

**OPTIMA WEB
CÓDIGO DE CONFIANZA EN
LÍNEA Y COMERCIO
ELECTRÓNICO**



- Preámbulo 4
- Objeto y ámbito de aplicación..... 8
- **Capítulo I: Proceso de compra 11**
 - Sección 1.1 INFORMACIÓN PROPORCIONADA AL CONSUMIDOR .11
 - Sección 1.2 PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN18
 - Sección 1.3 SEGURIDAD EN EL PAGO21
 - Sección 1.4 ENTREGA DEL BIEN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO ..23
- **Capítulo II: Contenidos recomendados 24**
 - Sección 2.1 SUPERVISIÓN DE CONTENIDOS.....24
 - Sección 2.2 PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL26
 - Sección 2.3 PROTECCIÓN DE MENORES27
 - Sección 2.4 USABILIDAD / ACCESIBILIDAD.....28
- **Capítulo III: Comunicaciones comerciales 32**
 - Sección 3.1 GENERALIDADES32
 - Sección 3.2 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ON-LINE33
 - Sección 3.3 PROMOCIONES DE VENTAS, DESCUENTOS Y OFERTAS.....36
- **Capítulo IV: Atención al cliente 37**
 - Sección 4.1 RESOLUCIÓN DE DUDAS Y CONSULTAS37
 - Sección 4.2 GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES38
 - Sección 4.3 MEJORA CONTINUA39
- **Capítulo V: Privacidad y protección de datos personales 41**
 - Sección 5.1 OBLIGACIONES GENERALES DE LA EMPRESA41
 - Sección 5.2 COMUNICACIÓN A LOS USUARIOS DE LA POLÍTICA DE PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS43
 - Sección 5.3 PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DE MENORES44
- **Capítulo VI: Resolución extrajudicial y judicial de conflictos 45**
- **Capítulo VII: Control de cumplimiento de las normas del código de conducta 49**

ANEXO 1 Cláusulas tipo para la obtención del consentimiento de los afectados al tratamiento o cesión de sus datos.....	53
ANEXO 2: RELACIÓN DE ADHERIDOS AL CÓDIGO ÓPTIMA WEB.....	56
ANEXO 3: COMPROMISO DE INFORMACIÓN A LA COMUNIDAD DE MADRID	56

Preámbulo



Las posibilidades que ofrece Internet como canal de compra para el consumidor, resultan abrumadoras. No obstante, el nivel de desarrollo alcanzado en ciertos mercados no ha sido el esperado. En este sentido, cabe señalar que el sentimiento de confianza desempeña un papel muy importante en la estimulación de las compras del consumidor a través de la red, ya que reduce el riesgo percibido de compra, el cual es un factor crítico para la consolidación de las transacciones electrónicas.

En esta línea, una de las vías que contribuiría, sin lugar a dudas, a consolidar la confianza de los usuarios en este medio sería el hecho de disponer de un mecanismo efectivo de resolución de controversias. Mecanismo que les ofreciera la certeza y seguridad de que, en caso de sufrir algún daño o perjuicio, obtendrían la satisfacción de sus intereses sin suponerles una carga excesiva ni en tiempo ni en dinero.

Desde el punto de vista jurídico, existe gran variedad de normas nacionales e internacionales aplicables al comercio electrónico. En este sentido, la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de Junio de 2000 (Directiva sobre Comercio Electrónico) fomenta la adopción de Códigos de Conducta voluntarios entre las empresas de la Sociedad de la Información, destinados a proteger los intereses de los consumidores e impone cada vez con más fuerza el recurso a nuevos mecanismos de solución extrajudicial de litigios.

Con el fin de transponer lo dispuesto en la normativa comunitaria y, considerando que los códigos de conducta son un instrumento de autorregulación muy adecuado para adaptar las exigencias legales a las características de los distintos sectores empresariales, la ley 34/2002 de 11 de Julio de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico también fomenta la adopción de estos códigos de conducta entre las empresas y permite el uso de medios electrónicos, denominados ODR (*On Line Dispute Resolution*).

Además, las empresas que se adhieran a los códigos de conducta cuyos contenidos cumplan los requisitos que estipula el Real Decreto 1163/2005 de 30 de Septiembre, podrán solicitar el Distintivo Público de Confianza en los Servicios de Sociedad de la Información y Comercio Electrónico. Este distintivo servirá de guía a los consumidores para que éstos puedan discernir qué empresas les proporcionan un elevado grado de protección de sus derechos, superando las garantías ofrecidas por el ordenamiento jurídico. De modo que la protección legal del consumidor en la red, no sólo alcanza los mismos niveles que fuera de ella, sino que, además, en este código de conducta añade una serie de garantías adicionales.

Este Código tiene como objetivo incrementar la confianza entre empresas y consumidores y favorecer la consolidación de relaciones a largo plazo en el ámbito del comercio electrónico, amparando todas las disposiciones legales existentes sobre la materia. Por tanto, proporcionará una fuente de ventajas competitivas a las empresas que lo adopten, incrementando el grado de fidelización de sus clientes electrónicos.

Con este fin, el Código se estructura en siete capítulos:

En primer lugar, se presentan un conjunto de **principios fundamentales** que han inspirado este Código de Buenas Prácticas y se delimita su ámbito de aplicación.

A continuación, en el **capítulo primero** se describen los compromisos y garantías asumidos por las empresas en las diferentes fases del proceso de compra.

En el **capítulo segundo**, se indican un conjunto de recomendaciones relacionadas con el diseño del sitio web de las empresas adheridas al Código.

El **capítulo tercero** se centra en el planteamiento de un conjunto de acciones que permitirán a las empresas respetar los principios de confidencialidad, transparencia y ética en las comunicaciones comerciales.

La importancia de lograr la satisfacción del cliente a través de la mejora continua es el principal principio que ha inspirado el **capítulo cuarto** del Código.

La empresa que respete los principios contenidos en el **capítulo quinto**, cumplirá las obligaciones legales relativas a garantizar la privacidad de los datos proporcionados por sus clientes.

El **capítulo sexto** se destina a los mecanismos de resolución extrajudicial de conflictos, que suponen el establecimiento de un cauce accesible, gratuito y rápido que se ajusta a las concretas necesidades de las transacciones comerciales de los consumidores.

Finalmente, en el **capítulo séptimo** se incluyen mecanismos de control del cumplimiento del mismo en las entidades públicas o empresas certificadas.

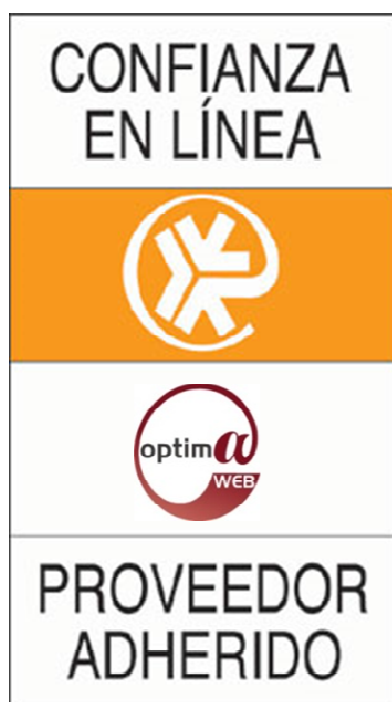
El Código incluye un Anexo que contiene las cláusulas que dan cumplimiento al Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, De 13 de Diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.

De acuerdo con lo establecido en la Ley 34/2002 de 11 de Julio, las normas contenidas en este Código serán actualizadas periódicamente, con el fin de asegurar la adecuación permanente al ordenamiento jurídico y a la evolución de los servicios de la sociedad de la información.

En definitiva, el Código garantiza todos los derechos legales de los consumidores en sus transacciones electrónicas e involucra a las empresas adheridas a las buenas prácticas comerciales cumpliendo, por encima de los mínimos establecidos, con el espíritu de la legislación nacional y comunitaria vigente.

El cumplimiento de este código deontológico será vinculante para las empresas que de forma voluntaria decidan adherirse al mismo.

Optima Web obtiene el 20 de Marzo de 2007, la concesión del distintivo público de confianza en línea del Ministerio de Consumo (publicación en el BOE el 8 Diciembre 2007). El distintivo pretende servir de guía para que los consumidores y usuarios puedan discernir, dentro del conjunto de sellos y códigos nacidos de la autonomía privada, aquellos que incorporan garantías que proporcionen un elevado nivel de protección de sus derechos, así como un reconocimiento oficial por parte de la administración.



Objeto y ámbito de aplicación



Principios fundamentales

El objetivo general de este Código de Conducta es favorecer la expansión del Comercio Electrónico en España, incrementando la confianza entre empresas y consumidores y favoreciendo la consolidación de relaciones comerciales a largo plazo en el ámbito de los entornos virtuales, al amparo de la normativa española sobre la materia.

Las empresas que se certifiquen cumplirán unos requisitos establecidos de seguridad, privacidad y transparencia, recogidos en forma de obligaciones contractuales.

Para conseguir este fin, el Código se basa en un conjunto de principios fundamentales:

- ✓ **Transparencia-** El consumidor debe poder identificar y acceder a toda la información relevante relativa a la entidad pública o privada certificada y a la oferta de productos y servicios de la misma.
- ✓ **Seguridad-** La entidad pública o privada certificada se compromete a mantener un nivel elevado de seguridad en las transacciones electrónicas realizadas con sus clientes.
- ✓ **Confidencialidad en las Comunicaciones-** La empresa certificada se compromete a respetar la confidencialidad de la información económica y personal proporcionada por sus clientes.

- ✓ **Ética-** La responsabilidad social de la empresa así como la ética en los negocios, son principios que servirán de guía a la entidad pública o privada certificada.

- ✓ **Satisfacción del Cliente-** La cultura de la empresa certificada estará basada en la orientación al cliente, personalizando la oferta y los contenidos de la web, tratando de superar sus expectativas y atendiendo de forma satisfactoria las quejas y reclamaciones, con el fin de incrementar la lealtad de los clientes hacia la empresa.

- ✓ **Calidad y Mejora Continua-** El cumplimiento de los compromisos adquiridos con los clientes, garantizando la calidad de su servicio de comercio electrónico bajo un planteamiento de mejora continua, será otro de los principios fundamentales de la empresa certificada.

- ✓ **Protección de Menores y Personas con Discapacidad-** La entidad pública o privada certificada implementará las acciones necesarias, como la implantación de sistemas de clasificación de contenidos, con el fin de garantizar una especial supervisión y vigilancia de estos colectivos.

- ✓ **Usabilidad y Accesibilidad-** Un diseño de la web basado en los principales estándares de Usabilidad permitirá un acceso a la información sencillo e intuitivo. Para garantizar la accesibilidad a los contenidos del portal a personas discapacitadas, se recomienda un nivel de accesibilidad AA o doble A, según la WAI (*World Accessibility Initiative*)

- ✓ **Resolución extrajudicial de conflictos-** Los mecanismos de resolución extrajudicial deben respetar una serie de principios básicos que apenas difieren de los exigidos en los procedimientos tradicionales. Estos principios rectores son los siguientes: imparcialidad e independencia del órgano que ha de resolver, transparencia, seguridad y eficacia del procedimiento, equidad y libertad de las partes, audiencia y contradicción, legalidad, y representación.

Ámbito de Aplicación

El Código de Confianza y Buenas Prácticas en Comercio Electrónico es de aplicación a cualquier entidad pública o privada establecida en España que desarrolle una actividad de venta de productos y/o prestación de servicios en Internet sin perjuicio de que también pueda desarrollar su actividad en el mundo físico, y/o utilice los medios electrónicos de comunicación a distancia para relacionarse con su público objetivo. Del mismo modo, las Administraciones Públicas podrán adoptar códigos tipo de acuerdo con lo establecido en las normas que les sean aplicables.

No obstante, en materia de resolución de controversias, la aplicación de las normas de este código se extenderá a los conflictos resueltos en España que afecten a consumidores de nacionalidad extranjera y a aquellas controversias dirimidas a través de la denominada *Red Eje* europea en el marco de un espacio judicial único comunitario.

Se entiende por producto cualquier bien mueble o inmueble tangible o intangible susceptible de adquisición a través de Internet y por servicio todas las prestaciones que puedan realizarse a favor del cliente y solicitadas a través de la red.

Capítulo I



PROCESO DE COMPRA

La empresa certificada se compromete a asumir un conjunto de compromisos relacionados con el proceso de compra en su sitio web, durante cada una de las fases del mismo.

Sección 1.1 INFORMACIÓN PROPORCIONADA AL CONSUMIDOR

Artículo 1. Información relacionada con la empresa certificada

- 1.1 La empresa certificada incluirá en su página web, al menos, la siguiente información:
 - a. Identificación básica de la empresa: Nombre y denominación social, domicilio o residencia, logotipo corporativo, país de origen, nombres comerciales bajo los que actúa, identificación fiscal (NIF/CIF), nombres de dominio, datos principales de los registros en los que se encuentre inscrita y de las autorizaciones administrativas de que disponga. En el caso del ejercicio de profesiones reguladas se indicará la información a la que hace referencia la letra d del artículo 10.1.d de la Ley 34/2002. En definitiva, se proveerán los datos relativos a la identificación de la persona física o jurídica que ofrece los productos o servicios.
 - b. Descripción breve de las actividades desarrolladas por la empresa.
 - c. Información que permita comunicarr con la empresa certificada: Su nombre o denominación social; su residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con ella una comunicación directa y efectiva.
 - d. Forma de contacto con los responsables de cada una de las secciones que conforman el sitio Web.

- e. Información sobre los contenidos propios del sitio web que forman parte de su propiedad intelectual, incluyendo el término "Copyright".
 - f. Códigos de Conducta a los que se encuentra adherida y forma de consultar electrónicamente el contenido de los mismos.
 - g. Información sobre la adhesión a un sistema de resolución extrajudicial de conflictos. La empresa ofertante incluirá un apartado donde se informe sobre los sistemas de resolución de controversias a los que las partes pueden acudir en caso de disputa. Asimismo, podrá ofrecer, a través de *links*, remisiones directas a las instituciones que provean estos servicios.
 - h. La prescrita en la legislación vigente y no incluida en los puntos anteriores con el objeto de garantizar la protección de los derechos de los consumidores.
- 1.2 La información incluida en el punto 1.1. será mostrada en la página de inicio del sitio web de la empresa certificada, o se permitirá el acceso a la misma mediante un enlace directo situado en la página de inicio.

Artículo 2. Información relacionada con los elementos que componen la oferta de productos y servicios de la empresa certificada

- 2.1 La empresa certificada dispondrá de un catálogo electrónico en su página web que represente fielmente, al menos, la siguiente información:
- a. Nombre genérico y marcas de los productos y servicios.
 - b. Características de los mismos.
 - c. Especificaciones técnicas.
 - d. Instrucciones de uso y advertencias pertinentes.
 - e. Disponibilidad de stock.
 - f. Formas y plazos de entrega.
 - g. Plazos de garantía aplicables y opciones de extensión de garantía.
- 2.2 En el caso de que se comercialicen servicios, se indicará de forma expresa la duración de los mismos y se añadirá una descripción detallada de los servicios ofertados.

- 2.3 El consumidor tiene derecho a conocer detalladamente el precio del producto que compra o del servicio que contrata. A tal efecto, la empresa debe informar de cada una de las partidas que componen el precio de sus productos y servicios diferenciando entre:
- a. Coste neto de cada unidad de producto y/o servicio adquirido.
 - a. Portes, franqueo y/o aduanas.
 - b. Coste de las diferentes opciones de financiación.
 - c. Pólizas de seguro si las hubiere.
 - d. Impuestos y tasas aplicables.
 - e. En general, cualquier otro coste soportado por el comprador.
- 2.4 Las diferentes partidas de coste de los productos y/o servicios se indicarán en la moneda nacional de la empresa certificada y se informará de la conversión a la moneda de cada país con el que opere la empresa certificada.
- 2.5 La empresa certificada deberá informar de las distintas modalidades de pago ofrecidas, detallando:
- a. Divisas aceptadas.
 - b. Tarjetas aceptadas (en el caso en que se acepten tarjetas).
 - c. Momento en el que se efectuará el pago.
 - d. Pasarela de pago utilizada.
 - e. Protocolo de seguridad utilizado en las transacciones electrónicas.
 - f. Coste de cada forma de pago.
 - g. Si la empresa que hace el cargo en la tarjeta es la entidad certificada u otra empresa.
- 2.6 La empresa certificada informará de la forma de entrega, ofreciendo varias posibilidades y especificando:
- a. Disponibilidad de stock.
 - b. Áreas geográficas atendidas.
 - c. Plazo de entrega.
 - d. Horario de entrega.
 - e. Lugar de entrega.

- f. Coste orientativo en función de cada elección.
- 2.7 En el caso de que la logística se encuentre subcontratada a un tercero, la empresa certificada informará al consumidor, al menos, de los siguientes datos:
- a. Nombre de la empresa.
 - b. Dirección física.
 - c. Dominio.
- 2.8 La empresa certificada informará de los requerimientos técnicos necesarios para poder visualizar correctamente su catálogo de productos y servicios.

Artículo 3. Información relacionada con el proceso de contratación en la Empresa Certificada

- 3.1 La empresa certificada informará sobre las condiciones generales de contratación y las pondrá a disposición del destinatario mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado, con anterioridad al proceso de compra, de forma permanente, fácil y gratuita, identificándolas como tales e indicando claramente:
- a. Objeto del contrato
 - b. Idioma.
 - c. Derechos y obligaciones de cada una de las partes.
- 3.2 Las condiciones generales serán visualizadas y aceptadas por separado y de forma independiente con carácter obligatorio por parte del usuario con anterioridad a la realización de la compra.
- 3.3 La empresa certificada garantizará la protección de los menores de edad de acuerdo con la legislación vigente. Para ello, informará de que los menores de edad no podrán contratar determinados productos o servicios como tabaco, alcohol u otros productos perjudiciales para la salud y/o prohibidos por la ley.
- 3.4 La empresa certificada incluirá en su sitio web una sección en la que se explique al usuario antes de su proceso de compra, de forma sencilla y detallada cada uno de los pasos a seguir en el proceso de contratación.

- 3.5 En cada una de las fases del proceso de contratación, la empresa certificada mostrará un teléfono o *mail* de atención al usuario, con el fin de que éste pueda realizar las consultas que considere oportunas.
- 3.6 En el momento anterior a la prestación del consentimiento por parte del consumidor para la contratación del bien o servicio, la empresa certificada presentará un resumen que contenga, al menos:
- a. Descripción de las características esenciales de los productos y/o servicios contratados.
 - b. Cantidad a adquirir.
 - c. Coste por unidad adquirida.
 - d. Coste total.
 - e. Plazo, lugar y persona a la que se le realizará la entrega.
 - f. Garantías básicas y adicionales ofrecidas al consumidor y servicio postventa.
 - g. Condiciones y modalidades del ejercicio de los derechos de desistimiento y resolución.
 - h. Lugar donde se pueden presentar las reclamaciones.
 - i. Condiciones de rescisión del contrato.
- 3.7 Una vez el consumidor haya expresado su consentimiento en cuanto a la contratación de los bienes y/o servicios ofertados, la empresa certificada le permitirá visualizar en pantalla, archivar e imprimir la información referida en el punto 3.6.
- 3.8 En el caso de que el consumidor haya cumplimentado el campo 'correo electrónico' en el formulario de registro, además se le remitirá de forma inmediata con un plazo máximo de 24 horas, un correo electrónico con la confirmación del cierre de la compra, detallando:
- a. Confirmación de la recepción del pedido.
 - b. Información contenida en el punto 3.6.
 - c. Fecha y hora de la contratación.
- 3.9 La empresa certificada cumplirá la legislación vigente aplicable a las transacciones electrónicas y permitirá el acceso a sus clientes de forma directa o indirecta a la mencionada legislación. Asimismo, favorecerá

el cumplimiento de las garantías adicionales con el objeto de proteger los derechos del consumidor a lo largo de todo el proceso de compra.

- 3.10 La empresa certificada pondrá a disposición de sus clientes toda la documentación relacionada con el proceso de contratación y les informará explícitamente de ello. En concreto, el consumidor podrá visualizar, imprimir y archivar:
- a. Condiciones generales del contrato.
 - b. Albarán de pedido.
 - c. Factura de compra.
 - d. Garantías.
 - e. Política de devoluciones.
 - f. Ejercicio del derecho de desistimiento y resolución.
- 3.11 La empresa certificada informará del procedimiento a seguir para corregir posibles errores en el contrato, con anterioridad al cierre de la compra.
- 3.12 La empresa certificada informará de los motivos que pueden ocasionar rescisión o desistimiento del contrato, así como de los costes devengados por ello.
- 3.13 La empresa certificada informará del procedimiento a seguir en el caso de incumplimiento de las condiciones del contrato por parte del vendedor.

Artículo 4. Información relacionada con las garantías ofrecidas y el servicio postventa

- 4.1 La empresa debe informar de cada una de las partidas relacionadas con los seguros y/o garantías de sus productos y servicios diferenciando entre:
- a. Cobertura de los seguros y/o garantías ofertadas por el fabricante y/o distribuidor.
 - b. Empresa que ofrece el seguro y/o garantía.
 - c. Período de vigencia del seguro y/o garantía.
 - d. Coste de los seguros y/o garantías.

e. Procedimiento a seguir para utilizar los seguros y/o garantías.

La empresa adherida ofrecerá como mínimo los plazos de garantía previstos en la legislación vigente, si bien nada impide que estos plazos sean ampliados por la empresa.

- 4.2 En el caso de que la empresa certificada ofrezca servicio postventa, informará a los consumidores de sus prestaciones, coste y procedimiento a seguir.
- 4.3 Cuando por las características del producto y/o servicio la legislación establezca como necesario la realización de gestiones adicionales (revisiones periódicas, trámites administrativos, impuestos a pagar en el país de destino, etc...) en las que el consumidor incurra en un coste adicional, la empresa certificada informará de su coste y plazo, de forma gratuita. Los presupuestos realizados a tal efecto se llevarán a cabo asimismo sin cargos.

Artículo 5. Información relacionada con el sistema de resolución de controversias

- 5.1 La empresa certificada informará de los sistemas de resolución de conflictos disponibles para los usuarios detallando:
- a. El sistema de resolución de controversias al que se ha adherido, incluyendo, en su caso, el correspondiente sello de confianza y la posibilidad de acceder directamente, a través de un link, a la institución que provee estos servicios. Además, enumerará los mecanismos concretos previstos, explicando su funcionamiento y las consecuencias de la decisión adoptada.
 - b. La cláusula de sumisión al arbitraje de consumo, deberá aparecer de modo expreso y separadamente en las condiciones generales de contratación, garantizando que la firma de la misma se produce con carácter independiente a la formalización del contrato. De este modo se favorece su conocimiento para el consumidor.
- 5.2 Asimismo, como garantía adicional, se permitirá el acceso del consumidor a foros que contengan información relativa a la experiencia de esa empresa con otros usuarios en la resolución de

controversias. De este modo, el consumidor puede conocer, de antemano y entre otros datos, el tipo de controversias surgidas, el número de procesos planteados, los resultados alcanzados o los plazos de resolución.

Sección 1.2. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

Artículo 6. Registro de usuarios

- 6.1 Para poder contratar con la empresa certificada los usuarios deberán proporcionar, como mínimo, la siguiente información:
- a. Nombre completo.
 - b. NIF.
 - c. Dirección física (en el caso de que sea necesaria la entrega física del producto y/o servicio).
 - d. Código Postal (en el caso de que sea necesaria la entrega física del producto y/o servicio).
 - e. Teléfono/fax y/o dirección de correo electrónico.
 - f. Fecha de nacimiento.
 - g. Contraseña de, al menos, 6 dígitos alfanuméricos.
- 6.2 Los formularios que contengan datos introducidos por el usuario, validarán el contenido de sus campos antes de ejecutarse, para asegurar que se han cumplimentado correctamente y en su totalidad. Toda la información relativa a los datos de carácter personal se protegerá en los términos establecidos por la legislación vigente, según disponen los artículos 42-49 de este código de conducta.
- 6.3 No se exigirá registro previo a los usuarios que accedan a la información del sitio web de la empresa certificada pero que no realicen la contratación de bienes y servicios.
- 6.4 La empresa informará a los usuarios previamente al registro, de los beneficios obtenidos a cambio de registrarse, así como de las obligaciones contraídas.

Artículo 7. Autenticación de usuarios

- 7.1 La empresa certificada garantizará la autenticación del usuario para la contratación, debiendo utilizar un protocolo de seguridad equivalente a SSL y recomendándose especialmente las firmas electrónicas de la Generalitat Valenciana, Camerfirma y la de la Fábrica Nacional de la Moneda y el Timbre así como cualesquiera otras incluidas en el listado de prestadores activos en España gestionado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- 7.2 La empresa certificada solicitará siempre el nombre y contraseña de los usuarios registrados para que puedan contratar, con el fin de evitar que se suplante su identidad.
- 7.3 Los menores de edad podrán contratar únicamente con la autorización de sus representantes legales. Por tanto, se requerirá verificar la edad del usuario antes de la contratación.

Artículo 8. Catálogo de productos y servicios

- 8.1 La empresa certificada se compromete a mantener actualizada la información contenida en su catálogo electrónico de productos y servicios.
- 8.2 La empresa certificada informará al consumidor sobre el precio por unidad de producto y el coste total de la transacción y permitirá al consumidor seleccionar del catálogo electrónico:
- a. Los productos y/o servicios que necesite.
 - b. Las cantidades adquiridas de cada uno de ellos.
 - c. Medio de pago y posibilidad de aplazamientos
 - d. Forma y horarios de entrega.
 - e. Recepción personal del producto y/o servicio o indicación de persona en quien delega la misma.

Artículo 9. Calidad de la oferta de bienes y servicios

- 9.1 La empresa se comprometerá a verificar que los bienes y servicios ofertados cumplen con las exigencias legales en cuanto a calidad y

seguridad, de acuerdo con los controles nacionales e internacionales a los que deban someterse y con la legislación vigente sobre la materia.

Artículo 10. Validación del pedido

- 10.1 Una vez el usuario haya realizado la selección de productos y/o servicios en el catálogo electrónico, visualizará un resumen con la información que se detalla en el punto 3.6 del presente Código.
- 10.2 Una vez visualizado el resumen del pedido, el usuario podrá modificar los diferentes conceptos del pedido, anular el pedido sin coste alguno o proceder a su validación final.
- 10.3 Antes de validar la operación de forma definitiva, la empresa certificada informará al consumidor de que esta operación supone la contratación de los bienes y/o servicios seleccionados. El usuario visualizará en la pantalla el contrato con la posibilidad de imprimirlo como prueba de compra del producto o de la contratación del servicio.

Artículo 11. Cancelación de la compra

- 11.1 Se permitirá la cancelación de la compra en cualquier fase del proceso, no incurriendo el comprador en coste alguno siempre que no se haya efectuado la validación final de la compra.
- 11.2 Cuando la empresa cumpla los deberes de información que marca la legislación vigente, el consumidor dispondrá de, al menos, diez días para ejercitar el derecho de desistimiento y/o resolución sin coste alguno, desde la recepción del bien.
- 11.3 Cuando la empresa incumpla los deberes de información que marca la legislación vigente procederá a su subsanación con carácter inmediato y ateniéndose a las consecuencias legales. En este caso, el consumidor dispondrá de, al menos, cuatro meses para ejercitar el derecho de desistimiento y/o resolución sin coste alguno, desde la recepción del bien.

Artículo 12. Gestión documental

- 12.1 Todos los contratos y textos legales tendrán una versión digital, optimizada para su visualización en pantalla e impresión en papel.
- 12.2 La empresa deberá archivar la documentación correspondiente a la contratación al menos durante cinco años.
- 12.3 Antes de la entrega del producto o de la prestación del servicio, se entregará al cliente toda la documentación relacionada con la contratación y toda la información relativa a la atención al consumidor y a los servicios adicionales sobre la protección de sus derechos.

Artículo 13. Limitación de la exención de Responsabilidad

- 13.1 La limitación de la exención de responsabilidad que la empresa certificada plantee en el contrato, en ningún caso podrá ser abusiva, de acuerdo con lo establecido en el RDL 1/2007 de 16 de Noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico en sus artículos 13 a 17 y otras leyes complementarias.

Sección 1.3 SEGURIDAD EN EL PAGO

Artículo 14. Dotación de recursos

- 14.1 La empresa certificada utilizará los mecanismos necesarios para garantizar la seguridad en el pago y la confidencialidad de los datos proporcionados por los usuarios.
- 14.2 La Empresa certificada operará con una plataforma de pago que permita la encriptación de los datos.
- 14.3 La empresa certificada dispondrá de personal debidamente formado e infraestructura debidamente actualizada en cuanto a tecnologías de seguridad.

Artículo 15. Formas de pago

- 15.1 La empresa certificada permitirá varias formas de pago que deberá establecer de forma clara y detallada.

Artículo 16. Firma electrónica reconocida

- 16.1 La Empresa certificada se compromete a fomentar el uso de sistemas de firma electrónica reconocida en las comunicaciones y/o transacciones que realice con sus clientes con el fin de proporcionar seguridad jurídica sobre:
- a. La identificación de los participantes en el intercambio y los elementos involucrados en él.
 - b. El momento exacto de la comunicación y/o transacción.
 - c. La confidencialidad en las comunicaciones.
 - d. La integridad del contenido de los mensajes enviados.
 - e. La garantía de que la información enviada ha sido recibida y leída por su destinatario.
- 16.2 La utilización de los sistemas de firma electrónica reconocida estará avalada por un prestador de servicios de certificación que cumpla los requisitos establecidos en la legislación vigente en cuanto a la comprobación de la identidad y demás circunstancias de los solicitantes y a la fiabilidad y las garantías de los servicios de certificación que presten.
- 16.3 En el caso de que la empresa certificada disponga de firma electrónica reconocida, la utilizará:
- a. En los mensajes de correo electrónico enviados a sus clientes con motivo de la transacción comercial.
 - b. En los mensajes enviados por el servicio de atención al cliente.
 - c. En las relaciones de la empresa certificada con otras empresas que dispongan de firma electrónica avanzada.
 - d. En las relaciones de la empresa certificada con la Administración.
- 16.4 La Empresa certificada se compromete a informar a sus usuarios de los beneficios que reporta el uso de la firma electrónica reconocida y a proporcionar un listado de prestadores de servicios de certificación electrónica activos.

Sección 1.4 ENTREGA DEL BIEN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Artículo 17. Logística

- 17.1 La empresa certificada se compromete a entregar el producto y/o servicio según las condiciones acordadas con el consumidor, independientemente de que la logística sea propia o subcontratada a un tercero indicando claramente el cargo y los portes de dicha operación.
- 17.2 El transportista, contará con los medios necesarios, pólizas de seguro y autorizaciones administrativas exigidas por ley, que le permitan garantizar:
- a. Plazo de entrega.
 - b. Cobertura geográfica.
 - c. Compatibilidad con el tipo de pedido.
 - d. Integridad del producto durante el transporte.
- 17.3 La empresa certificada dispondrá de un apartado específico en su sitio web en el que se ofrecerán diferentes modalidades y horarios de entrega de la mercancía, intentando adaptarse a las necesidades del cliente.
- 17.4 En caso de retrasos en la entrega debidos a causas de fuerza mayor, se informará al cliente del motivo del retraso con la máxima antelación posible y se propondrán varias alternativas con el fin de minimizar los perjuicios ocasionados al mismo.
- 17.5 Con independencia de que la entrega del producto o servicio la haga la propia empresa certificada o la subcontrate a otra empresa, el vendedor confirmará la correcta recepción del pedido por parte del cliente mediante acuse de recibo que incluya:
- a. Nombre completo del cliente o de la persona en quien delegue la recepción.
 - b. NIF del cliente o de la persona en quien delegue la recepción.
 - c. Firma del cliente o de la persona en quien delegue la recepción.
 - d. Fecha y hora de entrega.

Capítulo II



CONTENIDOS RECOMENDADOS

Los contenidos del sitio web de la empresa certificada se guiarán por principios éticos y morales, respetando además las normas básicas de usabilidad, todo ello con el fin de incrementar la satisfacción del cliente y en el marco de la legislación vigente aplicable.

A efectos de protección de la propiedad intelectual, se entenderá como contenidos tanto la información existente en la web, como los elementos de diseño gráfico o el código fuente de la misma.

Sección 2.1 SUPERVISIÓN DE CONTENIDOS

Artículo 18. Contenidos propios de la empresa certificada

- 18.1 La empresa certificada se compromete a no incluir contenidos ilícitos, ofensivos, violentos o que supongan apología del terrorismo en su sitio web. En concreto, la empresa certificada se compromete a no incluir contenidos ofensivos en función de sexo, raza o religión o contrarios a la ley.
- 18.2 La empresa certificada podrá adherirse a un sistema de clasificación de contenidos. En este caso, informará a los usuarios en su web.
- 18.3 La empresa certificada designará una persona responsable de la revisión periódica de los contenidos de su sitio web con el fin de que se ajusten a lo indicado en este Código de conducta.
- 18.4 En el caso de que existan contenidos de la web que puedan resultar nocivos para ciertos colectivos, la empresa certificada se compromete a:

- a. Avisar a los usuarios de la existencia de los mismos antes de que puedan acceder a ellos.
 - b. Se exigirá al usuario confirmar que ha leído la advertencia antes de continuar en su navegación.
- 18.5 No se utilizarán enlaces a otros sitios web que den a entender al consumidor que existe asociación con los mismos o que los productos de otra empresa tienen relación con la empresa certificada, cuando no exista tal relación.
- 18.6 En el caso de que la empresa certificada comercialice espacios publicitarios, publicará en su sitio web estadísticas aprobadas o generadas por terceros que indiquen el tráfico de usuarios en el mismo.
- 18.7 En caso de detectar algún contenido inapropiado se pondrá en funcionamiento el mecanismo de control del cumplimiento previsto en este código.
- 18.8 La empresa certificada lucirá en su página web el distintivo de adhesión al código de conducta y deberá disponer de los medios para mostrar información respecto el código de conducta a que está adherida y el modo de consultarlo electrónicamente.

Artículo 19. Contenidos de terceros

- 19.1 Los Contenidos de terceros se encontrarán sujetos a las mismas restricciones que los contenidos propios de la empresa certificada protegidos por la legislación vigente.

Artículo 20. Procedimiento de detección y retirada de contenidos ilícitos y/o nocivos

- 20.1 La Empresa Certificada pondrá a disposición del usuario un formulario de contacto específico que permita a los usuarios comunicarle la existencia de contenidos nocivos para ciertos colectivos.
- 20.2 La Empresa Certificada se compromete a informar a sus usuarios de la existencia de "hotlines" a las que comunicar la existencia de contenidos ilícitos.

- 20.3 No obstante, a efectos de detectar este tipo de conductas existe, asimismo, un mecanismo de control del cumplimiento de las normas contenidas en el código que ejerce la propia Asociación a través de un órgano denominado la Secretaría.
- 20.4 La Empresa Certificada se compromete a retirar los contenidos ilícitos en un plazo inferior a 48 horas desde el momento en que sea consciente de la existencia de los mismos y a comunicarlo a las autoridades competentes.

Sección 2.2 PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Artículo 21. Propiedad intelectual de contenidos propios

- 21.1 La empresa certificada informará a los usuarios de la obligación legal de respetar la legislación vigente en materia de propiedad intelectual e industrial de los contenidos propios.
- 21.2 En la web de la empresa certificada se distinguirá claramente cuando los contenidos son propios o de terceros.
- 21.3 La empresa certificada informará de modo expreso de la procedencia, autor o titular de los derechos sobre los contenidos propios.
- 21.4 La empresa certificada firmará una cláusula de confidencialidad con los empleados que manejen información sensible de la misma, por la que se comprometen a proteger su privacidad.

Artículo 22. Propiedad intelectual de contenidos de terceros

- 22.1 La empresa certificada determinará los contenidos de su web que son de dominio público.
- 22.2 La empresa certificada informará a los usuarios de la obligación legal de respetar la legislación vigente en materia de propiedad intelectual e industrial de los contenidos de terceros y no pondrá a disposición de los usuarios medios técnicos que les permitan lesionarlos.

- 22.3 La empresa certificada se compromete a respetar los derechos de propiedad intelectual e industrial de la información de terceros mostrada en la web.
- 22.4 La empresa certificada se compromete a no divulgar a terceros información confidencial sobre otra empresa.
- 22.5 La empresa certificada necesitará autorización por escrito del autor o titular para el uso de material ajeno y protegido.
- 22.6 La empresa certificada firmará una cláusula de confidencialidad con los empleados que manejen información sensible de terceros con los que dicha empresa tenga relación, por la que se comprometen a proteger su privacidad.

Sección 2.3 PROTECCIÓN DE MENORES

Artículo 23. Protección de los derechos de los menores de edad

- 23.1 La empresa certificada se compromete a evitar la inclusión de contenidos que atenten contra los derechos de los menores de edad o que sean contrarios a los intereses de éstos al amparo de la legislación vigente sobre protección de menores.
- 23.2 En el caso de que la web de la empresa certificada muestre contenidos dirigidos especialmente a menores de edad y detecte contenidos de terceros que puedan resultar nocivos para sus derechos, procederá de inmediato a la retirada de los mismos.
- 23.3 La empresa certificada debe advertir de la existencia, cuando proceda, de contenidos que puedan resultar nocivos para los menores de edad, antes de que sean mostrados. Para acceder a los mismos, el usuario deberá necesariamente confirmar que ha leído y entiende dicha advertencia.
- 23.4 La empresa certificada se compromete a advertir a los usuarios que los enlaces a otros sitios web pueden presentar contenidos nocivos para los menores, cuando proceda.

- 23.5 La empresa certificada limitará el acceso a menores a determinados contenidos y productos del sitio web aunque dispongan de autorización.
- 23.6 La empresa certificada informará de los sistemas de filtrado de contenidos a implantar por el usuario para evitar el acceso a los contenidos que perjudiquen al colectivo de menores.

Sección 2.4 USABILIDAD/ACCESIBILIDAD

Artículo 24. Estructura del sitio Web

- 24.1 La empresa certificada planificará la estructura del sitio Web de un modo sencillo e intuitivo. Se fomentará la comprensión por parte del usuario del interfaz de navegación.
- 24.2 La empresa certificada tendrá en cuenta y evitará en la medida de lo posible la incompatibilidad de las tecnologías utilizadas en el desarrollo del sitio y los equipos de sus usuarios potenciales.
- 24.3 La empresa certificada pondrá a disposición del usuario un mapa del sitio Web que será accesible desde cualquier apartado del mismo. En este mapa se introducirán fielmente las distintas secciones del sitio web y su contenido, permitiendo el acceso directo a cada una de ellas.
- 24.4 En cualquier apartado de la web, el usuario podrá acceder a ayuda contextual sobre el mismo.
- 24.5 La información del sitio web se presentará de forma clara y ordenada, para favorecer la comprensión de la misma y facilitar el acceso a su totalidad. La primera frase de cada párrafo resumirá la idea principal del mismo, ordenándose la información de mayor a menor importancia y utilizando viñetas en las enumeraciones.
- 24.6 Se utilizará tamaños de fuente, fondos y elementos gráficos que aseguren la legibilidad de la información, teniendo en especial consideración a los colectivos con discapacidades.
- 24.7 Dentro del sitio web, se mantendrá una coherencia gráfica y de contenidos entre las diferentes secciones del mismo.

- 24.8 No se emplearán animaciones gráficas que tiendan a confundir al usuario sobre los contenidos de la web y/o características de los productos y/o servicios ofertados.
- 24.9 Cuando la empresa certificada considere conveniente introducir en la web imágenes, gráficos, animaciones u otros elementos que por su tamaño, ralenticen la navegación del usuario, el acceso será de forma opcional y se informará a los usuarios del tamaño del archivo y el tiempo estimado de descarga.
- 24.10 La empresa certificada se asegurará de que cada una de las páginas de su sitio Web puede ser impresa por el usuario sin que se produzcan pérdidas de información.
- 24.11 La empresa certificada se compromete a mantener constantemente actualizada la información contenida en los distintos apartados de su sitio Web.
- 24.12 Cuando se muestren contenidos ajenos al sitio, se deberá avisar al usuario de la salida al exterior.
- 24.13 Se emplearán encabezados al principio de cada página que permitan al usuario obtener una visión panorámica del documento y agilizar el acceso a la sección por la que se interese.
- 24.14 Se evitará la redacción de textos largos, dividiéndolos en párrafos de menor tamaño, siempre que sea posible.

Artículo 25. Accesibilidad

- 25.1 La empresa certificada adaptará los contenidos del sitio Web para facilitar la accesibilidad a colectivos con discapacidades, cumpliendo todas las pautas WCAG de la WAI de prioridad 1 y algunas de prioridad 2 y 3. Los esfuerzos por hacer accesibles a personas con deficiencias visuales las páginas Web no se dirigirán a desarrollos específicos que finalicen en páginas de uso exclusivo para dicho colectivo, sino en adaptaciones sobre el entorno de uso general.

La Web de la empresa certificada:

- a. Presentará el suficiente contraste de colores entre el fondo y los elementos que compongan la página (texto, imágenes, etc..) que evite la confusión entre ambos a las personas con deficiencia visual.
 - b. Permitirá el cambio de tamaño de las fuentes del texto sin que se produzcan distorsiones en los contenidos de la página.
 - c. Complementará las fotos e imágenes con textos explicativos de las mismas o ficheros de audio que permitan a los usuarios con discapacidad visual interpretar y comprender perfectamente su contenido.
 - d. Las listas y puntos de las listas serán identificadas como tales para facilitar a las personas con discapacidades la estructuración jerárquica de la información.
 - e. Los formularios serán estructurados de manera homogénea, facilitando la asociación de etiquetas y controles de formulario. De esta forma, se garantizará la correcta interpretación de los campos de formulario para los software de acceso a la información utilizados por las personas con discapacidad visual.
 - f. Se facilitará el acceso desde el teclado a las páginas web además del acceso mediante el ratón.
- 25.2 La empresa certificada facilitará el acceso al sitio Web de colectivos con discapacidades incluyendo una sección que permita:
- g. Acceso a visualización de caracteres de mayor tamaño.
 - h. Sustitución de las fotos e imágenes por textos explicativos.
 - i. Inclusión de medios audiovisuales en sustitución de imágenes.
- 25.3 En el caso de que la empresa certificada no pueda facilitar el acceso al sitio Web de colectivos con discapacidades de forma inmediata, al menos planificará y comunicará un calendario de actuaciones al respecto a la entidad certificadora.
- 25.4 En el caso de que el diseño o mantenimiento del sitio web de la empresa certificada haya sido financiado por una Administración Pública, la entidad certificada adoptará las medidas necesarias para que la información disponible en su sitio web pueda ser accesible a personas discapacitadas y de edad avanzada, de acuerdo con los

criterios de accesibilidad al contenido generalmente reconocidos, y de obligado cumplimiento desde el 31 de diciembre de 2005.

Capítulo III



COMUNICACIONES COMERCIALES

La empresa certificada realizará las comunicaciones comerciales a distancia de acuerdo con un conjunto de directrices que respeten la legislación vigente y ofrezcan garantías adicionales a los usuarios.

Sección 3.1 GENERALIDADES

Artículo 26. Principios de las comunicaciones comerciales

- 26.1 Los principios de ética y transparencia servirán de guía a las comunicaciones comerciales a distancia de las entidades públicas o empresas certificadas.
- 26.2 En el caso de que se subcontrate la realización de las comunicaciones comerciales, la empresa certificada se compromete a informar del contenido del Código de Conducta al proveedor y a supervisar el correcto cumplimiento del mismo, asegurándose de que ha recabado los datos cumpliendo con todo lo establecido en la Ley.

Artículo 27. Ética en las comunicaciones comerciales

- 27.1 La empresa adherida ofrecerá un tratamiento de la publicidad bajo el marco de la legislación vigente sobre la materia. En ningún caso la empresa certificada podrá realizar:
 - a. Publicidad que atente contra la dignidad de la persona.
 - b. Publicidad que vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución.
 - c. Publicidad engañosa.
 - d. Publicidad subliminal.

- e. Publicidad que infrinja la legislación vigente así como lo dispuesto en la normativa aplicable a determinados productos, actividades o servicios.
- 27.2 No se podrán utilizar las comunicaciones comerciales con la finalidad de realizar competencia desleal hacia otras empresas.

Artículo 28. Transparencia en las comunicaciones comerciales

- 28.1 Las comunicaciones comerciales realizadas a través de medios electrónicos así como el anunciante que las realiza, siempre deberán ser identificados fácilmente como tales por el consumidor.
- 28.2 La empresa certificada necesariamente incluirá la palabra 'publicidad' en cada una de las comunicaciones comerciales a distancia realizadas y permitirá identificar al anunciante mediante nombre y/o logotipo.
- 28.3 La empresa certificada permitirá al consumidor el acceso rápido y sencillo a la información básica (nombre o razón social, domicilio social, país de origen, nombres comerciales e identificación fiscal) y de contacto sobre la empresa anunciante.

Sección 3.2 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ON-LINE

Artículo 29. E-mail marketing y mensajes SMS

- 29.1 La empresa certificada necesitará disponer del consentimiento expreso de los consumidores para poder enviarles comunicaciones comerciales. Será obligatorio el consentimiento del afectado para que los responsables de distintos ficheros que contengan sus datos personales puedan cruzarlos para promocionar o comercializar productos o servicios.
- 29.2 En el caso de que la empresa certificada utilice la información proporcionada por los consumidores para el envío de información promocional, se requerirá la autorización expresa por parte del usuario y se solicitará en el momento de recabar los datos.
- 29.3 En el caso de que el usuario se adhiera voluntariamente a una lista de distribución, ésta será identificada claramente como tal, y se

entenderá que el usuario otorga su consentimiento para recibir únicamente las comunicaciones comerciales cuyos contenidos queden especificados en la mencionada lista de distribución.

- 29.4 La empresa certificada pondrá a disposición del usuario un sistema inmediato, rápido, sencillo y centralizado en un único punto, para dejar de recibir comunicaciones comerciales no deseadas, tanto desde su página web como desde cada uno de los mensajes publicitarios enviados. Cualquier usuario obligatoriamente debe ser informado de la existencia de listas de exclusión o listas Robinson para que pueda comunicar al responsable de un fichero que no desea recibir publicidad. Estas listas serán de obligada consulta previa por parte de quienes realicen actividades de publicidad o prospección comercial.
- 29.5 La empresa certificada no enviará comunicaciones comerciales a los menores que se identifiquen como tales, aunque haya recibido el consentimiento expreso de éstos.

Artículo 30. Banners, Layers, Interstitials, Ventanas emergentes y similares

- 30.1 En ningún caso, la publicidad en la página web de la empresa certificada supondrá un obstáculo a la navegación del usuario. En concreto, se evitará la confusión entre los elementos publicitarios mostrados y el interfaz del sistema.
- 30.2 Tras la apertura de una ventana emergente, el cierre de la misma por parte del usuario nunca podrá suponer la apertura automática de otra.

Artículo 31. Posicionamiento en buscadores

- 31.1 Con respecto a la información aportada por la empresa certificada que es utilizada por los buscadores para registrar el sitio web, la empresa certificada se compromete a no incluir en el título de la web, en la descripción de la misma ni en las palabras clave lo siguiente:
- a. Términos que no guarden relación directa con la actividad o actividades desarrolladas por la empresa certificada.
 - b. Nombres, marcas o similares que se encuentren protegidos por la Propiedad Intelectual e Industrial, sin consentimiento previo.

- c. Referencias tanto directas como indirectas hacia los competidores de la empresa certificada, sin consentimiento previo.
- 31.2 La empresa certificada no se dará de alta en buscadores especializados en productos y/o servicios que no guarden relación con la actividad desarrollada por ésta o en zonas geográficas situadas fuera del ámbito de actuación de la misma.

Artículo 32. Foros de debate, Chats, Servicios de Mensajería Instantánea, Grupos de Noticias y similares

- 32.1 Antes de acceder a los espacios que permitan el intercambio de experiencias entre los usuarios, éstos deberán leer y aceptar unas normas de conducta que contendrán, al menos, los siguientes principios:
- a. No utilizar lenguaje malsonante
 - b. No realizar comentarios ofensivos o que atenten contra la dignidad de la persona
 - c. No realizar publicidad encubierta de productos o servicios
 - d. No fomentar comportamientos y/o actitudes contrarios a la legislación vigente
- 32.2 La empresa certificada dispondrá de los medios humanos y técnicos necesarios para regular los espacios a los que se refiere el presente artículo, identificándose los moderadores como tales
- 32.3 Cuando un usuario realice un comentario o mensaje que atente contra el código de comportamiento establecido, el moderador procederá a su eliminación en un plazo inferior a 24 horas.
- 32.4 Cuando se produzca una infracción de las normas de comportamiento establecidas, el moderador enviará un mensaje de advertencia al infractor en el que se le comunicarán el motivo de la eliminación del mismo y que en caso de reincidir se le restringirán los privilegios de acceso al sistema.

Artículo 33. Patrocinios

- 33.1 Siempre que un tercero patrocine una sección o la totalidad de la web certificada, deberá aparecer la palabra "Patrocina/-n: nombre del patrocinador/-es" y/o logotipo corporativo del patrocinador.
- 33.2 Un patrocinador nunca podrá influir en los contenidos de la web patrocinada en su propio interés.

Sección 3.3 PROMOCIONES DE VENTAS, DESCUENTOS Y OFERTAS

Artículo 34. Información sobre promociones de venta, descuentos y ofertas

- 34.1 La empresa informará de las condiciones de las ofertas y promociones de forma clara, permitiendo que sean fácilmente identificables y accesibles por el usuario
- 34.2 Siempre que la empresa certificada realice ofertas, descuentos y/o promociones de venta, informará como mínimo de:
 - a. Precio anterior y vigente
 - b. Porcentaje de descuento
 - c. Plazo
 - d. Condiciones de aplicación.

Capítulo IV



ATENCIÓN AL CLIENTE

La empresa certificada dispondrá de un servicio de atención al cliente en el que se atenderán las consultas relacionadas con la navegación del usuario por el sitio web, y en el que se realizará la gestión de quejas y reclamaciones garantizando la protección de los derechos del consumidor.

Sección 4.1 RESOLUCIÓN DE DUDAS Y CONSULTAS

Artículo 35. Accesibilidad al servicio

- 35.1 La empresa certificada incluirá el teléfono, fax y/o e-mail de contacto en todas las páginas del sitio web y ofrecerá al menos dos alternativas diferentes de contacto con el servicio de atención al cliente.
- 35.2 La empresa certificada dispondrá de un procedimiento normalizado de resolución de dudas y consultas, que pondrá a disposición del usuario.

Artículo 36. Plazo de respuesta

- 36.1 En el momento en que la empresa certificada reciba una duda o consulta por correo electrónico o fax, procederá a emitir por el mismo medio un acuse de recibo para el usuario donde indicará que ha recibido la duda o consulta y que en un plazo máximo de 48 horas obtendrá una respuesta definitiva.
- 36.2 La empresa certificada se compromete a resolver cualquier duda o consulta en un plazo máximo de 48 horas o a contactar con el cliente indicándole el motivo por el que no la ha podido resolver.

Sección 4.2 GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Artículo 37. Procedimiento ante quejas y reclamaciones

- 37.1 La empresa dispondrá por escrito y pondrá a disposición del usuario de un sistema normalizado de gestión de quejas y reclamaciones en el que se especifiquen claramente las condiciones bajo las que se permite la devolución del producto o la renuncia a la prestación del servicio.
- 37.2 El proceso de presentación de quejas y reclamaciones será sencillo, gratuito y de fácil comprensión para el usuario.
- 37.3 En el momento en que la empresa certificada reciba una queja o reclamación por correo electrónico o fax, procederá a emitir inmediatamente por el mismo medio un acuse de recibo para el usuario donde indicará que es conocedora de la incidencia y que en un plazo máximo de 24 horas iniciará el proceso de resolución de la misma.
- 37.4 La empresa certificada se responsabilizará de atender las quejas y reclamaciones derivadas tanto de las actuaciones comerciales propias como de las que hayan sido subcontratadas a terceros.

Artículo 38. Gestión de devoluciones

- 38.1 La empresa se comprometerá a la devolución en efectivo del importe de la compra bajo las siguientes condiciones que serán publicadas en la web:
- a. Durante 10 diez días, a pesar de que la empresa cumpla todas las obligaciones de información que marca la legislación vigente.
 - b. Cuando existan diferencias entre las características recogidas en el comprobante de pedido y el producto y/o servicio entregado.
 - c. Cuando se detecten vicios en el producto.
 - d. Ante un incumplimiento en los plazos de entrega, no debido a fuerza mayor.
 - e. En aquellas situaciones recogidas en la legislación vigente y no contempladas en los puntos anteriores.

- 38.2 La empresa especificará el plazo establecido para la devolución del producto sin causa justificada y el procedimiento que debe seguir el consumidor.
- 38.3 En el caso de productos perecederos, la empresa devolverá el importe íntegro del producto cuando el consumidor no quede satisfecho.

Sección 4.3 MEJORA CONTINUA

Artículo 39. Dotación de recursos

- 39.1 La empresa certificada dotará al servicio de atención al cliente de los recursos humanos cualificados y materiales necesarios para satisfacer adecuadamente las peticiones al mismo.
- 39.2 La empresa certificada se compromete a proporcionar formación continua a sus empleados, con tal de optimizar su cualificación, motivación y capacidad de satisfacer al cliente.
- 39.3 La empresa certificada designará una persona responsable del servicio de atención al cliente, que deberá contar con la cualificación y autoridad necesaria para dar respuesta satisfactoria a las demandas del cliente.
- 39.4 La persona responsable del servicio de atención al cliente, desempeñará, al menos, las siguientes funciones:
- a. Estructuración y Dirección del departamento de atención al cliente.
 - b. Coordinación de las solicitudes de información presentadas con anterioridad a la compra.
 - c. Coordinación del servicio postventa: garantías, servicio técnico etc..
 - d. Resolución de quejas y reclamaciones.
 - e. Definición y seguimiento de los métodos de control necesarios para analizar la evolución del departamento de atención al cliente.
 - f. Transmisión de la cultura de satisfacción del cliente al conjunto de la organización.

Artículo 40. Interacción con el usuario

- 40.1 La empresa certificada pondrá a disposición de los usuarios desde un enlace en su página de inicio, una encuesta de satisfacción on-line que evalúe los principales aspectos relacionados con la actividad de la empresa. Como mínimo valorará los siguientes puntos:
- a. Sencillez y claridad de navegación.
 - b. Evaluación del catálogo de productos.
 - c. Relación calidad-precio.
 - d. Evaluación de las formas de pago existentes.
 - e. Percepción de la seguridad en las transacciones realizadas.
 - f. Atención al cliente recibida.
 - g. Valoración del proceso de entrega del producto.
 - h. Experiencia del usuario en el sitio web de la empresa certificada.
 - i. Nivel de satisfacción relativo al sistema de resolución de controversias: accesibilidad, rapidez y resultado.
- 40.2 Adicionalmente, el sitio web dispondrá de un buzón de sugerencias para recabar las opiniones de los usuarios sobre cuestiones puntuales.

Artículo 41. Mecanismos de control interno

- 41.1 La empresa certificada dispondrá de mecanismos de control que permitan evaluar el cumplimiento de los objetivos del servicio de atención al cliente en forma de indicadores de incidencias, así como de satisfacción de los usuarios.
- 41.2 Se creará un registro físico de todas aquellas incidencias ocurridas tanto en concepto de dudas como reclamaciones o sugerencias, con un pequeño informe sobre la resolución a la que se ha llegado en cada caso. Esta información permanecerá archivada en la empresa durante un periodo mínimo de 3 años.

Capítulo V



PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE LOS DATOS PERSONALES

La empresa garantizará la confidencialidad de los datos personales, autenticación de la información, control de acceso a los servidores, de acuerdo con lo establecido anteriormente y al amparo de lo previsto en la legislación vigente. Especialmente lo indicado en el Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal, que afecta tanto a los ficheros y tratamientos de datos automatizados como en soporte papel.

Sección 5.1 OBLIGACIONES GENERALES DE LA EMPRESA

Artículo 42. Compromiso de la empresa

- 42.1 La empresa certificada se compromete a respetar todos los principios de la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal.
- 42.2 La empresa certificada comunicará a su personal la política de protección de datos y obtendrá el compromiso firmado del cumplimiento de la misma por parte de éstos.

Artículo 43. Dotación de recursos para la protección de datos

- 43.1 La empresa certificada dispondrá de los medios técnicos y humanos y realizará las inversiones y acciones de formación necesarias que le permitan cumplir la legislación vigente en materia de protección de datos.

- 43.2 La empresa certificada se compromete a realizar una auditoria de seguridad informática y protección de datos encargada a una entidad especialista en la materia.
- 43.3 La empresa certificada se compromete a llevar a cabo las medidas correctoras e inversiones que se planteen como resultado de la anterior auditoria de seguridad.
- 43.4 La empresa certificada dispondrá de un documento que recoja las medidas de seguridad implantadas para la protección de los ficheros de datos de clientes.

Artículo 44. Naturaleza y obtención de los datos proporcionados por los clientes

- 44.1 La empresa certificada se compromete a utilizar únicamente los datos de los clientes obtenidos de las fuentes lícitas referidas en la legislación vigente.
- 44.2 La empresa certificada diferenciará los campos obligatorios y optativos en los formularios de introducción de datos.
- 44.3 La empresa certificada se compromete a solicitar de forma obligatoria únicamente aquellos datos que resulten necesarios para el correcto desarrollo de su actividad comercial.

Artículo 45. Autorizaciones necesarias para operar con los datos de los clientes

- 45.1 La empresa certificada necesitará la autorización expresa de los clientes para utilizar sus datos, excepto si se obtienen de fuentes accesibles al público.
- 45.2 La empresa certificada necesitará la autorización expresa de los clientes para ceder sus datos a terceros, siendo informados del destinatario de los mismos y de las condiciones y finalidad de la cesión. La transferencia internacional de datos no excluye en ningún caso la aplicación de las disposiciones contenidas en el Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.

- 45.3 La empresa certificada necesitará la autorización expresa de los clientes para utilizar los datos proporcionados por ellos con fines publicitarios.
- 45.4 Cualquiera de estas autorizaciones podrá ser revocada por parte del usuario de forma sencilla, gratuita e inmediata.
- 45.5 La empresa certificada dispondrá de procedimientos seguros para registrar e identificar a los usuarios. En concreto, se requerirá la identificación, autenticación y control para que un usuario tenga acceso *on-line* a sus propios datos.

Artículo 46. Registro de los datos proporcionados por los clientes

- 46.1 La empresa certificada se compromete a inscribir en el Registro correspondiente los ficheros con datos personales de los clientes así como realizar las gestiones administrativas que indique la ley.

Sección 5.2 COMUNICACIÓN A LOS USUARIOS DE LA POLÍTICA DE PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Artículo 47. Comunicación a los usuarios de la política de privacidad

- 47.1 La empresa certificada dispondrá en su sitio web de un apartado específico en el que se detalle la política de privacidad y protección de datos.
- 47.2 La empresa certificada informará a los usuarios de los siguientes aspectos relacionados con el fichero de datos:
 - a. Existencia de un fichero con sus datos.
 - b. Finalidad del mismo.
 - c. Procedimientos que faciliten el ejercicio por los afectados de sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición. Estos procedimientos serán gratuitos.
- 47.3 La entidad certificada informará a los usuarios de cualquier método oculto de recogida de datos y/o monitorización de la navegación (cookies).

Sección 5.3 PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DE MENORES

Artículo 48. Obtención de datos de menores de edad

- 48.1 La empresa se compromete a una especial protección de los datos de este colectivo.
- 48.2 La empresa certificada se compromete a no intentar captar los datos de la familia o conocidos de los menores de edad a través de éstos.
- 48.3 La empresa certificada se compromete a no captar los datos personales de los menores de edad a través de concursos, ofertas o promociones.

Artículo 49. Autorizaciones necesarias

- 49.1 La empresa certificada requerirá la autorización del representante legal para el uso, rectificación y cancelación de los datos de menores y discapacitados. Además, los menores de edad deberán ser informados con un lenguaje claro, que sea fácilmente comprensible para ellos. Además se tendrá que garantizar que se ha comprobado la edad del menor y la autenticidad del consentimiento prestado.

Capítulo VI



RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL Y JUDICIAL DE CONFLICTOS

Artículo 50. Resolución extrajudicial de controversias

- 50.1 Todas las controversias derivadas de las ventas de productos o de la prestación de servicios en las operaciones comerciales electrónicas realizadas por consumidores se sustanciarán a través del sistema previsto en la presente disposición.

El sistema de resolución extrajudicial de controversias será gratuito y se basará en los principios de legalidad, contradicción, independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia, equidad, representación y libertad contenidos en la normativa comunitaria sobre mecanismos alternativos de resolución de controversias *on line*, en conexión con las Redes Eje y FIN-NET comunitarias. *(Recomendación de la Comisión, de 30 de marzo de 1998, relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo- 98/257/CE- y Recomendación de la Comisión, de 4 de abril de 2001, relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo - 2001/310/CE).*

- 50.2 Con el objeto de agilizar la tramitación de las reclamaciones a los usuarios se favorecerán los mecanismos de resolución de controversias *on line* por su sencillez, rapidez y comodidad.
- Las empresas incorporarán enlaces en sus páginas web para facilitar al máximo el acceso de los usuarios a estas vías electrónicas de resolución de controversias.

50.3 Una vez surgido un conflicto derivado de una transacción contractual, las partes se comprometen a utilizar los siguientes procedimientos escalonados de resolución y, además, en el orden de prelación indicado:

- a. En primer lugar, las empresas y los consumidores recurrirán necesariamente a la negociación *inter partes* con el objeto de intentar solucionar todas las reclamaciones que se planteen.

Se favorecerá la inclusión de procedimientos de negociación electrónicos. A tal efecto, las empresas adheridas a este Código de conducta incorporarán paulatinamente, si procede, la negociación automatizada en sus páginas web, dirigida a resolver las controversias relativas a reclamaciones dinerarias.

Las partes respetarán en todo caso los acuerdos alcanzados a través de esta vía. Para ello, asumirán todas las obligaciones derivadas del deber de buena fe negocial. En caso de incumplimiento, se procederá a hacerlo público con el consiguiente perjuicio económico que puede suponer para la empresa.

No obstante, si no ha sido posible un acuerdo entre ellas en un plazo de cinco días desde que surgió la diferencia, acudirán a los mecanismos de mediación previstos en el apartado b).

- b. En segundo lugar, las partes optarán por los sistemas de mediación previstos por las Juntas arbitrales de consumo (según lo previsto en Real Decreto 231/2008 de 25 de Febrero regulador del Sistema Arbitral de consumo) prioritariamente la del domicilio del consumidor. Las empresas indicarán claramente en su página web esta posibilidad.

En caso de acuerdo mediado, las partes se comprometen igualmente al cumplimiento del mismo, so pena de hacer público el incumplimiento.

Para el supuesto en que el mediador no logre de ningún modo acercar las posiciones de las partes en un plazo de diez días, éstas acudirán al arbitraje de la junta arbitral de consumo.

c. Finalmente, y en caso de no prosperar los anteriores procedimientos de resolución no contenciosa, los conflictos surgidos entre las empresas adheridas a este Código de conducta y los consumidores se resolverán mediante el arbitraje de la Junta arbitral de consumo que aplicará sus propias normas.

Por lo que respecta al ámbito autonómico, serán operativas aquellas juntas arbitrales habilitadas a tal efecto por el Instituto Nacional de Consumo.

i.- Las empresas adheridas a este Código se comprometen a haber realizado previamente una oferta pública de sometimiento al sistema arbitral de consumo a través de la Junta arbitral de consumo del domicilio social de la empresa.

ii.- Además, se exigirá una manifestación expresa de la voluntad común de las partes de someterse a arbitraje. Para ello, el empresario incluirá, de manera clara para el consumidor, una cláusula arbitral en su página web, que el usuario deberá firmar de forma separada al contrato suscrito.

iii.- La decisión adoptada por la Junta arbitral de consumo será obligatoria para las partes y se les comunicará con carácter inmediato. Esta decisión constituye un título ejecutivo susceptible de ejecución forzosa en vía judicial.

El incumplimiento de dicha decisión, al margen de las consecuencias legales, puede suponer para la empresa adherida la retirada del sello de confianza y/o la expulsión de la Asociación. A estas medidas puede añadirse la posibilidad de publicar el laudo arbitral.

d. Sin perjuicio de lo previsto con anterioridad, las partes pueden pactar la resolución amistosa de la controversia *-amicable settlement-*, en cualquier momento del procedimiento, poniendo fin a sus diferencias.

Artículo 51. Acción Judicial de Cesación

51.1. En todo caso, en el ámbito judicial se prevé la acción de cesación prevista para la protección de los intereses colectivos de los consumidores cuando estos hayan sido lesionados. Se podrá interponer la citada acción cuando se hayan producido conductas contrarias a la ley, ya sean de forma aislada o reiterada. Asimismo, cabe su interposición incluso para prohibir la realización de una conducta cuando ésta haya finalizado al tiempo de ejercitar la acción, si existen indicios suficientes que hagan temer la reiteración futura de la conducta contraria a la ley.

51.2. La legitimación para interponer la acción de cesación corresponde a:

- a. las personas físicas o jurídicas titulares de un derecho o interés legítimo.
- b. Los grupos de consumidores o usuarios cuyos derechos o intereses se han sido lesionados en los casos previstos en la Ley de Enjuiciamiento Civil.
- c. Las asociaciones de consumidores y usuarios que reúnan las condiciones exigidas legalmente.
- d. El Ministerio Fiscal.
- e. El Instituto Nacional de Consumo y los órganos correspondientes de las Comunidades Autónomas y de las Corporaciones Locales.
- f. Las entidades de otros Estados miembros de la Unión Europea constituidas para la protección de los consumidores y que estén habilitadas para ello ante la Comisión Europea.

Capítulo VII



CONTROL DEL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

Artículo 52. Principios Generales

- 52.1 Las empresas adheridas a este Código de conducta se comprometen al cumplimiento de las disposiciones contenidas en el mismo.
- 52.2 La Asociación impulsora del Código creará un órgano imparcial e independiente, denominado la Secretaría, que velará por la eficacia en la tramitación de las reclamaciones presentadas y que servirá de enlace entre los consumidores y dichas empresas en el ámbito de aplicación, tal y como establece en su artículo 8 el RD 1163/2005. El procedimiento previsto será sencillo, gratuito y accesible, y respetará los principios de audiencia y contradicción de las partes.

Artículo 53. Control del cumplimiento de las normas del Código de conducta.

- 53.1 La Secretaría actuará como órgano de evaluación y control del cumplimiento de las normas previstas en este Código de conducta por parte de las empresas adheridas al mismo. En este sentido, será el órgano competente para la tramitación de las reclamaciones derivadas del incumplimiento de sus normas.
- 53.2 La Secretaría contará, entre otras, con las siguientes funciones:
- la gestión y registro de las denuncias sobre incumplimiento de las normas del código,

- la tramitación de la denuncia dando audiencia al reclamado y recepcionando las pruebas, escritos y alegaciones que las partes pudieran creer oportunas
- la recepción y estudio de la documentación aportada por las partes
- la notificación a las partes de la solución adoptada
- la realización de inspecciones aleatorias sobre las prácticas de las empresas adheridas con el objeto de verificar la correcta aplicación del código, así como el efectivo cumplimiento de sus disposiciones,
- el establecimiento de los plazos de subsanación del incumplimiento para la empresa notificada y
- la capacidad sancionadora con respecto a las empresas adheridas pudiendo determinar el tipo de sanción impuesta en función de la gravedad de la infracción cometida.
- mantener accesible al público por medios electrónicos la información actualizada sobre las entidades promotoras, el contenido del código tipo, los procedimientos de adhesión y de garantía de su cumplimiento y la relación de adheridos.
- remitir a la Agencia Española de Protección de Datos una memoria anual sobre las actividades realizadas para difundir el código tipo y promover la adhesión a éste, las actuaciones de verificación del cumplimiento del código y sus resultados, las quejas y reclamaciones tramitadas y el curso que se les hubiera dado y cualquier otro aspecto que las entidades promotoras consideren adecuado destacar. Cuando se trate de códigos tipo inscritos en el registro de una autoridad de control de una comunidad autónoma, la remisión se realizará a dicha autoridad, que dará traslado al registro General de Protección de Datos.
- evaluar periódicamente la eficacia del código tipo, midiendo el grado de satisfacción de los afectados y, en su caso, actualizar su contenido para adaptarlo a la normativa general o sectorial de protección de datos existente en cada momento. Esta evaluación deberá tener lugar, al menos, cada cuatro años, salvo que sea

precisa la adaptación de los compromisos del código a la modificación de la normativa aplicable en un plazo menor.

- favorecer la accesibilidad de las personas que tengan alguna discapacidad o de edad avanzada a toda la información disponible sobre el código tipo.

53.3 Cualquier persona, ya sea física o jurídica, entidad pública o privada, con un interés legítimo podrá presentar ante la Secretaría una reclamación por vulneración de las disposiciones contenidas en el presente Código de conducta.

53.4 La Secretaría también podrá actuar de oficio en la determinación de incumplimientos de las normas del código. A tal efecto, podrá realizar inspecciones aleatorias con el objeto de valorar la conducta de las empresas adheridas. La tramitación de estos incumplimientos se desarrollará en los mismos términos que las ejercidas a instancia de parte.

53.5 En el momento que la Secretaría verifique la existencia de un incumplimiento lo notificará a la empresa afectada con el objeto de que ésta proceda a su subsanación en el plazo más breve posible. La Secretaría Virtual notificará al usuario o usuarios afectados por el incumplimiento del Código de la decisión tomada al respecto frente a la empresa infractora. Del mismo modo, se informará de las medidas tomadas para subsanar los posibles perjuicios ocasionados.

En caso de infracción grave o reiterada, la Secretaría podrá privar a la empresa infractora de la utilización del distintivo público de confianza o expulsarla de la Asociación, además de la publicación por los medios que estime convenientes de la retirada del distintivo.

La Secretaría notificará las sanciones impuestas al Instituto Nacional de Consumo trimestralmente. En caso de sanción grave, esta notificación se producirá a los cinco días de su imposición.

Art. 54. Depósito y publicación del Código Óptima Web

- 54.1. El Código Óptima Web será depositado e inscrito en el Registro General de Protección de Datos de la Agencia Española de Protección de Datos, sin perjuicio de su inscripción, cuando corresponda, en los registros que fueran creados por las Comunidades Autónomas, de acuerdo con lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 41 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre.
- 54.2. El código Óptima Web deberá ser presentado ante la Agencia Española de Protección de Datos, tramitándose su inscripción conforme a la legislación vigente.
- 54.3. La Agencia Española de Protección de Datos dará publicidad a los códigos tipo inscritos, preferentemente a través de medios informáticos o telemáticos.

ANEXO 1

- Cláusulas tipo para la obtención del consentimiento de los afectados al tratamiento o cesión de sus datos.

TRATAMIENTO

En cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de que cuantos datos personales nos facilite serán incluidos en un fichero automatizado de datos de carácter personal, creado y mantenido bajo la responsabilidad de la empresa _____. Este fichero se inscribió en el Registro General de Protección de Datos y cuenta con el código asignado por dicho ente.

Asimismo, ponemos en su conocimiento que la empresa _____ tratará, mediante fichero informático, los datos facilitados por Vd, con la finalidad de utilizarlos únicamente para tramitar el pedido, y/o para enviar información sobre ofertas y servicios que puedan resultar de su interés.

He leído la información anterior y ACEPTO recibir información de la empresa _____

TRATAMIENTO Y CESIÓN

En cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de que cuantos datos personales nos facilite serán incluidos en un fichero automatizado de datos de carácter personal, creado y mantenido bajo la responsabilidad de la empresa _____. Este fichero se inscribió en el Registro General de Protección de Datos y cuenta con el código asignado por dicho ente.

Asimismo, ponemos en su conocimiento que la empresa _____ tratará, mediante fichero informático, los datos facilitados por Vd, con la finalidad de utilizarlos únicamente para tramitar el pedido, y/o para enviar información sobre ofertas y servicios que puedan resultar de su interés.

El cliente autoriza expresamente a la empresa_____ para que los datos contenidos este registro puedan ser facilitados a las empresas que colaboran en la prestación del servicio. En todos los casos, los datos que se facilitan son los estrictamente necesarios para la actividad concreta que se vaya a realizar o para que dichas empresas puedan efectuar estudios de mercado y ofrecerle al cliente productos y servicios que puedan resultar de su interés. En estos casos, la empresa _____ tomará las medidas oportunas para garantizar que se respeten sus derechos de privacidad.

He leído la información anterior y ACEPTO recibir información de la empresa _____ y que mis datos sean cedidos en los términos indicados anteriormente.

- Cláusulas tipo para informar a los afectados del tratamiento, cuando los datos sean obtenidos de un tercero.

En cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal, la empresa _____ le informa que sus datos le han sido cedidos por la empresa _____ que dispone de su autorización expresa para el tratamiento de los mismos, con la finalidad de utilizarlos únicamente para tramitar el pedido y/o para enviarle información sobre ofertas y servicios que puedan resultar de su interés. La empresa _____ tomará las medidas oportunas para garantizar que se respeten sus derechos de privacidad.

La respuesta o cumplimentación de estos formularios tiene carácter voluntario. En cualquier momento Vd., podrá ejercitar su derecho gratuito de acceso, rectificación, oposición y cancelación de sus datos, así como manifestar su deseo de NO recibir ningún tipo de publicidad, comunicándolo por escrito a la empresa _____, con domicilio en _____ o mediante correo electrónico **pulsando aquí**.

- Modelos para el ejercicio por los afectados de sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

En cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de que cuantos datos personales nos facilite serán incluidos en un fichero automatizado de datos de carácter personal, creado y mantenido bajo la responsabilidad de la empresa _____. Este fichero se inscribió en el Registro General de Protección de Datos y cuenta con el código asignado por dicho ente.

Asimismo, ponemos en su conocimiento que la empresa _____ tratará, mediante fichero informático, los datos facilitados por Vd, con la finalidad de utilizarlos únicamente para tramitar el pedido, y/o para enviar información sobre ofertas y servicios que puedan resultar de su interés.

La respuesta o cumplimentación de estos formularios tiene carácter voluntario. En cualquier momento Vd., podrá ejercitar su derecho de acceso, rectificación, oposición y cancelación de sus datos, así como manifestar su deseo de NO recibir ningún tipo de publicidad, comunicándolo por escrito a la empresa _____, con domicilio en _____ o mediante correo electrónico **pulsando aquí**.

- Modelos de cláusulas para el cumplimiento de los requisitos formales exigibles en el supuesto de contratar un Encargado del tratamiento de los datos de los usuarios.

La empresa _____ con NIF/CIF _____ en calidad de RESPONSABLE del fichero automatizado _____ designa a la empresa _____ con NIF/CIF _____ como ENCARGADO del tratamiento del mismo.

Del mismo modo, ambas partes se comprometen al cumplimiento de la legislación vigente y en especial de los siguientes requisitos formales:

El encargado del tratamiento se compromete a reunir las garantías para el cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.

En el caso que el encargado del tratamiento destine los datos a otra finalidad, los comunique o los utilice incumpliendo las estipulaciones del contrato al que se refiere el apartado 2 del artículo 12 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, será considerado, también, responsable del tratamiento, respondiendo de las infracciones en que hubiera incurrido personalmente.

Del mismo modo, el encargado del tratamiento no incurrirá en responsabilidad cuando, previa indicación expresa del responsable, comunique los datos a un tercero designado por aquél, al que hubiera encomendado la prestación de un servicio conforme a lo previsto en el Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.

El encargado del tratamiento se compromete a no subcontratar con un tercero la realización de ningún tratamiento que le hubiera encomendado el responsable del tratamiento, salvo que hubiera obtenido de éste autorización para ello. En este caso, la subcontratación se efectuará siempre en nombre y por cuenta del responsable del tratamiento.

En caso de subcontratación, no será necesaria autorización previa exclusivamente en los siguientes supuestos:

- a) Que se especifiquen en el contrato los servicios que puedan ser objeto de subcontratación y la empresa con la que se vaya a subcontratar.
- b) Que el tratamiento de datos de carácter personal por parte del subcontratista se ajuste a las instrucciones del responsable del fichero.
- c) Que el encargado del tratamiento y la empresa subcontratista formalicen el contrato, en los términos previstos en el artículo anterior.

En este caso, el subcontratista será considerado encargado del tratamiento, siéndole de aplicación lo previsto en el artículo 17.3 del Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.

Si durante la prestación del servicio resultase necesario subcontratar una parte del mismo y dicha circunstancia no hubiera sido prevista en el contrato, deberán someterse al responsable del tratamiento los extremos señalados en el apartado anterior.

ANEXO 2: RELACIÓN DE ADHERIDOS AL CÓDIGO ÓPTIMA WEB *

Nombre

Fecha adhesión

Fecha actualización

(*) Esta relación se encuentra a disposición de la Agencia Española de Protección de Datos.

ANEXO 3: COMPROMISO DE INFORMACIÓN A LA COMUNIDAD DE MADRID

La Asociación impulsora del Código remitirá con carácter anual a la Comunidad de Madrid informe de auditoría externa sobre la actividad de la Secretaría en relación a la gestión del sello y en especial a su concesión y su adecuación a la normativa vigente y a las propias normas del presente código.