Condiciones del servicio y licencia de datos para marcas

Versión 0.6.0, de 6 de octubre de 2026
mercamap.com/legal/archive/portal-terms/0.6.0

1. Partes y objeto

1.1 El prestador. El servicio lo presta **Iñigo Escribano Calvo**, persona física (en adelante, "nosotros" o "el prestador"), NIF 72725776Y, con domicilio en Portichol 83, 03670 Monforte del Cid (Alicante), correo electrónico legal@mercamap.com (LSSI art. 10.1). Está prevista la constitución de una sociedad limitada unipersonal que sucederá al prestador en este contrato (cláusula 19.3); cuando ocurra, sus datos sustituirán a los anteriores en mercamap.com/legal y se lo comunicaremos al cliente.

1.2 El cliente. El cliente es la empresa, el empresario individual o la entidad (el "cliente") que abre una cuenta de **MercaMap para marcas** (el "servicio" o el "portal") y contrata en el marco de su actividad empresarial o profesional. El cliente **no es consumidor** (TRLGDCU art. 3, a contrario): no se aplican las normas de protección de consumidores y usuarios y, en particular, no existen derecho de desistimiento ni fuero del consumidor. Quien acepta estas condiciones en nombre del cliente declara tener poder suficiente para obligarlo.

1.3 El servicio. El servicio da acceso, a través de mercamap.com y según el plan contratado (Anexo A), a datos observados sobre la presencia de productos en supermercados de España: presencia por tienda, cadena y provincia; emplazamiento (pasillo, lado, tramo, zona), nivel de estante y altura; número de caras (facings) indicativo; precios y promociones observados; mapas de tienda y una vista tridimensional esquemática; cambios semana a semana; y exportaciones. Los datos derivan de recorridos de mapeo que realizan personas independientes (los "mapeadores") con la app MercaMap, bajo sus propias condiciones (mercamap.com/legal/mapeadores): la app pixela de forma irreversible a las personas en el propio teléfono y de las imágenes se extraen datos de productos y de estanterías. Según el plan (Anexo A), el servicio incluye además la **evidencia**: fotogramas de estanterías de recorridos aceptados, ya pixelados, mostrados en un visor privado con el recuadro del producto del cliente y, en los planes con recorridos, la vista de la tienda fotograma a fotograma, con su posición en el plano (cláusula 6.8). **El servicio nunca incluye imágenes originales sin pixelar**, ni datos sobre personas, ni la identidad, el recorrido completo o la hora de ningún mapeador: la fecha más fina de un dato es la semana ISO.

1.4 Documentos. Estas condiciones se completan con el pedido o la carta de piloto firmados por el cliente, con los Anexos A (planes y precios), B (programa piloto) y C (atribuciones), con la política de privacidad (mercamap.com/privacidad) y con la página de atribuciones (mercamap.com/legal/atribuciones). El orden de prelación es el de la cláusula 19.5.

1.5 Idioma. El texto en español es el vinculante. La versión en inglés es una traducción de cortesía.

2. Definiciones

- **Cuenta**: el espacio del cliente en el portal, que corresponde a una sola persona jurídica (o empresario individual) o a una unidad de negocio de ella identificada en el pedido.
- **Administrador**: la persona que gestiona la cuenta en nombre del cliente: invita y retira miembros, elige los packs y recibe las comunicaciones del contrato.
- **Miembro**: cada persona con acceso a la cuenta, incluidos los administradores. Cada miembro ocupa un puesto.
- **Pack de categoría**: cada uno de los conjuntos fijos de categorías de producto que enumera el Anexo A.4. Lo que el cliente contrata se mide en packs.

- **Datos observados**: los datos derivados de los recorridos de mapeo que el servicio pone a disposición del cliente: presencia, emplazamiento, nivel de estante, caras, precios y promociones observados, mapas de tienda, cambios y las métricas que de ellos se calculan. Son hechos observados y fechados por semana ISO, no mediciones continuas.
- **Marcas propias**: las marcas del cliente cuya titularidad o licencia haya acreditado en el alta (cláusula 3.2). Sus productos se muestran con todo el detalle que permita el plan, sin límite de número dentro de los packs contratados.
- **Marcas competidoras**: las demás marcas presentes en las secciones y categorías donde están las marcas propias. De ellas el servicio muestra solo información a nivel de marca (nombre, cuota de referencias, cuota de caras indicativa, precio mediano observado); nunca el detalle por producto.
- **Semana ISO**: la semana del calendario ISO 8601, de lunes a domingo, en la zona horaria Europe/Madrid. Es la unidad de fecha de todos los datos observados.
- **Piloto**: el programa gratuito y por invitación del Anexo B.
- **Planes**: las modalidades de pago Brand, Pro, Pro Nacional y Enterprise del Anexo A, con sus límites de packs, puestos, historial, exportaciones y soporte.
- **Créditos de cobertura**: un posible producto futuro por el que un cliente financiaría recorridos adicionales en tiendas de su interés. **No se ofrece** en esta versión y queda reservado para una versión posterior de estas condiciones; ninguna petición del cliente se convierte en una misión, un encargo ni un objetivo para los mapeadores.

3. Alta y cuentas

3.1 Por invitación. El acceso se abre por invitación nuestra, tras la solicitud del cliente en mercamap.com/brands o por correo a marcas@mercamap.com. Podemos rechazar una solicitud sin indicar el motivo, en particular mientras la capacidad de los packs sea limitada.

3.2 Verificación. Antes de abrir la cuenta comprobamos la identidad de la empresa y las marcas que reclama como propias con, al menos: (a) un correo electrónico de dominio corporativo del cliente, no de un proveedor de correo gratuito; (b) su NIF o CIF; y (c) la carta de piloto o el pedido firmados por una persona con poder. Podemos pedir pruebas adicionales de la titularidad o licencia de una marca (registro en la OEPM o la EUIPO, contrato de licencia) y retirar de la cuenta una marca cuya reclamación no se acredite. El cliente responde de la veracidad de lo que declara.

3.3 Miembros. Los administradores invitan a los miembros por correo electrónico, dentro del número de puestos del plan. Cada miembro acepta estas condiciones al activar su acceso y queda vinculado por ellas en lo que le concierne; el cliente responde de los actos de sus miembros. Las credenciales de acceso son personales e intransferibles: no se comparten ni se usan por más de una persona. El acceso se realiza con un código de un solo uso enviado al correo del miembro o, en el plan Enterprise, con el proveedor de identidad del cliente (SSO).

3.4 Una cuenta, una entidad. Una cuenta corresponde a una sola persona jurídica o a una unidad de negocio de ella. Un grupo con varias sociedades o unidades que quieran usar el servicio contrata una cuenta por cada una, salvo acuerdo escrito distinto en el plan Enterprise.

3.5 Registro de actividad. Conservamos un registro de las acciones relevantes de cada miembro (acceso, exportaciones, cambios de la cuenta) para la seguridad, el cumplimiento de la licencia de la cláusula 6, el soporte y la facturación (cláusula 11.3).

4. Programa piloto

4.1 El piloto es gratuito, por invitación, limitado en duración y en funciones, y no exclusivo para ninguna de

las partes. Se rige por estas condiciones y por el Anexo B, que fija su duración, su alcance, los límites de exportación, el calendario de revisiones y la ventana de conversión a un plan de pago.

4.2 Durante el piloto no existe compromiso de disponibilidad (cláusula 12) ni garantía alguna sobre los datos (cláusula 7), y cualquiera de las partes puede terminarlo con 7 días de preaviso. El cliente no paga nada por el piloto ni por ninguna otra prestación anterior a la apertura de los planes de pago (cláusula 5.1).

5. Planes, precios y facturación

5.1 Sin cobro antes de que se abran los planes de pago. Hasta que se abran los planes de pago no se cobra ningún importe por ningún concepto: hasta entonces el servicio se presta únicamente dentro del programa piloto gratuito. Los planes de pago se abren después del piloto, cuando el prestador sea la sociedad prevista en la cláusula 1.1; lo anunciamos en mercamap.com/brands/pricing y por correo electrónico a los administradores. Ninguna solicitud, carta de piloto o reserva anterior genera una obligación de pago.

5.2 Precios. Los precios de los planes y complementos son los del Anexo A y de mercamap.com/brands/pricing en la fecha del pedido. Se expresan en euros **sin IVA**. Al importe se añade el IVA al tipo vigente (LIVA art. 90.Uno; hoy, el 21 %). Cuando el cliente es un empresario establecido en otro Estado miembro de la Unión Europea e identificado a efectos del IVA, el servicio se entiende prestado en su sede y no está sujeto al IVA español (LIVA art. 69.Uno.1.º), y el cliente autoliquida el impuesto en su Estado (Directiva 2006/112/CE, art. 196); el cliente nos facilita un número de IVA válido. Cuando el cliente es un empresario establecido fuera de la Unión Europea, o en Canarias, Ceuta o Melilla, territorios donde no se aplica el IVA español (LIVA art. 3), y no tiene en el territorio de aplicación del impuesto un establecimiento permanente que sea el destinatario del servicio, el servicio tampoco se entiende prestado en ese territorio (LIVA art. 69.Uno.1.º): no lleva IVA español y la factura lo indica. El plan Enterprise se contrata por presupuesto escrito.

5.3 Periodicidad. Los planes Brand, Pro y Pro Nacional se contratan por meses o por años, con pago por adelantado al inicio de cada periodo; el plan Enterprise, por años. El precio anual ya incluye el descuento por pago anticipado que figura en el Anexo A.5.

5.4 Facturas. Emitimos una factura por cada cobro, con los requisitos del Reglamento de facturación (RD 1619/2012, arts. 2 y 6) y de la Ley General Tributaria (Ley 58/2003, art. 29.2.e), en formato electrónico, que el cliente acepta recibir (RD 1619/2012, art. 9), y la ponemos a disposición del administrador en el portal. Desde la fecha en que nos resulte aplicable el reglamento de los sistemas informáticos de facturación y de las facturas verificables (RD 1007/2023), las facturas cumplirán además ese reglamento. Conservamos las facturas y los registros de facturación durante seis años (Código de Comercio art. 30).

5.5 Medios de pago. Tarjeta o adeudo directo SEPA a través de nuestro proveedor de pagos para los planes Brand, Pro y Pro Nacional; transferencia bancaria contra factura para el plan Enterprise. El adeudo SEPA puede tardar hasta siete días en confirmarse; el acceso se abre al contratar y se mantiene durante diez días a la espera de la confirmación.

5.6 Impago. Si un cobro falla o una factura no se paga a su vencimiento, lo comunicamos al administrador y reintentamos el cobro. Transcurridos 14 días desde el aviso, la cuenta pasa a modo de solo lectura durante otros 14 días y después se suspende (cláusula 15). Las cantidades vencidas devengan el interés de demora de la Ley 3/2004 (art. 7) y la cantidad fija por costes de cobro de su art. 8.1 (40 euros), sin necesidad de intimación.

5.7 Cambios de precio. Podemos cambiar los precios del Anexo A para periodos futuros con un preaviso de **30 días** por correo electrónico al administrador. El nuevo precio se aplica en la primera renovación posterior al preaviso; el cliente puede cancelar antes de esa renovación (cláusula 14). Los precios bloqueados en virtud del Anexo A.5 (clientes fundadores) no cambian durante el plazo de bloqueo.

6. Licencia de uso de los datos

6.1 Concesión. Durante la vigencia del contrato concedemos al cliente una licencia **no exclusiva, intransferible y sin derecho de sublicencia** para acceder a los datos observados y a las exportaciones del plan contratado y para usarlos **en su actividad interna**.

6.2 Usos permitidos. El cliente puede: (a) analizar los datos internamente; (b) incluirlos, en forma de informes y resúmenes, en la información que da a su propia dirección, a sus accionistas y a sus órganos de administración; (c) usarlos para dirigir e instruir a su propia fuerza de ventas y a los agentes externos que trabajen para él, bajo confidencialidad y solo para los productos del cliente; (d) compartirlos con sus asesores (auditores, abogados, consultores) sujetos a un deber de confidencialidad, para el servicio que presten al cliente; y (e) conservar las exportaciones realizadas durante el contrato, dentro de los límites de esta cláusula.

6.3 Usos prohibidos. El cliente no puede: (a) revender, alquilar, sublicenciar ni ceder los datos o el acceso al servicio; (b) publicarlos o comunicarlos a terceros fuera de los casos de la cláusula 6.2, incluidas otras marcas, distribuidores, cadenas de supermercados y medios de comunicación; (c) construir con ellos, en todo o en parte, un conjunto de datos, un producto o un servicio que compita con el servicio o que lo sustituya; (d) extraer o reutilizar una parte sustancial de la base de datos por medios distintos de las funciones y exportaciones del plan, incluidos el rastreo automatizado, la descarga masiva y la copia sistemática de pantallas (LPI arts. 133.1 y 134.2); (e) intentar identificar, localizar o contactar a los mapeadores, o inferir qué persona realizó un recorrido; (f) usar los datos para presionar, perseguir, sancionar o perjudicar a cualquier mapeador o establecimiento, o para reclamar a un establecimiento por lo que un mapeador haya observado; (g) usar los datos para hacer o difundir afirmaciones denigrantes o comparaciones no permitidas sobre marcas competidoras (cláusula 6.5); ni (h) eliminar las menciones de atribución y de origen de las exportaciones.

6.4 Atribución. Cuando el cliente reproduzca una exportación o parte de ella en un documento, debe conservar las líneas de atribución que la acompañan: para los campos del directorio de tiendas (nombre, cadena, dirección y coordenadas), "© OpenStreetMap contributors, ODbL 1.0; IGN CartoCiudad, CC BY 4.0"; para los demás datos, la mención de origen "MercaMap, datos observados, semana W" que la exportación incluye (Anexo C).

6.5 Marcas competidoras. La información sobre marcas competidoras se entrega únicamente a nivel de marca, dentro de las secciones y categorías donde el cliente tiene marcas propias, y describe hechos observados en lineales abiertos al público. El cliente la usa bajo su responsabilidad y respetando la Ley 3/1991 de Competencia Desleal: no puede emplearla para denigrar a un competidor (art. 9) ni en comparaciones públicas que no cumplan los requisitos del art. 10 (bienes de la misma finalidad, comparación objetiva de características esenciales, pertinentes, verificables y representativas). Los datos son observaciones puntuales, no pruebas de la política comercial de nadie.

6.6 Marcas de terceros. Los nombres de productos, marcas y cadenas aparecen en el servicio para identificar lo observado (Ley 17/2001 art. 37.1.c). Su aparición no implica relación, patrocinio ni aprobación de sus titulares, y el cliente no adquiere derecho alguno sobre ellos.

6.7 Reserva. Todo lo no concedido expresamente queda reservado al prestador (cláusula 9).

6.8 Evidencia y recorridos. Los fotogramas que el servicio muestra (cláusula 1.3) son imágenes de estanterías captadas por mapeadores y pixeladas de forma irreversible en su teléfono antes de subirse; muestran el lineal tal como lo ve cualquier cliente del establecimiento. El cliente puede verlos en el servicio y usar lo que observa en ellos en su actividad interna (cláusula 6.2), con estas reglas: (a) **no puede descargarlos, copiarlos, capturarlos ni extraerlos** salvo por las funciones de exportación de su plan, ni publicarlos o comunicarlos a terceros, incluidas las cadenas de supermercados y los medios; (b) **no puede intentar identificar** a ninguna persona que pudiera aparecer en ellos ni a quien los captó, ni combinarlos

con otros datos con ese fin, y nos avisará en hola@mercamap.com si cree que un fotograma muestra a una persona reconocible, para que lo retiremos; (c) los fotogramas de marcas competidoras aparecen solo porque forman parte del lineal y no amplían la cláusula 6.5; (d) los fotogramas se muestran mientras respaldan la vista de la tienda o su historial por semanas, dentro del historial del plan (Anexo A) y como máximo durante 13 meses desde su captación (26 semanas en los captados antes del 9 de noviembre de 2026 o bajo una licencia anterior del mapeador), y desaparecen antes si el mapeador, una persona que aparezca en ellos o el establecimiento ejercen los derechos que la política de privacidad y la política para comercios les reconocen; (e) las exportaciones de recorridos del plan Enterprise llevan marca de agua y las mismas reglas; además, el cliente **borra los fotogramas de cada exportación, y cualquier copia suya, en la fecha que la exportación indica** (el fin del plazo de la letra (d)) y, si le avisamos de que se ha retirado un fotograma incluido en una exportación, en los **5 días hábiles** siguientes al aviso.

7. Naturaleza de los datos, exactitud y límites

7.1 Hechos observados. Los datos observados describen lo que un mapeador vio en una tienda durante un recorrido concreto, fechado por semana ISO. Los recorridos los realizan personas independientes cuando y donde ellas deciden; **no asignamos tiendas, misiones ni objetivos** a nadie, ni por petición del cliente ni por ningún otro motivo. Por eso no prometemos cobertura de ninguna tienda, cadena o provincia, ni una cadencia de actualización, ni la exhaustividad de ninguna sección. Las tiendas cuyo titular haya pedido la exclusión prevista en mercamap.com/retailers, y las que tengan un informe abierto, no aparecen en el servicio.

7.2 Cómo se muestra la incertidumbre. Cada métrica indica el número de tiendas o referencias en que se basa y, cuando es una proporción, un intervalo de confianza. Por debajo de 30 tiendas la métrica se marca como **"indicativa"**; las caras y los huecos se marcan siempre como indicativos mientras no exista una fase de detección específica. Cada dato muestra su antigüedad (hasta 30 días, de 31 a 90, más de 90) y nada con más de 26 semanas cuenta como vigente. Medimos la precisión de cada campo frente a un conjunto etiquetado a mano y la publicamos en mercamap.com/brands desde la primera medición, actualizada cada trimestre; hasta entonces, toda métrica se presenta como observada e indicativa.

7.3 Precios. Un precio observado es el que mostraba una etiqueta de lineal en la semana indicada, tal como se leyó. No es un precio vigente, no se actualiza de forma continua y no se garantiza: la lectura puede contener errores, la etiqueta puede haber cambiado y el precio puede variar entre tiendas de la misma cadena.

7.4 Lo que no es el servicio. El servicio no contiene datos de ventas, rotación, existencias ni cuotas de mercado, y no sustituye a los paneles de medición de mercado. Las métricas que llamamos "presencia observada" y "cuota de referencias" no son la "distribución numérica" ni la "cuota de mercado" de esos paneles.

7.5 Decisiones del cliente. El cliente decide por sí mismo qué conclusiones extrae de los datos y qué acciones comerciales emprende, y asume sus consecuencias. Recomendamos contrastar cualquier dato con una visita antes de una decisión relevante.

7.6 Fotogramas. Un fotograma muestra un instante de un lineal visto desde donde estaba el mapeador; puede estar movido, cortado o parcialmente tapado, y la posición que se indica en el plano es la estimación de la app. No es prueba de la política comercial de nadie ni de cómo estaba el lineal en otro momento. La cadencia de los recorridos es un objetivo (Anexo A), no una garantía: depende de dónde y cuándo mapean personas independientes (cláusula 7.1), y cada tienda muestra la fecha de su último recorrido aceptado.

8. Obligaciones del cliente

8.1 Uso lícito y seguro. El cliente usa el servicio conforme a la ley, a estas condiciones y a su pedido; protege sus credenciales y las de sus miembros; retira sin demora el acceso de quien deje de trabajar para él; y nos avisa en seguridad@mercamap.com en cuanto sospeche un acceso no autorizado o la pérdida de unas credenciales.

8.2 Declaraciones veraces. El cliente solo reclama como propias las marcas de las que es titular o licenciatario, y nos informa si deja de serlo.

8.3 Integridad del servicio. El cliente no realiza ingeniería inversa, no descompila ni intenta acceder al código, a los modelos ni a la infraestructura del servicio, salvo en los casos en que la ley lo permite sin posibilidad de pacto en contrario (LPI art. 100); no elude los límites técnicos del plan (cuotas de exportación, número de puestos, historial); no introduce programas dañinos ni carga el servicio de forma que perjudique a otros clientes.

8.4 Exportaciones y API. Las exportaciones y, cuando exista, la API se usan dentro de las cuotas del plan y para los fines de la cláusula 6. Las claves de API son confidenciales y se usan solo desde sistemas del cliente.

8.5 Derecho de la competencia. Los datos observados proceden de lineales abiertos al público, los recoge un tercero independiente y no revelan información comercial interna de ningún competidor. Aun así, el cliente cumple la Ley 15/2007 de Defensa de la Competencia (art. 1) en el uso que hace de ellos: no los comparte con competidores, no los usa como vehículo de un intercambio de información sobre precios o estrategias futuras, y no coordina con nadie su conducta a partir de ellos. Cada cliente recibe los datos por separado y nunca a través de otra marca.

9. Propiedad intelectual

9.1 Del prestador. El conjunto de datos observados, los mapas de tienda y las vistas tridimensionales (LPI art. 10.1.g), la estructura y la selección de la base de datos (art. 12), la inversión sustancial que la base de datos refleja (derecho *sui generis*, art. 133) y el software del servicio (art. 10.1.i y Título VII del Libro I) son nuestros. Esta cláusula no limita los derechos del cliente como usuario legítimo sobre partes no sustanciales (art. 134.1) ni la licencia de la cláusula 6.

9.2 De terceros. Los campos del directorio de tiendas derivan de OpenStreetMap (Open Database License, ODbL 1.0) y de CartoCiudad del Instituto Geográfico Nacional (CC BY 4.0) y conservan sus licencias; el directorio como base de datos derivada se facilita bajo la ODbL a quien lo solicite (Anexo C). Los mapas de tienda, los emplazamientos y los precios no derivan de esas fuentes y son nuestra base de datos propia.

9.3 Del cliente. Las marcas, los nombres comerciales y los datos que el cliente nos facilite (por ejemplo, su lista de referencias) siguen siendo suyos. Nos autoriza a usarlos solo para prestar el servicio: reconocer sus productos en los datos observados y mostrarlos en su cuenta.

9.4 Sugerencias. Si el cliente nos envía sugerencias, peticiones de funciones o comentarios sobre el servicio, podemos usarlos libremente para mejorarlo, sin obligación de compensación ni de confidencialidad sobre la sugerencia en sí, y sin que ello dé al cliente derecho alguno sobre lo que construyamos.

9.5 Nombre y logotipo del cliente. No usaremos el nombre ni el logotipo del cliente en nuestra publicidad, referencias comerciales o listas de clientes sin su consentimiento previo por escrito, que el cliente puede retirar en cualquier momento con efecto para los usos futuros.

10. Confidencialidad

10.1 Cada parte mantiene confidencial la información no pública que reciba de la otra con ocasión del

contrato (en nuestro caso, por ejemplo, las marcas y referencias del cliente, sus preguntas, sus resultados en el piloto y los precios de un presupuesto Enterprise; en el caso del cliente, los datos observados y las funciones no publicadas del servicio), la usa solo para el contrato y la revela únicamente a los empleados, miembros y asesores que necesiten conocerla y estén sujetos a una obligación equivalente.

10.2 No es confidencial la información que ya sea pública sin incumplimiento, que la parte receptora ya conociera, que reciba legítimamente de un tercero o que desarrolle de forma independiente. Cada parte puede revelar información confidencial cuando una ley o una autoridad lo exija, avisando antes a la otra si es lícito.

10.3 La obligación dura la vigencia del contrato y **tres años** más, sin perjuicio de la protección que la Ley 1/2019 de Secretos Empresariales otorgue por más tiempo a la información que constituya un secreto empresarial.

11. Protección de datos

11.1 Los datos observados no contienen datos personales. No incluyen identificadores de mapeadores, sesiones o usuarios, ni fechas más finas que la semana ISO. Los fotogramas de la cláusula 6.8 llegan con toda persona pixelada de forma irreversible en el teléfono del mapeador y con un segundo detector de rostros en el servidor; no conservamos las imágenes originales y no podemos identificar a nadie a partir de ellos (RGPD art. 11). El cliente no recibe de nosotros ningún dato personal de mapeadores ni de compradores, y nosotros nunca lo revelamos, tampoco a petición del cliente o de un establecimiento.

11.2 Datos de contacto de los miembros. Tratamos, como responsables del tratamiento, los datos profesionales de los administradores y miembros del cliente: nombre, correo electrónico de trabajo, cargo, empresa, registros de acceso y de uso, y las comunicaciones con nosotros. La base jurídica es la ejecución del contrato (RGPD art. 6.1.b) y, respecto de las personas que actúan en nombre del cliente, nuestro interés legítimo en mantener la relación con la empresa (RGPD art. 6.1.f; LOPDGDD art. 19). Los detalles (finalidades, plazos, derechos) están en la política de privacidad, §3.F (mercamap.com/privacidad). El cliente informa a sus miembros de este tratamiento antes de invitarlos.

11.3 Registros de actividad. Los registros de la cláusula 3.5 se conservan durante los plazos que indica la política de privacidad y solo los usamos para la seguridad, el control de la licencia, el soporte y la facturación. Un administrador puede pedir el registro de actividad de su cuenta.

11.4 Encargados. Solo encargamos el tratamiento de estos datos a los proveedores que figuran en mercamap.com/legal/encargados, con contratos del RGPD art. 28; no añadimos encargados para estos datos fuera de esa lista sin actualizarla.

11.5 Datos que el cliente nos facilite. Si el cliente nos envía datos personales de terceros (por ejemplo, de su fuerza de ventas), lo hace bajo su responsabilidad como responsable del tratamiento y con base jurídica suficiente. En el plan Enterprise, si el servicio exigiera tratar datos personales por cuenta del cliente, se firmará un contrato de encargo del tratamiento (RGPD art. 28.3).

12. Disponibilidad, soporte y cambios del servicio

12.1 Disponibilidad. Prestamos el servicio con diligencia profesional, pero sin un compromiso de disponibilidad medido, salvo lo que se pacte por escrito en un contrato Enterprise. Podemos interrumpir el servicio para mantenimiento, preferentemente fuera del horario laboral en España, avisando con antelación cuando sea previsible.

12.2 Soporte. El soporte se presta por correo electrónico en marcas@mercamap.com, en días laborables en España, con el objetivo de respuesta de cada plan (Anexo A.2): dos días laborables en Brand y en el piloto, un día laborable en Pro y en Pro Nacional (este, con una revisión trimestral), y el contacto designado y

el plazo pactados en Enterprise. Son objetivos, no garantías.

12.3 Cambios. Podemos cambiar, añadir o retirar funciones del servicio, los nombres de las métricas y el diseño de las pantallas. Avisaremos con antelación razonable de los cambios que reduzcan de forma apreciable lo que el plan incluye. Los formatos de exportación y, cuando exista, la API se mantienen al menos **90 días** después del aviso de su retirada o de un cambio incompatible.

13. Responsabilidad

13.1 Entre empresas. Las partes son empresas y pactan esta cláusula al amparo de la libertad contractual (CC art. 1255).

13.2 Lo que se excluye. Ninguna de las partes responde frente a la otra del lucro cesante, de la pérdida de ventas, de negocio, de contratos o de ahorros esperados, de la pérdida de fondo de comercio ni de daños indirectos o consecuenciales. En particular, no respondemos de las decisiones comerciales que el cliente adopte a partir de los datos observados (cláusula 7.5).

13.3 Tope. Nuestra responsabilidad total por todas las reclamaciones derivadas del contrato se limita al importe de las cuotas que el cliente nos haya pagado en los doce meses anteriores al hecho que la origine. Durante el piloto, y en cualquier periodo sin cuotas pagadas, el tope es de **1.000 euros**.

13.4 Lo que no se limita. Nada en esta cláusula limita la responsabilidad de una parte por dolo o culpa grave (CC arts. 1101 y 1102), por los daños a la vida o a la integridad de las personas, por el incumplimiento de la cláusula 10 ni por cualquier otro supuesto en que la ley no permita limitarla.

13.5 Indemnidad. El cliente mantendrá indemne al prestador frente a las reclamaciones de terceros y las sanciones derivadas de un uso de los datos o del servicio contrario a las cláusulas 6 y 8 por parte del cliente o de sus miembros, incluidos los gastos razonables de defensa.

14. Duración, renovación y cancelación

14.1 Inicio. El contrato empieza cuando aceptamos el pedido o, en el piloto, en la fecha de inicio de la carta de piloto. El piloto termina en la fecha que fija su carta (Anexo B).

14.2 Planes mensuales. Se renuevan automáticamente por periodos de un mes. El cliente puede cancelarlos en cualquier momento desde el portal, con efecto al final del periodo en curso.

14.3 Planes anuales. Se renuevan automáticamente por un año salvo que una de las partes comunique a la otra que no desea renovar al menos **30 días** antes del final del periodo. Recordaremos la renovación por correo al administrador con al menos 45 días de antelación.

14.4 Sin reembolsos. No se reembolsan los periodos pagados por adelantado, salvo en los casos de las cláusulas 15.4 y 16.2 y cuando la ley lo exija.

14.5 Efectos de la terminación. Al terminar el contrato, por el motivo que sea: (a) cesa el acceso a la cuenta; tras el fin de un piloto o de un plan de pago, la cuenta queda 14 días en modo de solo lectura para que el cliente recupere sus exportaciones, salvo terminación por incumplimiento; (b) las exportaciones realizadas durante el contrato siguen sujetas a la cláusula 6 y a la atribución de la cláusula 6.4, y el cliente puede conservarlas para su uso interno, sin actualizaciones; (c) las cláusulas 6.3, 6.4, 9, 10, 11, 13, 18 y 19 siguen vigentes; (d) conservamos los datos de la cuenta durante los plazos de la política de privacidad y los suprimimos después.

15. Suspensión y resolución

15.1 Suspensión. Podemos suspender el acceso de un miembro o de toda la cuenta, avisando al administrador, cuando: (a) exista un riesgo de seguridad para el servicio o para otros clientes; (b) se detecte

un uso contrario a las cláusulas 6 u 8, en especial una extracción masiva, el uso compartido de credenciales o un intento de identificar mapeadores; (c) una ley o una autoridad lo exija; o (d) una factura siga impagada tras el aviso y los plazos de la cláusula 5.6. La suspensión dura lo imprescindible y no interrumpe la obligación de pago de los periodos contratados.

15.2 Subsanación. Cuando el incumplimiento sea subsanable, pediremos al cliente que lo subsane en **15 días** antes de resolver el contrato. Puede resolverse sin plazo de subsanación cuando el incumplimiento sea grave e irreparable, como la reventa de los datos, su publicación o un intento de identificar a un mapeador.

15.3 Resolución por incumplimiento. Cualquiera de las partes puede resolver el contrato si la otra incumple una obligación esencial y no la subsana en el plazo de la cláusula 15.2 (CC art. 1124).

15.4 Cese del servicio. Si tuviéramos que dejar de prestar el servicio, lo comunicaremos con **90 días** de antelación y reembolsaremos la parte proporcional de los periodos pagados y no disfrutados.

16. Modificaciones

16.1 Podemos modificar estas condiciones y sus anexos. Comunicaremos las modificaciones por correo electrónico al administrador con al menos **30 días** de antelación a su entrada en vigor, con el texto nuevo y un resumen de los cambios. Las versiones anteriores quedan disponibles en mercamap.com/legal/marcas.

16.2 Seguir usando el servicio después de la fecha de entrada en vigor supone aceptar la versión nueva. Si una modificación reduce de forma sustancial los derechos del cliente o aumenta sus obligaciones, el cliente puede terminar el contrato sin penalización antes de esa fecha, por correo a marcas@mercamap.com, y le reembolsaremos la parte proporcional del periodo pagado y no disfrutado.

16.3 Los cambios que la ley exija, los que amplíen funciones sin reducir derechos y las correcciones de errores evidentes pueden aplicarse sin esperar 30 días, con aviso.

17. Comunicaciones

17.1 Las comunicaciones del cliente se dirigen a marcas@mercamap.com (cuenta, soporte, facturación, piloto) o a legal@mercamap.com (notificaciones del contrato, reclamaciones, propiedad intelectual); las de protección de datos, a privacidad@mercamap.com. Las nuestras se envían al correo del administrador que conste en la cuenta; el cliente lo mantiene actualizado.

17.2 Las comunicaciones por correo electrónico se consideran recibidas el día laborable siguiente a su envío. Las notificaciones de resolución se envían además a la dirección postal que conste en el pedido.

17.3 El idioma del contrato y de las comunicaciones es el español; atendemos también en inglés como cortesía.

18. Ley aplicable y jurisdicción

18.1 Este contrato se rige por la ley española.

18.2 Para cualquier litigio derivado del contrato, las partes se someten a los juzgados y tribunales de la ciudad de Alicante (sumisión expresa, LEC art. 55). Como la sumisión expresa contenida en condiciones generales no es válida (LEC art. 54.2), esta cláusula se recoge también en el pedido o en la carta de piloto que las partes negocian y firman individualmente. La sumisión no se aplica donde la ley la invalida, en particular en los asuntos que deban decidirse por el juicio verbal y en los que tengan una regla imperativa de competencia territorial (LEC art. 54.1); en esos casos, y donde no resulte válida por otro motivo, se aplican las reglas legales de competencia territorial (LEC arts. 50 a 53).

18.3 El cliente no es consumidor, por lo que no se aplican la regla del domicilio del consumidor (TRLGDCU art. 90.2) ni los mecanismos de resolución alternativa de litigios de consumo.

19. Disposiciones generales

19.1 Acuerdo completo. Estas condiciones, sus anexos y el pedido o la carta de piloto contienen todo lo acordado sobre el servicio y sustituyen a las conversaciones, presentaciones y propuestas anteriores. Las condiciones generales de compra del cliente no se aplican, aunque figuren en un pedido o en una factura, salvo que las aceptemos por escrito.

19.2 Condiciones generales. Estas condiciones son condiciones generales de la contratación (Ley 7/1998, art. 1) y se aplican también entre empresas (art. 2). Se incorporan al contrato con la aceptación expresa del cliente, que recibe un ejemplar y puede guardarlo y reproducirlo (art. 5.1; LSSI art. 27.4); le enviamos confirmación de la aceptación por correo electrónico (LSSI art. 28.1) y conservamos la versión aceptada, la fecha y la identidad de quien aceptó. Las cláusulas que el cliente no haya tenido oportunidad real de conocer no quedan incorporadas (art. 7).

19.3 Cesión. El cliente no puede ceder el contrato ni la cuenta sin nuestro consentimiento escrito. Nosotros podemos cederlos, sin consentimiento adicional, a la sociedad que constituya el prestador para continuar la actividad (cláusula 1.1); **el cliente acepta desde ahora esa cesión**, que le comunicaremos con los datos de la sociedad sucesora y que no cambia el precio ni las condiciones.

19.4 Nulidad parcial. Si una cláusula resulta nula o no incorporada, el resto del contrato sigue en vigor (Ley 7/1998, art. 10.1) y la cláusula se sustituye por la disposición válida más próxima a su finalidad.

19.5 Prelación. En caso de contradicción prevalece, por este orden: el pedido o la carta de piloto firmados; estas condiciones; los anexos; la página de precios.

19.6 Sin renuncia. No ejercer un derecho en un caso no supone renunciar a él.

19.7 Fuerza mayor. Ninguna parte responde del incumplimiento causado por hechos imprevisibles o inevitables ajenos a su control (CC art. 1105), salvo las obligaciones de pago.

19.8 Independencia. Las partes son contratistas independientes. Nada en el contrato crea una sociedad, agencia, distribución ni relación laboral, ni confiere al cliente exclusividad alguna sobre tiendas, cadenas, packs o datos.

Anexo A — Planes y precios

A.1 Sin cobro antes de que se abran los planes de pago. Ningún importe de este anexo se cobra antes de que se abran los planes de pago (cláusula 5.1). Hasta entonces solo existe el piloto gratuito del Anexo B.

A.2 Planes. Precios en euros, sin IVA (cláusula 5.2).

Precio anual (por mes / por año)
Brand: 290 € / 3.480 €
Pro: 1.490 € / 17.880 €
Pro Nacional: 4.900 € / 58.800 €
Enterprise: desde 9.900 € / 118.800 € (solo anual)

Precio mensual
Brand: 349 €
Pro: 1.790 €
Pro Nacional: 5.900 €
Enterprise: —

Packs de categoría incluidos
Brand: 1
Pro: 3

Pro Nacional: 10
Enterprise: 10 o más

Datos
Brand: presencia por cadena y provincia y precios por semana
Pro: emplazamiento por tienda (pasillo, lado, tramo, nivel, caras indicativas), mapa de tienda y vista 3D
Pro Nacional: los de Pro
Enterprise: los de Pro Nacional

Evidencia y vista de la tienda (cláusula 6.8)
Brand: el recorte de las referencias propias en cada tienda
Pro: la vista de la tienda, fotograma a fotograma, de hasta **300 tiendas en vista**, por cadena y provincia entre las cubiertas
Pro Nacional: la vista de la tienda de hasta **2.000 tiendas en vista**
Enterprise: la vista de la tienda de todas las tiendas cubiertas

---

Cadencia (objetivo, nunca garantía: cláusula 7.1)
Brand: —
Pro: un recorrido al mes en las tiendas en vista
Pro Nacional: la de Pro
Enterprise: la de Pro

Marcas competidoras (a nivel de marca)
Brand: 5 con nombre
Pro: todas
Pro Nacional: todas
Enterprise: todas

Puestos (miembros)
Brand: 3
Pro: 10
Pro Nacional: 15
Enterprise: 25

Historial
Brand: 26 semanas
Pro: completo
Pro Nacional: completo
Enterprise: completo

Exportaciones CSV
Brand: 4 al mes, 5.000 filas cada una
Pro: 20 al día, 50.000 filas cada una
Pro Nacional: las de Pro
Enterprise: las de Pro

Soporte y documentos
Brand: correo, objetivo de 2 días laborables
Pro: correo, objetivo de 1 día laborable
Pro Nacional: correo, objetivo de 1 día laborable, y revisión trimestral
Enterprise: contacto designado; acuerdo de nivel de servicio y contrato de encargo del tratamiento por contrato

Las funciones de cada plan son las que mercamap.com/brands/pricing presenta como incluidas en la fecha del pedido. Las que esa página presenta como «en preparación» no forman parte de ningún plan hasta que estén disponibles; cuando lo estén, se suman a los planes indicados sin cambiar su precio.

A.3 Complementos. Pack adicional: 290 € al mes en el plan anual, 349 € al mes en el mensual. Puesto adicional: 25 € al mes, hasta 10 puestos adicionales por cuenta. Cien tiendas más en vista: 190 € al mes, solo en los planes con visor de recorridos. Los complementos siguen la periodicidad del plan.

A.4 Packs de categoría. Dieciséis packs fijos: 1. Bebidas (agua, refrescos, zumos); 2. Cervezas; 3. Vinos y licores; 4. Lácteos; 5. Quesos y charcutería; 6. Desayuno (cereales, café, té, cacao); 7. Pan, bollería y galletas; 8. Chocolate, dulces y aperitivos; 9. Despensa (pasta, arroz, legumbres, harinas); 10. Conservas, salsas y caldos; 11. Aceites y vinagres; 12. Congelados, helados y platos preparados; 13. Frescos; 14. Hogar; 15. Cuidado personal, parafarmacia y bebé; 16. Mascotas. Las categorías de no alimentación que no pertenecen a ningún pack se contratan a petición. Las marcas propias del cliente son ilimitadas dentro de los packs contratados; sus productos en packs no contratados se muestran solo como un recuento.

A.5 Descuentos. (a) El precio anual ya incluye el descuento por pago anticipado (unos dos meses gratis frente al mensual). (b) **Clientes fundadores**: 40 % de descuento sobre el precio del plan durante los primeros 12 meses; desde el mes 13 se paga el precio general vigente en la fecha del pedido, que no cambia hasta que pasen 24 meses desde esa fecha (cláusula 5.7). Solo para quien contrate un plan en los 14 días siguientes a la revisión final de su piloto (Anexo B.9). (c) **Pilotos de pago para multinacionales**: un piloto puede ser de pago, entre el 10 % y el 30 % del precio anual del plan Pro, y su importe se descuenta de la primera anualidad si el cliente contrata; solo cuando se abran los planes de pago. Los descuentos (b) y (c) no se acumulan: quien pueda acogerse a los dos elige uno. El (b) se calcula sobre el precio de la periodicidad elegida; en la anual, ese precio ya incluye el (a).

A.6 Lo que no se ofrece. Exclusividad de ningún tipo (sobre tiendas, cadenas, categorías, packs o datos); cláusulas de cliente más favorecido; precios por cadena o por tienda; comisiones o cuotas ligadas a resultados; misiones, peticiones de tienda o encargos a los mapeadores; créditos de cobertura (reservados para una versión posterior); reventa de los datos de un cliente; imágenes originales sin pixelar, imágenes de personas o cualquier dato que permita identificar a un mapeador, a un cliente de la tienda o a su personal.

A.7 Vigencia. Los precios de este anexo son los publicados en mercamap.com/brands/pricing en la fecha del pedido y cambian conforme a la cláusula 5.7.

A.8 Nivel Explorer. Al terminar un piloto sin contratación podemos ofrecer, por invitación y sin obligación para ninguna de las partes, el nivel gratuito **Explorer**: un pack de categoría, datos por cadena y provincia, sin detalle por tienda ni de competidores, 4 semanas de historial, 1 puesto, sin exportaciones, sin API ni alertas, sin fotogramas y sin vista de tiendas. No se anuncia ni tiene precio; el cliente puede dejarlo cuando quiera y nosotros retirarlo con 30 días de preaviso por correo electrónico al administrador.

Anexo B — Programa piloto

B.1 Duración y precio. Ocho semanas desde la fecha de inicio de la carta de piloto, con una única prórroga posible hasta doce semanas de mutuo acuerdo. Gratuito: el cliente no paga nada (cláusula 5.1). Los pilotos se organizan por cohortes de marcas de un mismo pack.

B.2 Alcance. Profundidad del plan Pro sobre el pack de la cohorte, más hasta dos packs adicionales donde se extiendan los productos del cliente; todas las marcas competidoras a nivel de marca; 3 puestos; 13 semanas de historial; exportaciones limitadas a **2 por semana y 2.000 filas** cada una, con las líneas de atribución (cláusula 6.4). Sin API, sin créditos de cobertura y sin peticiones de tienda.

B.3 Calendario. Reunión de inicio con un registro de las preguntas que el cliente quiere responder; revisión en la semana 4; revisión final en la última semana, con los resultados frente a los criterios de éxito acordados al inicio.

B.4 Personas. El cliente designa a una persona responsable del presupuesto y a una persona usuaria del día a día. Nosotros designamos un contacto.

B.5 Criterios de éxito. Se fijan por escrito en la reunión de inicio (por ejemplo, preguntas respondidas, decisiones apoyadas, exactitud comprobada por el cliente en una muestra) y se contrastan en la revisión final.

B.6 Condiciones. Durante el piloto se aplican íntegramente estas condiciones, en especial la licencia de uso interno (cláusula 6), la confidencialidad mutua (cláusula 10), la licencia sobre sugerencias y la prohibición de usar el nombre o el logotipo del cliente sin consentimiento (cláusulas 9.4 y 9.5) y la protección de datos (cláusula 11). No hay exclusividad en ningún sentido.

B.7 Sin garantías. El piloto se presta sin compromiso de disponibilidad ni garantía sobre los datos observados (cláusulas 7 y 12), con el tope de responsabilidad de 1.000 euros de la cláusula 13.3.

B.8 Terminación. Cualquiera de las partes puede terminar el piloto con **7 días** de preaviso por correo electrónico, sin indicar motivo; y de inmediato si la otra incumple estas condiciones. Al terminar se aplica la cláusula 14.5.

B.9 Conversión. En los **14 días** siguientes a la revisión final el cliente puede contratar un plan con el precio de cliente fundador del Anexo A.5.b, nunca antes de que se abran los planes de pago. Pasado ese plazo, los precios son los generales. Si el cliente no contrata, la cuenta queda 14 días en solo lectura y después se suspende, salvo que acepte el nivel Explorer del Anexo A.8 cuando se lo ofrezcamos.

B.10 Verificación de la marca. Antes del inicio comprobamos: (a) el dominio corporativo del correo de la persona que firma y de los miembros invitados; (b) el NIF o CIF del cliente; y (c) la carta de piloto firmada por una persona con poder, que identifica las marcas propias, el pack de la cohorte, las dos personas de B.4 y la fecha de inicio.

Anexo C — Atribuciones y licencias de terceros

C.1 OpenStreetMap. Los campos del directorio de tiendas (nombre, cadena, dirección y coordenadas) proceden de OpenStreetMap, © colaboradores de OpenStreetMap, bajo la Open Database License (ODbL) 1.0 (openstreetmap.org/copyright; opendatacommons.org/licenses/odbl/1-0/). El directorio es una base de datos derivada que se facilita bajo la ODbL a quien lo solicite en legal@mercamap.com. Las exportaciones que incluyan esos campos llevan la línea "© OpenStreetMap contributors, ODbL 1.0".

C.2 CartoCiudad. Las direcciones postales que OpenStreetMap no recoge se completan con el geocodificador CartoCiudad del Instituto Geográfico Nacional, datos © Instituto Geográfico Nacional, bajo licencia CC BY 4.0 (cartociudad.es; creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Las exportaciones que incluyan esos campos llevan la línea "IGN CartoCiudad, CC BY 4.0".

C.3 Base de datos propia. Los mapas de tienda, los emplazamientos, los niveles de estante, las caras, los precios observados y las métricas derivadas no proceden de esas fuentes: son la base de datos propia del prestador (cláusula 9.1) y se facilitan al cliente solo bajo la licencia de la cláusula 6. La lista completa de atribuciones está en mercamap.com/legal/atribuciones.

C.4 Marcas de terceros. Los nombres de marcas, productos y cadenas que aparecen en el servicio son de sus titulares y se usan de forma referencial (cláusula 6.6).

Versión 6 de octubre de 2026. Iñigo Escribano Calvo.