



Manual del usuario

Versión: 1

**Facultad de retracto, reclamación
directa y gestión de PQRS**

MM

MANUAL DE POLITICAS Y PROCEDIMIENTO DE LA FACULTAD DE RETRACTO EN DISTRIBUIDORA MM S.A.S

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 47 de la ley 1480 del año 2011, estatuto del consumidor y demás normas concordantes, la EMPRESA **DISTRIBUIDORA MM S.A.S** informa la política y procedimiento aplicable a la facultad de retracto consagrada en la citada norma.

CONTENIDO

- A. OBJETIVO DE LA POLÍTICA DE RETRACTO
- B. DEFINICIONES PARA EFECTOS DE LA POLÍTICA.
- C. REQUISITOS PARA HACER USO DEL RETRACTO.
- D. EXCEPCIONES AL RETRACTO.

I OBJETIVO DE LA POLITICA

DISTRIBUIDORA MM S.A.S, con la finalidad de dar estricto cumplimiento a la ley 1480 de 2011, estatuto del consumidor y específicamente en lo relacionado con el artículo 47 de la citada ley, que consagra el derecho al retracto que poseen los consumidores que cumplen ciertos requisitos, presenta una serie de disposiciones para dar una correcta aplicación sin contravenciones a los parámetros definidos por la ley y entendiendo que todo cambio de producto que no obedezca al cumplimiento de una garantía legal (falta de calidad e idoneidad del bien o servicio) o este directamente relacionado con la facultad de retracto, será del competencia exclusiva de **DISTRIBUIDORA MM S.A.S**.

A continuación, se transcribe la norma textualmente;

“ARTÍCULO 47. RETRACTO. En todos los contratos para la venta de bienes y prestación de servicios mediante sistemas de financiación otorgada por el productor o proveedor, venta

de tiempos compartidos o ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, que por su naturaleza no deban consumirse o no hayan comenzado a ejecutarse antes de cinco (5) días, se entenderá pactado el derecho de retracto por parte del consumidor <sic> En el evento en que se haga uso de la facultad de retracto, se resolverá el contrato y se deberá reintegrar el dinero que el consumidor hubiese pagado.

El consumidor deberá devolver el producto al productor o proveedor por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió. Los costos de transporte y los demás que conlleve la devolución del bien serán cubiertos por el consumidor.

El término máximo para ejercer el derecho de retracto será de cinco (5) días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato en caso de la prestación de servicios.

Se exceptúan del derecho de retracto, los siguientes casos:

1. En los contratos de prestación de servicios cuya prestación haya comenzado con el acuerdo del consumidor;

2. En los contratos de suministro de bienes o servicios cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que el productor no pueda controlar;

3. En los contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados.

4. En los contratos de suministro de bienes que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez;

5. En los contratos de servicios de apuestas y loterías;

6. En los contratos de adquisición de bienes perecederos;

7. En los contratos de adquisición de bienes de uso personal.

El proveedor deberá devolverle en dinero al consumidor todas las sumas pagadas sin que proceda a hacer descuentos o retenciones por concepto alguno. En todo caso la devolución del dinero al consumidor no podrá exceder de treinta (30) días calendario desde el momento en que ejerció el derecho”

II DEFINICIONES

- a) **Ventas con utilización de métodos no tradicionales:** son aquellas que se celebran sin que el consumidor las haya buscado, tales como las que se hacen en el lugar de residencia del consumidor o por fuera del establecimiento de comercio o en las que el consumidor es abordado por quien ofrece los productos de forma intempestiva por fuera del establecimiento de comercio o en escenarios dispuestos especialmente para aminorar su capacidad de discernimiento.
 - b) **Ventas a distancia:** son las que se realizan sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, que se dan por medios, tales como correo, teléfono, catalogo o vía comercio electrónico.
 - c) **Consumidor o usuario:** Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.
 - d) **Garantía:** Obligación temporal, solidaria a cargo del productor y el proveedor, de responder por el buen estado del producto y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigibles o las ofrecidas. La garantía legal no tendrá contraprestación adicional al precio del producto.
 - e) **Retracto:** es el derecho que tiene el consumidor a arrepentirse de la adquisición de un bien o servicio, sin necesidad de exponer las razones o justificaciones de su decisión.
-

REQUISITOS PARA HACER USO DEL RETRACTO.

- a) Que la venta haya sido mediante sistema de financiación a distancia o por un método no tradicional en **DISTRIBUIDORA MM S.A.S**
 - b) El término máximo para ejercer el derecho de retracto será de cinco (5) días hábiles (lunes-viernes) contados a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato en caso de la prestación de servicios.
 - c) El consumidor deberá devolver el producto por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió. Con las cajas, incorpores o accesorios con que se entregó.
 - d) Los costos de transporte y los demás que conlleve la devolución serán cubiertos por el consumidor.
 - e) Luego de recibir el producto será sometido a una revisión detallada por parte del personal del punto quien determinara de ser necesario si es sometido al diagnóstico técnico por parte del proveedor.
 - f) De ser necesario el diagnóstico técnico por parte del proveedor será enviado al centro de servicio de la marca.
 - g) Luego de tener el diagnóstico técnico y teniendo en cuenta el dictamen se adoptará la decisión si procede o no el retracto.
 - h) De ser procedente el retracto se ofrecerán al cliente otras alternativas de productos con la finalidad de no anular el crédito.
 - i) Si no es posible que el cliente se acomode con otro artículo de nuestro portafolio se realizara la anulación del crédito.
-

- j) Si el cliente ha generado algún abono estos serán devueltos en el término de 15 días hábiles sin realizar ninguna retención o descuento.

EXCEPCIONES AL RETRACTO

Se exceptúan de la presente disposición los siguientes artículos.

- En los contratos de suministro de bienes y servicios cuyo precio este sujeto a fluctuaciones del mercado financiero que el productor no pueda controlar
 - En los contratos de suministro de bienes que, por su naturaleza no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez.
 - En los contratos de adquisición de bienes perecederos.
 - En los contratos de adquisición de bienes de uso personal.
-

MANUAL DE POLITICAS DE RECLAMACIÓN DIRECTA

CONTENIDO

E. OBJETIVO DE LA POLÍTICA DE RECLAMACION DIRECTA

F. DEFINICIONES PARA EFECTOS DE LA POLÍTICA DE RECLAMACIÓN DIRECTA

G. PROCEDIMIENTO PARA EFECTOS DE LA POLITICA DE RECLAMACIÓN DIRECTA

A. OBJETIVO DE LA POLÍTICA DE RECLAMACIÓN DIRECTA

DISTRIBUIDORA MM S.A.S (En adelante compañía), con la finalidad de dar estricto cumplimiento a la normatividad vigente sobre la protección al consumidor, en especial por lo establecido en el artículo 58 de la ley 1480 del 2011, y a las demás disposiciones que las modifiquen, adicionen o complementen, se permite presentar las políticas de protección al consumidor (en adelante la “política”) de la compañía en relación con el direccionamiento, recepción y posterior respuesta de las reclamaciones directas que se interpongan por los diversos canales dispuestos en **DISTRIBUIDORA MM S.A.S.** al público.

En esta política, **DISTRIBUIDORA MM S.A.S** detalla las directrices establecidas en el procedimiento de recepción y respuesta de la reclamación directa y de los diversos canales dispuestos en los puntos de venta, en la página web y en nuestra área administrativa para darle una oportuna respuesta.

B. DEFINICIONES PARA EFECTOS DE LA POLÍTICA DE RECLAMACIÓN DIRECTA

Para efectos de la presente Política, se tendrán en cuenta los siguientes lineamientos en caso de presentarse una reclamación directa:

La reclamación directa es el trámite mediante el cual el consumidor, ya sea por escrito, telefónica, verbalmente o a través de medios electrónicos, presenta un reclamo ante el

productor o expendedor relacionado con la efectividad de la garantía o alguna inconformidad en la protección de datos personales de los titulares de la información. En este caso, el productor o expendedor deberá contestar el reclamo del consumidor dentro de los 15 días hábiles siguientes a la recepción de la reclamación.

- a) La reclamación directa se entenderá presentada por **escrito** cuando se utilicen medios electrónicos.
- b) Si la reclamación se presenta de manera **verbal** en el punto de venta se deberá de expedir constancia escrita del recibo de la misma con la fecha y el objeto del reclamo.
- c) El consumidor podrá enviar la reclamación **vía correo certificado** a la dirección del distribuidor o del productor.
- d) **DISTRIBUIDORA MM S.A.S.** tendrá 15 días hábiles siguientes a la recepción del reclamo directo para dar respuesta al mismo.

C. PROCEDIMIENTO PARA EFECTOS DE LA POLITICA DE RECLAMACIÓN DIRECTA

- a) **DISTRIBUIDORA MM S.A.S** tendrá habilitada en la página web el espacio virtual donde el usuario podrá acceder a realizar la reclamación directa; también lo podrá hacer direccionando tal reclamación al correo electrónico atencioncliente@mundomagicolombia.com.
 - b) **DISTRIBUIDORA MM S.A.S** tendrá a disposición de sus clientes la línea directa en la ciudad de Medellín 4489034 ext. 7 de servicio al cliente donde recepcionará cualquier reclamación directa y se dará el trámite correspondiente según lo indicado por el usuario.
 - c) **DISTRIBUIDORA MM S.A.S.** tendrá capacitado a su personal en cada uno de los puntos de venta para recepcionar cualquier reclamación directa en caso de llegarse a presentar en forma verbal y se dejará constancia de ello mediante documento físico, el formato se encuentra en cada punto de venta (PQRS MUNDO MAGICO)
 - d) **DISTRIBUIDORA MM S.A.S** informa a nuestros clientes que podrán enviar vía correo certificado cualquier reclamación directa concerniente a los servicios prestados en nuestros puntos de venta y protección de datos personales en la dirección Carrera 54 No. 45 A 38 Piso 2.
 - e) El área de servicio al cliente y el departamento jurídico dispondrá de 15 días hábiles siguientes a la fecha de recepción de la reclamación directa para gestionar y darle solución a lo solicitado.
-

GESTION DE RECLAMOS, QUEJAS Y SUGERENCIAS (PQRS)

1. OBJETIVO

El presente documento tiene como objetivo regular los procedimientos existentes para dar respuesta a los reclamos, quejas y sugerencias de nuestros clientes a efectos de que sean resueltos en forma oportuna y completa por los responsables designados.

Se establecen los siguientes principios que deben regir la gestión de reclamos, quejas y sugerencias:

- Enfoque al cliente:** La organización debe tener una actitud abierta hacia los reclamos, quejas y sugerencias y demostrar su compromiso para resolverlos.
- **Visibilidad:** La información sobre cómo presentar un reclamo, queja y sugerencia debe ser visible para cualquier parte interesada (clientes y Empleados de la empresa)
- Accesibilidad:** El proceso debe ser claro y fácilmente entendible para la persona que presenta la queja, sugerencia o reclamo
- Respuesta:** Debe comunicarse con prontitud la recepción de un reclamo al reclamante.
- Objetividad:** Los reclamos deben registrarse de forma objetiva trasladando de modo fiel la información proporcionada por el reclamante.
- Confidencialidad:** El proceso de reclamaciones debe mantenerse en un entorno de confidencialidad apropiado.
- Gastos:** El proceso de reclamación debe ser gratuito para el reclamante.
- Comunicación interna:** Todas las decisiones y acciones asociadas al proceso de gestión de reclamos, quejas y sugerencias deben ser comunicadas e informadas internamente de forma apropiada.
- Mejora continua:** La organización debe considerar la mejora continua de sus procesos de gestión de reclamos, quejas y sugerencias.

Todos los procedimientos de la organización deben tener en cuenta estos principios y directrices, y tanto la gerencia como el personal involucrado en los procesos de gestión de quejas, sugerencias y reclamos deben entender y aplicar estos principios.

2. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Sugerencias:

Toda propuesta de una idea que tenga como finalidad mejorar las actuales prestaciones de servicios. La ejecución de la sugerencia estará en función de su viabilidad, la cual dependerá del análisis respectivo (a cargo del área de Servicio al cliente conjuntamente con el área que corresponda).

Quejas:

Toda denuncia de carencia en la prestación de un servicio, mala atención por parte de algún empleado o funcionario, problemas de comunicaciones, problemas con artículos, problemas de procedimientos o que no tiene una solución posible a corto plazo.

Las quejas y sugerencias pueden ser propuestas por todos los clientes y no clientes internos de la organización en la medida que permitan mejorar la calidad de la atención al cliente, o supongan una mejora en los productos comercializados por DISTRIBUIDORA MM S.A.S

Reclamo:

Toda denuncia de insatisfacción o disconformidad hecha por una persona que considera que el producto o servicio recibido no cumple con sus expectativas debido a fallas en la información o fallas en la calidad y se espera una respuesta o resolución explícita o implícita.

3. RESPONSABLES

Servicio al Cliente es responsable por:

- Procurar un mejor relacionamiento con los clientes y velar por sus intereses asegurando la atención y respuesta de los reclamos, quejas y sugerencias presentados.
- Implementar, monitorear y controlar la gestión de reclamos, quejas y sugerencias.
- Promover la toma de conciencia sobre el proceso de gestión de reclamos, quejas y sugerencias.
- Mantener el sistema de registro de reclamos, quejas y sugerencias de manera eficaz y eficiente

Incluyendo:

- Control de los requisitos tecnológicos
-

- Formación apropiada.
- Control y monitoreo de los incidentes: registro y cumplimiento de los tiempos límites, documentación y resoluciones.
- Control de las acciones que se deben tomar para corregir un problema, prevenir su ocurrencia en el futuro y asegurar que el suceso se registre.
- Controlar que la información sobre la gestión de reclamos, quejas y sugerencias sea de fácil acceso.
- Coordinar y dirigir a los responsables de los sectores involucrados en la resolución de los problemas y oportunidades de mejora.
- Agilizar los procesos de resolución para que las soluciones se implementen eficaz y eficientemente.
- Informar a los usuarios sobre acciones y decisiones sobre la gestión de reclamos, quejas y sugerencias.
- Utilizar la información para encontrar las causas raíz y desarrollar el compromiso y los procedimientos para eliminarlas.
- Conocer los procedimientos a seguir y la información a brindar a los clientes que presentan reclamos, quejas y sugerencias.

Áreas de apoyo:

Centro de servicios y/o demás áreas cuando el caso así lo amerite como: compras, cartera, dirección de recursos físicos, gestión humana, gerencia general, Gerencia Comercial,

- Cumplir con el proceso de gestión de reclamos, quejas y sugerencias definido por la organización:
 - Registro de cada incidente recibido por correo electrónico.
 - Apoyar **ACTIVAMENTE** en el cumplimiento de los plazos de resolución.
 - Solicitar a los centros de servicio externos el diagnóstico por escrito de los artículos entregados por los clientes y de la misma forma solicitar el reporte final del artículo. (centro de servicios)
 - Informar al cliente por escrito el estado en que entrega el artículo, el comprobante debe quedar firmado por el reclamante.
 - Ser consciente de sus funciones y responsabilidades con respecto al manejo de quejas, reclamos y sugerencias
-

- Informar al área de Servicio al Cliente, Jefatura de mercadeo, acerca de aquellos reclamos, quejas y sugerencias que tienen un alto impacto para la organización (por la temática, por la clase de artículo o por el riesgo que represente).

Cientes

Los clientes de DISTRIBUIDORA MM S.A.S pueden presentar los reclamos, quejas y sugerencias referidos a sus intereses y derechos legalmente reconocidos.

Deberá suministrar los datos que permitan identificarlo y de tratarse de un reclamo, si corresponde, la documentación que sustenta el mismo.

4. SISTEMA DE GESTIÓN DE RECLAMOS

Sistema de Gestión de Reclamos es el registro de incidentes que le permite DISTRIBUIDORA MM S.A.S el manejo de todo el proceso de atención de reclamos, quejas y sugerencias a través del registro de diferentes tipos de incidentes provenientes de los diferentes clientes externos e internos de la Organización.

Cada incidente registra un conjunto de datos básico:

FECHA Y HORA

NUMERO DE IDENTIFICACION

NOMBRE COMPLETO DEL RECLAMANTE

NOMBRE COMPLETO DEL TITULAR DEL CREDITO

ALMACEN DONDE RETIRA

CORREO ELECTRONICO

DESCRIPCION DE LA INCIDENCIA

DOCUMENTOS DE RESPALDO

FECHA Y HORA DE RESOLUCION

DETALLE DE LA RESOLUCION

DOCUMENTOS DE RESPALDO

TIEMPO MEDIO DE RESPUESTA

Cuando se trate de un reclamo el cliente deberá exponer la solución que desea obtener en el campo de PETICION.

Aparte de los datos de entrada, los incidentes también irán incorporando información a medida que se trabaje sobre los mismos hasta que se concluya su procesamiento.

Esta aplicación permitirá realizar la consulta y seguimiento del estado en que se encuentra cada incidente permitiendo determinar tiempos de respuesta y mejorar la calidad del servicio.

Motivos

Se deberá indicar el motivo por el que se genera el incidente.

Plazos de Resolución

Por normativa de DISTRIBUIDORA MM S.A.S, en el caso de los reclamos, si no puede ser solucionado en forma inmediata el plazo de resolución no debe ser mayor a quince días corridos, contados desde la fecha de presentación del incidente. Siempre que la naturaleza del reclamo así lo amerite, dicho plazo podrá prorrogarse por única vez por otros quince días corridos. Los casos excepcionales a estos tiempos, son aquellos en que sea necesaria la intervención de instituciones externas o jurídicas.

5. PROCESO

Los clientes deben tener acceso a la información sobre el proceso de gestión de reclamos, quejas y sugerencias. Esta información podrá ser suministrada al cliente y este deberá recibir llamadas informándole como está el proceso de su reclamo, queja o sugerencia si se requiere.

Recepción

DISTRIBUIDORA MM S.A.S pone a disposición del cliente diversos medios para presentar su reclamo, queja o sugerencia:

- Línea atención al cliente: (4) 448-90-34 opción 7
 - A través de nuestra web: www.mundomagicocolombia.com
 - Enviando correo electrónico a la dirección atencioncliente@mundomagicocolombia.com.
 - Personalmente, en cualquiera de nuestros puntos de venta, Tramitando el formato PQRS Mundo Magico, presentando una carta o informándolo verbalmente a nuestras administradoras.
-

Registro

Cualquiera sea la vía elegida por el cliente para presentar petición, queja, reclamo, o sugerencia se deberá generar un incidente al momento de la recepción del mismo, detallando toda la información necesaria para la gestión del mismo, una vez registrado el incidente, en el formato que se encuentra numerado le permitirá al cliente su correspondiente seguimiento.

Resolución y cierre del incidente

Cuando se trata de un reclamo se deberá notificar la resolución al cliente, ya sean a favor de DISTRIBUIDORA MM S.A.S o del cliente. En caso que haya transcurrido más de 48 horas desde que el cliente realizó el reclamo, deberá notificarse la resolución por escrito, vía correo electrónico, telefónicamente o por correo certificado.

Antes de contactar al cliente es necesario verificar que la solución esta implementada.

Cuando se trata de una queja o sugerencia generalmente no es posible darle una solución inmediata al cliente debido a la temática de las mismas, sin embargo, Servicio al Cliente informará vía mail a los encargados de las áreas involucradas para que sean tomadas en cuenta o en el caso de no haber recibido respuesta de estas.

Verificación del Cierre de los incidentes

Servicio al Cliente – Atención de Reclamos deberá realizar un seguimiento de los incidentes cerrados y controlar que se hayan implementado las soluciones al problema.

En caso de detectar incidentes cerrados como resueltos que no superen el control o con soluciones inapropiadas o falsas se deberá notificar al Jefe del área con copia al superior inmediato.

6. CONTROLES SOBRE GESTIÓN

Responsables de las áreas

Los responsables de las áreas a quienes se les asigna una reclamación deberán verificar el estado de los incidentes asignados a su área promoviendo que se gestionen dentro de los plazos exigidos por DISTRIBUIDORA MM S.A.S.

Servicio al Cliente – Atención de Reclamos

Servicio al Cliente – Atención de Reclamos debe realizar diariamente un monitoreo de los incidentes ingresados y cerrados (a efectos de detectar errores que no permitan su correcta gestión) y vencidos (a efectos de promover que se regularicen a la brevedad).

Los incidentes deben ser analizados para identificar problemas y tendencias sistemáticas, recurrentes y de incidencia puntual.

Se atenderán los requerimientos que los organismos de regulación local (protección al consumidor) que puedan efectuar en el ejercicio de sus funciones en los plazos que estos determinen.

Seguimiento de satisfacción

Servicio al Cliente – Atención de Reclamos seleccionará una muestra de clientes para verificar el grado de satisfacción con la resolución a su reclamo.

Reportes

Servicio al Cliente – Atención de Reclamos deberá elaborar reportes de los números de incidentes registrados por motivo, clientes, plazos de resolución, respuestas o procesos pendientes, canal de ingreso, etc.; Los mismos deberán ser remitidos a la Gerencia general.

