámbito de utilización que proporciona myWorld. myWorld no asume ninguna responsabilidad por los daños derivados de la instalación o utilización de software de terceros.
- 2.5 El módulo de gestión de la relación con los clientes (CRM) puede incluir de forma temporal servicios nuevos que estén en fase de prueba (Servicios Beta) y que pueden probarse gratuitamente. myWorld no garantiza el correcto funcionamiento de dichos servicios. La responsabilidad por los daños derivados de

la utilización de los Servicios Beta se rige por la Cláusula 10 del presente Acuerdo Adicional en el sentido de que myWorld no asume la responsabilidad en caso de infracciones leves de sus obligaciones, a excepción de los casos dispuestos en las Cláusulas 10.1 y 10.8.

3. Punto de interconexión

myWorld pone los Cashback World Partner Programs a disposición del Loyalty Merchants en Internet. El Loyalty Merchant es responsable de su conexión a Internet y de la velocidad de la transmisión de datos. myWorld ofrece los Cashback World Partner Programs como un servicio basado en un navegador (software como servicio [SaaS]) en el punto de interconexión, el firewall externo de myWorld (o el del subcontratista encargado por myWorld) que está conectado a la red troncal de Internet. myWorld facilitará al Establecimiento Comercial los identificadores (nombre de usuario y contraseña, entre otros) pertinentes (en lo sucesivo, "Identificadores").

4. Disponibilidad y tiempo de inactividad

myWorld proporciona los Cashback World Partner Programs para su utilización como servicio SaaS en sistemas de procesamiento de datos (servidores) con disponibilidad adecuada. La disponibilidad no se considera inadecuada si la interrupción del servicio se debe a:

- (a) circunstancias ajenas a myWorld 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 Loyalty Merchant
- (b) una interrupción en los sistemas del Loyalty Merchant empleados por los Cashback World Partner Programs o
- (c) cualquier labor de mantenimiento necesaria y razonable de los sistemas empleados para proporcionar los Cashback World Partner Programs, salvo que sea necesario implementar medidas inmediatas de seguridad sin que la culpa sea atribuible a myWorld.

5. Derechos de uso

- 5.1 Según lo descrito en el Acuerdo Adicional y durante la vigencia del mismo, myWorld otorga al Loyalty Merchant el derecho no exclusivo y no susceptible de cesión de uso de los Cashback World Partner Programs solicitados. El Loyalty Merchant no tiene derecho a descargar y/o copiar el software operado y proporcionado online por myWorld o terceros en el marco de la prestación de los Cashback World Partner Programs. Las partes del Acuerdo aceptan por la presente que el Loyalty Merchant no precisa copiar el software para utilizar los Cashback World Partner Programs en Internet.
- 5.2 Todos los contenidos de los Cashback World Partner Programs están protegidos por marcas registradas y derechos de propiedad intelectual. Incluso en el caso de que no existan esos derechos especiales de protección, el Loyalty Merchant 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 de myWorld. No es posible realizar ninguna modificación de los contenidos. La cláusula 12 permanece inalterada.
- 5.3 El Loyalty Merchant tiene prohibido realizar ingeniería inversa, desmontar o descompilar el software de los Cashback World Partner Programs. Asimismo, el Loyalty Merchant 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 Cashback World Partner Programs, incluyendo indicaciones de la naturaleza confidencial y la prohibición de divulgación del software.
- 5.4 El Loyalty Merchant no tiene derecho sin la autorización por escrito de myWorld a poner a disposición de terceros el software de los Cashback World Partner Programs (incluyendo los Identificadores).
- 5.5 Durante el periodo de vigencia del Acuerdo Adicional y, en el contexto del uso de los Cashback World Partner Programs, el Loyalty Merchant concede a myWorld el derecho a emplear los contenidos publicados por el Loyalty Merchant en la base de datos para su recuperación por parte del Loyalty Merchant y para la rectificación de errores, en especial el derecho a almacenar, copiar y poner a disposición dichos contenidos.
- 5.6 El Loyalty Merchant deberá indemnizar a myWorld por toda reclamación de terceros derivada de un incumplimiento doloso de las obligaciones de la presente cláusula 5.

6. Comisión por intermediación

- 6.1 El Loyalty Merchant deberá abonar la comisión por intermediación acordada en el formulario de acuerdo, los cargos adicionales acordados en el presente Acuerdo Adicional y cualquier servicio adicional de los Cashback World Partner Programs y módulos opcionales solicitados, más el IVA o cualquier otro impuesto vigente en cada momento.
 - 6.1.1 Los servicios adicionales pueden incluir, entre otros, la asistencia a la salida al vencimiento del Acuerdo según la cláusula 33, cualquier capacidad adicional de datos según las cláusulas 31 y 32 y/o una cuota adicional de Newsletters de acuerdo con la cláusula 35.
- 6.2 Para el Premium Partner Program deberá pagarse una cuota básica por adelantado antes del periodo de facturación correspondiente y deberá abonarse en un plazo de 14 días desde la recepción de la factura.
- 6.3 En caso de que la remuneración acordada en la cláusula 6.2 haya permanecido inalterada durante al menos un año, myWorld tiene derecho, a su entera discreción y teniendo en cuenta los intereses legítimos del Loyalty Merchant, a aumentarla hasta un 7% de acuerdo con las siguientes consideraciones:
 - 6.3.1 El Loyalty Merchant deberá recibir una notificación por escrito acerca de cualquier ajuste de precio previsto con al menos cuatro semanas de antelación a la entrada en vigor de dicho ajuste.
 - 6.3.2 Siempre que se realice un aumento de precio de más de un 3%, el Loyalty Merchant tendrá derecho a formular una objeción por escrito en un plazo de cuatro semanas tras la recepción de la notificación. En caso de que se presente una objeción a tiempo, el Acuerdo Adicional concluirá al final del periodo actual de Acuerdo y no se producirá ninguna extensión automática de conformidad con la cláusula 13.2. En caso de que no se presente una objeción a su debido tiempo, el aumento de precio se aplicará en el momento indicado.
- 6.4 Queda excluido el derecho del Loyalty Merchant de presentar reclamaciones ante myWorld. Lo anterior no será de aplicación en lo que respecta a una reclamación independiente mutua o en caso de que el Loyalty Merchant haga una compensación sobre la base de una reclamación no contestada, reconocida mediante sentencia firme o vista para sentencia.
- 6.5 El Loyalty Merchant puede reivindicar derechos de retención u otros derechos para impedir la ejecución de reclamaciones de myWorld únicamente en la medida en que las reconvencciones también estén basadas en el presente Acuerdo Adicional.
- 6.6 En caso de que el Loyalty Merchant no pague lo acordado, myWorld puede denegar el servicio. Por ejemplo, en caso de que se produzca un retraso considerable en el pago, myWorld puede bloquear el acceso del Loyalty Merchant a los Cashback World Partner Programs durante el periodo de demora.

7. Subcontratistas

myWorld tiene derecho a emplear a subcontratistas para cumplir sus obligaciones. Durante el tiempo en que los subcontratistas procesen los datos de carácter personal del Loyalty Merchant, myWorld tendrá la obligación de cumplir los requisitos dispuestos en la cláusula 6 del Anexo 2 (Encargo de procesamiento de datos personales). Lo anterior no afectará de ningún modo a la obligación de myWorld de cumplir con su responsabilidad continuada para con el Loyalty Merchant en lo relativo a las obligaciones de servicios delegados, como si fuera myWorld quien prestara el servicio.

8. Obligaciones del Establecimiento Comercial

- 8.1 El Loyalty Merchant tiene la obligación de tomar las medidas adecuadas para proteger los Cashback World Partner Programs frente al acceso de terceros no autorizados. Para tal fin, el Loyalty Merchant 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 disposiciones del presente Acuerdo.

- 8.2 El Loyalty Merchant acepta no infringir ninguna disposición legal o ningún derecho de terceros durante su utilización de los Cashback World Partner Programs y/o no guardar, transmitir ni publicar contenidos:
- (a) difamatorios, ofensivos, obscenos, discriminatorios, que ensalcen la violencia o que pudieran emplearse para promover el odio racial o actos de violencia, o
 - (b) que infrinjan los derechos protegidos de terceros o para los cuales el Loyalty Merchant no haya recibido todas las licencias y/o autorizaciones necesarias.

En especial, está prohibido el uso de los Cashback World Partner Programs para el envío de publicidad ilegal a terceros por medio de publicaciones electrónicas.

- 8.3 En ningún caso el Loyalty Merchant podrá dar la impresión (por ejemplo, mediante textos o imágenes) de que la información comunicada a través de los Cashback World Partner Programs por parte del Loyalty Merchant, como Newsletters, ofertas u otras publicaciones, haya sido proporcionada o autorizada por myWorld.
- 8.4 En caso de que el Loyalty Merchant ponga en peligro la integridad o la estabilidad del sistema informático subyacente empleado para la prestación de los Cashback World Partner Programs (por ejemplo, si el sistema del Loyalty Merchant no funciona de manera segura o se crean picos de carga no razonables), myWorld podrá bloquear temporalmente el funcionamiento de los Cashback World Partner Programs con el fin de evitar poner en peligro el correcto funcionamiento del sistema general para los demás usuarios.
- 8.5 Los Cashback World Partner Programs pueden ser utilizados exclusivamente por personas físicas. Está expresamente prohibido el uso indirecto por parte de clientes automatizados.
- 8.6 myWorld se reserva el derecho de avisar al Loyalty Merchant en caso de que este incumpla las obligaciones dispuestas en las cláusulas 8.1 a 8.5. En caso de que el Loyalty Merchant no rectifique el incumplimiento de la obligación sin demora o en caso de que incumpla repetidamente esta obligación o si el peligro es inminente, myWorld se reserva el derecho a bloquear temporalmente las funciones correspondientes de los Cashback World Partner Programs y a mantenerlas bloqueadas hasta que cese o se rectifique dicho incumplimiento. En dicho caso, myWorld notificará sin demora el bloqueo al Loyalty Merchant y le dará la oportunidad de efectuar una declaración. Lo anterior no afectará de ninguna manera el derecho de rescisión extraordinaria por una causa justificada.
- 8.7 El Loyalty Merchant indemnizará a myWorld por toda reclamación de terceros contra myWorld que derive del uso de los Cashback World Partner Programs por parte del Loyalty Merchant, incluyendo las costas procesales o de otro tipo que sean razonables para defenderse de dichas reclamaciones, salvo que el Loyalty Merchant sea declarado no culpable de la reclamación del tercero.
- 8.8 El Loyalty Merchant tiene la responsabilidad de realizar copias de seguridad periódicas y correctamente y con una evaluación de riesgos de sus propios datos exportables que se encuentran en los servidores de myWorld o de alguno de sus subcontratistas y que derivan del uso que hace el Loyalty Merchant de los Cashback World Partner Programs. El Loyalty Merchant debe imprimir las estadísticas para su posterior archivo. De conformidad con la cláusula 10 del presente Acuerdo Adicional, myWorld tiene responsabilidad limitada por la pérdida de datos.

9. Reclamaciones por defectos

- 9.1 De conformidad con el presente Acuerdo Adicional, myWorld garantiza la calidad adecuada de los Cashback World Partner Programs durante el período de vigencia del presente Acuerdo Adicional.
- 9.2 El Loyalty Merchant tiene la obligación de notificar a myWorld sin demora todo defecto de los Cashback World Partner Programs y todo error que se produzca durante su uso; dicha notificación debe figurar por escrito y debe incluir una descripción detallada de los defectos o errores. El Loyalty Merchant seguirá las instrucciones de myWorld o de sus subcontratistas para analizar el problema dentro de lo razonable y transmitirá a myWorld toda la información necesaria para eliminar el defecto.
- 9.3 myWorld será eximido de sus obligaciones contractuales en caso de que le resulte imposible cumplirlas debido a la falta de cooperación (o a un retraso en la misma) por parte del Loyalty Merchant .
- 9.4 Queda excluido el derecho a rescindir el presente Acuerdo Adicional a causa de los defectos. Lo anterior no afectará de ninguna manera al derecho de rescisión.

10. Limitación de responsabilidad

- 10.1 myWorld 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 de myWorld o sus agentes indirectos. myWorld también se responsabiliza de cualquier daño derivado del incumplimiento del deber de forma premeditada por su parte o por parte de sus agentes indirectos.
- 10.2 Para cualquier daño que pueda derivarse de una infracción negligente por parte de myWorld o sus agentes indirectos, myWorld sólo se responsabilizará de forma limitada de los daños típicos y previsibles.
- 10.3 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 Loyalty Merchant (obligaciones fundamentales), myWorld se responsabiliza de forma limitada de los daños típicos y previsibles.
- 10.4 Los daños típicos y previsibles no excederán en cada caso la remuneración anual a satisfacer por el Loyalty Merchant según la cláusula 6.1 (sin las cuotas variables especificadas en la cláusula 6.1.1) correspondiente a la utilización de los Cashback World Partner Programs contratados. En el caso de que el Loyalty Merchant emplee los Cashback World Partner Programs inicial o provisionalmente de manera gratuita, transcurrido dicho período, el Loyalty Merchant deberá satisfacer la remuneración anual correspondiente con el fin de continuar empleando los Cashback World Partner Programs.
- 10.5 La responsabilidad relativa a la recuperación de los datos del Loyalty Merchant se limitará a los costes empleados para restablecer dichos datos, en el caso de que, bien de acuerdo a la manera especificada por myWorld 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.
- 10.6 Queda excluido cualquier otro tipo de reclamación por daños salvo lo especificado en la cláusula 10.8. En particular queda excluida la responsabilidad por parte de myWorld ante defectos ya existentes en el momento de la formalización del contrato, independientemente de quién sea culpable de dichos defectos.
- 10.7 En caso de que la responsabilidad de myWorld quedase excluida o limitada, esta exención o limitación también será de aplicación a la responsabilidad personal de los empleados, representantes legales y de los colaboradores indirectos de myWorld.
- 10.8 La limitación y exención de responsabilidad según se establece en la cláusula 10 no afectarán a la responsabilidad de myWorld 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.

11. Protección de datos

- 11.1 myWorld y el Loyalty Merchant 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.
- 11.2 De conformidad con el presente Acuerdo Adicional, el Loyalty Merchant, como único regulador según las disposiciones de la Ley de Protección de Datos, es el único responsable del tratamiento de los datos personales mediante los Cashback World Partner Programs proporcionadas por myWorld. Por esta razón, myWorld y el Loyalty Merchant formalizan un acuerdo sobre el tratamiento de datos personales de acuerdo con la Ley actual de Protección de Datos según el Anexo 2 (Encargo de procesamiento de datos personales) de este Acuerdo Adicional.
- 11.3 La seguridad de los datos del Loyalty Merchant ubicados en los servidores de myWorld o de alguno de sus subcontratistas, con el fin de llevar a cabo el

tratamiento autorizado de datos personales, está protegida por las medidas técnicas y organizativas descritas en el Anexo 2. myWorld recuerda al Loyalty Merchant que la tecnología actual no permite garantizar la seguridad de los datos transmitidos en redes públicas, como Internet. El Loyalty Merchant es responsable de la seguridad de todos los datos que transmita por Internet.

12. Obligaciones de confidencialidad y mantenimiento de registros

- 12.1 El Loyalty Merchant acepta almacenar correctamente toda la información que reciba de myWorld y acepta tratarla con la máxima confidencialidad, usarla únicamente para los fines estipulados por los reglamentos dispuestos en el presente Acuerdo Adicional y protegerla ante el acceso de terceros no autorizados. Lo anterior es de aplicación en concreto a la información confidencial (por ejemplo, invenciones, ideas, conocimientos, conceptos, especificaciones, diagramas de flujos, 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).
- 12.2 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.
- 12.3. El Loyalty Merchant protegerá la información confidencial de la otra parte con el mismo cuidado (o más) que aplica a la protección de su propia información confidencial.
- 12.4. 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) que se hace pública posteriormente por medios no atribuibles al Loyalty Merchant, o
 - (c) que el receptor ya conocía antes de que myWorld la divulgara, o
 - (d) que el Loyalty Merchant reciba legítimamente de un tercero sin la obligación de mantener la confidencialidad, o
 - (e) que se ha comprobado que el Loyalty Merchant ha elaborado independientemente.
- 12.5. Sin perjuicio de las disposiciones anteriores, el Establecimiento Comercial debe cumplir sus obligaciones legales de proporcionar información, incluso información protegida. En dicho caso, el Loyalty Merchant debe, en la medida de lo posible y de lo legalmente permitido, informar a myWorld antes de dicha divulgación y apoyar a myWorld en caso de que myWorld desee tomar medidas contra dicha divulgación. Toda divulgación requerida estará limitada al mínimo absolutamente necesario y está sujeta a confidencialidad en la medida de lo posible.
- 12.6. La obligación de confidencialidad deberá mantenerse incluso tras el vencimiento del presente Acuerdo.

13. Rescisión, vigencia y vencimiento del Acuerdo

- 13.1. El presente Acuerdo Adicional entra en vigor con su formalización en lo relativo al Partner Program y/o Premium Partner Program. Los Cashback World Partner Programs se comercializan listas para su uso desde su activación por parte de myWorld de conformidad con la cláusula 3 del Acuerdo Offline para Establecimientos Comerciales (véase el Preámbulo B). Salvo que se estipule lo contrario en el formulario de acuerdo, la vigencia del Acuerdo será de 12 meses tras su activación.
- 13.2. El presente Acuerdo Adicional se amplía automáticamente durante un año para los Cashback World Partner Programs contratados, salvo que una parte notifique a la otra por escrito que el Acuerdo Adicional no será prolongado en un plazo de al menos cuatro semanas antes de la fecha de vencimiento.
- 13.3. El presente Acuerdo Adicional presupone la existencia del Contrato EC-offline (véase el Preámbulo B), ya que el Partner Program y el Premium Partner Program solo pueden estar a disposición de los Loyalty Merchants que participen en el Cashback World Program. En caso de que se rescinda el Contrato EC-offline (independientemente de la razón), también se rescindirá simultáneamente el presente Acuerdo Adicional.
- 13.4. myWorld tiene así mismo la libertad de continuar el presente Acuerdo Adicional únicamente para determinados servicios individuales de los módulos y de rescindir el resto del Acuerdo Adicional. Para tal fin, myWorld cumplirá el procedimiento descrito en la anterior cláusula 13.2 con la condición de que los módulos cuyo uso no se fuera a ampliar se indiquen en la notificación enviada al Loyalty Merchants, además del nuevo precio para los módulos restantes.
- 13.5. Ambas partes pueden rescindir el presente Acuerdo Adicional en cualquier momento de forma extraordinaria con una causa justificada. En concreto, se entiende por causa justificada:
- (a) si se pone en peligro el cumplimiento de las obligaciones del Acuerdo Adicional debido a un deterioro de la situación financiera de la otra parte. Además, se considera que se produce un deterioro de la situación financiera si la otra parte se retrasa en los pagos de forma repetida durante más de 10 días o si el intento de la otra parte de hacer cumplir las condiciones resulta infructuoso, o
 - (b) si el Loyalty Merchant se retrasa en el pago de un importe que ascienda a dos cuotas mensuales. No se cancela el derecho a rescindir el Acuerdo en caso de que se produzca el pago parcial de la cantidad adeudada.

13.6. Es preciso presentar por escrito todas las notificaciones y avisos de rescisión relacionados con el deseo de no ampliar el presente Acuerdo Adicional.

14. Consecuencias de la rescisión del Acuerdo

- 14.1. Serán de aplicación las siguientes disposiciones para la rescisión del Acuerdo Adicional:
- 14.1.1. Tras conocerse la rescisión total o parcial del Acuerdo Adicional, myWorld notificará al Establecimiento Comercial la fecha en la que se desactivará el acceso a los Cashback World Partner Programs, que se producirá lo antes posible tras la finalización del Acuerdo.
- 14.1.2. myWorld presta servicios de migración para la transmisión de los datos al Loyalty Merchant o a un proveedor de servicios alternativo (tercero) solo en la medida en que se acuerde en las disposiciones especiales del módulo correspondiente en la Parte B (Parte especial 1 y 2). En caso de que el Loyalty Merchant requiera servicios adicionales de migración, myWorld los prestará con un coste adicional.
- 14.1.3. En caso de rescisión extraordinaria del presente Acuerdo Adicional, myWorld acepta seguir prestando los servicios acordados por contrato hasta que el Loyalty Merchant haya podido asegurar sus datos; no obstante, el periodo máximo será de 30 días tras la recepción de la notificación de la rescisión. Para tal fin, las partes acordarán una fecha para la desactivación dentro del plazo máximo que permite la transmisión de datos. Si no se puede acordar consensuadamente una fecha de desactivación, myWorld la decidirá unilateralmente a su entera discreción. El derecho de myWorld a recibir remuneración por este periodo de tiempo deberá cumplir con su derecho a remuneración durante la vigencia del Acuerdo. Lo anterior no influirá de ninguna manera el derecho a bloquear los Cashback World Partner Programs de conformidad con la cláusula 8.6 del presente Acuerdo Adicional.
- 14.2. Las partes aceptan, a petición, devolver toda la documentación, documentos, registros o conceptos facilitados a la otra parte durante la vigencia del Acuerdo Adicional, o que no hayan sido solicitados y sin demora tras la rescisión del Acuerdo Adicional o (únicamente a petición de la parte involucrada) destruirlos en caso de que no esté regulado en un acuerdo posterior.

15. Modificaciones

- 15.1. myWorld se reserva el derecho a modificar el presente Acuerdo Adicional, en especial el Anexo 1 (Descripción de servicios), si corresponde. Se considera aceptada cualquier modificación del presente Acuerdo Adicional o cualquier otro acuerdo contractual entre myWorld y el Loyalty Merchant que se haya notificado al Loyalty Merchant por escrito, si este no presenta una objeción por escrito a su validez en un plazo de cuatro semanas tras la recepción de la notificación de las modificaciones. En caso de objeción a las modificaciones por parte del Loyalty Merchant, myWorld tendrá derecho a rescindir el Acuerdo en el momento de la objeción. En particular, al inicio de la fecha límite, myWorld informará al Loyalty Merchant de las consecuencias previstas de este acto. Se considerará que el Loyalty Merchant acepta las modificaciones al presente Acuerdo Adicional únicamente si así se indica expresamente.
- 15.2. En caso de que el Loyalty Merchant ponga objeciones a la modificación en el servicio basada en un cambio en la solución estándar de un subcontratista de myWorld y que myWorld no pueden denegar, myWorld tiene derecho a rescindir la parte del Acuerdo relativa al periodo de la modificación en el servicio.

16. Disposiciones varias, legislación vigente y jurisdicción competente

- 16.1 El Loyalty Merchant garantiza que no figura en ningún listado del gobierno de Estados Unidos de personas o entidades que tengan prohibido recibir exportaciones y que el uso de los Cashback World Partner Programs no infringirá ningún embargo, prohibición ni restricción de exportación impuesta por Estados Unidos.
- 16.2 La invalidez de una disposición del presente Acuerdo Adicional no afectará en ningún caso la validez de sus restantes disposiciones.
- 16.3 La legislación vigente a la que el presente Acuerdo Adicional está sujeto, es la legislación vigente para los domicilios sociales (indicados en el Preámbulo B) de myWorld excluyendo las correspondientes normas de conflicto de leyes nacionales y la Convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías.
- 16.4 Los tribunales competentes para los domicilios sociales de myWorld (indicados en el Preámbulo B) serán las únicas jurisdicciones competentes para todas las disputas derivadas o relacionadas con el presente Acuerdo Adicional.

B. PARTE ESPECIAL 1 (MÓDULOS DEL PARTNER PROGRAM)

I. Módulo de Shopping Points Deals

17. Objeto del Contrato

Mediante el módulo Shopping Point Deals, el Loyalty Merchant puede permitir a los Afiliados canjear Shopping Points para obtener promociones especiales (en lo sucesivo, "**Shopping Point Deals**") entre las que el propio Afiliado puede escoger. myWorld comunicará estas promociones (en www.cashbackworld.com, las páginas de las cooperaciones y en la Cashback App) hasta que se haya alcanzado la cantidad máxima de Shopping Point Deals especificado por el Loyalty Merchant o se haya cumplido el plazo de validez de la oferta dispuesto por el Loyalty Merchant .

18. Grupo objetivo y cantidad de Shopping Point Deals

18.1 El Loyalty Merchant puede limitar los Afiliados a los que desea ofrecer los Shopping Point Deals estableciendo diferentes filtros.

18.2 Cada Loyalty Merchant puede ofrecer un máximo de seis Shopping Point Deals al mismo tiempo.

19. Obligaciones del Loyalty Merchant

19.1 Por cada Shopping Point canjeado, el Loyalty Merchant debe ofrecer a los Afiliados un descuento de entre 5€ y 10€ del precio normal que se cobra por dicho producto o servicio.

19.2 El Loyalty Merchant garantiza que ofrecerá únicamente Shopping Point Deals que cumplan con la legislación vigente, el presente Acuerdo Adicional y cualesquiera derechos de terceros. myWorld se reserva el derecho a denegar Shopping Point Deals a su entera discreción. El Loyalty Merchant es el único responsable ante el cliente de garantizar la corrección, validez y regularidad de los Shopping Point Deals, siempre y cuando myWorld no haya causado daños o perjuicios.

19.3 El Loyalty Merchant garantiza que, durante la vigencia del correspondiente Shopping Point Deal, no comercializará dichos bienes o servicios ofrecidos en el marco del correspondiente Shopping Point Deal a un precio inferior a la suma del pago exigido por el Shopping Point Deal más el descuento concedido por el canje de Shopping Points.

II. Módulo de estadísticas básico

20. Objeto del Contrato

El Loyalty Merchant recibe estadísticas de sus ratios empresariales en el marco del Cashback World Program, como transacciones y ventas, entre otros.

III. Servicios

21. Objeto del Contrato

21.1 myWorld dispone de una línea telefónica de soporte. Puede encontrar los datos de contacto (número de teléfono y dirección de correo electrónico) en el área de inicio de sesión en <https://partner.cashbackworld.com>.

21.2 myWorld proporciona soporte al Loyalty Merchant para la utilización de los Cashback World Partner Programs detallada en la Descripción de Servicios del presente Acuerdo Adicional (Anexo 1). Dichos servicios de soporte incluyen la detección, diagnóstico y rectificación de los problemas. No obstante, myWorld no asume ninguna responsabilidad por la rectificación del problema.

22. Disposiciones vigentes de la Parte A

Únicamente las cláusulas 1, 2.1, 2.2, 6, 7, 10, 12 13, 15 y 16 de las disposiciones de la Parte A del presente Acuerdo Adicional (Parte General) son de aplicación a los Servicios de los Cashback World Partner Programs.

V. Actualizaciones y mantenimiento

23. Objeto del Contrato

En el marco de los servicios de actualizaciones y mantenimiento, myWorld proporciona regularmente actualizaciones del software empleado para la utilización de los Cashback World Partner Programs . Además, myWorld garantiza que se lleva a cabo un mantenimiento periódico del software empleado por myWorld con el fin de evitar, así como de rectificar, errores de software.

24. Disposiciones vigentes de la Parte A

Únicamente las cláusulas 1, 2.1, 2.2, 6, 7, 10, 12, 13, 15 y 16 de las disposiciones de la Parte A del presente Acuerdo Adicional (Parte General) son de aplicación al rendimiento del mantenimiento del software. Las disposiciones de la Parte A son de plena aplicación al uso de las actualizaciones proporcionadas del programa.

C. PARTE ESPECIAL 2 (MÓDULOS DEL PREMIUM PARTNER PROGRAM)

V. Función de registro y tarjeta de fidelización del cliente

25. Objeto del Contrato

El módulo Función de Registro y Tarjeta de Fidelización del Cliente contiene las tarjetas de fidelización de clientes que están diseñadas según el propio diseño empresarial del Cashback World. El Afiliado del Cashback World también recibirá las ventajas por sus compras en otros Loyalty Merchants myWorld con la Tarjeta de Fidelización de Clientes que ha emitido el Loyalty Merchant.

Gracias a la opción de registro de las Terminal Apps o de la Tarjeta de Fidelización de Clientes, el Loyalty Merchant puede recomendar el Cashback World Program a sus clientes y, por lo tanto, utilizar el Programa con el fin de desarrollar su relación con sus clientes. Un cliente se convierte en Afiliado Cashback World cuando myWorld acepta su solicitud de registro y el cliente, a su vez, confirma su aceptación de las Condiciones de myWorld y finaliza el proceso de registro.

Después de que el nuevo Afiliado registrado acepte la transmisión de sus datos, éstos se transfieren al sistema CRM junto con los datos de las compras

realizadas en el Loyalty Merchant emisor, a saber fecha, importe, divisa, número de factura y lugar de la compra.

26. **Obligaciones del Loyalty Merchants**

Al recomendar el Cashback World Program a nuevos Afiliados, el Establecimiento Comercial deberá cumplir con las Condiciones Generales del Cashback World Program. En especial, el Establecimiento Comercial no está autorizado a representar a myWorld de ninguna manera ni debe realizar objeciones relativas al Cashback World Program cuando lo recomiende a otras personas; asimismo, no debe realizar declaraciones en nombre o representación de myWorld.

El Establecimiento Comercial debe cumplir todas las disposiciones legales y contractuales, en especial en lo relativo a los datos personales de los Afiliados myWorld recomendados. Es preciso cumplir con la normativa de protección de datos dispuesta en el Contrato EC-offline, así como el presente Acuerdo Adicional para el uso de las Cashback World Partner Programs y las Condiciones Generales del Cashback World Program.

27. **Cantidad de Tarjetas de Fidelización de Clientes**

El Premium Partner Program contiene la cantidad de tarjetas especificadas en el pedido. El Establecimiento Comercial podrá solicitar Cashback Cards adicionales a través de la oficina local de myWorld con un cargo adicional.

VI. **Módulo de estadísticas ampliado**

28. **Objeto del Contrato**

Con el módulo Estadísticas Ampliado, el Loyalty Merchant recibe estadísticas relativas a sus propios ratios empresariales en el marco del Cashback World Program, tales como transacciones y ventas, entre otros, y una comparativa de los Establecimientos Comerciales myWorld, además de diversas estadísticas sobre la distribución de las ventas en el marco del Cashback World Program.

VII. **Módulo Gestión de la Relación con los Clientes (CRM)**

29. **Objeto del Contrato**

El módulo Gestión de la Relación con los Clientes (CRM) permite al Loyalty Merchant gestionar de manera exhaustiva la información de los clientes, tanto de los Afiliados que hayan dado su consentimiento a participar en el Cashback World Program para Clientes Habituales del Loyalty Merchant y hayan aceptado el tratamiento de datos acordado (en lo sucesivo "Clientes Habituales"), así como la información de los clientes del Loyalty Merchant que no hayan participado en el Cashback World Program hasta el momento (en lo sucesivo "Clientes Potenciales").

30. **Servicio de migración**

myWorld almacenará y transmitirá los datos del Cliente Habitual del Loyalty Merchant al módulo Gestión de la relación con los clientes (CRM), para lo cual el Cliente Habitual debe prestar su consentimiento al Loyalty Merchant. En caso de que un Cliente Habitual revoque su consentimiento ante el Loyalty Merchant, este deberá notificárselo a myWorld con carácter inmediato en <https://partner.cashbackworld.com>. El Loyalty Merchant es responsable de llevar a cabo la migración de todos los datos de los que disponga.

31. **Limitación de uso**

Se pueden gestionar un máximo de 5.000 Clientes no afiliados a Cashback World y 10.000 Clientes Habituales mediante el módulo Gestión de la Relación con los Clientes (CRM).

32. **Limitación por cliente habitual o por no afiliados a Cashback World**

El Loyalty Merchant tiene derecho a utilizar un espacio de almacenamiento de un máximo de 5 megabytes para almacenar la información de clientes (tanto de afiliados como de no afiliados a Cashback World) en el módulo Gestión de la Relación con los Clientes (CRM). myWorld tiene derecho a rescindir de forma extraordinaria el presente Acuerdo Adicional en caso de que el Loyalty Merchant supere su límite de almacenamiento y no reduzca la información almacenada de los clientes al nivel permitido en un plazo razonable de tiempo fijado por myWorld.

33. **Gestión de la rescisión**

A petición del Loyalty Merchant, myWorld proporcionará los siguientes datos del módulo Gestión de la Relación con los Clientes (CRM) en formato csv en el momento de rescisión del Acuerdo Adicional: i) Información relacionada con los Clientes Potenciales (campos de datos cumplimentados, no documentos cargados por el Loyalty Merchant), ii) una lista de Clientes Habituales (campos de datos cumplimentados, no documentos cargados por el Loyalty Merchant) y iii) una lista de las compras realizadas al Loyalty Merchant. El Loyalty Merchant debe realizar dicha petición en un plazo de 30 días calculados a partir de la finalización del presente Acuerdo Adicional. La cláusula 14.1.2 del presente Acuerdo Adicional es de aplicación a los demás servicios de migración.

D. PARTE ESPECIAL 3 (Módulos opcionales de Módulos de Comunicación con Cliente)

VIII. **Módulo Newsletters**

34. **Objeto del Contrato**

El módulo Newsletters permite al Loyalty Merchant enviar Newsletters a los Clientes Habituales y no afiliados a Cashback World.

35. **Limitación por cliente habitual o no afiliados a Cashback World**

El Loyalty Merchant puede enviar un máximo de dos Newsletters al mes a cada Cliente Habitual que gestione. No obstante, esta cuota de Newsletters puede aumentarse por un coste adicional. El Loyalty Merchant también puede utilizar la cuota de Newsletters para Clientes habituales para enviar Newsletters a los no afiliados a Cashback World. De otro modo, el envío de Newsletters a los no afiliados a Cashback World es un servicio adicional que debe solicitarse y pagarse por separado. La parte de la cuota de correos electrónicos que no se haya empleado vencerá al final del mes natural correspondiente; la cuota adicional para Newsletters que el Loyalty Merchant haya adquirido adicionalmente tienen una validez para los siguientes 12 meses de la fecha del pedido. Además de esa cuota, el Loyalty Merchant puede enviar a sus propias direcciones de correo electrónico 100 Newsletters al mes con el objetivo de realizar pruebas.

IX. **Módulo de encuestas de satisfacción del cliente**

36. **Objeto del Contrato**

El módulo Encuestas de Satisfacción de Clientes también está integrado en el módulo Gestión de la Relación con los Clientes (CRM) y permite al Loyalty Merchant enviar Encuestas de Satisfacción a los Clientes Habituales gestionados en el módulo CRM.

E. PARTE ESPECIAL 4 (OPCIONAL Cards & flyer design package)

X. **Card & Flyer design package**

37. **Objeto del contrato**

El Card & Flyer design package contiene las tarjetas de fidelización de clientes que están diseñadas según el propio diseño empresarial del Loyalty Merchant. myWorld empleará métodos razonables para llevar a cabo la idea de diseño del Loyalty Merchant en la medida en que resulte habitual para las Tarjetas de Cliente. Sin embargo, myWorld no puede garantizar la aplicación exacta de las solicitudes de diseño del Loyalty Merchant.

Anexo 1

Descripción de servicios

1. General	8
2. Módulos del Partner Program	8
2.1 Módulo de Shopping Points Deals.....	8
2.2 Módulo básico de estadísticas.....	8
2.3 Servicios de soporte.....	8
2.4 Actualizaciones y mantenimiento.....	8
3. Módulo adicional Premium Partner Program.....	9
3.1 Función de registro y tarjeta de fidelización del cliente.....	9
3.2 Módulo de estadísticas ampliado.....	9
3.3 Módulo de gestión de relación con los clientes (CRM).....	10
3.3.1 Gestión de clientes habituales.....	10
3.3.2 Gestión de no afiliados a Cashback World.....	10
3.3.3 Opciones de exportación.....	10
4. Opcional de Módulos de comunicación con Cliente.....	10
4.1 Módulo Newsletter.....	10
4.1.1 Plantillas de Newsletters.....	11
4.1.2 Cuota de Newsletters.....	11
4.2 Módulo de encuestas de satisfacción del cliente.....	11
5. Opcional Card & Flyer Design package.....	11

1 General

El presente documento presenta un resumen desglosado por funciones de los servicios prestados en el marco de los Cashback World Partner Program. Los Cashback World Partner Program contienen los productos Partner Program y Premium Partner Program.

2 Módulos del " Partner Program "

El Partner Program contiene las funciones básicas requeridas para la gestión de las relaciones entre el Loyalty Merchant y los Clientes y está compuesto por las siguientes funciones:

2.1 Módulo de Shopping Point Deals

Los Shopping Point Deals son un instrumento para la captación de nuevos clientes y para la mejor fidelización de los clientes habituales que permite a los Afiliados del Cashback World canjear Shopping Points para obtener ofertas especiales. El Loyalty Merchant puede proporcionar la promoción a un grupo objetivo determinado y durante un periodo de tiempo limitado. El grupo objetivo puede limitarse por diferentes parámetros.

Además del grupo objetivo, también es posible limitar el periodo de validez de los Shopping Point Deals (por ejemplo, a días de la semana u horas del día determinado).

El Loyalty Merchant especifica la cantidad de Shopping Points que el Afiliado del Cashback World debe canjear para disfrutar el Shopping Point Deal correspondiente; el ahorro del Afiliado del Cashback World debe cumplir con lo indicado en el apartado 19.1 del Acuerdo Adicional.

Los Shopping Point Deals se ofrecen al Afiliado del Cashback World que ha iniciado sesión en la página web www.cashbackworld.com, en las páginas de las cooperaciones y en la Cashback App. Una vez que un cliente ha disfrutado de un Shopping Point Deal, este se muestra en su perfil.

Ejemplos:

- (A) En marzo, determinado hotel tiene un índice bajo de ocupación.. La estancia de 3 días y 2 noches para 2 personas costaría normalmente 350€. El hotel prepara una oferta por 150€ únicamente para estancias en marzo, con el canje de entre 20 y 40 Shopping Points (el ahorro es igual a 200€).
- (B) Un restaurante ofrece a los nuevos clientes un descuento de 20€ para una cena para dos (el coste habitual es de 40€). No obstante, la oferta está limitada a 15 comensales y tiene validez únicamente en enero y febrero.

Proceso:

- El Loyalty Merchant crea el Shopping Point Deal
- El Shopping Point Deal se muestra en varias páginas en www.cashbackworld.com, en las páginas de las cooperaciones y/o en la Cashback App únicamente a los Afiliados del grupo objetivo correspondiente
- El Afiliado del Cashback World puede canjear los Shopping Points por un Shopping Point Deal en myWorld.
- El Afiliado del Cashback World puede imprimir el Shopping Point Deal o llevarlo en su smartphone al Establecimiento Comercial
- El Afiliado del Cashback World muestra al Loyalty Merchant el Shopping Point Deal, ya sea física o virtualmente. El empleado escanea el código con las Terminal Apps, donde se muestra el importe del vale y las condiciones de canje. El Loyalty Merchant comprueba las condiciones y aplica el descuento.

Canjear el Shopping Point Deal puede conllevar una operación de venta que otorga todas las ventajas de Afiliado del Cashback World.

Ejemplos:

- (A) En marzo, determinado hotel tiene un índice bajo de ocupación. La estancia de 3 días y 2 noches para 2 personas costaría normalmente 350€. El hotel prepara una oferta por 150€ únicamente para estancias en marzo, con el canje de maximal 40 Shopping Points (el ahorro es igual a 200€).

El saldo de 150€ se procesa como una venta normal en la tienda mediante las Terminal Apps, otorgando las ventajas correspondientes al cliente.

2.2 Módulo Estadísticas Básico

Proporciona análisis de las compras realizadas por los Afiliados del Cashback World en el Loyalty Merchant . El Loyalty Merchant puede evaluar los datos de diferentes periodos de tiempo. También es posible limitar la evaluación a una única filial.. Asimismo se muestran evaluaciones gráficas de las ventas, la cantidad de transacciones y el importe medio de venta a lo largo del tiempo.

2.3 Servicios de soporte

myWorld ofrece una gran variedad de servicios de soporte tales como ayuda a la instalación y soporte telefónico para la resolución de preguntas relativas a la solicitud en el marco del acuerdo correspondiente.

2.4 Actualizaciones y mantenimiento

En el marco de los servicios de actualizaciones y mantenimiento, myWorld proporciona regularmente actualizaciones del software empleado para la utilización de los Cashback World Partner Programs. Además, myWorld garantiza que se lleva a cabo un mantenimiento periódico del software empleado por myWorld con el fin de evitar, así como de rectificar, errores de software.

3 Módulo adicional " Premium Partner Program "

El Premium Partner Program es una solución integral en el ámbito de la captación de nuevos clientes y fidelización de los clientes habituales. El Premium Partner Program incluye los siguientes módulos, además de los módulos descritos en el Partner Program

3.1 Función de registro y tarjeta de fidelización del cliente

De conformidad con las Condiciones Generales del Cashback World Program, el Establecimiento Comercial puede recomendar el Cashback World Program a sus clientes utilizando una de las dos opciones siguientes y, por lo tanto, utilizar el Cashback World Program con el fin de desarrollar su relación con sus clientes. La primera opción es utilizar la función de registro de las Terminal Apps mediante las cuales el cliente registra sus datos y la segunda es emplear los flyers incluidos en los Premium Partner Program. Después de que el cliente haya cumplimentado un flyer, el Establecimiento Comercial puede registrar los datos empleando el portal online. A continuación, el cliente recibe la información necesaria directamente de myWorld para finalizar el proceso de registro para convertirse en Afiliado del Cashback World Program.

Para registrar a sus Clientes habituales, el Establecimiento Comercial recibe una cantidad de Cashback Cards, como queda estipulado, cuando el establecimiento Comercial selecciona el Premium Partner Program. Si el Establecimiento Comercial ha seleccionado adicionalmente el Card & Flyer Design Package, el mismo deberá facilitar a myWorld el logo solicitado para el diseño de la Cashback Card con un suficiente nivel de calidad y resolución. Una vez recibido el logo del Establecimiento Comercial (en una calidad aceptable), myWorld procederá a producir las Cashback Cards y los Flyers. El Establecimiento Comercial recibirá las Cashback Cards y los flyers de registro, por la cantidad indicada en el Card & Flyer Design Package. Cuando el Establecimiento Comercial necesite Cashback Cards adicionales, deberá de solicitarlas a la oficina nacional de myWorld por un coste adicional.

3.2 Módulo de estadísticas ampliado

Aquí se muestran las evaluaciones integrales de las compras que han realizado los Afiliados Cashback World en el Loyalty Merchant . El Loyalty Merchant puede evaluar los datos de diferentes períodos de tiempo. También es posible limitar la evaluación a una única filial. Se obtendrán valores como la cantidad de nuevos clientes captados, la relación de nuevos clientes, la cantidad de Clientes Habituales que han realizado compras y el ratio de compras de los Clientes Habituales así como el volumen total de compras. También se muestran evaluaciones gráficas de las ventas, la cantidad de transacciones y el importe medio de venta durante un periodo, con la media de los otros Establecimientos Comerciales myWorld como valor de referencia.

Se muestran asimismo las ventas, la cantidad de transacciones y el importe medio de venta distribuido según los días de la semana o según los grupos de edad de los clientes que han realizado las compras. Automáticamente se resalta el grupo de edad de los clientes más fuerte y más débil que ha realizado compras o el día de la semana más fuerte y el más débil, por lo tanto, dicha información puede obtenerse muy fácilmente.

El Establecimiento Comercial también recibe una distribución gráfica y numérica de los clientes según categorías de distancia a la filial.

Además hay diferentes tipos de informes, entre otros los principales clientes según facturación, o el número de transacciones, clientes perdidos, nuevos clientes, disponibles para el Loyalty Merchant. myWorld puede ampliar los informes en cualquier momento.

Puede responder a las siguientes preguntas con unos cuantos clics con el ratón: ¿Qué grupo de Afiliados al Cashback World que haya realizado compras tiene el índice más alto de ventas en los últimos 30 días, 3 meses o 6 meses? ¿A qué grupos de edad y a qué género pertenecen mis Clientes habituales? ¿Cuántos clientes nuevos capté en comparación con la media de los otros Establecimientos Comerciales de mi sector? ¿Cuántos clientes que vivan en un radio de 10 km de mi negocio han comprado en mi Establecimiento Comercial en los últimos 3 meses?

3.3 Módulo de gestión de relación con los clientes (CRM)

El módulo CRM permite al Loyalty Merchant gestionar integralmente la información de los clientes

3.3.1. Gestión de clientes habituales

Los Afiliados del Cashback World se pueden registrar como Clientes habituales del Loyalty Merchant . Para llevar a cabo el registro, es preciso que el Afiliado del Cashback World preste el correspondiente consentimiento a que myWorld transmita determinada información al módulo CRM del Loyalty Merchant . Además de los datos personales del Cliente Habitual (dirección, datos de contacto, etc.), también incluye aquella información relacionada con las compras que el Afiliado del Cashback World correspondiente haya realizado en el Loyalty Merchant en el marco del Cashback World Program en los 12 meses previos al registro como Cliente Habitual (en especial, fechas e importes de compra). Esta información se transmite automáticamente al módulo CRM. Además, las compras que el Cliente Habitual realice en el futuro en el Loyalty Merchant en el marco del Cashback World Program también se transmitirán automáticamente al módulo CRM.

Proceso de registro como Cliente habitual:

- Iniciar la función Registro de Cliente habitual en las Terminal Apps. También puede realizarlo el mismo Afiliado en cashbackworld.com, en las páginas de las cooperaciones y a través de la Cashback App.
- Escanear la Cashback Card del Afiliado del Cashback World o introducir manualmente por el Loyalty Merchant .
- El Afiliado del Cashback World debe prestar su consentimiento para que myWorld transmita los datos indicados al Loyalty Merchant y para que los utilice para los fines detallados.
- El Afiliado del Cashback World debe de dar su consentimiento al envío de la Newsletter del Loyalty Merchant a su dirección de correo electrónico.
- Si el Afiliado del Cashback World da su consentimiento, se enviará un correo electrónico de confirmación a la dirección indicada, en nombre del Loyalty Merchant , solicitando que confirme su consentimiento haciendo clic en el enlace integrado en el correo electrónico.
- Una vez es confirmado el consentimiento, el Loyalty Merchant puede enviar Newsletters al Afiliado del Cashback World correspondiente a través del módulo opcional Customer Communication facilitado a los establecimientos comerciales que disponen del módulo Customer Communication.
- Los datos del Cliente habitual se transmitirán al módulo CRM del Loyalty Merchant .

El Loyalty Merchant puede, entre otros, gestionar los siguientes datos de sus Clientes habituales:

- Nombre
- Apellidos
- Género
- Correo electrónico
- Tratamiento
- Tel./Fax/móvil
- Dirección
- C.P.
- Ciudad y país
- Idioma
- Fecha de nacimiento
- Título
- Notas/citas
- Compras: importe/periodo/cantidad
- Facturación total

3.3.2. Gestión de no afiliados a Cashback World

Además de los Clientes Habituales que se captan o registran con motivo del proceso de registro, el Loyalty Merchant también puede importar información de los clientes (potenciales) que todavía no son Afiliados del Cashback World al módulo CRM y gestionar dicha información.

3.3.3 Opciones de exportación

Si el Loyalty Merchant lo desea, existe la opción de exportar documentos o imágenes que haya subido del módulo CRM. También se pueden exportar los resultados de las evaluaciones accesibles.

4. Opcional Módulo de Comunicación con Cliente

Si el Loyalty Merchant está comprando, adicionalmente al Premium Partner Program, el Módulo de Comunicación con Cliente, los siguientes módulos están disponibles:

4.1 Módulo Newsletter

En el módulo de Comunicación con Cliente se proporciona un sistema sencillo de Newsletters. El Loyalty Merchant puede utilizarlo para personalizar el diseño de los correos electrónicos y enviar las noticias más recientes a sus Clientes habituales (clientes Cashback World y no afiliados a Cashback World).

4.1.1. Plantillas de Newsletters

Existen diferentes plantillas de Newsletters a disposición del Loyalty Merchants . Una vez se elige una plantilla, se completan automáticamente los siguientes contenidos de la misma:

- Logotipo
- Editor/aviso legal/derechos de autor: nombre de la empresa, domicilio social del Loyalty Merchant .
- Enlace a la página web del Loyalty Merchant .

El Loyalty Merchant tiene la libertad de decidir los contenidos de la Newsletter. No se mencionará a myWorld en las plantillas de las Newsletters. El Loyalty Merchant puede definir tipos diferentes de grupos destinatarios, englobando a todos o a algunos a los que se van a enviar las Newsletters. Los destinatarios de las Newsletters se pueden filtrar según lugar de residencia, cantidad y frecuencia de las ventas en un período determinado de tiempo, entre otros.

Por lo tanto, es bastante sencillo, por ejemplo, enviar una Newsletter a todos los clientes activos del Loyalty Merchant que hayan comprado algo a este al menos en cinco ocasiones en los últimos 6 meses.

Tras configurar la Newsletter, solo será preciso enviarla al grupo objetivo deseado y que se ha definido previamente.

4.1.2. Cuota de Newsletters

Existe una cuota mensual de 2 Newsletters por Cliente habitual que vence al final del mes natural. En caso de que el Loyalty Merchant desee enviar más de 2 Newsletters al mes a sus Clientes habituales, puede ampliar su cuota adquiriéndola en la oficina nacional de myWorld. Las cuotas adquiridas están disponibles como una cuota mensual adicional para el período comprado. Cuando envía Newsletters, la cuota mensual suministrada por myWorld será utilizada inicialmente, y solo cuando ésta cuota haya sido completamente consumida, la cuota adicional comprada será utilizada.

4.2 Módulo de encuestas de satisfacción del cliente

En función de la configuración por parte del Loyalty Merchant , se puede enviar una Encuesta de Satisfacción de Clientes a un Cliente Habitual que haya realizado una compra en él. Ejemplo: "¡Le agradecemos su visita a XY! Esperamos que haya disfrutado de su visita y le rogamos que nos indique su nivel de satisfacción de manera anónima. ¡Muchas gracias!".

El Loyalty Merchant determina los periodos en los que debe empezar la encuesta y la frecuencia con la que debe enviarse al cliente (por ejemplo, desearía que a un cliente que compra regularmente se le pregunte una vez al año). Para determinar si debe enviarse al cliente un correo con una encuesta o no, puede emplearse la frecuencia o el importe de las ventas (por ejemplo, desearía que se enviara una encuesta únicamente a aquellos clientes que hayan realizado una compra de al menos 50€).

Cada Loyalty Merchant puede elegir las preguntas que considere más oportunas de un conjunto de ellas. El Loyalty Merchant también puede hasta 20 preguntas de elaboración propia y las respuestas correspondientes.

5. Opcional Card & Flyer Design package

El Card & Flyer design package contiene las tarjetas de fidelización de clientes que están diseñadas según el propio diseño empresarial del Loyalty Merchant. myWorld empleará métodos razonables para llevar a cabo la idea de diseño del Loyalty Merchant en la medida en que resulte habitual para las Tarjetas de Cliente. Sin embargo, myWorld no puede garantizar la aplicación exacta de las solicitudes de diseño del Loyalty Merchant.

Anexo 2

Procesamiento de datos personales

En lo relativo al tratamiento de datos relacionado con el uso de los Cashback World Partner Programs de conformidad con el Acuerdo Adicional en virtud de las disposiciones vigentes de la Ley de Protección de Datos.

1. Objeto y duración del encargo

- 1.1 El objeto del encargo está determinado en el Acuerdo Adicional para la utilización de los Cashback World Partner Programs y el correspondiente formulario de contratación (denominado en lo sucesivo "**Acuerdo de Servicio**"). Como gestor encargado de los datos de carácter personal, myWorld procesa los datos personales de los clientes del Loyalty Merchant en el marco del módulo de Newsletters, para lo cual myWorld se sirve de la empresa salesforce.com EMEA Limited.
- 1.2 La duración del encargo (el plazo) obedece a la duración del Acuerdo Adicional.

2. Especificación de los contenidos del encargo

- 2.1 En el Acuerdo de Servicio se especifica el ámbito, el tipo y el objetivo de la recopilación, el tratamiento y/o el uso de datos personales que realiza myWorld para el Loyalty Merchant.
- 2.2 myWorld gestiona el tratamiento y el uso de los datos en Liechtenstein (Vaduz y Eschen) y en la sede de la empresa subcontratada por myWorld, salesforce.com EMEA Limited en Estados Unidos (Las Vegas e Indianápolis).

salesforce.com EMEA Limited cumple con los requisitos de las leyes de protección de los datos de carácter personal en el marco de un contrato individual de procesamiento de datos y de acuerdo a las disposiciones legales. Determinadas transferencias a un tercer país (fuera del EEE) requieren el consentimiento previo del Loyalty Merchant, que debe otorgarse cuando se cumplan los requisitos especiales de las disposiciones vigentes de la Ley de Protección de Datos.

- 2.3 Los siguientes tipos o categorías de datos (lista/descripción de las categorías de datos) constituyen el objeto de la recopilación, tratamiento y/o uso de los datos personales:
- (a) Datos personales clave (en especial, apellidos, nombre, género, fecha de nacimiento y dirección)
 - (b) Datos para la evaluación de la Newsletter (en especial, el patrón de clics del destinatario)
 - (c) Datos para la evaluación de las encuestas llevadas a cabo
 - (d) Datos de contacto (en especial, número de teléfono, dirección de correo electrónico)
 - (e) Datos clave del contrato (en especial, datos de ventas, como datos e importes de ventas, relación contractual, interés del contrato o del producto)
 - (f) Facturación contractual y datos de pago (en especial, número de factura)
 - (g) Campos libres
- 2.4 Los grupos involucrados en la gestión de los datos personales en el marco del presente encargo incluyen (lista/descripción de las categorías de personas involucradas):
- (a) Clientes
 - (b) Interesados

3. Medidas organizativas y técnicas

- 3.1 myWorld tiene la obligación de documentar la implementación de las medidas organizativas y técnicas descritas previamente a la formalización del encargo y antes de comenzar el procesamiento, en especial, documentar la ejecución específica del encargo y transmitir esta información al Establecimiento Comercial para que haga las verificaciones pertinentes por su cuenta. Tras la aceptación por parte del Loyalty Merchant, las medidas documentadas se convertirán en la base del encargo. En caso de que una inspección o auditoría al Loyalty Merchant señale la necesidad de adaptación, ésta deberá implementarse de mutuo acuerdo.
- 3.2 En general, las medidas que han de ser implementadas son medidas no específicas del encargo en lo relativo al control organizativo, control de acceso físico, control de acceso al sistema, control de acceso a los datos, control de transmisión, control de tareas, control de disponibilidad y requisitos de separación (véase el Apéndice „Medidas Generales Organizativas y Técnicas“) y, por otro lado, medidas específicas del encargo, en especial, en lo relativo al tipo de intercambio y suministro de datos, el tipo y las circunstancias del tratamiento y el almacenamiento de datos, y el tipo y las circunstancias de los resultados o la transmisión de datos.
- 3.3 Las medidas organizativas y técnicas están sujetas al progreso técnico y a desarrollos posteriores. A este respecto, myWorld puede implementar medidas alternativas que resulten adecuadas y que no tengan un nivel de seguridad inferior al de las medidas especificadas. Es preciso documentar los cambios significativos. myWorld tiene la obligación de proporcionar al Loyalty Merchant, a petición de este, la información estipulada en las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos.

4. Corrección, bloqueo y eliminación de datos

myWorld puede corregir, eliminar o bloquear los datos procesados en el encargo, pero puede hacerlo exclusivamente siguiendo las instrucciones del Loyalty Merchant. En caso de que una persona afectada se ponga en contacto con myWorld directamente para solicitar la corrección o la eliminación de sus datos, myWorld deberá transmitir esta solicitud al Loyalty Merchant con carácter inmediato.

5. Controles y otras responsabilidades de myWorld

myWorld, además de cumplir las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos, tiene las siguientes responsabilidades:

- 5.1 En la medida en que sea requerido por ley, designación por escrito del responsable de protección de datos que pueda llevar a cabo su labor de conformidad con las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos. Los datos de contacto del responsable de protección de datos deberán comunicarse al Loyalty Merchant con el fin de poder establecer contacto directo.
- 5.2 Cumplimiento de la confidencialidad de los datos en virtud de las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos. Toda persona que tenga acceso a los datos personales del Establecimiento Comercial con motivo del encargo, tiene la obligación de mantener la confidencialidad de dichos datos y deberá ser informada de las responsabilidades especiales en materia de protección de datos derivadas de dicho encargo y el compromiso existente de finalidad y formación.
- 5.3 La aplicación y el cumplimiento de todas las medidas organizativas y técnicas necesarias para el encargo de conformidad con las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos.
- 5.4 Notificación inmediata del Loyalty Merchant en lo relativo a medidas y procedimientos de control de la autoridad supervisora en virtud de las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos, lo que es de aplicación en caso de que una autoridad competente solicite a myWorld de conformidad con las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos.
- 5.5 Control de realización de las tareas mediante la verificación periódica por parte de myWorld en lo relativo a la ejecución o cumplimiento del encargo, en especial el cumplimiento, así como la adaptación cuando resulte necesario, de las disposiciones y medidas para la ejecución del encargo.

5.6 Verificabilidad de las medidas organizativas y técnicas implementadas en relación con el Loyalty Merchant . A este respecto, myWorld tiene la libertad de elegir el método más adecuado de verificación. A su propio cargo, el Loyalty Merchant puede solicitar declaraciones, análisis o extractos de análisis procedentes de organismos independientes (a saber, auditores, auditorías, directores de protección de datos, departamentos de seguridad informática, auditores de protección de datos o auditores de calidad) o la certificación adecuada por parte de una auditoría de protección de datos o de seguridad informática (por ejemplo, de conformidad con la protección básica de BSI). MyWorld tiene la libertad de cumplir con dicha solicitud.

6. Subcargos

6.1 El Loyalty Merchant acepta por la presente el uso de los servicios de los subcontratistas mencionados anteriormente. Se permite la contratación de subcontratistas adicionales para el tratamiento o el uso de los datos personales del Loyalty Merchant sin el consentimiento de este último, siempre que se cumplan los siguientes requisitos:

- (a) myWorld tiene la obligación de establecer acuerdos comerciales con el subcontratista de forma que estos cumplan con las disposiciones de protección de datos acordadas entre myWorld y el Loyalty Merchant .
- (b) Los requisitos de las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos han de cumplirse durante la ejecución del subcargos, en especial, el Loyalty Merchant debe tener derecho a inspeccionar y controlar al subcontratista de conformidad con las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos. A su vez, los subcontratistas designados por myWorld tienen derecho a designar subcontratistas siempre y cuando cumplan los requisitos mencionados anteriormente.

Dichos servicios de terceros de los que myWorld hace uso como servicios complementarios con el fin de respaldar la ejecución del encargo no se consideran subcargos en virtud de esta disposición. Entre ellos se incluyen, por ejemplo, servicios de telecomunicaciones, servicios de mantenimiento y usuarios, personal de limpieza, auditores o la manipulación de soportes de datos. No obstante, myWorld tiene la obligación de garantizar la protección y seguridad de los datos del Loyalty Merchant en caso de que se encarguen servicios complementarios a terceros y de formalizar cualesquiera acuerdos contractuales legítimos, así como de aplicar medidas de control.

7. Derechos de control del Establecimiento Comercial

7.1 El Loyalty Merchant tiene derecho a ejercer su derecho de control de tareas establecido en las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos en colaboración con myWorld o a ejercer ese derecho a su propio cargo mediante evaluadores designados en casos individuales. Asimismo, tiene derecho a garantizar el cumplimiento por parte de myWorld del presente Acuerdo mediante comprobaciones aleatorias llevadas a cabo en el Loyalty Merchant , habida cuenta de que generalmente es preciso notificar dichas comprobaciones con la debida antelación. myWorld acepta proporcionar al Loyalty Merchant , a petición de este, toda la información necesaria relativa al cumplimiento por parte de myWorld de la obligación de controlar las tareas y proporcionar las pruebas pertinentes.

7.2 En lo relativo a las responsabilidades de control del Loyalty Merchant de conformidad con las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos, myWorld deberá garantizar que, antes del inicio del tratamiento de los datos y durante el encargo, el Loyalty Merchant debe garantizar a su vez el cumplimiento de las medidas organizativas y técnicas aplicadas. Para tal fin, myWorld deberá demostrar al Establecimiento Comercial, a petición de este, la aplicación de las medidas organizativas y técnicas de conformidad con las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos. A este respecto, myWorld tiene la libertad de elegir el método más adecuado de verificación. A su propio cargo, el Loyalty Merchant puede solicitar la verificación mediante la presentación de una declaración actualizada, de análisis o extractos de análisis procedentes de organismos independientes (a saber, auditores, auditorías, directores de protección de datos, departamentos de seguridad informática, auditores de protección de datos o auditores de calidad) o la certificación adecuada por parte de una auditoría de protección de datos o de seguridad informática (por ejemplo, de conformidad con la protección básica de BSI). MyWorld tiene la libertad de cumplir con dicha solicitud.

8. Notificación en caso de incumplimiento por parte de myWorld

8.1 myWorld deberá notificar al Loyalty Merchant en todo momento en caso de que este o sus empleados hayan incumplido cualquier disposición de la protección de datos personales del Loyalty Merchant o hayan incumplido cualquier especificación acordada en el encargo.

8.2 Se tiene conocimiento de que, de conformidad con las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos, existe la responsabilidad de informar en caso de que se extravíen datos personales, o estos se transmitan de forma ilegítima o se tenga conocimiento de que se han obtenido de manera ilegítima. Por esta razón, el Loyalty Merchant debe estar informado de dichos incidentes independientemente de su causa. Lo anterior también es de aplicación en caso de incumplimientos graves en el procedimiento operativo, cualquier sospecha de incumplimiento de las disposiciones relativas a la protección de datos personales o cualesquier irregularidad en la gestión de los datos personales del Loyalty Merchant . myWorld tiene la obligación de tomar las medidas oportunas para garantizar la protección de los datos y minimizar cualesquiera consecuencias adversas potenciales para los implicados en colaboración con el Loyalty Merchant . En la medida en que las responsabilidades de conformidad con las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos afecten al Loyalty Merchant , myWorld tiene la obligación de darle respaldo para cumplirlas.

9. Facultad del Loyalty Merchant para dar instrucciones

9.1 La gestión de los datos se lleva a cabo exclusivamente en el marco de los Acuerdos formalizados y a petición del Loyalty Merchant . En el marco del encargo según lo acordado en el presente Acuerdo, el Establecimiento Comercial se reserva el derecho de dar instrucciones en relación con el tipo, el ámbito y los procedimientos del tratamiento de datos y de prestar instrucciones individuales más específicas. Las modificaciones en el objeto del tratamiento y las modificaciones en los procedimientos deben acordarse mutuamente y documentarse. myWorld no puede facilitar información a terceros ni a la persona involucrada sin la autorización previa por escrito del Loyalty Merchant .

9.2 El Loyalty Merchant debe confirmar inmediatamente las instrucciones orales, ya sea por escrito o por correo electrónico (en forma de texto). myWorld no debe usar los datos para ningún otro fin y, en especial, no tiene derecho a transmitirlos a terceros. No deberán hacerse copias ni duplicados sin el conocimiento del Loyalty Merchant . Algunas excepciones a este respecto son las copias de seguridad, en la medida en que sean necesarias para garantizar el correcto tratamiento de los datos así como los datos requeridos para el cumplimiento de las obligaciones legales en materia de almacenamiento.

9.3 De conformidad con las disposiciones vigentes correspondientes de la Ley de Protección de Datos, myWorld tiene la obligación de informar inmediatamente al Loyalty Merchant si cree que determinada instrucción infringe cualesquiera disposiciones de protección de datos. myWorld tiene derecho a aplazar la ejecución de dicha instrucción hasta el momento en que esto se haya confirmado o se haya modificado por parte de la persona responsable del Establecimiento Comercial.

10. Eliminación de datos y devolución de soportes de datos

10.1 En el momento de finalización del trabajo encargado, o previamente si así lo solicitase el Loyalty Merchant , y como muy tarde al vencimiento del Acuerdo de Servicio, de conformidad con las disposiciones de protección de datos, myWorld tiene la obligación de entregar o, según lo acordado previamente, destruir todos los documentos, resultados compilados del tratamiento y uso, así como los datos almacenados recibidos en relación con el encargo de conformidad con la Cláusula 14.2 del Acuerdo Adicional. Lo mismo es de aplicación para la documentación de desecho y de prueba. A petición se presentará el historial de eliminación.

10.2 myWorld debe almacenar la documentación empleada para verificar el tratamiento de datos encargado según los plazos de almacenamiento correspondientes, incluso tras el vencimiento de acuerdo. Con el fin de descargarse, myWorld puede entregar dicha documentación al Loyalty Merchant al vencimiento del acuerdo.

APÉNDICE DEL ACUERDO PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS PERSONALES MEDIDAS

GENERALES ORGANIZATIVAS Y TÉCNICAS

A. myWorld tiene la obligación de aplicar las siguientes medidas organizativas y técnicas para la protección de los datos del Loyalty Merchant almacenados en sus servidores o en los servidores de sus Loyalty Merchant :

11. Control de acceso físico

Medidas organizativas y técnicas para el control de acceso físico, en especial, para la verificación de las personas autorizadas:

- Solo se puede obtener acceso con un PIN electrónico personal y una clave adicional
- Zona de seguridad multinivel
- Videovigilancia y sistema de alarmas
- Servicio de seguridad

12. Control de acceso al sistema

- Medidas organizativas (registro máster de usuarios) y técnicas (protección mediante contraseñas y códigos) relativas a la identificación y autenticación de usuarios: normas definidas de contraseñas con respecto a
- Número mínimo de caracteres, números, letras y caracteres especiales
- Vencimiento y validez de las contraseñas
- Seguimiento de intentos de inicio de sesión y desactivación de cuentas de usuarios según un número específico de intentos fallidos
- Identificación de usuarios única y personal
- Normas para la modificación de empleados o personal que deja la empresa (por ejemplo, el bloqueo de cuentas de usuario)
- El acceso remoto solo es posible mediante la identificación de doble factor basada en tokens
- Codificación de los discos duros
- Firewall

13. Control de acceso de datos

Concepto de autorización basado en funciones; las funciones reflejan cargos dentro de la compañía y garantizan que las personas autorizadas pueden acceder únicamente a los datos a los que tienen derecho de acceso. Lo anterior incluye:

- Concepto de autorización
- Identificación y contraseñas personales del usuario según la norma
- Interfaces de redes seguras según las condiciones tecnologías, como certificados y codificación

Una política de auditorías define el registro de inicios y cierres de sesión, los intentos fallidos de acceso y la creación, eliminación y modificación de cuentas con las autorizaciones administrativas para todos los sistemas. Los historiales de auditorías se archivan diariamente con seguridad.

14. Control de transmisión

myWorld aplica las siguientes medidas para la protección de los datos personales durante la transmisión, transporte o comunicación de los datos:

- Canales VPN
- Firewall
- Acceso mediante conexiones codificadas

Los soportes de datos se almacenan y transportan físicamente minimizando todo lo posible el riesgo de robo, pérdida o daños. Las normas definen la protección de los datos en relación con

- Almacenamiento
- Emisión
- Transporte (virtual o físico)
- Autorización para la ejecución del transporte

15. Control de entrada

Medidas para las posteriores comprobaciones para verificar si se han introducido, modificado o eliminado datos personales en los sistemas de tratamiento de datos y para quién lo ha realizado:

- ID de usuario única
- Introducción de modificaciones en los registros de datos
- Acceso restringido según las direcciones IP

16. Control de tareas

Medidas (organizativas y técnicas) para definir las competencias entre el Establecimiento Comercial y myWorld:

- Obligación por parte de los empleados de myWorld de mantener la confidencialidad de los datos
- Contratos de protección de datos de myWorld con los proveedores de servicios especificados
- Facultad determinada del Establecimiento Comercial para dar instrucciones
- Comprobaciones aleatorias y derechos de control del Establecimiento Comercial

17. Control de disponibilidad

Medidas para la seguridad de los datos (física/lógica):

- Medidas para la protección contra incendios
- Protección contra sobretensiones eléctricas

- Suministro eléctrico ininterrumpido
- Aire acondicionado
- Duplicado de los discos duros
- Concepto de copia de seguridad y recuperación
- Escáner de virus
- Firewall
- Duplicado de datos

18. Control de separación

Medidas para garantizar el tratamiento separado (almacenamiento, modificación, eliminación, transmisión) de los datos para diferentes fines:

- Separación lógica y física de los sistemas de producción, pruebas y desarrollo
- Autorizaciones de usuarios diferentes para los sistemas de producción, pruebas y desarrollo
- Sistemas independientes de bases de datos

Security, Privacy and Architecture of the Salesforce Marketing Cloud

Published: April 24, 2019

Copyright 2000 – 2019 salesforce.com, inc. All rights reserved. Salesforce is a registered trademark of salesforce.com, inc., as are other names and marks. Other marks appearing herein may be trademarks of their respective owners.

Salesforce's Corporate Trust Commitment

Salesforce is committed to achieving and maintaining the trust of our customers. Integral to this mission is providing a robust security and privacy program that carefully considers data protection matters across our suite of services, including data submitted by customers to our services ("Customer Data").

Services Covered

This documentation describes the architecture of the security- and privacy-related audits and certifications received for, and the administrative, technical, and physical controls applicable to, the following Salesforce Marketing Cloud services (collectively, for the purposes of this document, the "Covered Services"):

- **Advertising Studio:** Services branded or sold as Advertising Studio, Advertising Audiences, Advertising Campaigns, Journey Builder Advertising, Lead Capture, or Social.com.
- **Datorama:** Services branded or sold as Datorama.
- **ExactTarget:** Services branded or sold as Audience Builder, Automation Studio, Content Builder, Email Studio, Journey Builder, Mobile Studio, or Web Studio. The Services branded as Live Weather Block are subject to the ExactTarget and Predictive Intelligence documentation.
- **Interaction Studio:** Services branded or sold as Interaction Studio.¹ The Services branded as Interaction Studio are also subject to the Heroku documentation as applicable.
- **Predictive Intelligence:** Services branded or sold as Einstein Recommendations, Einstein Email Recommendations, Einstein Web Recommendations, Predictive Intelligence, Predictive Email, Predictive Web, Web & Mobile Analytics, Web Personalization, Personalization Builder, or Marketing Cloud Einstein and Measurement Platform. The Services branded as Einstein Engagement Scoring (formerly branded as Predictive Scoring), subject to the ExactTarget, Predictive Intelligence, and the Einstein Platform documentation, and (ii) Einstein Engagement Frequency, subject to the ExactTarget and Predictive Intelligence documentation.
- **Social Studio:** Services branded or sold as Social Studio.

This documentation does not apply to services branded as Salesforce DMP and Salesforce Data Studio (formerly branded as Krux), or Pardot.

Architecture and Data Segregation

The Covered Services are operated in a multitenant architecture that is designed to segregate and restrict Customer Data access based on business needs. The architecture provides an effective logical data separation for different customers via customer-specific unique identifiers and allows the use of customer and user role based access privileges. Additional data segregation is ensured by providing separate environments for different functions, especially for testing and production. The specific infrastructure used to host Customer Data is described in the "Infrastructure and Sub-processors" documentation available here.

Control of Processing

Salesforce has implemented procedures designed to ensure that Customer Data is processed only as instructed by the customer, throughout the entire chain of processing activities by Salesforce and its sub-processors. In particular, Salesforce and its affiliates have entered into written agreements with their sub-processors containing privacy, data protection, and data security obligations that provide a level of protection appropriate to their processing activities. Compliance with such obligations as well as the technical and organizational data security measures implemented by Salesforce and its sub-processors are subject to regular audits. The "Infrastructure and Sub-processors" documentation describes the sub-processors and certain other entities material to Salesforce's provision of the Covered Services.

Third-Party Functionality

When customers use the Covered Services to transmit or receive mobile messages, such as SMS messages, the content of those messages and related information about those messages are received by: (a) aggregators – entities that act as intermediaries in transmitting mobile messages or provisioning mobile numbers, and (b) carriers – entities that provide wireless messaging services to subscribers via wireless telecommunication networks. These aggregators and carriers access, store, and transmit message content and related information to provide these functions.

Audits and Certifications

The following security and privacy-related audits and certifications are applicable to the Covered Services, except for services branded as Interaction Studio:

- **EU-U.S. and Swiss-U.S. Privacy Shield certification:** Customer Data submitted to the Covered Services is within the scope of an annual certification to the EU-U.S. Privacy Shield Framework and the Swiss-U.S. Privacy Shield Frameworks as administered by the U.S. Department of Commerce, as further described in our Privacy Shield Notice. The current certification is available at <https://www.privacyshield.gov/list> by searching under "Salesforce" for the Covered Services except Datorama, and by searching under "Datorama, Inc." for Datorama.
- **ISO 27001/27017/27018 certification:** Salesforce operates an information security management system (ISMS) for the Covered Services in accordance with the ISO

27001 international standard. ExactTarget, Advertising Studio, Predictive Intelligence, and Social Studio are also aligned to ISO 27017 and ISO 27018. Salesforce has achieved ISO 27001/27017/27018 certification for its ISMS from an independent third party. The scope of Salesforce's ISO 27001/27017/27018 certification applicable to the Covered Services is available here. For Datorama, the ISO certification is available upon request from your organization's Salesforce Account Executive.

● **Service Organization Control (SOC) reports:** Salesforce's information security control environment applicable to the Covered Services undergoes an independent evaluation in the form of a SOC 2 report.

● **TRUSTe certification:** Salesforce has been awarded the TRUSTe Certified seal signifying that Salesforce's Website Privacy Statement and privacy practices related to ExactTarget, Advertising Studio, Predictive Intelligence and Social Studio have been reviewed by TRUSTe for compliance with TRUSTe's Certification Standards.

● **HITRUST certification:** For the ExactTarget services Salesforce has obtained HITRUST CSF Certification. A copy of Salesforce's HITRUST letter of certification is available upon request from your organization's Salesforce Account Executive.

Additionally, the Covered Services undergo security assessments by internal personnel and third parties, which include infrastructure vulnerability assessments and application security assessments, on at least an annual basis.

As further described in the "Infrastructure and Sub-processors" documentation, Salesforce uses infrastructure provided by third parties to host Customer Data submitted to certain services. Specifically, Salesforce uses infrastructure provided by Amazon Web Services, Inc. ("AWS") to host Customer Data submitted to Predictive Intelligence and Datorama. Salesforce uses infrastructure provided by Google, LLC ("GCP") to host Customer Data submitted to ExactTarget. Salesforce uses infrastructure provided by Microsoft Corporation ("Azure") to host Customer Data submitted to Datorama and Interaction Studio. Information about security and privacy-related audits and certifications received by AWS, GCP, and Azure, including ISO 27001 certification and SOC reports, is available from the AWS Security website, the AWS Compliance website, the Google Security website, the Azure Security website, and the Azure Compliance website.

Security Controls

The Covered Services include a variety of security controls. These controls include:

- Unique user identifiers allow customers to assign unique credentials for their users and assign and manage associated permissions and entitlements.
- Controls to ensure initial passwords must be reset on first use.
- Controls to limit password re-use.
- Password length and complexity requirements.
- Customers have the option to vary the complexity, expiration, and challenge questions regarding password security, and to define additional security settings such as account lockout in ExactTarget, Advertising Studio and Predictive Intelligence.
- Customers of ExactTarget, Advertising Studio, Interaction Studio, Predictive Intelligence and Social Studio have the option to define the range of IP addresses from which their users may access the Covered Services.
- Encryption and decryption options for data used to construct email messages and landing pages in ExactTarget.
- Email export whitelist functionality enables customers to define which users are able to receive exported material via email from ExactTarget.
- Customers have the option to manage their application users, and assign or define roles, or apply permissions and rights, within their implementation of the Covered Services.
- Customers have the ability to use their own external SFTP or FTP accounts to upload customer content to the Covered Services. Except in the case of Datorama's custom FTP solution, where Salesforce sets the password, if a customer desires that Salesforce provide an inbound SFTP account to the customer, the customer sets its own password for that account. Customers of ExactTarget, Advertising Studio, Predictive Intelligence, and Social Studio may also request Login IP Whitelisting for a Salesforce-provisioned SFTP account by contacting their support representative. Inbound SFTP accounts are otherwise not subject to the security controls, procedures, or policies in this document.

Some Covered Services use AWS, GCP, or Azure, as described above; further information about security provided by AWS, GCP, and Azure is available from the AWS Security website, including AWS's overview of security processes, the Google Security website, and the Azure Security website.

Datorama and Interaction Studio use Azure, as described above; further information about security provided by Azure is available from the Azure Security website.

Security Policies and Procedures

The Covered Services are operated in accordance with the following policies and procedures to enhance security:

- User passwords are stored using a salted hash format and are not transmitted unencrypted.
- Social account OAuth tokens used within Social Studio are encrypted with a minimum of 128-bit AES encryption.
- User access log entries will be maintained, containing date, time, URL executed or identity ID operated on, operation performed (accessed, created, edited, deleted, etc.) and source IP address.
- If there is suspicion of inappropriate access to the Covered Services, Salesforce can provide customers log entry records to assist in forensic analysis. This service will be provided to customers on a time and materials basis.
- User access logs will be stored in a secure centralized host to prevent tampering.
- User access logs will be kept for a minimum of 90 days.
- Salesforce personnel will not set a defined password for a user.

Intrusion Detection

Salesforce, or an authorized independent third party, will monitor the Covered Services for unauthorized intrusions using network-based intrusion detection mechanisms. Salesforce may analyze data collected by users' web browsers (e.g., device type, screen resolution, time zone, operating system version, browser type and version, system fonts, installed browser plugins, enabled MIME types, etc.) for security purposes, including to prevent fraudulent authentications, and to ensure that the Covered Services function properly.

Security Logs

All Salesforce systems used in the provision of the Covered Services, including firewalls, routers, network switches and operating systems, log information to their respective system log facility or a centralized syslog server (for network systems) in order to enable security reviews and analysis.

Incident Management

Salesforce maintains security incident management policies and procedures. Salesforce notifies impacted customers without undue delay of any unauthorized disclosure of their respective Customer Data by Salesforce or its agents of which Salesforce becomes aware to the extent permitted by law.

User Authentication

Access to the Covered Services requires a valid user ID and password combination, which are encrypted via TLS while in transmission, as well as machine specific information for identity validation as described under "Security Controls," above. Following a successful authentication, a random session ID is generated and stored in the user's browser to preserve and track session state.

Physical Security

Production data centers used to provide the Covered Services have access control systems. These systems permit only authorized personnel to have access to secure

areas. These facilities are designed to withstand adverse weather and other reasonably predictable natural conditions, are secured by guards, two-factor access screening, and escort-controlled access, and are also supported by on-site backup generators in the event of a power failure.

Reliability and Backup

All infrastructure components are configured in a high availability mode or in a redundant fashion. All Customer Data submitted to the Covered Services is stored on infrastructure that supports high availability and is backed up on a regular basis. This backup data for ExactTarget, Advertising Studio, Predictive Intelligence, Social Studio, and Interaction Studio is retained for 90 days. Backup data for Datorama is retained for 30 days.

Disaster Recovery

The Covered Services' production systems are protected by disaster recovery plans which provide for backup of critical data and services. A comprehensive system of recovery processes exists to bring business-critical systems back online within the briefest possible period of time. Recovery processes for database security, systems administration, and network configuration and data provide a roadmap for personnel to make processes available after an outage.

ExactTarget, Predictive Intelligence, Social Studio, and Datorama use secondary facilities that are geographically diverse from their primary data centers, along with required hardware, software, and internet connectivity, in the event Salesforce production facilities at the primary data centers were to be rendered unavailable.

Viruses

The Covered Services have controls in place that are designed to prevent the introduction of viruses to these Services' respective platforms. Uploaded attachments that are found to contain a virus will not be executed in Advertising Studio and ExactTarget, and will not be stored in Social Studio and Interaction Studio. Uploaded attachments are not executable in Predictive Intelligence, Interaction Studio, Social Studio, and Datorama and therefore will not damage or compromise the online Predictive Intelligence, Interaction Studio, Social Studio, or Datorama services by virtue of containing a virus. Additionally, Social Studio may pull in information from the Internet and links to other websites that may contain malicious content, but such websites are not executable in Social Studio.

Data Encryption

The Covered Services use, or enable customers to use, industry-accepted encryption products to protect Customer Data and communications during transmissions between a customer's network and the Covered Services including through Transport Layer Encryption (TLS) leveraging at least 2048-bit RSA server certificates and 128 bit symmetric encryption keys at a minimum.

Return of Customer Data

During the contract term, customers may export a copy of any Customer Data that is made available for export through the Covered Services. Within 30 days of termination of the applicable Covered Service, customers may 1) request return of Customer Data submitted to Advertising Studio, Interaction Studio, or Social Studio by contacting marketingcloudsupport@salesforce.com; 2) access their account to export or download Customer Data submitted to ExactTarget; or 3) contact their account manager to download or export reports generated by Predictive Intelligence or Datorama and engage Salesforce professional services to recover any raw data processed by Predictive Intelligence that has not already been deleted.

Deletion of Customer Data

After termination of the Advertising Studio, or Predictive Intelligence services, to request deletion of Customer Data submitted to such service, contact marketingcloudsupport@salesforce.com. After termination of the ExactTarget, Predictive Intelligence, and Advertising Studio services, following the 30-day period for return of Customer Data, Customer Data submitted to ExactTarget, Predictive Intelligence, and Advertising Studio is retained in inactive status for up to 90 days, after which it is securely overwritten or deleted. After termination of Interaction Studio, following the 30-day period for return of

Customer Data, Customer Data submitted to Interaction Studio is retained in inactive status for up to 90

days, after which it is securely overwritten or deleted. After termination of the Social Studio services, following the 30-day period for return of Customer Data, Customer Data submitted to Social Studio is retained in inactive status for up to 60 days, after which it is securely overwritten or deleted. For the Covered Services, back-up data may be retained for an additional 90 days after deletion of Customer Data, after which it is securely overwritten or deleted.

After termination of the Datorama services, following the 30-day period for return of Customer Data, Customer Data submitted to Datorama is securely overwritten or deleted.

This process is subject to applicable legal requirements. Without limiting the ability for customers to request return of their Customer Data submitted to the Covered Services, Salesforce reserves the right to reduce the number of days it retains such data after contract termination. Salesforce will update this Salesforce Marketing Cloud Security, Privacy and Architecture Documentation in the event of such a change.

Sensitive Data

Important: The following types of sensitive personal data may not be submitted to the Covered Services:

Government-issued identification numbers; financial information (such as credit or debit card numbers, bank account numbers, and any related security codes or passwords). Additionally, information related to an individual's physical or mental health and information related to the provision or payment of health care may not be submitted to Advertising Studio, Predictive Intelligence, Interaction Studio, Social Studio, or Datorama.

For clarity, the foregoing restrictions do not apply to financial information provided to Salesforce or any Covered Service for the purposes of checking the financial qualifications of, and collecting payments from its customers, the processing of which is governed by Salesforce's Website Privacy Statement.

Analytics

Salesforce may track and analyze the usage of the Covered Services for purposes of security and helping Salesforce improve both the Covered Services and the user experience in using the Covered Services. For example, we may use this information to understand and analyze trends or track which of our features are used most often to improve product functionality.

Salesforce may share anonymous usage data with Salesforce's service providers for the purpose of helping Salesforce in such tracking, analysis and improvements. Additionally, Salesforce may share such anonymous usage data on an aggregate basis in the normal course of operating our business; for example, we may share information publicly to show trends about the general use of our services.

Additionally, Salesforce uses Customer Data consisting of data and metrics derived from customer's websites and social accounts with third party social platforms, such as geographic location, time of day of use, greatest period of use by industry, and other metrics including spend rates or click rates by geographic location and by industry to create an aggregated and anonymized data set ("Anonymized Data"). No Customer Data consisting of personally identifiable information is contained in the Anonymized Data, nor any data that would identify customers, their users, customers' clients, or any individual, company or organization. Salesforce combines the Anonymized Data with that of other customers to create marketing reports and to provide product features. By using the Covered Services, customers consent to the use and disclosure of their Customer Data to create reports from the Anonymized Data.

Interoperation with Other Services

The Covered Services may interoperate or integrate with one another, and with other services provided by Salesforce or third parties. Security, Privacy and Architecture documentation for such services provided by Salesforce is available in the Trust and Compliance Documentation. Salesforce also provides a variety of platforms and features that allow Salesforce users to learn about Salesforce products, participate in communities, connect third party applications, and participate in pilots, testing, and assessments, which are outside the scope of this documentation. Salesforce may communicate with users that participate in such platforms and features in a manner consistent with our Privacy Statement. Additionally, Salesforce may contact users to provide transactional information about the Covered Services; for instance, through the Adoption Manager program or through system-generated messages, such as Chatter notifications. Salesforce offers customers and users the ability to deactivate or opt out of receiving such messages.

¹ Applicable to customers purchasing or renewing subscriptions to Interaction Studio on or after October 18, 2018. Customers purchasing Interaction Studio prior to October 18, 2018 purchased Interaction Studio as a Non-Salesforce Application subject to the Terms of Use of Thunderhead (One) Ltd.