

Mainfreight opera en nombre de John Deere como vendedor, proveedor de cumplimiento y pago

Términos y Condiciones Generales

Contenido:

- Artículo 1 - Definiciones
- Artículo 2 - Identidad de la compañía
- Artículo 3 - Ámbito de aplicación
- Artículo 4 - Oferta
- Artículo 5 - Contrato
- Artículo 6 - Derechos de cancelación
- Artículo 7 - Obligaciones del consumidor durante el periodo de reflexión
- Artículo 8 - Derecho de cancelación del consumidor y costes asociados
- Artículo 9 - Obligaciones de la compañía en caso de cancelación
- Artículo 10 - Excepciones al derecho de cancelación
- Artículo 11 - Precios
- Artículo 12 - Prestaciones y garantía adicional
- Artículo 13 - Entregas y proceso de pedidos
- Artículo 14 - Transacciones a largo plazo: términos, rescisión y extensión
- Artículo 15 - Pago
- Artículo 16 - Procedimiento de reclamación
- Artículo 17 - Conflictos
- Artículo 18 - Cláusulas suplementarias o no estándar

Artículo 1 - Definiciones

Los términos utilizados en estos términos y condiciones generales se definen de la siguiente forma:

1. **Contrato suplementario:** un contrato bajo el que el consumidor adquiere productos, contenidos y/o servicios digitales relacionados con un contrato a distancia y dichos productos, contenidos y/o servicios digitales son suministrados por la compañía o por una tercera parte mediante un contrato entre la tercera parte y la compañía
2. **Periodo de reflexión:** periodo durante el cual el consumidor puede ejercer su derecho a la cancelación
3. **Consumidor:** persona física dedicada a actividades ajenas a las de su negocio, especialidad o profesión
4. **Día:** un día natural
5. **Contenido digital:** datos generados y entregados en formato digital
6. **Contrato a largo plazo:** contrato por el que una de las partes suministra regularmente productos, servicios o contenidos digitales durante un periodo de tiempo específico
7. **Soporte de datos duradero:** cualquier medio de almacenamiento de datos - incluyendo pero no estando limitado a, correo electrónico - que permite al consumidor o a la compañía el almacenamiento de información dirigida personalmente al consumidor de forma que permita su posterior recuperación o uso durante un periodo de tiempo relacionado con el propósito de dicha información, y que permite la reproducción de la información almacenada sin modificaciones
8. **Derecho de cancelación:** el derecho del consumidor de cancelar el contrato a distancia durante el periodo de reflexión
9. **Compañía:** persona física o entidad legal que ofrece productos, contenido digital y/o servicios (o acceso a los mismos) para la venta a distancia
10. **Contrato a distancia:** contrato establecido entre la compañía y el consumidor dentro del contexto de un sistema de venta a distancia de productos, contenido digital y/o servicios organizado, incluyendo el objeto del contrato, y el uso exclusivo o adicional de una o más tecnologías de comunicaciones a distancia
11. **Tecnología para comunicaciones a distancia:** mediante la cual puede firmarse un contrato sin necesidad de que el consumidor y la compañía compartan al mismo tiempo el mismo espacio físico

Artículo 2 - Identidad de la compañía

Mainfreight Logistic Services Netherlands B.V.
Brede Steeg 1, 7041 GV 's-Heerenberg, Países Bajos
Dirección de correo electrónico: jdm-support@mainfreight.com
Nº de registro en la Cámara de Comercio: 09043843
Número de registro de I.V.A.: NL0042.02.004.B01
Número de teléfono: +31 314 67 1606



Puede ponerse en contacto con el Centro de Atención al Cliente todos los días laborables en horario de 9:00 - 12:30 y de 13:30 - 17:00.

Artículo 3 - Ámbito de aplicación

1. Estos términos y condiciones generales son aplicables a todas las ofertas realizadas por la compañía y a todos los contratos a distancia establecidos entre la compañía y los consumidores.
2. Los consumidores deben poder conocer estos términos y condiciones generales antes de firmar un contrato a distancia. En las situaciones en lo que esto no sea posible, la compañía debe especificar las condiciones bajo las que pueden ser consultados los términos y condiciones generales en las instalaciones de la compañía e informar de que los términos y condiciones pueden ser enviados al consumidor en el menor tiempo posible y de forma gratuita.
3. Al contrario que en los términos de la anterior sección, cuando el contrato a distancia es establecido de forma electrónica, los términos y condiciones generales pueden estar disponibles para el consumidor electrónicamente, antes de la firma del contrato, de forma que el consumidor pueda guardarlos en un medio duradero de almacenamiento de datos. En las situaciones en lo que esto no sea posible, la compañía debe informar al consumidor antes de la firma del contrato a distancia dónde puede consultar de forma electrónica los términos y condiciones generales, y de que estos pueden ser enviados al consumidor electrónicamente o por cualquier otro medio, cuando lo solicite, en el menor tiempo posible y de forma gratuita.
4. Cuando además de los términos y condiciones generales sean aplicables otros términos y condiciones específicos del producto o del servicio, las secciones segunda y tercera serán aplicables *mutatis mutandis* y en caso de conflicto entre los dos conjuntos de términos y condiciones, el consumidor puede acogerse a los términos que le resulten más favorables.

Artículo 4 - Oferta

1. La oferta debe explicar específicamente su validez durante un tiempo limitado o si está sujeta a otras condiciones específicas.
2. La oferta debe incluir una descripción completa y precisa de los productos, el contenido digital y/o de los servicios ofrecidos. La descripción debe ser lo suficientemente detallada como para permitir que el consumidor evalúe de una forma adecuada la oferta. Cuando la compañía incluya ilustraciones, éstas deben representar fielmente los productos, el contenido digital y/o los servicios ofrecidos. Los errores que pueda incluir la oferta no resultan vinculantes.
3. Las ofertas deben incluir información notificando al consumidor de los derechos y obligaciones relacionados con la aceptación de la oferta.

Artículo 5 - Contrato

1. Sujetos a los términos de la sección 4, los contratos se establecen cuando el consumidor acepta la oferta y el cumplimiento de los términos y condiciones aplicables.
2. Cuando el consumidor acepta la oferta por medios electrónicos, la compañía debe confirmar de inmediato la aceptación utilizando medios electrónicos. Cuando la compañía no confirma dicha aceptación, el consumidor puede cancelar el contrato.
3. Cuando el contrato se cierra utilizando medios electrónicos, la compañía debe asegurarse de que los datos transferidos estén protegidos por las medidas de seguridad técnicas y organizativas adecuadas, y dentro de un entorno de red seguro. Cuando el consumidor puede efectuar el pago de forma electrónica, la compañía deberá tomar las medidas de seguridad adecuadas.
4. Dentro de los límites que marca la ley, la compañía puede tomar las medidas necesarias para comprobar que el consumidor pueda afrontar sus compromisos de pago, investigando todos los hechos y factores necesarios para tomar una decisión informada antes de firmar un contrato a distancia. Cuando estas actuaciones den motivo a la compañía a sospechar que no sería aconsejable formar un contrato, puede negarse a formar el contrato o añadir términos y condiciones especiales, pero debe explicar los motivos para hacerlo.
5. La compañía debe proporcionar al consumidor la siguiente información por escrito o de una forma que pueda ser almacenada por el consumidor en un medio de almacenamiento digital duradero en el momento de la entrega del producto o del servicio digital:



- a. la dirección física de la sede de la compañía donde el consumidor pueda dirigir cualquier reclamación
 - b. los términos y condiciones bajo los que el consumidor puede ejercer su derecho de cancelación y cómo proceder, si este fuera el caso, o una clara confirmación de que este derecho no está disponible
 - c. información relativa a las garantías y al servicio posventa
 - d. el precio, incluyendo todos los impuestos, del producto, servicio o contenido digital; y la forma de pago, de entrega o de uso del contrato a distancia
 - e. los requisitos para la cancelación del contrato, en los casos en que el contrato tenga una duración superior a un año o fuera indefinido
 - f. cuando el consumidor tenga un derecho de cancelación, el impreso estándar de cancelación.
6. En el caso de una transacción a largo plazo, el término al que hace referencia la anterior sección es solamente aplicable al primer punto.

Artículo 6 - Derechos de cancelación

Para productos:

1. El consumidor dispone de un periodo de reflexión de al menos 14 días en el que puede cancelar un contrato de venta de un producto sin especificar los motivos. La compañía puede solicitar el motivo de la cancelación, pero el consumidor no está obligado a explicar los motivos.
2. El periodo de reflexión al que hace referencia la sección 1 comienza el día en que el consumidor, o una tercera parte nombrada por el consumidor (distinta al transportista), recibe el producto, o:
 - a. En caso de que el consumidor pida más de un producto en el mismo envío: el día en que el consumidor o la persona nombrada por él, reciba el último producto. Siempre que la compañía notifique al consumidor de ello durante el proceso de pedido, la compañía puede rechazar un pedido de más de un producto con fechas de entrega diferentes.
 - b. cuando la entrega de un producto comprenda más de un envío o componente: el día en que el consumidor o la tercera parte nominada por él reciba el último envío o componente correspondiente al pedido.
 - c. el día en que el consumidor o la tercera parte nominada por él reciba el primer producto.

Para servicios y contenido digital no suministrado en un medio de almacenamiento tangible:

3. El consumidor puede cancelar un contrato de servicios o un contrato por la entrega de un contenido digital no suministrado en un medio de almacenamiento tangible en un plazo de 14 días sin especificar el motivo. La compañía puede solicitar el motivo de la cancelación, pero el consumidor no está obligado a explicar los motivos.
4. El periodo de reflexión al que se hace referencia en la sección 3 comienza al día siguiente de la firma del contrato.

Periodo de reflexión extendido para productos, servicios y contenido digital no suministrado en un medio de almacenamiento de datos tangible en caso de no informar previamente del derecho de cancelación

5. Cuando la compañía no informa al consumidor de sus derechos de cancelación o no proporciona al consumidor el impreso de cancelación como contempla la legislación, el periodo de reflexión se extenderá hasta doce meses después del periodo original según las anteriores secciones de este artículo relativas al periodo de reflexión.
6. Cuando la compañía proporciona al consumidor la información mencionada en la anterior sección en un plazo de doce meses desde el inicio del periodo de reflexión original, el periodo de reflexión finalizará 14 días después de la fecha en que el consumidor haya recibido la información.

Artículo 7 - Obligaciones del consumidor durante el periodo de reflexión

1. El consumidor cuidará de la integridad del producto y de su envase durante el periodo de reflexión. El consumidor sólo desembalará el producto o lo utilizará lo necesario para establecer la naturaleza y las características del producto, y comprobar que funciona. El principio que prevalece en este caso es que el consumidor puede utilizar y comprobar el producto del mismo modo en que lo haría en una tienda.
2. El consumidor es el único responsable de la reducción del valor del producto provocada por el manejo inadecuado del producto más allá de lo permitido en los términos descritos en la sección 1.
3. El consumidor no es responsable de la reducción del valor del producto provocada cuando la compañía no le ha informado por anticipado sobre sus derechos de cancelación tal como requiere la ley o en el momento de la forma del contrato.



Artículo 8 - Derecho de cancelación del consumidor y costes asociados

1. Cuando el consumidor hace uso de su derecho de cancelación, debe informar de ello a la compañía dentro del periodo de reflexión, utilizando el impreso estándar de cancelación u otra forma de notificación inequívoca.
2. El consumidor debe devolver el producto por correo o personalmente a la compañía (o a su representante) tan pronto como sea posible, pero dentro de un plazo de 14 días de la fecha de notificación a la que hace referencia la sección 1. Esto nos es necesario cuando la compañía se ofrece a recoger el producto. Se considerará que el consumidor ha cumplido con el plazo para la devolución del producto cuando la devolución se produzca antes de que haya finalizado el periodo de reflexión.
3. El consumidor debe devolver el producto incluyendo todos los accesorios suministrados, de ser posible en su estado original y sin desembalar, y cumpliendo con las instrucciones razonables y concisas de la compañía.
4. Los riesgos y la carga probatoria de haber ejercido adecuadamente el derecho de cancelación dentro del periodo de reflexión recae en el consumidor.
5. El consumidor debe asumir los gastos directos derivados de la devolución del producto. Cuando la compañía no notifica al consumidor que debe pagar dichos costes o cuando la compañía asume los costes, el consumidor no deberá pagar la devolución del producto.
6. Cuando el consumidor cancela, habiendo primero solicitado expresamente el servicio proporcionado o la entrega de gas, agua o electricidad sin “embalar” para la venta y en cantidades o volúmenes discretos y ha recibido el servicio o la entrega durante el periodo de reflexión, el consumidor deberá pagar a la compañía una cantidad proporcional a la parte de la obligación satisfecha por la compañía en el momento de la cancelación, relativa al cumplimiento total de la obligación.
7. El consumidor no deberá asumir el coste del servicio proporcionado o la entrega de gas, agua o electricidad sin “embalar” para la venta y en cantidades o volúmenes discretos, o la entrega de calefacción urbana cuando:
 - a. la compañía no informa al consumidor sobre sus derechos de devolución o compensación en el caso de cancelación o no proporciona el impreso estándar de cancelación, o
 - b. el consumidor no ha solicitado expresamente la entrega de gas, agua, electricidad o calefacción urbana durante el periodo de reflexión.
8. El consumidor no tendrá que asumir los costes derivados de la entrega total o parcial de contenido digital no suministrado en un medio de almacenamiento tangible cuando:
 - a. no ha autorizado expresamente el inicio de la ejecución del contrato antes de la fecha de entrega,
 - b. no ha reconocido que perdería su derecho de cancelación al dar su autorización, o
 - c. la compañía no ha reconocido la recepción de la aceptación del cliente.
9. Cuando el consumidor ejerce su derecho de cancelación, cualquier contrato suplementario será cancelado automáticamente.

Artículo 9 - Obligaciones de la compañía en caso de cancelación

1. Cuando la compañía ofrece la opción de ejercitar el derecho de cancelación por medios electrónicos, deberá confirmar de inmediato la recepción de la notificación de cancelación.
2. La compañía reembolsará al consumidor todos los costes generados, incluyendo el cualquier coste de transporte cargado por la compañía por la devolución del producto, y debe hacerlo de forma inmediata o dentro de un plazo de 14 días desde que el consumidor haya informado de la cancelación. Excepto en el caso en que la compañía recoja el producto por sus medios, la compañía puede retrasar el pago hasta que reciba el producto o hasta que el consumidor demuestre que ha devuelto el producto, lo que primero se presente.
3. La compañía deberá reembolsar los costes utilizando la misma forma de pago utilizada por el consumidor, a menos que el consumidor acepte otra forma. El consumidor no será cargado por dicho reembolso.
4. Cuando el consumidor elige una forma de entrega más cara que la forma de entrega más económica, la compañía no tiene que reembolsar los costes adicionales de haber utilizado un sistema más caro.



Artículo 10 - Excepciones al derecho de cancelación

La compañía puede excluir los siguientes productos y servicios de los derechos de cancelación del cliente, aunque únicamente cuando la compañía lo indique claramente en su oferta o, en cualquier caso, antes de la forma del contrato:

1. Productos o servicios cuyos precios estén sujetos a fluctuaciones en los mercados financieros donde la compañía carece de influencia y que pudieran sufrir variaciones durante el periodo de reflexión.
2. Contratos firmados durante subastas públicas. Una subasta pública es una forma de venta en la que productos, contenido digital y/o servicios son ofrecidos por la compañía al consumidor, estando éste presente físicamente o a distancia, supervisado por un subastador, donde el ganador de la subasta está obligado a comprar los productos, el contenido digital o los servicios.
3. Contratos de servicios, al finalizar el servicio, pero únicamente cuando:
 - a. la ejecución del contrato ha comenzado con el consentimiento previo y expreso del consumidor; y
 - b. cuando el consumidor ha reconocido que perderá su derecho de cancelación una vez que la compañía haya cumplido su parte del contrato.
4. Los paquetes de viajes según consta en el Libro 7, Artículo 500 del Código Civil Holandés, y los contratos para el transporte de pasajeros.
5. Los contratos de servicios para proporcionar alojamiento, donde en el contrato figura una fecha o periodo específico de validez y un uso que no sea doméstico, para transporte de mercancías, alquiler de vehículos y catering.
6. Los contratos relacionados con el uso del tiempo libre, donde el contrato contempla una fecha o periodo específico para su aplicación.
7. Los productos hechos a la medida del consumidor que no hayan sido prefabricados, y producidos según las especificaciones individuales del consumidor o basados en una decisión del consumidor o productos claramente producidos para una persona específica.
8. Los productos perecederos o con una duración limitada en mostrador.
9. Los productos precintados no aptos para su devolución por motivos de protección de la salud pública o de higiene, en los que el precinto haya roto tras su entrega.
10. Los productos que, dada su naturaleza, hayan sido mezclados irremisiblemente con otros productos tras su entrega.
11. Las bebidas alcohólicas con un precio acordado en el momento de la firma del contrato y cuya entrega haya sido acordada transcurrido un periodo de 30 días naturales y cuyo valor real depende de las fluctuaciones de mercados en los que la compañía carece de influencia.
12. Las grabaciones de audio y vídeo y el software para ordenador cuyo precinto haya sido roto tras la entrega.
13. Los periódicos, revistas y publicaciones periódicas, a excepción de las que esté suscrito el consumidor.
14. La entrega de contenidos digitales sin un medio de almacenamiento tangible, donde:
 - a. la ejecución del contrato ha comenzado con el consentimiento previo y expreso del consumidor; y
 - b. donde el consumidor haya reconocido perder su derecho a la cancelación.

Artículo 11 - Precios

1. Los precios de los productos y/o servicios ofrecidos no aumentarán durante el periodo de validez especificado en la oferta, a excepción de las variaciones de precios debido a cambios en los tipos del I.V.A.
2. Al contrario que en los términos de la anterior sección, la compañía puede ofrecer productos o servicios con los precios vinculados a las fluctuaciones de los mercados financieros en los que la compañía no tiene influencia en las variaciones de precios. El hecho de que los precios están sujetos a fluctuaciones y de que los precios presupuestados son sólo orientativos debe figurar en la oferta.
3. Los aumentos de precios dentro de los 3 meses después de la firma del contrato solamente están permitidos cuando son debidos a disposiciones estatutarias o legales.
4. Los aumentos de precios a partir de los 3 meses después de la firma del contrato solamente están permitidos cuando la compañía lo haya estipulado previamente y:
 - a. sean debidos a disposiciones estatutarias o legales; o
 - b. el consumidor pueda finalizar el contrato a partir del día en que se produce el aumento de los precios.
5. Los precios de los productos y servicios relacionados en la oferta incluyen el I.V.A.



Artículo 12 - Prestaciones y garantía adicional

1. La compañía garantiza que los productos y/o servicios cumplen con los términos del contrato, las especificaciones incluidas en la oferta, los requisitos razonables relacionados con su validez y utilidad, y con las disposiciones estatutarias y/o normativas legales existentes aplicables en la fecha de la firma del contrato. Cuando así sea acordado, la compañía también garantiza que el producto es adecuado para otras aplicaciones que no sean su "uso normal".
2. Cualquier garantía adicional ofrecida por la compañía, sus proveedores, el fabricante o el importador no limitará en modo alguno los derechos estatutarios del comprador amparados por el contrato, a los que el consumidor deberá recurrir en caso de que la compañía incumpla alguna parte del contrato.
3. Una garantía adicional incluye obligaciones por parte de la compañía, sus proveedores, el fabricante o el importador del producto, ampliando los derechos adquiridos del comprador más allá de lo contemplado por la legislación, en caso de incumplimiento de contrato por parte de la compañía, sus proveedores, el fabricante o el importador del producto.

Artículo 13 - Entregas y proceso de pedidos

1. La compañía actuará con la máxima prudencia al recibir o procesar pedidos de productos, y al procesar solicitudes para contratos de servicios.
2. El lugar de entrega es la dirección que el consumidor ha facilitado a la compañía.
3. Teniendo en cuenta los términos del artículo 4 de estos términos y condiciones generales, la compañía procesará de inmediato los pedidos aceptados, no superando un periodo de tiempo de 30 días, exceptuando cuando se acuerda una fecha de entrega diferente. En caso de retrasos en la entrega o de imposibilidad de procesar total o parcialmente un pedido, el consumidor será notificado de ello en un periodo inferior a 30 días de haber enviado el pedido. En estos casos, el consumidor puede rescindir el contrato sin coste alguno y solicitar compensaciones por cualquier pérdida que pueda haber sufrido.
4. En casos de rescisión bajo los términos de la anterior sección, la compañía procederá de inmediato al reembolso de la cantidad abonada por el consumidor.
5. La compañía será responsable de los daños o pérdidas que puedan sufrir los productos hasta el punto de entrega al consumidor o a un representante previamente nominado por el consumidor, a excepción de cuando se haya acordado otro medio.

Artículo 14 - Transacciones a largo plazo: términos, rescisión y extensión

Rescisión:

1. El consumidor puede rescindir en cualquier momento un contrato con un plazo indefinido de entrega de productos (incluyendo electricidad) o de servicios, estando sujeto a las normas de rescisión acordadas y avisando con al menos un mes de anticipación.
2. El consumidor puede rescindir en cualquier momento un contrato con un plazo definido de entrega de productos (incluyendo electricidad) o de servicios, con efecto desde la finalización del plazo definido, estando sujeto a las normas de rescisión acordadas y avisando con al menos un mes de anticipación.
3. Con respecto a los contratos mencionados en las anteriores secciones, el consumidor puede:
 - notificar en cualquier momento, en lugar de atenerse a periodos o plazos de tiempo específicos
 - notificar al menos del mismo modo que en el contrato original
 - notificar con la misma antelación que ha establecido la compañía para sus notificaciones.

Extensión:

4. Un contrato a plazo fijo para la entrega periódica de productos (incluyendo electricidad) o la provisión periódica de servicios puede no ser tácitamente ampliado o renovado durante un plazo fijo.
5. Al contrario que los términos de la anterior sección, un contrato a plazo fijo para la entrega periódica de periódicos o revistas diarios o semanales puede ser ampliado tácitamente durante un periodo fijo de al menos tres meses, cuando el consumidor tiene la opción de rescindir el contrato al final del periodo de extensión, sujeto a un periodo de notificación de al menos un mes.
6. Un contrato a plazo fijo para la entrega periódica de productos o servicios puede ser ampliado tácitamente durante un periodo indefinido solamente cuando el consumidor tiene la opción de rescindir el contrato en cualquier momento, sujeto a un periodo de notificación de al menos un mes. En el caso de un contrato para la entrega periódica de periódicos o revistas diarios o semanales,



pero con una frecuencia menor que mensual, el periodo de notificación será de al menos tres meses.

7. Un contrato a corto plazo para la entrega periódica de periódicos o revistas diarios o semanales como oferta de lanzamiento (suscripción de prueba o lanzamiento) no puede ser ampliado tácitamente. Los contratos de este tipo finalizan automáticamente una vez transcurrido el periodo de prueba/lanzamiento.

Duración:

8. Cuando un contrato tiene una duración fija superior a un año, el consumidor puede rescindir el contrato en cualquier momento sujeto a un periodo de notificación de de al menos un mes, excepto cuando la rescisión anticipada no fuera razonable o justa.

Artículo 15 - Pago

1. Cuando no se especifica en el contrato o en los términos y condiciones suplementarios, el consumidor debe pagar cualquier cantidad pendiente dentro de un plazo de 14 días desde el comienzo del periodo de reflexión o, a falta de periodo de reflexión, en un plazo de 14 días desde la firma del contrato. En el caso de contratos para la provisión de servicios, este periodo comienza el día después al que el consumidor recibe la confirmación del contrato.
2. Cuando se trata de venta de productos a consumidores, no puede pedirse, bajo ninguna circunstancia un pago inicial superior al 50% del valor del producto. Cuando se estipula un pago inicial, los consumidores no pueden ejercer ningún derecho relacionado con el procesamiento del producto o de los servicios pedidos hasta haber efectuado el pago inicial acordado.
3. Los consumidores están obligados a notificar a la compañía de inmediato de cualquier error en los pagos efectuados.
4. Cuando el consumidor no cumpla con las fechas límite de los pagos, la compañía le enviará un recordatorio, ampliando el plazo otros 14 días. Cuando el consumidor no haya realizado el pago tras este segundo plazo de 14 días, la compañía puede cargar los intereses de demora sobre la cantidad pendiente, más cualquier coste extrajudicial razonable que pueda producirse. Los costes de recogida relacionados no superarán: un 15% para cantidades de hasta 2500 €; un 10% para los siguientes 2500 € y un 5% para los siguientes 5000 €, siendo el mínimo de 40 €. La compañía podrá reducir las cantidades y porcentajes de forma discrecional.

Artículo 16 - Procedimiento de reclamación

1. La compañía dispone de un sistema de reclamaciones anunciado adecuadamente, y gestiona las reclamaciones según el procedimiento seguido por la compañía.
2. Las reclamaciones relacionadas con el incumplimiento del contrato deben ser descritas e informadas a la compañía de manera completa y legible y transcurrido un tiempo razonable desde su identificación.
3. Las reclamaciones enviadas a la compañía serán contestadas antes de un periodo de 14 días, calculados desde la fecha de recepción. Cuando la resolución de una reclamación requiera un tiempo considerablemente superior, la compañía responderá dentro de un plazo de 14 días, acusando recibo de la misma e indicando cuándo el consumidor puede esperar una respuesta más completa.
4. El cliente debe dar a la compañía un plazo de al menos cuatro semanas para resolver el conflicto de forma que satisfaga a ambas partes. Tras este periodo de tiempo, cualquier reclamación será considerada como un conflicto.

Artículo 17 - Conflictos

1. Los contratos entre la compañía y el consumidor a los que son aplicables estos términos y condiciones quedarán sujetos exclusivamente a la ley holandesa.

Artículo 18 - Cláusulas suplementarias o no estándar

Los términos suplementarios o los términos que difieran de los términos y condiciones generales no deben tener un impacto negativo en el consumidor y deben ser informados por escrito o de una forma que pueda ser almacenada por el consumidor en un medio de almacenamiento digital duradero.

