



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

La setmana passada Marcos va atendre presencialment un client que va arribar queixant-se de la mala atenció rebuda pel servei d'instal·lació de l'empresa. Pel que comptava, uns dies abans havia comprat un frigorífic a l'establiment. Ell va avisar que vivia en un tercer pis sense ascensor, però el venedor li va dir que els transportistes estaven acostumats a realitzar aquest tipus de lliuraments, que no es preocupés.

Malaauradament el frigorífic va arribar a l'habitatge amb aranyes visibles a les portes i una petita abolladura en un lateral, de les quals li va ensenyar algunes fotografies al seu mòbil. Marcos li va demanar el tiquet de compra del producte, però el client li va contestar que no l'havia portat. La resposta de Marcos, seguint el procediment establert, va ser comunicar-li que, sense factura, no podia fer res. Davant d'això el client es va marcar contrariat sense mediar cap paraula.

Marcos no va tornar a saber res de l'assumpte fins que el seu cap li va comentar que havia rebut un full de reclamacions remès per la Direcció General de Consum en la qual aquest organisme exigia una solució a l'assumpte. El client s'havia queixat de l'atenció prestada per Marcos, del qual indicava que no havia volgut atendre la incidència. Com a prova de compra el client adjuntava còpia del tiquet de compra.

- a) Coneixes els mitjans a disposició d'un client per expressar el seu grau de satisfacció o insatisfacció?
- b) Creus que a una empresa el perjudica o el beneficia que els seus clients insatsifets no li comuniquin directament a ella el seu malestar?
- c) Quin creus que ha estat el veritable motiu d'insatisfacció del client anterior?
- d) Coneixes algú que hagi interposat una reclamació escrita en un establiment? Quina situació va ser la que es va reclamar? Com es va resoldre la situació?

a) Sí. Un client pot expressar la seva satisfacció o insatisfacció mitjançant fulls de reclamacions, enquestes de satisfacció, bústies de suggeriments, correu electrònic, telèfon, xarxes socials o reclamant davant organismes com l' Oficina Municipal d' Informació al Consumidor o la Direcció General de Consum.

b) Perjudica. Si els clients no comuniquen el seu malestar directament a l' empresa, aquesta no pot detectar fallades ni millorar el servei, i a més el client pot acudir a organismes externs, la qual cosa danya la imatge de l' empresa i pot generar sancions.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

c) El veritable motiu d'insatisfacció no va ser només el dany en el frigorífic, sinó l'actitud i resposta de Marcos: el client va sentir que no se li va escopir, que no es va intentar buscar una solució i que se li va rebutjar sense mostrar empatia, fins i tot tenint proves del dany.

d) (Resposta tipus per a classe) Sí, conec un cas. Una persona va reclamar en una botiga de roba perquè li van cobrar un preu diferent del que apareixia a l'etiqueta. Va omplir un full de reclamacions i la botiga va respondre oferint-li el reemborsament de la diferència i una disculpa. Si no coneixes ningú, pots respondre de forma general.

Activitats

1. Hauria d'estar contenta una empresa que amb prou feines rebés opinions dels seus clients? Justifica la teva resposta.

No, una empresa no hauria d'estar contenta si gairebé no rep opinions dels seus clients. La manca d'opinions pot indicar que els clients no estan compromesos amb la marca o que no troben canals adequats per expressar-ne la satisfacció o la insatisfacció. Això priva l'empresa d'informació valuosa per implementar processos de millora continuada. A més, segons s'esmenta al text, de cada 20 opinions negatives, 19 no són aprofitades per l'empresa, cosa que significa que molts clients insatsifets simplement deixen de comprar sense comunicar-ne el descontentament, perjudicant la imatge de l'empresa i afectant negativament les decisions de compra d'altres clients potencials.

2. Explica les diferents maneres que té un client d'expressar el grau de satisfacció amb el servei rebut.

Un client pot expressar el seu grau de satisfacció de les maneres següents:

- Felicitació: Quan el client està satisfet, podeu expressar el vostre agraïment pel bon servei rebut.
- Suggestiment: El client planteja possibilitats de millora en el servei rebut.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

- Queixa: El client manifesta la seva disconformitat amb el producte o servei rebut, sense sol·licitar compensació.
- Reclamació: El client manifesta la seva insatisfacció i sol·licita una compensació pel perjudici, generalment per escrit mitjançant un full de reclamacions.
- No comunicació: Quan el client està insatisfet però no expressa la seva opinió, simplement deixa de comprar el producte i pot difondre la mala experiència entre coneguts o en xarxes socials.

3. Busca a Internet i enumera les vies establertes per una empresa real escollida per tu i coneguda per tots els teus companys per rebre l'opinió que els seus clients tenen sobre el servei.

[Aquesta activitat requereix una cerca a Internet per part de l'estudiant]

4. Quina diferència hi ha entre el motiu i la sol·licitud d'una reclamació?

El motiu d'una reclamació és l'explicació detallada i ordenada dels fets que han provocat la insatisfacció del client. En aquest apartat, el reclamant ha de ser exhaustiu en els detalls, citant la data en què van passar els fets i les dades relatives al producte objecte de reclamació.

La sol·licitud, per part seva, detalla què demana el client a l'empresa com a compensació pels danys patits. Normalment, la compensació sol·licitada pot ser la devolució de l'article, la reparació d'aquest o la possibilitat d'exercir la garantia corresponent.

5. L'encarregat d'un establiment està obligat a rebre una reclamació a signar-la, encara que no estigui d'acord amb el motiu que la va ocasionar?

Sí, tant el reclamant com l'empresa reclamada estan obligats a signar el full de reclamacions. La firma per part de l'empresa només té efectes de justificant de recepció, sense que suposi l'acceptació de la versió dels fets exposada pel reclamant.

6. Quin és el termini que té un establiment per contestar un full de reclamacions?



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

Tota empresa està obligada a donar resposta a qualsevol full de reclamacions que rebi, tenint un termini màxim de quinze dies.

7. Elabora un esquema al teu quadern on s'indiquin les diferents alternatives existents per fer arribar una reclamació als organismes de consum.

Alternatives per presentar una reclamació:

1. Al propi establiment:

- L'encarregat facilita el full de reclamacions
- El client l'emplena
- L'establiment es queda amb la còpia
- El client se'n queda amb la còpia i la de l'Administració

2. Directament a l'Administració:

- Acudir a l'Oficina Municipal d'Informació al Consumidor
- Acudir a la Direcció General de Consum de la comunitat autònoma
- Presentar el full de reclamacions amb documentació justificativa
- L'Administració informa l'establiment perquè faci al·legacions

8. El dia 10 de gener passat, Alberto va acudir a un centre comercial a tornar un jersei. Amb el tiquet de compra, va anar al departament d'atenció al client de l'establiment amb la intenció de sol·licitar l'import en efectiu. Tot i això, li van donar el preu del jersei rebaixat, i no l'import pel qual va ser comprat.

Busca a Internet el model de full de reclamació oficial aplicable a la teva comunitat autònoma i hi reflecteix la situació anteriorment descrita. Les dades no contemplades a l'enunciat les pots incorporar tu.

[Aquesta activitat requereix cercar un model específic de full de reclamacions i completar-lo]



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

9. Amb un formulari oficial cercat a Internet, omple una reclamació en què sol·licitis a l'establiment on vas comprar el teu telèfon mòbil que t'ho repari, ja que algunes tecles han deixat de funcionar i fa només tres mesos de la compra.

[Aquesta activitat requereix cercar un model específic de full de reclamacions i completar-lo]

10. Quina diferència hi ha entre visibilitat i accessibilitat d'un procediment de reclamació? Posa exemples de tots dos principis.

Visibilitat: Fa que la informació sobre com i on reclamar ha d'estar clarament disponible per als clients.

Exemple: Un cartell visible a l'establiment que indiqui "Disposem de fulls de reclamacions" o informació a la pàgina web sobre el procediment per presentar una queixa.

Accessibilitat: Es refereix al fet que el procediment ha de ser fàcil d'utilitzar per a tots els reclamants, sense barreres que en dificultin l'ús.

Exemple: Disposar de fulls de reclamacions en diversos idiomes, tenir un formulari de reclamació en línia fàcil de completar, o comptar amb personal format per ajudar persones amb dificultats a emplenar una reclamació.

11. A què ens referim quan diem que un procés de reclamació ha de ser objectiu?

Un procés de reclamació objectiu vol dir que cada reclamació ha de ser tractada de manera equitativa, imparcial i sense prejudicis. La resolució no ha de dependre de la interpretació personal que es faci de la reclamació, sinó d'un sistema fiable i coherent de resposta a la clientela. Això implica que cal avaluar els fets de manera neutral, sense afavorir cap de les parts involucrades, i que les decisions han de basar-se en evidències i criteris clars i predefinites.

12. Quins dels principis per a la gestió de reclamacions s'incompleixen?

a) L'empresa triga tres mesos a respondre a una reclamació.

b) El servei telefònic per posar una reclamació és de pagament.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

c) En atenció al client no us donen informació sobre l'estat d'una reclamació.

d) Un dependent no sap com actuar quan li demanen un full de reclamacions.

a) S'incompleix el principi de resposta diligent, ja que l'empresa ha de respondre en un termini màxim de 15 dies.

b) S'incompleix el principi de gratuïtat, ja que el servei de reclamacions ha de ser gratuït per al client.

c) S'incompleix el principi de seguiment, ja que el reclamant ha de tenir a la vostra disposició informació actualitzada sobre l'estat de la vostra reclamació.

d) S'incompleix el principi de responsabilitat, ja que l'empresa ha d'establir clarament qui és responsable de respondre una determinada queixa i formar adequadament el personal.

13. Analitza els passos que hauria de seguir una empresa al qual li lliuren un full de reclamacions per fer-ne una gestió adequada.

Els passos que hauria de seguir una empresa són:

1. Recepció de la reclamació: Registrar-la amb tota la informació necessària i assignar-li un codi únic d'identificació.

2. Lliurament de l'acusament de rebut: notificar immediatament al reclamant la recepció de la reclamació.

3. Seguiment: Monitoritzar la reclamació al llarg de tot el procés.

4. Avaluació inicial: Avaluar la reclamació en termes de severitat, implicacions, complexitat i impacte.

5. Investigació: investigar les circumstàncies i tota la informació relacionada amb la reclamació.

6. Resolució: Oferir una resposta al reclamant, cercant una solució eficaç.

7. Comunicació de la resolució: Informar el client sobre la decisió presa tan aviat com sigui possible.

8. Tancament de la incidència: Si el client accepta la solució, implementar-la i registrar-la. Si la rebutja, informar-lo sobre les alternatives disponibles.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

14. Explica la relació existent entre la manera de gestionar una reclamació, la qualitat del servei, la imatge de l'empresa i la fidelització de la clientela.

La manera de gestionar una reclamació té un impacte directe en la percepció de qualitat del servei. Una gestió adequada pot transformar una experiència negativa en una oportunitat per demostrar el compromís de l'empresa amb la satisfacció del client. Això millora la imatge de l'empresa, ja que mostra professionalitat, responsabilitat i orientació al client.

La imatge positiva de l'empresa influeix en la fidelització de la clientela. Un client la reclamació del qual ha estat ben gestionada pot convertir-se en un client fidel, ja que percep que l'empresa es preocupa per resoldre els seus problemes. Segons el text, "només així s'aconsegueix que un client insatisfet es plantegi tornar a confiar a l'empresa".

A més, una gestió adequada de reclamacions permet a l'empresa identificar tendències, eliminar causes d'insatisfacció i millorar-ne les actuacions, cosa que alhora millora la qualitat del servei ofert. Tot això incideix directament en el grau de satisfacció de la clientela i influeix en el compte de resultats i en la rendibilitat empresarial.

15. Aplica els principis bàsics de gestió d'anomalies al cas d'un client que vol presentar una reclamació a una companyia de gas a causa d'una facturació errònia als serveis.

Aplicant els principis bàsics de la norma ISO 10002-2018:

1. Visibilitat i accessibilitat: La companyia de gas ha de tenir informació clara sobre com presentar una reclamació (a la web, factures, oficines) i el procés ha de ser senzill per al client.
2. Resposta diligent i gratuïta: La recepció de la queixa ha de ser notificada immediatament al client i el procés no ha de costar diners.
3. Confidencialitat: Les dades personals del client només s'han d'utilitzar per gestionar la reclamació.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

4. Enfocament al client: La companyia ha de mostrar receptivitat i compromís per resoldre el problema de facturació.
5. Responsabilitat: Heu de quedar clar qui és responsable de revisar la facturació errònia i respondre al client.
6. Millora contínua: La companyia ha d'utilitzar aquesta reclamació per revisar els processos de facturació i evitar errors similars en el futur.

16. Quins passos hauria de seguir la companyia de gas si voleu fer una gestió adequada de la reclamació que el client de l'activitat anterior li ha presentat?

1. Recepció de la reclamació: Registrar la reclamació amb totes les dades necessàries (informació del client, número de contracte, factures afectades).
2. Acusament de rebut: notificar immediatament al client que se n'ha rebut la reclamació.
3. Seguiment: Assignar un codi de seguiment perquè el client pugui consultar l'estat de la reclamació.
4. Avaluació inicial: Determinar la gravetat de l'error de facturació i el seu impacte.
5. Investigació: revisar les factures emeses, els consums registrats i les tarifes aplicades per identificar l'error.
6. Resolució: Corregir la facturació errònia i determinar la compensació adequada (devolució de l'import cobrat de més).
7. Comunicació: Informar el client sobre la solució adoptada, explicant clarament l'error detectat i com s'ha corregit.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

8. Tancament: Quan el client accepti la solució, procedir a la devolució de l'import i tancar la incidència, registrant tota la informació per a futures referències.

17. Distingeix entre denúncia i reclamació. Quina és l'actuació de l'Administració a cadascuna?

Denúncia:

- Es presenta quan hi ha una possible infracció legal.
- L'Administració actua a través dels serveis d'inspecció i control.
- S'inicia una inspecció que, si proveu la infracció, suposa l'obertura d'un expedient de sanció.
- L'objectiu és sancionar un comportament il·legal.

Reclamació:

- Es presenta quan un client està insatisfet amb un producte o servei i sol·licita una compensació.
- L'Administració desenvolupa una tasca de mediació entre el reclamant i l'establiment.
- Si la mediació no funciona, es pot desenvolupar un acte de conciliació o proposar un procés d'arbitratge.
- L'objectiu és resoldre un conflicte entre el client i l'empresa.

18. En què es diferencien el procés de mediació i arbitratge?

Mediació:

- El tercer que intervé (mediador) ho fa de manera activa en la solució del conflicte.
- El mediador proposa possibles solucions que poden ser acceptades o no per les parts.
- No hi ha obligació d'acudir a l'acte de mediació.
- No hi ha cap obligació d'acceptar la solució proposada.

Arbitratge:



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

- Intervé un col·legi arbitral format per representants de l'Administració, consumidors i empresaris.
- Dóna una solució extrajudicial, gratuïta i ràpida al conflicte.
- Requereix el compromís exprés de totes dues parts d'acceptar la intervenció de l'àrbitre.
- La resolució (laude arbitral) és vinculant i executiva, tenint valor de cosa jutjada.
- Ambdues parts han d'acceptar la solució donada a l'assumpte.

19. Justifica si les afirmacions següents són vertaderes o falses:

- a) L'Administració admet qualsevol model de full de reclamació elaborat per una empresa.**
- b) La resposta de l'Administració davant una denúncia és iniciar una inspecció que pot derivar en la imposició duna sanció.**
- c) Si una empresa així ho determina, pot no presentar-se a un procés de mediació.**
- d) A efectes pràctics, és igual parlar de mediació que d'arbitratge.**
- e) Que una empresa estigui adherida al sistema arbitral de consum dóna seguretat al client i millora la seva imatge al mercat.**
- f) Una empresa, en cas que no sigui favorable, pot no acceptar el resultat del laude arbitral.**

a) FALS. Tot i que el contingut d'un full de reclamacions està regulat, se sol utilitzar el model facilitat per l'organisme de consum amb competències al territori.

b) VERITABLE. Davant d'una denúncia, l'Administració es posa en contacte amb l'empresa a través dels serveis d'inspecció i inicia una inspecció que, si proveu la infracció, suposa l'obertura d'un expedient de sanció.

c) VERITABLE. No hi ha obligació d'acudir a un acte de mediació.

d) FALS. A la mediació, el mediador participa activament proposant solucions que poden ser rebutjades, mentre que a l'arbitratge la resolució és vinculant i executiva.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

e) VERITABLE. L'adhesió al Sistema Arbitral de Consum permet augmentar la confiança dels consumidors cap a l'empresa i millorar-ne la imatge al mercat, en oferir una garantia afegida de qualitat.

f) FALS. En acceptar l'arbitratge, l'empresa es compromet a acceptar la solució donada a través del laude arbitral, i és vinculant i executiva.

20. En quins casos una reclamació en matèria de consum es resoldrà davant d'un jutge?

Una reclamació en matèria de consum es resoldrà davant d'un jutge en els casos següents:

1. Quan no s'hagi acceptat la intervenció de l'àrbitre al sistema arbitral de consum.
2. Quan el client decideix acudir directament als tribunals de justícia.
3. En cas de produir-se una intoxicació, una lesió o la mort d'una persona, ja que en aquests casos el procediment de resolució ha de ser obligatòriament judicial i no s'accepta la utilització de l'arbitratge.
4. Quan la mediació i la conciliació no han donat resultats positius i alguna de les parts no n'accepta l'arbitratge.

21. En parella o en grup, desenvolueu el següent treball de recerca:

- En primer lloc, heu de buscar als carrers o centres comercials de la vostra localitat diversos establiments que, a l'aparador, tinguin exposat de forma visible el logotip que els identifica com a empresa adherida al sistema d'arbitratge de consum.
- Posteriorment, elaboreu una relació de tots ells, indicant quina és la seva activitat principal i els productes que comercialitzen.
- Després d'això, assenyaieu una possible incidència que podria ocórrer en aquest establiment, tenint en compte l'activitat i els productes comercialitzats en aquest establiment.
- Creus que estar adherit al sistema arbitral de consum afecta la percepció que la clientela té sobre aquests establiments? Justifica la teva opinió sobre això davant dels teus companys i companyes.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

[Aquesta activitat requereix treball de camp i discussió en grup]

22. Un client entra al taller on treballem molt alterat i sol·licitant parlar amb el cap. Fa deu dies que va deixar el cotxe per reparar i encara no l'han avisat per recollir-lo. Si hi ha altres clients esperant el torn, com hem d'actuar?

Seguint el procediment per gestionar reclamacions presencials:

1. Sol·licitar al client que ens acompanyi a un altre lloc més tranquil, apartant-lo de la resta de clients per evitar que el seu enuig es propagui.
2. Demaneu-li que expliqui tranquil·lament les raons del seu enuig, escoltant-lo atentament sense interrompre'l.
3. Resumir amb les nostres pròpies paraules els seus arguments per establir una comunicació fluida.
4. Atendre la vostra demanda: comprovar l'estat de la reparació del vostre vehicle i explicar-li la situació.
5. Si hi ha hagut un retard injustificat, demanar disculpes clarament i oferir una solució (per exemple, prioritzar la finalització de la reparació o oferir algun tipus de compensació).
6. Fer un seguiment per assegurar que la solució proposada s'implementa correctament.

23. Com podem expressar a un client que realment ens interessa i ens preocupen les seves queixes?

Per expressar al client que realment ens interessin les seves queixes podem:

1. Mantenir contacte visual i una postura corporal que demostrï atenció.
2. Escoltar activament sense interrompre mentre exposeu el vostre problema.
3. Prendre notes dels aspectes importants que esmenta.
4. Resumir amb les nostres pròpies paraules allò que ha explicat per demostrar que ho hem entès.
5. Mostrar empatia amb frases com "entenc la seva frustració" o "comprenc que aquesta situació és molesta".



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

6. Agrair que hagueu compartit la vostra opinió, destacant que és valuosa per millorar.
7. Explicar clarament els passos que seguirem per resoldre el seu problema.
8. Proporcionar un termini concret per a la resolució i complir-lo.
9. Fer un seguiment posterior per verificar-ne la satisfacció amb la solució.

24. Si a un client que ens presenta una queixa no li deixem clar el moment exacte en què comunicarem la solució acordada, quin risc correm? Serà fàcil canviar el vostre estat d'insatisfacció?

Si no deixem clar el moment exacte en què comunicarem la solució al client, correm diversos riscos:

1. Generem incertesa i ansietat al client, que no sap quan es resoldrà el seu problema.
2. El client pot interpretar aquesta manca de concreció com a desinterès o manca de compromís.
3. Pot ser que el client contacti repetidament per preguntar per l'estat de la seva reclamació, generant més feina i molèsties.
4. Si el client ja està insatisfet, aquesta indefinició augmentarà la frustració.
5. Perdem credibilitat i confiança, elements fonamentals per resoldre satisfactòriament la queixa.

No serà fàcil canviar el vostre estat d'insatisfacció, ja que la manca d'un termini concret afegeix un nou motiu de descontentament. Per recuperar la confiança del client, caldrà un esforç addicional i possiblement oferir una compensació més gran que la inicialment requerida.

25. Si un client es queixa a l'encarregat de l'establiment pel servei rebut i aquest només es preocupa de defensar-se, justificant els seus empleats i l'empresa, i no atenent els requeriments, està atenent adequadament la queixa que li presenten? Per què?

No, l'encarregat no atén adequadament la queixa. Segons el procediment correcte per gestionar reclamacions presencials:



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

1. No heu d'entrar en discussions ni defensar l'empresa abans de res, sinó establir una comunicació fluida.
2. Ha d'evitar justificar la decisió i, si el client té raó, reconèixer-ho i demanar disculpes.
3. S'ha de centrar a comprendre el punt de vista del client i mostrar interès per trobar-hi una solució.
4. En justificar-se i no atendre els requeriments, està perdent l'oportunitat de convertir un client insatisfet en un client fidel.

Aquesta actitud defensiva només augmentarà la frustració del client i probablement farà que no torni a l'establiment i difongui la seva mala experiència entre els seus coneguts o en xarxes socials.

26. En un negoci de reparació d'equips informàtics, un client molt alterat demana que li tornin un portàtil, independentment de l'estat en què es trobi, ja que el va lliurar per reparar fa tres setmanes i encara no en sap res. Per parelles, descriuiu com creieu que s'hauria d'actuar en aquesta situació.

[Aquesta activitat requereix treball en parelles i discussió]

27. Què entenem per negociació? Què cal a cadascuna de les parts perquè necessitin negociar?

La negociació és un procés mitjançant el qual dues o més parts, amb postures inicialment allunyades, intenten arribar a un acord acceptable per a totes dues. S'estableix quan tant a l'empresa com al client els interessa mantenir la relació comercial malgrat les diferències.

Perquè les parts necessitin negociar cal que:

1. Hi hagi un conflicte o diferència d'interessos entre elles.
2. Ambdues parts tinguin interès a mantenir la relació i no vulguin trencar-la.
3. Cada part tingui alguna cosa que l'altra desitja o necessita.
4. Hi hagi disposició per fer concessions i arribar a un punt intermedi.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

5. Ambdues parts reconeixin que poden obtenir més beneficis negociant que trencant la relació.

28. Carlos vol comprar un nou vehicle industrial per al seu negoci. Explica les diferents fases presents a la negociació que es dona entre ell i el comercial que l'atén. Carlos vol adquirir un vehicle d'ocasió amb una antiguitat màxima de dos anys desemborsant un màxim de 12.000 €. El comercial té com a objectiu aconseguir una venda rendible, si pot ser, d'un vehicle nou.

Fase 1. Preparació de la negociació:

- Carlos recopila informació sobre vehicles industrials d'ocasió, preus de mercat, característiques tècniques i n'estableix el límit de despesa en 12.000€.
- El comercial prepara informació sobre els vehicles disponibles, tant nous com d'ocasió, i estudia possibles opcions de finançament per fer més atractiva la compra d'un vehicle nou.

Fase 2. Desenvolupament de la negociació:

- Carlos exposa les necessitats: un vehicle industrial d'ocasió amb antiguitat màxima de dos anys i un pressupost màxim de 12.000€.
- El comercial presenta les opcions disponibles, destacant-ne els avantatges d'un vehicle nou (garantia completa, millors prestacions, menor consum).
- Carlos insisteix en el límit pressupostari.
- El comercial ofereix opcions de finançament per al nou vehicle o un vehicle d'ocasió amb millors prestacions.
- Tots dos intercanvien propostes i fan concessions: Carlos podria acceptar un vehicle una mica més antic si té menys quilòmetres, o el comercial podria oferir un descompte especial en un vehicle nou bàsic.

Fase 3. Tancament de la negociació:

- Si arriben a un acord: Es formalitza per escrit especificant el vehicle elegit, el preu final, les condicions de pagament, garanties i data de lliurament.
- Si no hi ha acord: Carlos pot decidir buscar en un altre concessionari o el comercial pot suggerir que torni quan tinguin noves unitats disponibles.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

29. Explica la diferència que hi ha entre una persona assertiva i una persona empàtica. Per què les dues qualitats són tan valorades en plantejar una negociació?

Persona assertiva: És aquella que amb el seu comportament no agredeix ni se sotmet a la voluntat d'altres persones, sinó que en manifesta les conviccions i en defensa els drets. Comunica les seves idees i sentiments sense la intenció de ferir o perjudicar i sense deixar-se emportar per les emocions, actuant des de la confiança en si mateixa. Sap dir "no" amb naturalitat i espontaneïtat, sense generar tensions.

Persona empàtica: És aquella que té l'habilitat de conèixer què sent l'altra part, de posar-se al seu lloc. Comprèn els interessos, les intencions i la manera d'enfocar la negociació de l'altra part.

Ambdues qualitats són valorades en una negociació perquè:

- L'assertivitat permet defensar els propis interessos de manera ferma però respectuosa, sense cedir davant de pressions ni adoptar postures agressives que puguin trencar la negociació.
- L'empatia permet comprendre les necessitats i motivacions de l'altra part, cosa que facilita trobar solucions que satisfacin tots dos i mantenir un clima de cordialitat.
- Juntes, creen un equilibri perfecte: l'assertivitat assegura que es defensin els interessos propis, mentre que l'empatia garanteix que es considerin també els interessos de l'altra part, facilitant acords mútuament beneficiosos.

30. Escull cinc tècniques de negociació de les vistes anteriorment i explica-les a la resta dels teus companys utilitzant un exemple.

[Aquesta activitat requereix una presentació oral]

31. Quines de les característiques d'un bon negociador penses que tens? Què pots fer per adquirir les habilitats que no tens? Realitzeu aquesta activitat per parelles.

[Aquesta activitat requereix autoavaluació i treball per parelles]



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions



Test de repàs

1. c) Les dues respostes són correctes.
2. a) Queixa.
3. c) Les dues respostes són correctes.
4. b) Sí, és obligatori.
5. a) El reclamant i l'empresa receptora de la reclamació.
6. c) Les dues opcions anteriors són vies vàlides de presentació.
7. b) El servei de reclamacions és gratuït per al client.
8. b) Informar el client de l'existència del servei de reclamacions.
9. c) Un benefici. Permet millorar l'oferta comercial.
10. b) Una possible infracció legal.
11. c) Portar el reclamant a un lloc apartat, lluny de la resta de clients.
12. a) Sí, en qualsevol cas.
13. b) Preparació, desenvolupament i tancament.
14. b) Un bon comunicador.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

Posa't a prova

Sergio treballa al departament d'atenció al client d'uns grans magatzems. En la campanya de Nadal passada van vendre una partida de televisors entre els quals hi havia cent unitats que, per la seva data de fabricació, no portaven la darrera versió d'smart TV de la marca, i aquesta, precisament, és una de les especificacions tècniques destacades en el fullet publicitari nadalenc de l'establiment.

Dotze clients van reclamar i se'ls va substituir el televisor per un amb millors prestacions (en ser una la nova aplicació de smart TV), ja que el que havien adquirit inicialment s'havia esgotat.

Analitza el grau de satisfacció dels compradors. L'actuació de l'empresa ha estat correcta? Per què?

Pel que fa al grau de satisfacció dels compradors, podem distingir tres grups:

1. Els dotze clients que van reclamar i van rebre un televisor amb millors prestacions: Aquests clients probablement van quedar satisfets o fins i tot molt satisfets, ja que no només se'n va solucionar el problema sinó que van rebre un producte superior al que havien pagat.
2. Els clients que van notar la manca de la darrera versió de smart TV però no van reclamar: Aquests clients van quedar insatisfets, ja que les seves expectatives (generades per la publicitat) no es van complir amb el producte rebut.
3. Els clients que no van notar la diferència o no van considerar important la versió específica de Smart TV: Aquests clients probablement van quedar satisfets en no percebre discrepància entre les seves expectatives i el producte rebut.

L'actuació de l'empresa no ha estat completament correcta per diverses raons:

1. Publicitat enganyosa: L'empresa va anunciar al seu fullet publicitari una característica que no era present a tots els televisors venuts, cosa que constitueix una informació incorrecta que va generar expectatives falses.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

2. Solució reactiva en lloc de proactiva: L'empresa només va actuar quan els clients van reclamar, en lloc d'identificar el problema i contactar tots els afectats.

3. Desigualtat en el tracte: Només es van beneficiar amb un televisor millor els clients que van reclamar (12 de 100), mentre que la resta de clients afectats (88) no van rebre cap compensació pel mateix problema.

El correcte hauria estat:

- Verificar les característiques dels productes abans de publicitar-los.
- En detectar l'error, contacteu proactivament tots els clients afectats.
- Oferir la mateixa solució (substitució per un model superior o compensació equivalent) a tots els clients que van comprar els televisors sense la darrera versió de smart TV.

Aquesta situació demostra la importància de la gestió adequada de les reclamacions i de la comunicació honesta amb els clients per mantenir-ne la confiança i la satisfacció.



Cas pràctic (pàgina 8)

a) L'empresa està obligada a lliurar al consumidor que ho sol·liciti un full de reclamacions, encara que no hi hagi tingut una relació comercial, és a dir, amb independència que s'hagi prestat el servei o s'hagi adquirit el bé.

b) Si l'empresa no té fulls de reclamacions o no vol facilitar-la al client, aquest podria trucar a la Policia i presentar la denúncia corresponent. Amb ella podria acudir als serveis de consum. A l'empresa se li imposaria una sanció econòmica la quantia de la qual dependria de la normativa de la seva comunitat autònoma.

Cas pràctic (pàgina 11)

a) Els principis incomplerts en aquesta conversa són: accessibilitat, resposta diligent, gratuïtat, enfocament al client i millora contínua.

b) L'actuació del servei d'atenció al client d'aquesta empresa està perjudicant la percepció que la clientela té de la cartera de productes, i se'n fa malbé la imatge. La satisfacció de l'empresa amb la companyia d'assegurances és nul·la i quan sigui possible és molt probable que canviïn de companyia asseguradora.

Cas pràctic (pàgina 12)

a) En cap cas no es pot considerar que una reducció del nombre de reclamacions sigui una mesura de qualitat, sinó més aviat tot el contrari. Això és tremendament perjudicial per a l'empresa, ja que redueix la informació sobre la qual implantar processos de millora.

b) L'actuació de l'empresa ha anat en contra del principi d'accessibilitat, i ha impedit en tant que sigui possible la presentació de reclamacions. Això, a més d'incidir negativament en la satisfacció i la fidelització dels seus clients, tindrà un efecte negatiu, a llarg termini, en la rendibilitat i en el compte de resultats de l'empresa.



Cas pràctic (pàgina 16)

- a) Pel que fa a les trucades especials, l'agent comercial ha actuat convenientment.
- b) En principi, i a l'espera de l'abonament del descompte, Fèlix ha d'haver quedat satisfet, ja que ha rebut una explicació del que ha passat i l'empresa s'ha compromès a compensar-li properament el cobrament indegut.
- c) L'agent comercial ha de fer un seguiment de la queixa, comprovant que a la propera factura de Fèlix s'aboni l'import indegudament cobrat.
- d) En el cas de no rebre a la propera factura la compensació promesa, Fèlix quedarà tremendament insatisfet. Com a represàlia pot no pagar la factura o sol·licitar la baixa sense atendre cap proposta futura de solució.

Cas pràctic (pàgina 18)

- a) Aquesta forma d'actuar no és més que una forma de pressionar els seus clients i donar-los un ultimàtum amb què adquirir una posició de força en la negociació. Qualsevol comprador se sentirà satisfet per avançar-se al seu suposat competidor i no estarà en una posició forta per negociar la resta d'aspectes de la compra o del lloguer.
- b) Cap tàctica de negociació no es pot utilitzar sempre, ja que els seus resultats dependran de la seva adequació a la situació concreta.

Cas pràctic (pàgina 19)

- a) Miguel podria intentar buscar una rebaixa en el preu, sol·licitant-li al venedor que intenti igualar l'altra oferta.
- Podria sol·licitar a l'altra part repartir la distància que separa les dues ofertes, cercant l'acord en un punt intermedi.
 - Estimar trencant les negociacions i comprar l'altre model.
 - Sol·licitar una petita rebaixa abans de tancar l'acord.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

b) El venedor, a fi d'aconseguir fer la venda, podria:

- Pressionar a Miquel indicant-li que els preus canviaran en pocs dies, ja que realment aquest cotxe està en promoció. Així forçaria l'acord.
- Concedir un ultimàtum basat en l'existència d'un altre client interessat en aquest cotxe en concret. Això l'obligaria a haver d'esperar que el concessionari fes una nova comanda.
- Comunicar a l'altra banda, després d'haver cedit en determinats aspectes, que l'acord està condicionat a l'aprovació dels propietaris del concessionari.

Cas pràctic (pàgina 20)

a) L'Anna haurà de parlar amb el seu oncle Manuel i informar-se tant de les condicions anteriors amb què el proveïdor els servia les comandes com de la manera d'actuar del comercial habitual. Tota la informació de què disposi Raquel serà molt útil a l'hora de preparar la reunió.

Aspectes que cal tenir molt en compte són els terminis de lliurament, les garanties, els rangs de preus aplicables, la possibilitat d'aplicar descomptes per pagament immediat o per volums de compra elevats, les formes de finançament disponibles, etc. Això no obstant, també s'hauria de prendre en consideració la informació relacionada amb la manera de negociar de l'interlocutor, el seu caràcter i la seva personalitat.

b) Anna podria intentar buscar una rebaixa en els terminis de lliurament de l'actual subministrador, informant el comercial de les característiques de l'oferta que han rebut recentment i sol·licitant-li que les iguali. Per això podria:

- Suggestir a l'altra part un repartiment de la distància que separa els terminis de lliurament actuals i els promesos per l'altre proveïdor, cercant així l'acord en un punt intermedi.
- Amençar de trencar les negociacions i comprar-li a l'altre subministrador per un temps.
- Sol·licitar garanties futures en el compliment dels terminis de lliurament.

c) El venedor, per aconseguir tancar el nou contracte de subministrament amb aquesta empresa, hauria de presentar una oferta comercial competitiva. Tot i això, l'incompliment sistemàtic dels terminis de lliurament pot fer que això no sigui



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

suficient. Per compensar aquest aspecte, el venedor es podria plantejar algunes mesures, com les que serveixen d'exemple a continuació:

- Pressioneu, indicant que l'oferta que acaba de realitzar canviarà en pocs dies i que, si no es tanca el nou acord, se'ls aplicarien possibles pujades de preus, com a qualsevol client nou. Així forçaria l'acord.
- Recordar a l'altra part el temps que fa que actua de subministrador per a l'empresa, invocant la relació personal que es manté amb el negoci familiar.
- Sol·licitar que l'anterior gerent doni la seva opinió sobre la situació, actuant com a mediador entre tots dos. D'aquesta manera, tindria l'oportunitat de demostrar que la nova oferta és veritablement interessant per a l'empresa d'Ana.
- Oferir noves garanties en el compliment dels terminis de lliurament. Fins i tot podria incloure descomptes al catàleg de preus en cas d'incompliments.

d) Si hi ha acord entre les parts, cal deixar per escrit tots els aspectes d'aquest. És recomanable que aquest document sigui molt precís per evitar interpretacions ambigües. Seria recomanable incloure-hi unes clàusules específiques amb les quals l'empresa es protegís davant d'un possible incompliment reiterat en els terminis de lliurament de la mercaderia.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

Síntesi

Còpia al quadern i completa el següent esquema de síntesi de la unitat.

Resposta d'acord amb els continguts treballats durant la unitat.



Comprova el teu aprenentatge

Identificar els tipus de consultes, queixes, reclamacions i denúncies ms habituals.

1. Té utilitat per a l'empresa la informació que maneja el departament d'atenció al client? Justifica la teva resposta.
2. Diferència entre una queixa, un suggeriment i una reclamació mitjançant un exemple.
3. Quina relació hi ha entre satisfacció, excel·lència i fidelització? Pots utilitzar un exemple.
4. Enumera les lleres que una empresa posa a disposició dels seus clients per facilitar que puguin expressar el seu grau de satisfacció amb el servei rebut.

Identificar i emplenar documents de queixes, reclamacions i denúncies.

5. Realitza un esquema en el teu quadern en el qual quedin reflectits els diferents canals a disposició del client per presentar un full de reclamacions.

Omplir la documentació necessària per cursar una reclamació.

6. El passat dia 7 de gener, José Luis va acudir a un centre comercial a retornar un jersei que li havien regalat els seus pares. Amb el tiquet de compra a la mà, va acudir al departament d'atenció al client. La resposta que va obtenir de l'empleat encarregat de les devolucions va ser que aquest producte en qüestió no podia ser retornat, ja que en el moment de ser comprat estava de liquidació i els articles en liquidació no podien retornar-se. Cerca a Internet el model de full de reclamació oficial aplicable a la teva comunitat autònoma i hi reflecteix la situació anteriorment descrita. Les dades no reflectides en l'enunciat pots incorporar-les tu.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

7. Portes dies amb fallades en la teva línia d'ADSL. En trucar al servei d'atenció al client de la teva companyia, un agent t'indica que en 24 hores un tècnic acudirà al teu habitatge a revisar la instal·lació. No obstant això, ningú acudeix a la cita. Quan tornes a trucar, la companyia et comunica que tenen registre de la visita d'un tècnic al teu habitatge la tarda anterior i que, si en desitges una altra, les despeses associades a aquesta seran carregades en la teva pròxima factura. Omple el full de reclamacions que podries presentar com a resposta a aquesta situació.

Descriure les fases, la forma i els terminis relatius a la tramitació d'una reclamació.

8. Són les següents afirmacions veritables o falses? Justifica la teva resposta.

a) Els fulls de reclamacions no han d'estar visibles per als consumidors. Així es redueix el nombre de queixes i s'augmenta la qualitat del servei prestat.

b) El reclamant ha de tenir a la seva disposició informació actualitzada en tot moment sobre la tramitació de la reclamació.

c) L'empresa no té l'obligació de comunicar al reclamant que ha rebut la reclamació.

d) El primer que es fa en gestionar una reclamació és buscar el culpable.

Aplicar tècniques de comunicació en l'atenció de queixes i reclamacions.

9. Explica breument com s'hauria d'atendre un client que es presenta en una sabateria molt enfadat perquè a les sabates que hi va comprar fa menys d'una setmana se'ls ha enlairat la sola.

Informar el client dels seus drets i dels mecanismes legals disponibles per solucionar una reclamació.

10. Pedro acudeix a retornar un centre de planxat que va comprar en uns grans magatzems fa deu dies. La resposta donada per l'establiment és que li retorna els diners, però no al preu al qual el va comprar, sinó al qual es comercialitza en l'actualitat. Pedro creu que això és injust i es planteja



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

demanar un full de reclamacions, però no sap què hauria de fer amb ella un cop emplenat. Explica quines actuacions hauria de dur a terme Pere.

Informar el reclamant de la situació i resultat de la queixa o reclamació, de forma oral o escrita.

11. Explica com hauria d'actuar l'establiment de l'activitat anterior davant la reclamació finalment presentada per Miguel i com haurà de comunicar-li la resolució adoptada.

12. Si la resolució de la reclamació donada per l'empresa no és de l'agraïment del reclamant, com ha d'actuar l'empresa? Pot donar per tancat el procediment de gestió o ha d'esperar alguna cosa més?

Descriure les vies de solució extrajudicial d' un conflicte en matèria de consum.

13. Quines funcions principals té el sistema arbitral de consum? Quins beneficis suposa per a les empreses adherides a ell?

14. Explica breument les fases que componen la tasca de mediació, conciliació i arbitratge desenvolupada per l'Administració per resoldre un conflicte en matèria de consum.

Utilitzar tècniques de negociació i actituds facilitadores de l' acord en reclamacions.

15. Marcos té una fleca que proveeix de pa a La Parrilla S. A., cadena de restaurants amb més de 50 establiments al territori nacional. En la negociació del contracte de subministrament de l'any vinent, el director gerent de La Parrilla S.A. vol reduir els preus del servei que reben en una mitjana del 10 %. Descriviu les tècniques de negociació que Marcos podria utilitzar en aquesta situació.

Solució a totes les activitats:



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

1.

Sí, és molt útil. La informació del departament d'atenció al client permet detectar errors, millorar productes, corregir processos i augmentar la satisfacció del client, la qual cosa repercuteix directament en la qualitat i en les vendes.

2.

Una queixa expressa descontent sense demanar solució directa (ex.: "La cua és molt llarga").

Un suggeriment proposa una millora (ex.: "Podrien ampliar l'horari").

Una reclamació exigeix solució formal a un problema (ex.: demanar devolució perquè un producte va arribar defectuós).

3.

Si el client està satisfet, valora l'excel·lència del servei i és més fàcil fidelitzar-lo. Per exemple, un client que rep una solució ràpida a un problema torna a confiar en l'empresa.

4.

Enquestes, bústia de suggeriments, fulls de reclamacions, correu electrònic, telèfon, xarxes socials, pàgina web i atenció presencial.

5.

(Esquema que ha d'anar al quadern, però la idea és:) Canals: presencial en botiga, correu postal, correu electrònic, web de consum autonòmica, OMIC, oficines públiques, arbitratge i telèfon.

6.

(Resposta orientativa, ja que el model depèn de la comunitat autònoma.)

S'ha d'emplenar amb:

Reclamant: José Luis.

Fets: no li accepten la devolució del jersei malgrat tenir tiquet, al·legant liquidació.

Demana: devolució de l'import o canvi.

Data: 7 de gener.

Establecimiento: centro comercial X.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

Signatura del reclamant.

7.

Reclamant: titular de la línia ADSL.

Fet: no va acudir el tècnic a la cita malgrat prometre'l.

Incidència: l'empresa indica falsament que el tècnic va assistir i pretén cobrar una altra visita.

Sol·licita: reparació sense cost, cancel·lació del càrrec i explicació de l'ocorregut.

Data i signatura.

8a. Falsa. Els fulls han d'estar visibles i disponibles per al client.

8b. Veritable. El client té dret a saber com avança la seva reclamació.

8c. Falsa. L'empresa ha de confirmar que ha rebut la reclamació.

8d. Falsa. El primer és escoltar, analitzar i resoldre, no buscar culpables.

9.

Ho ha d'escoltar amb calma, demanar disculpes, revisar la compra, comprovar el defecte i oferir solució: canvi, reparació o devolució segons la garantia, sempre amb actitud professional.

10.

Pedro ha d'emplenar el full de reclamacions i quedar-se amb la seva còpia. L'empresa l'ha de trametre a l'organisme de consum. Pedro pot aportar més documentació i esperar la resolució o demanar arbitratge si escau.

11.

L'establiment ha d'analitzar la reclamació, contactar amb Pedro, informar per escrit de la decisió (devolució correcta de l'import original) i comunicar el resultat de manera clara i documentada.

12.

Si el client no està conforme, l'empresa ha d'informar de les vies disponibles: arbitratge, mediació o acudir a Consum. No pot tancar unilateralment el procediment fins a haver donat resposta formal.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

13.

El sistema arbitral ofereix una resolució gratuïta, ràpida i vinculant de conflictes. Per a les empreses és beneficiós perquè millora la confiança del client, evita processos judicials i demostra compromís amb el bon servei.

14.

La mediació busca acostar postures, la conciliació proposa solucions i l'arbitratge resol el conflicte mitjançant un laude que és obligatori per a ambdues parts.

15.

Marcos podria usar tècniques com negociar alternatives (rebaixa parcial però no total), oferir millores en terminis o qualitat, proposar un acord esglaonat, demostrar el valor afegit del seu producte, presentar dades de costos i buscar un punt intermedi que beneficiï tots dos.



REPTE PROFESSIONAL: gestió de queixes i reclamacions

Investiga

A continuació podràs comprovar si ets capaç d'actuar com correspon a un tècnic en activitats comercials pel que fa a la gestió de queixes i reclamacions. En concret, hauràs de respondre a la reclamació rebuda a l'inici de la unitat, valorant els perjudicis i oportunitats derivats d'aquesta. Així, l'empresa podrà construir un sistema de gestió efectiva de les queixes i reclamacions, independentment del canal a través del qual es rebin.

Elabora

1. Gestió d'un full de reclamació. Perjudicis i oportunitats

En el departament d'atenció al client acabàs de rebre una comunicació de la Direcció General de Consum informant de la interposició d'un full de reclamacions a l'empresa, segons s'explica a l'inici de la unitat.

- Comenta els principals perjudicis que aquesta situació suposa per a l'empresa i explica el procés que hauries de seguir per gestionar la reclamació rebuda.

2. Responsabilitat de l'empresa davant les reclamacions rebudes Entre els companys del departament comercial s'obre un petit debat.

Alguns creuen que el client ha actuat de mala fe i no és just que se li doni la raó en el que reclama. D'altres creuen que el departament es va equivocar amb la resposta que li va donar.

- Creus que l'empresa va atendre correctament el client i que aquest s'ha aprofitat de la situació o, per contra, consideres que el client no va rebre un tracte adequat i per això va actuar així? Raona la resposta i compàrala amb la dels teus companys.

3. Mecanismes de reclamació

El teu cap no entén per què la reclamació ha arribat a través de la Direcció General de Consum. Mai ha hagut de gestionar una reclamació en la qual hagi intervingut una Administració pública.



Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

- Explica breument els diferents mecanismes a través dels quals un client pot fer arribar una reclamació a una empresa.

4. Canalització de l'opinió i satisfacció dels clients

El teu cap de departament convoca una reunió en la qual demana idees perquè els clients expressin la seva opinió sobre el servei rebut. Tot el succeït li ha fet reflexionar. Ha estat buscant opinions d'altres clients i no ha trobat gaire, ja que a la bústies de queixes i suggeriments de l'empresa fa mesos que cap client deixa res.

- Propón alguna idea útil que fomenti que els clients expressin la seva opinió a l'empresa.
- Elabora un model de full de reclamació propi per a la teva empresa. Les principals dades de la teva empresa es mostren a continuació. Si en falta algun, pots inventar-lo.

Hipermercats La Gavina

NIF: A385647

Domicili fiscal: Carrer Pacífic, 54

C. P.: 16868, Villamartínez (Conca)

Resposta oberta.