

# GUÍA DE USUARIO PARA EMPRESAS

## ESTRUCTURA

1.	¿QUÉ ES EL CCFORM?.....	3
	<b>1.1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES.....</b>	<b>3</b>
	a) El formulario de reclamaciones del consumidor.....	3
	b) La reclamación.....	3
	c) El reclamante.....	4
	d) La empresa.....	4
	e) La Plataforma.....	5
	<b>1.2. CARACTERÍSTICAS DEL CCFORM.....</b>	<b>5</b>
	a) Resultados del proceso de reclamación.....	5
	b) Aspecto multilingüe del formulario.....	6
	c) Marco legal europeo y nacional.....	6
	<b>1.3. FUNCIÓN DE LA PLATAFORMA.....</b>	<b>6</b>
	a) Contactos con las empresas.....	6
	b) Facilitar información.....	7
	c) Papel de incentivo.....	8
	d) Gestionar las posibilidades de ampliación del formulario de reclamaciones.....	8
	e) Información sobre los derechos del consumidor.....	8
	f) Papel de vigilante.....	8
	g) Asegurar la credibilidad del sistema.....	9
	h) ADR propio para las relaciones con las empresas.....	9
	j) Estadísticas.....	9
2.	PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR UNA RECLAMACIÓN.....	10
	<b>2.1. CUMPLIMENTACIÓN DEL CCFORM POR EL RECLAMANTE.....</b>	<b>10</b>
	<b>2.2. HITOS.....</b>	<b>10</b>
	a) Hito 1: recoger la reclamación.....	10
	b) Hito 2: acordar que la reclamación se ha enviado correctamente.....	10
	c) Hito 3: acordar que la reclamación es aceptable.....	10
	d) Hito 4: hacer una oferta al reclamante.....	11
	e) Hito 5: acordar una resolución con el reclamante.....	11
	f) Hito 6: confirmar que se ha aplicado la resolución.....	11
	g) Hito 7: cerrar el expediente de reclamación.....	11
	<b>2.3. UNA HERRAMIENTA PARA LAS EMPRESAS.....</b>	<b>11</b>
3.	¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS/VALORES AÑADIDOS PARA LAS EMPRESAS?.....	13
	<b>3.1. UN SISTEMA FÁCIL DE UTILIZAR.....</b>	<b>13</b>
	a) Tecnologías XML.....	13
	b) Portal web aportado por la Plataforma para una utilización directa del formulario de reclamaciones.....	13

c) Integrar el formulario de reclamaciones en un sistema de gestión de reclamaciones existente .....	13
<b>3.2. UN SISTEMA DE BAJO COSTE.....</b>	<b>13</b>
a) Cuotas .....	13
b) Reducidos costes de personal.....	14
c) Un sistema asequible para las PYME.....	14
<b>3.3. UN SISTEMA CUYO OBJETIVO ES INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....</b>	<b>14</b>
a) Incrementar la seguridad y la confianza .....	14
b) Incrementar la eficiencia de la tramitación de la gestión de las reclamaciones .....	14
<b>4. OBLIGACIONES DE LAS EMPRESAS.....</b>	<b>15</b>
<b>4.1. COMPROMISOS RELACIONADOS CON EL PROCESO DE RECLAMACIÓN.....</b>	<b>15</b>
a) El contrato .....	15
b) Visibilidad del logo del CCform e información sobre el CCform.....	15
c) Obligación de dar respuesta a una reclamación y para indicar un margen de tiempo .	15
d) Prohibición de rechazar una reclamación por motivos injustificados.....	15
e) Prohibición de solicitar una prueba irrelevante .....	15
f) Aplicar la solución acordada con un reclamante .....	16
g) Cumplir las reglas de ampliación.....	16
<b>4.2. COMPROMISOS RELACIONADOS CON CUESTIONES DE PRIVACIDAD.....</b>	<b>16</b>
a) Límite del objetivo .....	16
b) Calidad de los datos .....	16
c) Derechos del reclamante en relación con los datos personales .....	16
d) Medidas de seguridad.....	17
<b>4.3. REGLAS DE AMPLIACIÓN.....</b>	<b>17</b>
a) Cumplimiento de las reglas de ampliación.....	17
b) Responsabilidad de la empresa .....	17
c) Obligación de informar a la Plataforma .....	17
d) Obligación de informar al reclamante .....	18
<b>5. APLICACIÓN Y SANCIONES .....</b>	<b>19</b>
<b>5.1. APLICACIÓN .....</b>	<b>19</b>
a) Dirección de contacto de alerta.....	19
b) Acciones de la Plataforma.....	19
c) El Comité de Vigilancia .....	19
<b>5.2. SANCIONES .....</b>	<b>20</b>
a) Comportamientos que implican sanciones.....	20
b) Escala de sanciones .....	20
<b>6. EL CÓDIGO DE CONDUCTA .....</b>	<b>21</b>

# 1. ¿QUÉ ES EL CCFORM?

## 1.1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES

### a) El formulario de reclamaciones del consumidor

¿Qué significa CCform? – El CCform significa *formulario de Reclamaciones del Consumidor para Mecanismos de Resolución on-line*.

Herramienta de Gestión – El CCform es una herramienta de gestión para reclamaciones individuales presentadas por un reclamante (usuario, consumidor, cliente, minorista, etc.) dirigidas a una empresa en particular. Está diseñada para ser utilizada en un entorno de servicio confidencial, cliente por cliente. Supone que la empresa resolverá directamente la reclamación a la plena satisfacción del reclamante. El CCform puede ser utilizado por cualquier empresa, con independencia del canal de ventas utilizado. No sólo el comercio electrónico, sino también las ventas a distancia *off-line* y las operaciones minoristas locales pueden mejorar utilizando el CCform.

El CCform es el primer paso para la gestión de una reclamación y no excluye otras formas de resolver un problema, con independencia de la solución propuesta. El CCform también aporta medidas para trasladar reclamaciones sin resolver a un servicio alternativo convenido de resolución de disputas (ADR), o a un regulador, según proceda.

El CCform – un proyecto financiado por la UE – El CCform es un proyecto financiado por la Dirección Tecnologías de la Sociedad de la Información de la Comisión Europea (IST), cuyo objetivo es lograr un consenso entre las empresas, los consumidores, las universidades y los reguladores sobre nuevos procesos más eficientes y transparentes para la gestión de reclamaciones.

Seguridad y confianza – El proyecto CCform tiene como objetivo aumentar la seguridad y la confianza en el comercio electrónico en beneficio tanto de los consumidores como de las empresas. Sus objetivos fundamentales son reforzar la seguridad y la confianza, reducir los costes operativos para las empresas, mejorar la calidad del servicio y obtener la satisfacción de los usuarios. La implicación de FEDMA en el proyecto pone de manifiesto la promoción del deseo de desarrollar la seguridad y la confianza en el comercio electrónico.

Por otra parte, la promoción del registro CCform de la empresa crea una marca de calidad, y contribuye a evitar el recurso a los tribunales susceptible de generar una publicidad contraproducente para la empresa.

### b) La reclamación

¿Para qué se puede utilizar el CCform? – El CCform puede ser utilizado por un reclamante para remitir una solicitud o una queja a otra persona, designada como receptor, en relación con cualquier tema vinculado con su actividad comercial, tanto si se trata de una compra particular como de una cuestión de comportamiento corporativo no relacionada con una compra.

Un reclamante puede requerir un resultado específico de su reclamación, como la sustitución de un producto defectuoso o una devolución del dinero, pero también puede permitir que sea la empresa la que sugiera una solución si la reclamación es de índole más general.

Origen on-line o off-line – Las reclamaciones originadas en transacciones o relaciones on-line, así como los contratos tradicionales a distancia en un entorno off-line, pueden transmitirse utilizando el CCform.

Categorías de reclamación – No existe obligación alguna de aceptar una reclamación, que puede referirse tanto a cuestiones contractuales como no contractuales. Puede ser de naturaleza general o más específica, y el reclamante no tiene que pedir necesariamente una resolución de su reclamación.

Condiciones de aceptación – Algunos criterios podrían provocar el rechazo de una reclamación, siempre que tales criterios sean pertinentes y legítimos. Por ejemplo, un receptor podría rechazar una reclamación si la fecha de la transacción original o el incidente causante de la reclamación revela que el periodo de garantía ha expirado. Otro argumento legítimo para rechazar una reclamación sería que el hecho de haber sido dirigida al receptor equivocado.

Identificación de la empresa – Existen dos categorías de empresas: las que están registradas en la plataforma CCform y las que no lo están. Se puede dirigir una reclamación a cualquiera de ellas. La Plataforma asume la obligación de ponerse en contacto con una empresa si ésta no está registrada, y de conseguir que colabore en el proceso de reclamación. Posteriormente informa al reclamante sobre el resultado de sus gestiones.

### **c) El reclamante**

¿Quién es el reclamante? – Un reclamante es un consumidor/usuario que presenta una reclamación utilizando el formulario de reclamaciones CCform.

Ubicación geográfica del reclamante – El país de residencia del reclamante no influye para nada en la aceptación de la reclamación. Sin embargo, es importante saber en qué país se encuentra el reclamante, siempre que se encuentre en la UE. La Plataforma facilitará los hipervínculos pertinentes para encontrar información sobre los derechos legales nacionales de los consumidores.

### **d) La empresa**

La empresa es el receptor de una reclamación.

Una empresa puede estar registrada en la Plataforma CCform o no estarlo – El reclamante tiene derecho a dirigir una reclamación tanto a una empresa que figure en el sitio web del CCform como a una empresa sin vínculo previo con el CCform: ésta es la diferencia entre *empresas registradas* y *no registradas*.

La distinción tiene importantes consecuencias en cuanto a la transmisión de la reclamación:

- si la empresa figura como registrada, significa que la reclamación será transmitida automáticamente y que el reclamante tiene la seguridad de recibir una respuesta de la empresa;
- *si la empresa no está registrada*, la transmisión de la reclamación no es automática. La Plataforma procura establecer contacto con la empresa, y solicita a ésta que se registre antes de transmitir la reclamación. Si no se puede establecer contacto con la empresa, o si ésta no desea registrarse, la reclamación no será transmitida. Se informa al consumidor de que la reclamación no puede tramitarse. La plataforma sugerirá al reclamante, si es posible, otras formas de reclamar y destruirá los datos o, si el reclamante da su consentimiento, trasladará el expediente a una autoridad apropiada, ADR, etc.

Si la empresa está registrada, significa que está de acuerdo con cumplir las reglas que rigen el proceso de reclamación establecido en el Código de Conducta.

Condiciones para ser una empresa registrada – Para registrarse las empresas deben cumplir las siguientes condiciones:

- Firmar un contrato con el CCform,
- Acordar respetar todas las disposiciones del Código de Conducta,

- Pagar una cuota por la utilización del formulario de reclamaciones, sobre la base de una cuota por reclamación o de una cuota anual,
- Deben indicar que desean utilizar el canal CCform como mecanismo de reclamación preferido en todas sus comunicaciones.

La utilización del formulario de reclamaciones no supone que la empresa tenga su propio sitio web, ya que la Plataforma CCform puede transmitir la reclamación utilizando una serie de vías de comunicación diferentes, incluido el fax. Tampoco necesita tener una Gestión de Relación con el Cliente (CRM) implantada, ya que la Plataforma le prestará asesoramiento, en caso necesario – reglas, asesoramiento sobre empresas de software que ofrecen CRM, asesoramiento sobre CRM, asesoramiento sobre proveedores de servicios automatizados.

## **e) La Plataforma**

Definición – La Plataforma es el órgano de gestión central encargado de gestionar el proceso de reclamación. No está involucrada en la resolución de la reclamación. Únicamente el reclamante y la empresa participan en dicho proceso.

Obligaciones de la Plataforma – La Plataforma tiene varias obligaciones; en especial debe facilitar información tanto a los reclamantes como a las empresas, explicar la funcionalidad del formulario de reclamaciones y asegurar la transmisión de las reclamaciones a la empresa. La Plataforma informa a los reclamantes sobre los hitos<sup>1</sup> del proceso de reclamación y hará un seguimiento de los hitos que completen las partes. En caso de que surjan problemas durante el proceso de reclamación, el reclamante puede obtener orientación de la Plataforma. Por consiguiente, la plataforma no es un simple mecanismo de transmisión de mensajes de los reclamantes a las empresas.

Servicios ofrecidos a las empresas – La Plataforma ofrece una gama de servicios a las empresas:

- o La utilización del CCform simplificará las tareas administrativas del departamento de gestión de reclamaciones de una empresa, ya que la reclamación estará adecuadamente estructurada y puede personalizarse;
- o Mediante del análisis de estadísticas regulares, la Plataforma puede ofrecer información sobre el mercado y datos comparativos sobre el estado de la empresa en relación con el número de reclamaciones recibidas; los asuntos y la cuestiones objeto de las reclamaciones; etc.

La Plataforma no es un mediador —La Plataforma no actúa como mediador en el proceso de reclamación: no participa en el proceso de resolución de la reclamación.

La Plataforma no garantiza que las partes encuentren una solución acordada – Las partes son responsables de llegar a un acuerdo, sin la intervención de un tercero. La utilización del CCform no puede garantizar que el reclamante vaya a recibir una solución satisfactoria. Si el proceso falla, es posible trasladar la reclamación en cualquier momento durante el proceso a un servicio ADR extrajudicial, a un órgano administrativo competente o a los tribunales.

## **1.2. CARACTERÍSTICAS DEL CCFORM**

### **a) Resultados del proceso de reclamación**

Facilitar el diálogo – El proceso se limita a facilitar un diálogo entre las partes, que puede eventualmente conducir a una resolución.

---

<sup>1</sup> Como veremos más adelante, el proceso de reclamación CCform se divide en siete hitos, que definen los diferentes pasos del proceso de reclamación. Ver 2.2 Hitos.

Partes implicadas en el proceso – Las únicas partes que participan en la búsqueda de una resolución son el reclamante y la empresa. La Plataforma no participa en el proceso de reclamación.

## **b) Aspecto multilingüe del formulario**

Traducción automática al idioma del reclamante/de la empresa – Uno de los principios del CCform es que los reclamantes pueden redactar su reclamación en su propio idioma, siempre que sea uno de los once idiomas oficiales de la Unión Europea<sup>2</sup>. La Empresa también puede leerlo en cualquiera de los otros idiomas. Éste supone un valor añadido, especialmente para las pequeñas empresas que desarrollan actividades comerciales transfronterizas.

Cajas de texto libre sin traducir – El texto libre no se traduce automáticamente. Esta limitación se pone en conocimiento del reclamante en el formulario de reclamaciones principal. Al mismo tiempo, si una empresa decide añadir cajas de texto libre en su formulario ampliado y personalizado, también tendrá que proporcionar la traducción.

## **c) Marco legal europeo y nacional**

Legislación europea – El formulario de reclamaciones ha sido desarrollado de acuerdo con la legislación europea, especialmente en lo relacionado con el comercio electrónico, los derechos de los consumidores (contratos a distancia, publicidad, términos contractuales abusivos, garantías, crédito, prácticas comerciales, etc.). La Plataforma facilita información sobre el marco legal europeo.

Legislación nacional – La Plataforma no puede garantizar que las empresas cumplen su propia legislación nacional. El CCform proporciona una herramienta que puede ser utilizada por las empresas en sus relaciones con los clientes. El cumplimiento de la legislación nacional es una obligación para todas las empresas. Tampoco es cometido de la Plataforma el resolver las delicadas cuestiones de derecho internacional privado que puedan surgir. No obstante, la Plataforma puede ayudar a las empresas a encontrar información útil y pertinente, a través de hipervínculos seleccionados en el sitio web de la Plataforma: por ejemplo, el *Vadae Mecum*, e hipervínculos con la legislación nacional, asociaciones empresariales o departamentos gubernamentales pertinentes.

## **1.3. FUNCIÓN DE LA PLATAFORMA**

### **a) Contactos con las empresas**

La Plataforma mantiene el contacto con las empresas, con independencia de que estén registradas o no.

El procedimiento de registro – La Plataforma firma un contrato con las empresas que desean registrarse para utilizar el formulario de reclamaciones. Por medio de este contrato, la empresa se compromete a cumplir el Código de Conducta, y a pagar una cuota por utilizar el formulario de reclamaciones. El registro asegura que el nombre de la empresa figura en el sitio web de la Plataforma –incluyendo información detallada sobre datos de contacto de la empresa, elección de su ADR, objetivos de respuesta autodesignados, etc.

Empresas no registradas – En el momento en que se presenta una reclamación contra una empresa no registrada, la Plataforma procura establecer contacto con la empresa en cuestión. La Plataforma

---

<sup>2</sup> Inglés, francés, alemán, italiano, neerlandés, español, danés, sueco, portugués, griego y finlandés.

invita a la empresa a registrarse y a recibir la reclamación. Si no quiere registrarse, o si la Plataforma no puede establecer contacto con la empresa, se comunica al reclamante que la reclamación no puede transmitirse y recibe asesoramiento sobre otros métodos de compensación.

## **b) Facilitar información**

La Plataforma facilita información general sobre el formulario de reclamación, a través de:

- Una dirección general de correo electrónico – Disponible para todo aquél que desee interrogar a la Plataforma sobre el proceso de reclamación.
- Guía de usuario para consumidores – Proporciona información práctica en formato FAQ (preguntas más frecuentes) sobre la funcionalidad del formulario, cómo utilizarlo, qué se puede esperar del formulario, los compromisos de las empresas registradas, el traslado de reclamaciones no resueltas, etc.
- Guía de Usuario para empresas – La Guía de Usuario para las empresas también está incluida en el sitio web de la Plataforma.
- Política de privacidad – Tanto la Plataforma como la empresa se consideran como “controladores de datos” en el contexto de la legislación de la UE en materia de protección de datos par el tratamiento de datos personales. Esto requiere que tanto la Plataforma como las empresas apliquen una *política de privacidad* en la que se establezca lo siguiente:
  - Que tanto la Plataforma como la empresa registrada se consideran como controladores de datos;
  - el propósito con el se procesarán datos recopilados;
  - suministro de otra información requerida por la ley (derecho de acceso, derecho de rectificación, derecho de oposición, medidas de seguridad, etc.);
  - en relación con las empresas no registradas: deberá manifestarse claramente que los datos personales no se transmitirán a empresas no registradas si no desean firmar un contrato con el CCform, es decir, si no aceptan las normas de privacidad;
  - si la empresa no registrada no acepta firmar un contrato, debería establecerse qué debe hacerse con los datos,
  - etc.
- Una lista de empresas registradas – Una lista de este tipo está disponible en el sitio web de la Plataforma con un buscador para facilitar la identificación de las empresas.
- El Código de Conducta – También disponible en el sitio web.
- Información sobre los derechos de los consumidores – La Plataforma facilita información sobre derechos legales, en un lenguaje comprensible, incluyendo un hipervínculo con las asociaciones de defensa de los consumidores.
- Información sobre el resultado del proceso y sobre los procedimientos alternativos de resolución de disputas – Una explicación sobre lo que un reclamante puede esperar del proceso CCform e información sobre los mecanismos disponibles destinados a resolver disputas con la intervención de un tercero neutral (ADR).
- Hacer un seguimiento de los hitos por parte de los reclamantes – El sistema permite que el reclamante haga un seguimiento de los hitos superados por las partes durante el proceso de reclamación. La empresa debería informar a la Plataforma cada vez que se supera un hito en el proceso de respuesta. Esta información está abierta a los reclamantes a través del número de reclamación único que se emite en el momento del registro.
- Estadísticas globales – La Plataforma facilita estadísticas globales y anónimas sobre procedimientos de reclamación, como por ejemplo: estadísticas por sector de actividad, por problema detectado, etc. Esto no sólo ayuda alas empresas a mejorar su servicio, sus

productos y su imagen de marca, sino que también ayuda a los legisladores a formular reglamentos pertinentes para el sector del mercado.

### **c) Papel de incentivo**

Durante el procedimiento de registro, la Plataforma informa a las Empresas sobre programas existentes de marcas de confianza, reglas de mejores prácticas en determinados sectores del mercado y reglamentos relacionados con sectores específicos, si procede. La Plataforma también ofrece asistencia a las empresas sugiriendo la utilización de un sistema de alerta y de objetivos de respuesta autodesignados.

Además, las empresas reciben información sobre sistemas alternativos de resolución de disputas (ADR) existentes. Se solicita a los sistemas ADR que cumplimenten una plantilla estándar para explicar su cometido, características, direcciones y dominio. Se anima a las empresas a que nombren un ADR en una fase temprana en caso de que las reclamaciones se trasladen. Este automatiza y acelera el proceso. No obstante, no hay obligación de trasladar la reclamación a un ADR en caso de imposibilidad de resolver la misma.

### **d) Gestionar las posibilidades de ampliación del formulario de reclamaciones**

Cada empresa registrada puede definir las ampliaciones del formulario estándar. Estas ampliaciones permiten que las empresas soliciten datos específicos y precisos pertinentes para sus propias actividades (por ejemplo, el número de contrato predefinido, la marca del producto, cuadros de texto libre, las posibles resoluciones, etc.). Esto contribuye a mejorar la calidad del procedimiento de reclamación especificando las cuestiones relevantes al inicio del proceso. No obstante, estas ampliaciones deben respetar las reglas establecidas en el Código de Conducta.

Los formularios de reclamaciones CCform no pueden modificarse directamente. Las ampliaciones deben añadirse a la ontología CC, desde la que se dirige el formulario de reclamaciones. Esto garantiza la coherencia lógica y terminológica, y al mismo tiempo facilita la utilización de las capacidades multilingües.

Las ampliaciones se tratan como módulos independientes. Crean algunas limitaciones intencionales. Por ejemplo, no está permitido ampliar los módulos “reclamante” y “dirección”, lo que evita que las empresas recojan más datos personales de los necesarios para responder a la reclamación.

### **e) Información sobre los derechos del consumidor**

La Plataforma facilita información sobre los derechos de los consumidores. Dicha información ayuda a las empresas que no tienen personal legalmente cualificado a comprender los requisitos legales y aplicar los derechos de cada consumidor.

Debe tenerse en cuenta la legislación nacional para garantizar que no se priva a los consumidores de sus derechos legales, ya que las directivas de la UE sobre consumo representan un nivel mínimo de protección para los consumidores.

Con este fin, la Plataforma facilita información relevante sobre las leyes nacionales de consumo utilizando hipervínculos con las guías, folletos y *Vadae Mecum* existentes sobre derechos de los consumidores. Se puede acceder fácilmente a dicha información en la Plataforma.

### **f) Papel de vigilante**

Aunque la Plataforma no interviene en la resolución de las reclamaciones, desempeña un papel en lo

siguiente:

- Proporciona retroalimentación a las empresas sobre cómo gestionar sus reclamaciones y sobre cómo cumplir con sus objetivos de respuesta autodesignados;
- facilita estadísticas anónimas a utilizar por las empresas, los reguladores y otros sobre la base de las reclamaciones dirigidas a la Plataforma;
- supervisa el cumplimiento del Código de Conducta por parte de las empresas registradas y lo ejecuta;
- facilita una dirección de contacto de alerta para reclamantes cuando surgen problemas en las relaciones con las empresas registradas;
- actúa y puede imponer sanciones contra las empresas que incumplen el Código de Conducta.

#### **g) Asegurar la credibilidad del sistema**

La Plataforma asegura la integridad del sistema:

- Supervisando el cumplimiento del Código de Conducta;
- reaccionando a un mensaje de alerta: su reacción puede consistir en contactar con la empresa, solicitar una rectificación, imponer sanciones, etc.;
- presentando al Comité de Vigilancia todas las alegaciones de los incumplimientos del Código por parte de empresa registrada.

#### **h) ADR propio para las relaciones con las empresas**

La Plataforma ha designado su propio ADR, cuyo objetivo es resolver cualquier cuestión entre la Plataforma y las empresas registradas derivada de incumplimientos del Código de Conducta.

Como órgano independiente, este ADR interno puede intervenir en todas las disputas entre empresas y la Plataforma sin participar en el proceso de reclamación como tal.

#### **i) Estadísticas**

Al término del proceso de tramitación de la reclamación, con independencia de que se haya llegado a una solución o se haya trasladado la reclamación a un ADR, la Plataforma almacenará los datos anónimos relativos a la tramitación de la reclamación. Estos datos serán útiles para las empresas, que pueden comparar las estadísticas de su propia empresa con la media de la Plataforma.

También resultará útil para las autoridades y otros organismos obtener información sobre reclamaciones de los consumidores en diferentes sectores del mercado que revelan los problemas más frecuentes de los consumidores.

## **2. PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR UNA RECLAMACIÓN**

### **2.1. CUMPLIMENTACIÓN DEL CCFORM POR EL RECLAMANTE**

El reclamante cumplimenta el CCform en línea, normalmente accediendo al sitio web de la Plataforma.

El reclamante completa determinados campos que son obligatorios, como su dirección de correo electrónico. Automáticamente se asigna un número de referencia único a la reclamación. Este número es el único medio posible de identificar una reclamación. Lo que se identifica es la reclamación, no el reclamante.

La Plataforma envía el formulario de reclamaciones a la empresa registrada. Si la Plataforma recibe una reclamación dirigida a una empresa no registrada, intentará ponerse en contacto con la empresa a partir de la información facilitada por el reclamante (dirección de una tienda, marca, correo electrónico, etc.). Si la empresa no quiere registrarse, la reclamación no se transmitirá. La Plataforma informa entonces al reclamante y le aconseja sobre las posibilidades de trasladar la reclamación o sobre otros medios para resolver una reclamación.

### **2.2. HITOS**

El proceso CCform se divide en 7 hitos. Cada uno de estos hitos corresponde a un paso del proceso.

El reclamante, utilizando el número único de reclamación, puede seguir el progreso de la reclamación en el sitio web del CCform.

#### **a) Hito 1: recoger la reclamación**

La Plataforma informa a las empresas de que se ha recibido una reclamación.

#### **b) Hito 2: acordar que la reclamación se ha enviado correctamente**

La reclamación debe ser enviada a la empresa correcta.

Si la reclamación no se envía correctamente, la empresa registrará “*rechazada en hito 2*” y la Plataforma informará al reclamante.

#### **c) Hito 3: acordar que la reclamación es aceptable**

Las Empresas Registradas deben estar de acuerdo en que la reclamación es aceptable (por ejemplo, si la reclamación se refiere a un servicio postventa prestado dentro de la garantía de los bienes, es importante comprobar que el periodo de garantía no ha expirado).

En caso contrario, la empresa registra “*rechazada en hito 3*” e informa al reclamante sobre la razón o razones del rechazo. El reclamante puede contactar con la Plataforma si no está de acuerdo con la decisión de la empresa. En el supuesto de evidente mala fe por parte de la empresa y si no se encuentra una solución entre las partes, puede activarse el mecanismo ADR designado por la Plataforma.

En esta fase, la empresa también debería informar al reclamante sobre la aceptación de la reclamación. La empresa debería indicar al reclamante en qué margen de tiempo tiene previsto facilitar una respuesta.

#### **d) Hito 4: hacer una oferta al reclamante**

La empresa puede hacer una oferta de acuerdo con la solicitud del reclamante tal y como consta en el formulario de reclamaciones, o puede ignorar la solicitud del cliente y hacer una propuesta alternativa.

#### **e) Hito 5: acordar una resolución con el reclamante**

Una empresa registrada puede:

- Aceptar la oferta del reclamante, o
- Rechazar la oferta del reclamante, o
- Negociar una nueva oferta.

Cualquiera de las partes puede decidir que no es posible una resolución y optar por trasladar la reclamación a un órgano de resolución de disputas, siempre que ambas partes estén de acuerdo.

El proceso de reclamación puede detenerse en el hito 5 si las partes no alcanzan una solución.

#### **f) Hito 6: confirmar que se ha aplicado la resolución**

Una empresa registrada debe aplicar la resolución acordada por las partes.

Si una empresa no aplica la solución o lo hace sólo parcialmente, el reclamante puede dirigir una queja a la Plataforma a través de la *dirección de contacto de alerta*.

#### **g) Hito 7: cerrar el expediente de reclamación**

Una vez que la resolución se ha aplicado, se cerrará el expediente de la reclamación.

### **2.3. UNA HERRAMIENTA PARA LAS EMPRESAS**

Este proceso, dividido en hitos, presenta diferentes ventajas para las empresas registradas:

- *Información disponible para el reclamante*: una empresa no tiene porqué enviar información sobre el progreso de la reclamación (excepto en el Hito 3 para informar sobre el margen de tiempo de respuesta), ya que el reclamante puede acceder a la información pertinente visitando el sitio web de la Plataforma utilizando su número de reclamación.
- *Dirección de contacto de alerta y tiempo de respuesta designado*: cuando la empresa se registra debe indicar un margen de tiempo de la tramitación de reclamaciones para cada hito (los denominados “objetivos de respuesta autodesignados”). Después, la Plataforma puede avisar a la empresa si tarda más tiempo del previsto, mediante un correo electrónico

automatizado. Al término del proceso la Plataforma puede presentar estadísticas en relación con el cumplimiento de estos objetivos.

- *Análisis comparativo*: el seguimiento de los hitos de cada reclamación hasta su cierre facilita a cada empresa registrada estadísticas de gran valor sobre su comportamiento en la tramitación de reclamaciones. Esto permite a la empresa comparar sus estadísticas con otras empresas, y mejorar la gestión de sus reclamaciones;
- *Fecha*: la fecha de registro de la reclamación es la fecha en la que “se pone en marcha el reloj”. Esta fecha sirve de referencia para la resolución por parte de la empresa, tal como se acuerda en las reglas de marca de confianza o en las reglas de mejores prácticas a las que se adhiere.

Por razones prácticas específicas, una empresa puede decidir no seguir el proceso de hitos. Esto sólo debería ser posible si el seguimiento de los hitos frenara el proceso. En casos de abuso, el Comité de Vigilancia estará facultado para exigir a una empresa que siga el proceso de hitos.

### **3. ¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS/VALORES AÑADIDOS PARA LAS EMPRESAS?**

El CCform ofrece diferentes ventajas a las empresas, con independencia de que ya cuenten con un sistema de gestión de reclamaciones establecido.

#### **3.1. UN SISTEMA FÁCIL DE UTILIZAR**

##### **a) Tecnologías XML**

La Plataforma transmitirá el formulario de reclamaciones a la empresa registrada en un documento XML. No es necesario que la empresa disponga de un programa informático específico para leer la reclamación en este formato.

La elección de XML para el documento de reclamación sigue las últimas tendencias informáticas y aprovecha la ventaja de fácil acceso y tratamiento del documento con una amplia variedad de herramientas baratas.

##### **b) Portal web aportado por la Plataforma para una utilización directa del formulario de reclamaciones**

Las empresas que no aporten su propio sistema de resolución integrado, personalizado y automatizado podrán utilizar el portal de la Plataforma para recoger directamente las reclamaciones.

El sitio web de la Plataforma CCform permite que las empresas, por un coste mínimo, utilicen la Plataforma para recibir y recoger las reclamaciones dirigidas a ellas. Este mecanismo es fácil y barato de utilizar, ya que sólo requiere una conexión a Internet y un navegador.

##### **c) Integrar el formulario de reclamaciones en un sistema de gestión de reclamaciones existente**

El CCform puede integrarse fácilmente en un sistema de gestión de reclamaciones existente.

La reclamación puede sustituir a un formulario de reclamaciones existente, o puede considerarse como un mecanismo complementario a un sistema de gestión de reclamaciones existente (por teléfono, correo electrónico o correo postal).

#### **3.2. UN SISTEMA DE BAJO COSTE**

##### **a) Cuotas**

Las empresas que registren la Plataforma CCform pagarán una cuota por reclamación o una cuota anual determinada en función del volumen de negocios anual de la empresa, permitiendo que las pequeñas y medianas empresas se beneficien del sistema.

### **b) Reducidos costes de personal**

La presentación de un formulario de reclamaciones como documento XML permite que cualquier empresa pueda descargarlo y leerlo sin necesidad de un software sofisticado o de personal de apoyo especializado. Al mismo tiempo, dichos documentos XML pueden conectarse fácilmente a los sistemas de atención al cliente o utilizarse para actualizar una base de datos de reclamaciones.

Además, como el formulario principal de la reclamación es multilingüe, los costes de traducción se limitan a la reducida cantidad de texto libre en el formulario de reclamaciones.

Finalmente, el sitio web de la Plataforma proporciona información efectiva y bien enfocada en relación con los puntos de contacto nacionales, la legislación nacional, *Vadae Mecum*, asociaciones empresariales y cámaras de comercio que pueden prestar un asesoramiento pertinente a las empresas en lo relativo a las cuestiones legales y marca de confianza.

### **c) Un sistema asequible para las PYME**

El CCform permite que las PYME se beneficien de un sistema de alta tecnología para mejorar su gestión de reclamaciones, poniéndolas al mismo nivel que empresas mayores. Las PYME no sólo se benefician de economías de escala por las capacidades de búsqueda del CCform, sino también de su gestión por una Plataforma centralizada común.

## **3.3. UN SISTEMA CUYO OBJETIVO ES INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

### **a) Incrementar la seguridad y la confianza**

El objetivo principal del CCform es mejorar la seguridad y la confianza en el comercio electrónico en beneficio tanto de los consumidores como de las empresas.

Para lograr este objetivo, la Plataforma pretende ofrecer una marca de confianza apoyada por un Código de Conducta claro que asegure que las empresas hacen todo lo posible para encontrar una solución satisfactoria para el consumidor.

### **b) Incrementar la eficiencia de la tramitación de la gestión de las reclamaciones**

Un sistema de ampliaciones, disponible gracias a la investigación tecnológica más avanzada, supone también un gran valor añadido cuyo objetivo es incrementar la satisfacción del cliente. Las posibilidades de ampliación permiten que las empresas añadan datos a su formulario de reclamaciones y adapten las soluciones propuestas a la medida de sus necesidades de mercado, agilizando de esta forma el proceso.

## **4. OBLIGACIONES DE LAS EMPRESAS**

### **4.1. COMPROMISOS RELACIONADOS CON EL PROCESO DE RECLAMACIÓN**

#### **a) El contrato**

La Plataforma establece contratos con cada empresa que desee utilizar el formulario de reclamaciones. Este contrato obliga al cumplimiento del Código de Conducta que describe las obligaciones de la empresa.

#### **b) Visibilidad del logo del CCform e información sobre el CCform**

El formulario de reclamaciones utilizado por una empresa, tanto si es personalizado como si no, debe mostrar claramente el logo CCform.

El logo también debería aparecer en sus comunicaciones con clientes, indicando que el CCform es su canal (o uno de sus canales) preferido para tramitar reclamaciones.

Finalmente, debería facilitar información sobre el CCform, presentándolo como un canal para tramitar reclamaciones.

#### **c) Obligación de dar respuesta a una reclamación y para indicar un margen de tiempo**

Las empresas deben responder a una reclamación enviando un acuse de recibo al reclamante. Esto significa que la empresa debería comprometerse a dar respuesta a una reclamación poniéndose en contacto con el reclamante para comunicarle que la reclamación se ha recibido y que se le dará respuesta a su debido tiempo.

También debe indicar en qué margen de tiempo dará una respuesta detallada al reclamante.

#### **d) Prohibición de rechazar una reclamación por motivos injustificados**

La empresa puede rechazar una reclamación. Si lo hace, debe justificar su rechazo. No puede limitarse a enviar un mensaje informando al reclamante de que se ha rechazado la reclamación. El principio de buena fe requiere que cualquier rechazo sea plenamente justificado.

En caso de desacuerdo respecto a este punto, o en caso de evidente mala fe por parte de la empresa, el Comité de Vigilancia del CCform podrá trasladar la reclamación a su ADR para resolver el problema y considerar si la empresa puede legítimamente rechazar la reclamación. A continuación, el Comité actuará en consecuencia.

#### **e) Prohibición de solicitar una prueba irrelevante**

La empresa no puede frenar el proceso solicitando una prueba que obviamente el reclamante no pueda suministrar, o que es irrelevante para la resolución del problema.

Esto no impide, no obstante, que los reclamantes hagan referencias a pruebas que consideren que pueden ser útiles para llegar a una resolución.

#### **f) Aplicar la solución acordada con un reclamante**

Si las partes llegan a una solución, la empresa debe aplicarla en su totalidad en un plazo de tiempo razonable.

#### **g) Cumplir las reglas de ampliación**

Una empresa puede personalizar el formulario de reclamaciones, adaptándolo a sus necesidades específicas y de acuerdo con sus estrategias de mercado. Dichas ampliaciones deben llevarse a cabo de conformidad con las “reglas de ampliación” descritas en el Código de Conducta, en particular no deben solicitarse datos personales superfluos. Estas ampliaciones también deberían respetar el principio del límite del objetivo, lo que significa que sólo se puede ampliar el formulario de reclamaciones CCform con preguntas necesarias para aumentar la eficiencia del proceso de reclamación.

Finalmente, la lógica de estas ampliaciones debería compartirse con la comunidad CCform.

## **4.2. COMPROMISOS RELACIONADOS CON CUESTIONES DE PRIVACIDAD**

### **a) Límite del objetivo**

El único objetivo del tratamiento de datos en el contexto CCform es la tramitación de la reclamación. Los datos recogidos para tramitar una reclamación **no deben** utilizarse para comercializar los productos y servicios de la empresa. La utilización con fines estadísticos, por ejemplo, debe respetar las reglas establecidas por la legislación nacional, como por ejemplo garantizar el anonimato de los datos.

Las ampliaciones del formulario de reclamaciones deben seguir las mismas reglas que las aplicadas para las limitaciones de objetivo.

### **b) Calidad de los datos**

Los datos personales recogidos deben ser adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con los objetivos para los que se recogieron y/o su tratamiento posterior; los datos deben ser precisos y mantenerse actualizados, en su caso; los datos sólo pueden conservarse durante un determinado periodo de tiempo.

### **c) Derechos del reclamante en relación con los datos personales**

La empresa y la Plataforma deben garantizar que el reclamante puede ejercer los siguientes derechos, como requisitos legales mínimos en el ámbito de la protección de datos:

- Derecho a ser informado: Cuando un reclamante cumplimenta un formulario de reclamaciones, la plataforma debe facilitar información sobre la Plataforma; el objetivo para el que se recogen los datos; el hecho de que los datos personales se transmitirán a la empresa identificada con el fin de tramitar la reclamación; la naturaleza obligatoria u opcional de los datos solicitados; la existencia de un derecho de acceso, de rectificación y de objeción al tratamiento de determinados datos personales; y finalmente, el nivel de seguridad durante todas las fases del proceso, incluida la transmisión.
- Derecho de acceso y de rectificación: El reclamante tiene derecho a confirmar qué datos personales están en poder de la empresa, cómo se han tratado y obtener información sobre el fin para el que se han tratado las categorías de datos en cuestión, así como las empresas o categorías de empresas a las que se han revelado los datos. El reclamante tiene derecho a obtener la rectificación, supresión o bloqueo de datos en caso necesario.
- Derecho a objetar: El reclamante tiene derecho a objetar con argumentos legítimos al tratamiento de sus datos.

#### **d) Medidas de seguridad**

La empresa y la Plataforma tienen la obligación de aplicar medidas de seguridad para evitar cualquier destrucción, pérdida o alteración de datos accidental o ilegal y contra cualquier difusión o acceso no autorizado y contra cualquier otra forma de tratamiento ilegal. Las medidas de seguridad pueden ser de índole organizativo (designación de un "responsable de seguridad", documentos entregados al personal con medidas de seguridad precisas a cumplir...), o técnico (ordenadores bajo llave o en áreas de seguridad, uso de códigos de acceso, codificación de datos).

### **4.3. REGLAS DE AMPLIACIÓN**

#### **a) Cumplimiento de las reglas de ampliación**

La empresa tiene derecho a ampliar el formulario de reclamaciones para satisfacer sus necesidades comerciales, pero dichas ampliaciones deben realizarse de conformidad con las reglas de ampliación establecidas en el Código de Conducta.

#### **b) Responsabilidad de la empresa**

La empresa es responsable de las ampliaciones que realice. La Plataforma no asume ninguna responsabilidad por las ampliaciones realizadas por la empresa.

#### **c) Obligación de informar a la Plataforma**

La empresa debe informar a la Plataforma sobre las ampliaciones que haya hecho en el CCform. La Plataforma mantiene el derecho a comprobar en cualquier momento el CCform ampliado propuesto por una empresa registrada. La Plataforma puede controlar, sobre una base no sistemática, el

formulario ampliado de las empresas registradas para garantizar que cumple las reglas de ampliación. La Plataforma tiene derecho a rechazar cualquier ampliación si incumple las reglas del Código de Conducta.

#### **d) Obligación de informar al reclamante**

Si las modificaciones aportadas por una empresa van más allá de la presentación del formulario, debe quedar claro que lo que se presenta a los reclamantes es una versión ampliada o personalizada del CCform.

#### **e) Obligación de compartir**

Una ontología que se puede compartir constituye una fuerza motriz del sistema, ya que:

- aporta una mejora general a los procesos de reclamación
- permite economías de escala
- aumenta el beneficio de toda la comunidad
- aporta valor añadido al CCform

Por lo tanto, cualquier ampliación aportada a la ontología CC original, debe:

- Garantizar la coherencia lógica y terminológica
- Permitir las capacidades multilingües del formulario
- Poner las nuevas ampliaciones a disposición de toda la comunidad CCform, para mejorar el nivel de todas las reclamaciones y asegurar una gestión mejor.

## **5. APLICACIÓN Y SANCIONES**

### **5.1. APLICACIÓN**

Si bien las relaciones entre la Plataforma y las empresas se basan en la confianza mutua, se prevén sanciones para asegurar que los compromisos de las empresas se respetan totalmente. La Plataforma se reserva el derecho a controlar la utilización del CCform por una empresa.

Pueden utilizarse diferentes mecanismos de aplicación en diferentes momentos.

#### **a) Dirección de contacto de alerta**

Al margen de la dirección de correo electrónico general diseñada para recibir las preguntas y comentarios generales, la Plataforma facilita una dirección de contacto de alerta para los reclamantes. Esto permite que los reclamantes puedan referirse a cualquier problema en el proceso de reclamación. La dirección de alerta sólo puede ser utilizada por un reclamante para referir una infracción por parte de la empresa de una de sus obligaciones establecidas en el Código de Conducta. El problema puede estar relacionado con la falta de respuesta o con un plazo no razonable para dar respuesta, la falta de voluntad para alcanzar una solución o aplicar una solución acordada. Se solicitará al reclamante que facilite los antecedentes para permitir que la Plataforma entienda el problema.

#### **b) Acciones de la Plataforma**

Una vez que haya sido informada por los reclamantes de un presunto incumplimiento por parte de una empresa registrada, la Plataforma actuará e intentará resolver el problema. Para ello, la Plataforma puede tener que solicitar más información tanto del reclamante como de la empresa.

La Plataforma contacta primero con la empresa y le pide que justifique su comportamiento. El contrato firmado entre la Plataforma y la empresa exige que la empresa convenga en explicar su comportamiento y lo rectifique en casos de incumplimiento del Código de Conducta. Si la empresa no responde, la Plataforma puede o bien aplicar sanciones, o en última instancia presentar una reclamación contra la empresa ante un ADR por incumplimiento del Código de Conducta. El contrato firmado por la empresa y la Plataforma designa al organismo ADR acordado para resolver dichas disputas.

#### **c) El Comité de Vigilancia**

El Comité de Vigilancia es un Comité independiente de Supervisión y Cumplimiento que:

- Decide qué acciones son necesarias cuando las empresas no cumplen sus obligaciones contractuales.
- Dispone de competencias de investigación para controlar a las empresas registradas en su proceso de tramitación.
- Es responsable de la interpretación del Código de Conducta, de la propuesta de modificaciones en caso necesario y de la publicación de un informe de sus actividades al menos una vez al año.
- Aplica los principios esenciales para asegurar un proceso "justo".

Está compuesto por 5 personas: un abogado experto en el ámbito de la mediación reconocido por su independencia, que preside el Comité; un representante de una asociación de consumidores; un representante de una asociación empresarial; un experto informático y un experto adicional elegido por el Presidente que actúa como Secretario del Comité.

## **5.2. SANCIONES**

### **a) Comportamientos que implican sanciones**

Los siguientes comportamientos pueden implicar sanciones:

- Falta de respuesta al reclamante.
- Responder en un plazo no razonable al reclamante.
- Rechazar una reclamación por motivos injustificados.
- Ignorar los derechos legales del reclamante.
- Usar indebidamente los datos personales del reclamante/no respetar la política de privacidad.
- Incumplimiento de las reglas de ampliación.
- Solicitar información irrelevante para frenar el proceso.
- Incumplir de forma persistente los objetivos de respuesta autodesignados.
- No aplicar la solución acordada por las partes,
- Aplicar parcialmente la solución,
- *etc.*

### **b) Escala de sanciones**

Las sanciones posibles son:

- Penalizaciones.
- Retirada del registro de la empresa.
- Incluir el nombre de la empresa en una lista negra.
- Facilitar información a las autoridades públicas pertinentes que puedan investigar la infracción.
- Presentar una reclamación ante un ADR o un tribunal.

La sanción aplicable no debería ser automática sino proporcional al tipo de incumplimiento, al número y a la frecuencia de las infracciones por parte de la empresa.

## **6. EL CÓDIGO DE CONDUCTA**

Las obligaciones de las empresas registradas se describen en el Código de Conducta.

El Código se divide en seis partes principales:

1. Definiciones
2. Visibilidad y transparencia
3. Proceso de reclamación
4. Política de privacidad
5. Reglas de ampliación
6. Ejecución