

Módulo 4: Xestión de queixas, reclamacións e suxestións

CFR FERROL

1. Introducción

1.1 Os dereitos do consumidor.

- Dereito á protección da saúde e seguridade.
- Dereito á protección dos seus intereses económicos e sociais.
- Dereito á información e educación.
- Dereito á representación e consulta.
- Dereito á reparación de danos e prexuízos.

1.2 Institucións que protexen ao consumidor.

- Instituto Nacional de consumo.
- Instituto Galego de consumo.
- Oficina Municipal de Información ao consumidor.

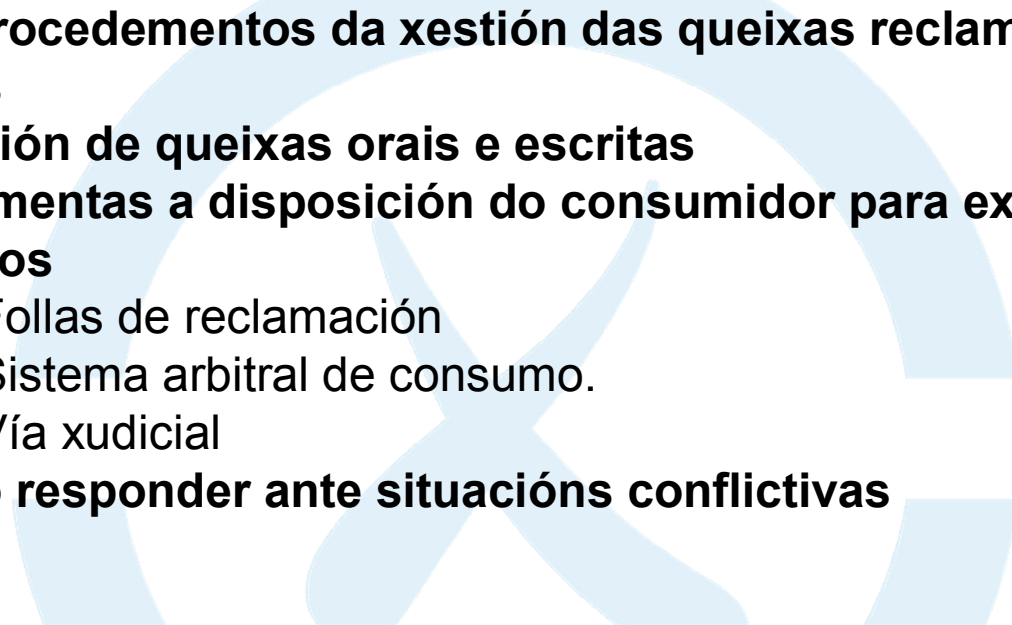

2. Queixas, reclamacións e suxestións

3. Principais motivos de queixas de clientes no sector da automoción

4. Información facilitada á clientela

5. Elementos de recollida de queixas, reclamacións e suxestións

6. Xestión de queixas e reclamacións

- 
- 
- 7. Fases e procedementos da xestión das queixas reclamación.**
 - 1. Fases**
 - 2. Atención de queixas orais e escritas**
 - 3. Ferramentas a disposición do consumidor para exercer os dereitos**
 1. Follas de reclamación
 2. Sistema arbitral de consumo.
 3. Vía xudicial
 - 4. Como responder ante situacións conflictivas**
 - 8. Anexos**

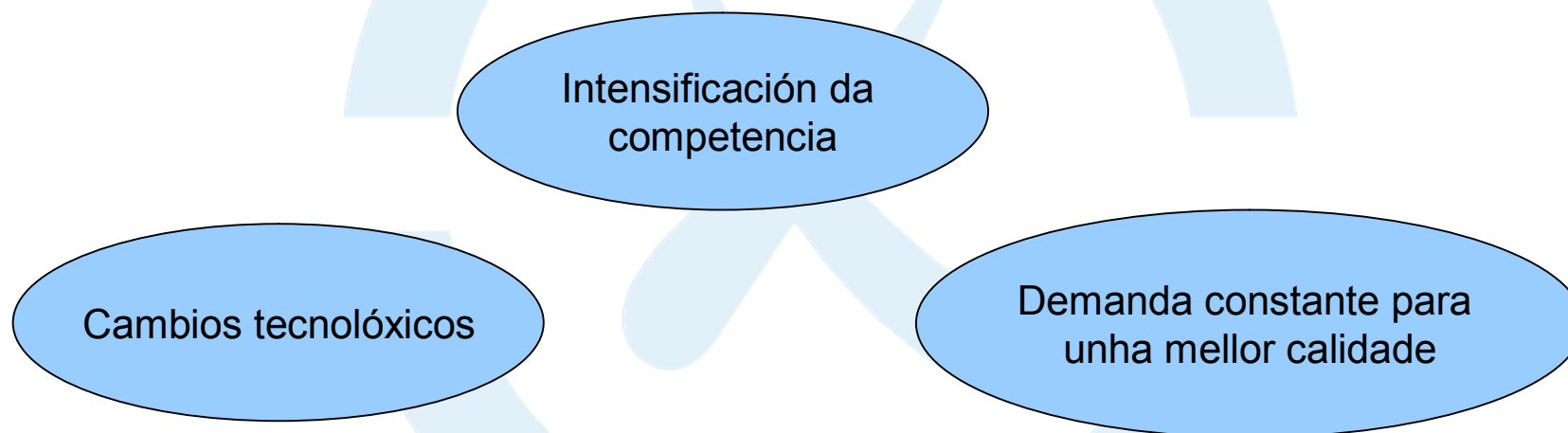
1. Introducción

Segundo a definición recollida no **Estatuto do consumidor**:

*“Toda persoa física ou xurídica que **adquira, utilice ou disfrute de bens, mobles, inmobles** ou que se poden mover, de medios, **produtos ou servizos e actividades, calquera que sexa a súa natureza pública ou privada, individual ou colectiva** de quen o produce ou intervén directa ou indirectamente na súa comercialización, sempre que o seu **destino final sexa para uso personal, familiar ou colectivo**”.*

1. Introducción

Nos últimos anos déronse certos cambios nas pautas de consumo dos consumidores e usuarios/as, propiciados por:



Hoxe en día os consumidores son conscientes dos seus dereitos legais e morais polo que lle dedican máis tempo a descubrir os produtos dispoñibles e a comparar as características e os prezos.



1.1 OS DEREITOS DO CONSUMIDOR

1.1 Os dereitos do consumidor

1. **Dereito á protección da saúde e seguridade.**
2. **Dereito á protección dos seus intereses económicos e sociais.**
3. **Dereito á información e educación.**
4. **Dereito á representación e consulta.**
5. **Dereito á reparación de danos e prexuízos.**

1.1 Os dereitos do consumidor

1. DEREITO Á PROTECCIÓN DA SAÚDE E SEGURIDADE .

- ✓ **Garante a saúde e a integridade física dos consumidores.**

Os **produtos ou servizos non poden comportar riscos para a saúde ou seguridade das persoas consumidoras nin tampouco para o ambiente** agás os usuais e regulamentariamente admitidos en condicións normais ou previsibles de utilización.

En todo caso, **deben informar** de xeito claro **no etiquetado** da existencia de riscos, das súas consecuencias e de cómo evitalos.

Os produtos máis regulados son: Alimentos, Bebidas, Produtos farmacéuticos, cosméticos e deterxentes, Seguridade na vivenda, Xoguetes, Produtos tóxicos, Servizos.

1.1 Os dereitos do consumidor

1. DEREITO Á PROTECCIÓN DA SAÚDE E SEGURIDADE.

O etiquetado, presentación e publicidade dos produtos alimenticios e bebidas deben cumprir as normas comúns e específicas de cada produto ademais de facilitarlle ao consumidor información sobre:

- ✓ Ingredientes.
- ✓ Data de caducidade.
- ✓ Aditivos.
- ✓ Modo de emprego e conservación.
- ✓ Número de rexistro sanitario.
- ✓ Calquera outra información que poida afectar á saúde e seguridade dos consumidores.

1.1 Os dereitos do consumidor

2. DEREITO Á PROTECCIÓN DOS SEUS INTERESES ECONÓMICOS E SOCIAIS.

As ofertas e as promocións e en particular a publicidade dos produtos e servizos debe axustarse á verdade tanto na súa á súa natureza, características, condicións, utilidade ou finalidade.

A **publicidade** que se fai obriga ao empresario, **como se fora un contrato**.

Calquera manifestación **publicitaria enganosa** que atente contra os intereses dos consumidores ou usuarios, será considerada como fraude e pode ser obxecto de sanción administrativa.

Os consumidores serán protexidos fronte a **cláusulas abusivas** contidas en contratos tipo ou de adhesión establecidas dunha forma unilateral por quen ofrece no mercado bens ou servizos.

1.1 Os dereitos do consumidor

2. DEREITO Á PROTECCIÓN DOS SEUS INTERESES ECONÓMICOS E SOCIAIS.

Para os bens de natureza duradeira:

1. Entrega polo vendedor ou fabricante, unha garantía formalizada por escrito que conterá:

- ✓ Garante
- ✓ Beneficiario da garantía
- ✓ Obxecto da garantía
- ✓ Prazo e duración durante a cal o beneficiario terá dereito á reparación, substitución ou devolución do prezo pagado cando a reparación non fose satisfactoria
- ✓ Información sobre os servizos postventa

2. Adecuado servizo técnico e existencia de repostos.

1.1 Os dereitos do consumidor

3. DEREITO Á INFORMACIÓN E EDUCACIÓN.

Dereito á Información

- ✓ A **información** sobre as características dos bens e servizos que se atopan no mercado, ademais de **verdadeira, ten que ser completa e clara.**
- ✓ Para iso, os fabricantes, os comerciantes e os provedores de produtos e servizos están obrigados a proporcionar mediante as etiquetas, os envases, a presentación e a publicidade, unha **información veraz, eficaz e suficiente** sobre as características dos produtos e servizos que mercamos.

Dereito á Educación

- ✓ **Coñecer os nosos dereitos** como consumidores ademais de ser un **dereito é unha obriga.**
- ✓ A educación e formación no eido do consumo **permite unha maior liberdade e racionalidade no consumo** de bens e servizos.
- ✓ Ademais dende os organismos oficiais estase a fomentar desde os organismos competentes en consumo, como o Instituto Galego de Consumo, a formación das persoas consumidoras de calquera idade.

1.1 Os dereitos do consumidor

4. DEREITO Á REPRESENTACIÓN E CONSULTA.

Dereito á Representación

✓ A través de Asociacións, preténdese que os consumidores estean presentes coa súa voz e co seu voto naqueles organismos onde se tomen decisións que lles afecten

✓ Lexitimación das Asociación para representar ós seus socios e consumidores en xeral en Tribunais e Instancias Administrativas

Dereito á Consulta

✓ Os consumidores deben ser consultados e escoitados na elaboración das normas que lles afecten por medio das súas organizacións

1.1 Os dereitos do consumidor

5. DEREITO Á REPARACIÓN DE DANOS E PREXUIZOS

Os consumidores e usuarios temos **dereito a ser** indemnizados polos danos ou prexuízos que o consumo de bens e produtos ou a utilización de servizos nos poidan causar.

A día de hoxe, estanse a promover toda unha serie de medidas que favorecen o desenvolvemento deste dereito, como son os **procedementos voluntarios** de resolución de conflitos entre os que se atopa a **Arbitraxe de consumo**, que é unha vía eficaz para conseguir unha rápida resposta aos nosos problemas no eido do consumo.



1. 2. INSTITUCIÓN QUE PROTEGEN AO CONSUMIDOR

1.2. Institucións que protexen ao consumidor

1. INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO



¿QUE É?

Organismo autónomo adscrito ao Ministerio de Sanidade e Consumo, que exerce en desenvolvemento do artigo 51 da Constitución e da Lei 26/84, de 19 de xullo, Xeral para a defensa dos consumidores e usuarios, a funcións de promoción e fomento dos dereitos dos consumidores e usuarios.

FUNCIÓNS:

Velar polo respecto aos dereitos dos consumidores e usuarios, protexendo a súa seguridade, saúde e os seus intereses económicos.

1.2. Institucións que protexen ao consumidor

1. INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO



SERVIZOS AOS CONSUMIDORES E USUARIOS:

- ✓ Información e asesoramento
- ✓ Información Xeral sobre os dereitos dos consumidores e usuarios
- ✓ **Resolución extraxudicial de conflitos** de consumo a través das Xuntas Arbitrais de Consumo integradas no Sistema Arbitral de Consumo, sempre que a empresa este adherida ao sistema ou acepte a arbitrase, para resolver o caso concreto
- ✓ Acceso a **Rede Europea Extraxudicial de Resolución de Conflitos**, a través do Centro de Intercambio de Información, posibilitando o asesoramento e solución de litixios de consumo transfronterizos

2. Institucións que protexen ao consumidor

1. INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO



SERVIZOS ÁS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES E USUARIOS:

- ✓ Acceso aos dereitos que lles outorga a inscrición no Rexistro de Asociacións de Consumidores
- ✓ Apoio Institucional a través do Consello de Consumidores e Usuarios
- ✓ Apoio económico a través de subvencións (axudas públicas)
- ✓ Apoio técnico, resolvendo as consultas que formulen as Asociacións de ámbito nacional
- ✓ Formación a través dos cursos da Escola de Consumo
- ✓ Información sobre lexislación, xurisprudencia e doutrina, a través das BBDD do Centro de Información e Documentación de Consumo

1.2 Institucións que protexen ao consumidor



1. INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO

OUTROS SERVICIOS:

- ✓ INC: Servizos a profesionais e técnicos
- ✓ Servizos a C.C.A.A
- ✓ Servizos a Organizacións Empresariais
- ✓ Servizos a Institucións Europeas
- ✓ Servizos a Entidades de protección ao consumidor doutros Estados

1.2 Institucións que protexen ao consumidor

2. INSTITUTO GALEGO DE CONSUMO



¿QUE É?

A Comunidade Autónoma de Galicia ten **competencias exclusivas** en materia de protección ao consumidor. Co obxecto de desenvolver as actividades relacionadas coa **defensa dos dereitos e intereses dos consumidores e usuarios** galegos, creouse no ano 1994 o **Instituto Galego de Consumo (IGC)** como un organismo autónomo adscrito á **Consellería de Economía e Industria**.

Está rexido por un **Consello de Dirección** no que están representadas as organizacións de consumidores e usuarios de Galicia.

1.2 Institucións que protexen ao consumidor

2. INSTITUTO GALEGO DE CONSUMO



FUNCIÓNS:

- ✓ Verifica o cumprimento da normativa reguladora e a protección dos dereitos dos consumidores e usuarios.
- ✓ Realiza a **inspección e control da calidade dos establecementos, bens e servizos** existentes no mercado ben como consecuencia dunha reclamación ou demanda dos consumidores ou programada polo propio IGC. (**Rede de Alerta**).
- ✓ A través do **Laboratorio de Consumo** (acreditado por ENAC), realizar analíticas sobre **fibras e produtos téxtiles e xoguetes**.
- ✓ Realiza o **control e análise de produtos cosméticos e de hixiene, lixivias e produtos de limpeza, materiais e aparellos eléctricos e electrodomésticos**.
- ✓ Realiza a **comprobación, marcado e etiquetaxe e análises físicas e, químicas e eléctricas e mecánicas** dos distintos produtos que se ofrecen no mercado.

1.2 Institucións que protexen ao consumidor

2. INSTITUTO GALEGO DE CONSUMO



FUNCIONAMENTO:

- ✓ Mantén unha política de **fomento, apoio e asesoramento** ás **Organizacións de Consumidores e as Oficinas Municipais de Información ao consumidor**, destinándolles parte dos seus orzamentos a través de **axudas e subvencións** para o seu funcionamento e para a realización de proxectos en materia de consumo.
- ✓ **Colabora co INC** integrando dentro da área de protección ao consumidor, a Xunta Arbitral de Consumo, participando tamén as Organizacións de consumidores e as Empresariais.

1.2 Institucións que protexen ao consumidor

3. OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AO CONSUMIDOR



¿QUE É?

As Oficinas Municipais de Información ao Consumidor (OMIC), como **administración máis próxima ao cidadán**, considéranse un dos elementos esenciais para conseguir unha transparencia do mercado e eficacia do exercicio nos dereitos dos consumidores.

A súa finalidade é informar, orientar e educar aos consumidores para o adecuado exercicio dos seus dereitos, a través de campañas divulgativas, publicacións, certames, xornadas, etc.

As OMIC atenderán e tramitarán as queixas, reclamacións e denuncias dos consumidores realizando as mediacións oportunas para a resolución dos conflitos e a promoción e información sobre o Sistema Arbitral de Consumo.

1.2 Institucións que protexen ao consumidor

3. OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AO CONSUMIDOR



FUNCIÓNS DA OMIC:

- ✓ Indicación das direccións e funcións dos organismos públicos e privados de interese do consumidor.
- ✓ Recoller información directamente dos organismos públicos e privados.
- ✓ Información sobre produtos e servizos.
- ✓ Fomento e apoio das Asociacións de consumidores.
- ✓ Realización de actos de mediación e poderá servir de sede á Xunta Arbitral.



2. QUEIXAS, RECLAMACIÓNS E SUXESTIÓNS

2. Queixas, reclamacións e suxestións

QUEIXA

Acción de queixarse. Expresión de desgusto, protesta, dor, pena ou resentimento: cando nos diriximos a alguén para expoñer unha queixa porque non se cumpriron as nosas expectativas.

Pódese dicir que non se fundamenta nunha lesión dos dereitos senón na percepción negativa dunha situación, do trato recibido ou do comportamento de alguén.

RECLAMACIÓN

Acción ou efecto de reclamar. Manifestación dunha inconformidade: “Veño a reclamar porque.....”

É unha queixa que se vehicula formalmente para pedir a reparación dunha situación que a persoa interesada considera inxusta.

SUXESTIÓN

Acción de suxerir. Pódese definir como a expresión dunha opinión moi particular sobre un asunto “Suxiro que.....”

Enténdese como unha proposta de mellora.



3. PRINCIPAIS MOTIVOS DE QUEIXAS DE CLIENTES EN EMPRESAS DE MANTEMENTO DE VEHICULOS

3. Principais motivos de queixas de clientes en empresas de mantemento de vehículos

Evolución durante o ano 2009 das consultas e reclamacións en diversos sectores:

CONSULTAS Y RECLAMACIONES EN ASOCIACIONES 2009			
Sectores	TOTAL	TOTAL	TOTAL
	CONSUL.	RECLAM.	TOTAL
Administración	26.207	5.285	31.492
Adquisición de muebles	16.304	3.227	19.530
Agencias viajes	21.032	5.798	26.830
Agua	9.442	1.648	11.090
Alimentación y bebidas	10.315	812	11.127
Automóviles nuevos	13.472	3.148	16.620
Automóviles usados	13.774	3.285	17.094
Compañías de Seguros	60.144	10.892	71.036
Compañías eléctricas	44.243	8.530	52.773
Comunidad de propietarios	12.578	2.552	15.131
Contenidos no publicitarios	18.457	6.354	24.811
Correos y mensajería	2.057	366	2.423
Datos personales	24.007	10.547	34.554
Electrodomésticos	22.762	7.673	30.436
Electrodomésticos - S.A.T.	14.203	5.389	19.592
Enseñanza	7.753	1.860	9.613
Farmacia	264	48	312
Gas y derivados	15.415	4.955	20.371
Hostelería - restauración	11.342	1.678	13.020
Informática y reparaciones	13.271	2.782	16.053
Medio ambiente	5.456	239	5.695
Otros sectores	198.460	32.593	231.053
Publicidad	44.099	8.564	52.664
Reparación de automóviles	11.072	1.831	12.902
Reparaciones en el hogar	21.170	4.537	25.707
Ropa - calzado	17.369	2.838	20.207
Sanidad privada	13.952	1.689	15.641
Sanidad pública	8.148	1.592	9.741
Seguros de automóviles	15.375	3.335	18.710
Servicios financieros	115.740	26.856	142.595
Servicios municipales	3.396	608	4.004
Telefonía	161.962	45.980	207.942
Tiempo compartido	2.736	467	3.202
Tintorería	1.895	528	2.423
Transportes públicos	35.920	11.849	47.769
Venta a distancia	12.507	3.170	15.677
Vivienda arrendamiento	32.034	7.392	39.426
Vivienda en propiedad	64.602	19.444	84.046
TOTAL	1.122.934	260.342	1.383.276
FUENTE : Datos remitidos por ASOCIACIONES I.N.C. 2010			

Fonte: INC. Madrid, marzo de 2010

3. Principais motivos de queixas de clientes en empresas de mantemento de vehículos

Entre os sectores máis reclamados e sobre os que se fan máis consultas son :

- Vivenda
- Servizos e produtos financeiros
- Comunicacións electrónicas
- Publicidade
- Electrodomésticos
- Seguros
- Reparacións do fogar
- Compañías eléctricas e gas
- **Reparación de automóviles**
- Viaxes
- Transportes públicos
- Administración
- Roupa e calzado
- Vendas a distancia

3. Principais motivos de queixas de clientes em empresas de manutenção de veículos

Consultas e reclamações

Táboa 5.1
Número de consultas realizadas no IGC durante os anos 2007 e 2008
distribuídas por sectores

Sectores	2007	%	2008	%
Telefonia (móbil, fixa e internet)	6749	26,00%	5606	21,59%
Electrodomésticos e equipos informáticos	2567	9,89%	1869	7,20%
Vivenda	1905	7,34%	1838	7,08%
Gas e electricidade	837	3,22%	1500	5,78%
Automóviles	1568	6,04%	1443	5,56%
Transporte aéreo	1074	4,14%	768	2,96%
Seguros	425	1,64%	558	2,15%
Téxtil/Calzado	608	2,34%	461	1,78%
Ensino	309	1,19%	247	0,95%
Tinturarias	199	0,77%	212	0,82%
Outros	9610	37,17%	11459	44,14%
Total	25851		25961	

Fonte: Memoria IGC 2008

3. Principais motivos de queixas de clientes em empresas de manutenção de veículos

Consultas e reclamações

Táboa 5.2

Número e porcentaxe das reclamacións presentadas no IGC durante o ano 2007 e 2008 distribuídas por sectores

Sectores	2007	%	2008	%
Telefonía (móbil, fixa e internet)	3979	24,69%	4619	28,66%
Electrodomésticos e equipos informáticos	1806	11,20%	1983	12,30%
Gas/ Electricidade	585	3,63%	1371	8,51%
Automóviles	1071	6,64%	1069	6,63%
Transporte aéreo	1183	7,34%	855	5,30%
Téxtil/Calzado	515	3,20%	562	3,49%
Vivenda	519	3,22%	492	3,05%
Mobles	303	1,88%	261	1,62%
Tinturerías	225	1,40%	247	1,53%
Outros	5932	36,80%	6219	35,18%
Total	16118		17678	

Fonte: Memoria IGC 2008

3. Principais motivos de queixas de clientes en empresas de mantemento de vehículos

Arbitraxe de consumo

Na táboa 6.1 preséntase a distribución por sectores das solicitudes de arbitraxe presentadas ao longo do ano 2007 e 2008.

Táboa 6.1

Número e porcentaxe de solicitudes de arbitraxe nos distintos sectores no período 2007-2008

Sectores	2007	%	2008	%
Telefonía	3437	58,78%	3704	61,62%
Aparellos electrónicos	215	3,68%	336	5,59%
Tinturarias	219	3,74%	196	3,26%
Téxtil - Calzado	204	3,49%	223	3,71%
Venda automóbil	188	3,22%	113	1,88%
Reparación automóbil	134	2,19%	121	2,01%
Axencias de viaxes	139	2,38%	106	1,76%
Outros	1311	22,51%	1212	20,16%
TOTAL	5846		6011	

Fonte: Memoria IGC 2008

3. Principais motivos de queixas de clientes en empresas de mantemento de vehículos

En xeral, os principais motivos de queixas nas empresas de mantemento de vehículos están vencelladas a:

- Irregularidades nas reparacións
- Incumprimento das garantías
- Tempo excesivo dos vehículos no taller
- Cobros superiores ao orzamentado
- Falta de información facilitada ao cliente
- Falta de confección dun orzamento previo

[video midas](#)

[talleres de coches ladrones](#)

3. Principais motivos de queixas de clientes en empresas de mantemento de vehículos

Información obtida a través da revista Consumer.

EN PORTADA TALLERES DE REPARACIÓN DE AUTOMÓVILES

Suspenso en información al usuario

El parque automovilístico español es uno de los más viejos de Europa: el 35% de los 19 millones de turismos que circulan por nuestras carreteras tienen más de diez de antigüedad, y un 10% supera los 20 años. Los conductores gastan una media de 433 euros al año en el mantenimiento del coche, al que llevan al taller una media de 2,4 veces al año. Y a pesar de que los vehículos son cada vez mejores, los automovilistas gastan un 34% más en las visitas al taller que hace cinco años y acuden a ellos sólo un poco menos que antes. Han aumentado los trabajos relacionados con la climatización del vehículo, la electrónica y los compresores mientras que han decrecido tareas más tradicionales, como cambios de bujías, pastillas de frenos y tubos de escape.

Otra peculiaridad española es la atomización del sector: operan casi 52.000 talleres de diverso tipo (priman los pequeños), más que en Alemania y Francia juntos. Y sólo se lleva el vehículo a un taller oficial del concesionario de su marca mientras se encuentra en periodo de garantía: durante su primer año de vida casi el 80% de los coches visita exclusivamente los talleres oficiales de su marca, pero la proporción desciende vertiginosamente con el paso del tiempo, quedándose en un escueto 38% en el cuarto año. Desde 1986, la legislación obliga a los talleres de reparación y mantenimiento de vehículos a cumplir una serie de requisitos, entre otros la obligación de elaborar un presupuesto por escrito antes de la reparación y la de exhibir las tarifas por mano de obra.

Técnicos de CONSUMEROSKI, haciéndose pasar por clientes, visitaron recientemente 200 de estos talleres en 13 ciudades (Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Málaga, Bilbao, A Coruña, Oviedo, Pamplona, Vitoria, San Sebastián, Murcia y Zaragoza); 78 de ellos eran independientes o tradicionales (no vinculados a marca alguna), 60 eran talleres concesionarios oficiales de marca y los restantes 62 eran de mecánica rápida o franquicia.

Se comprobó en todos ellos la información que se proporciona al usuario (de forma verbal y la exhibida en carteles o paneles) y si se cumple con la norma en materia de, entre otras cuestiones, exposición de placas y números de identificación, e información de la garantía de la reparación y tarifas por mano de obra. Se utilizaron 13 coches, todos ellos de gama media o baja, uno para cada ciudad, y se preguntó en los talleres el precio de una revisión básica (niveles de aceite, limpiaparabrisas y anticongelante, estado y tensión de las correas, estado de neumáticos, pastillas y discos, guardapolvos y holgueras, amortiguadores y línea de tubo de escape) sin cambios de líquidos ni sustituciones de piezas o componentes, y asimismo, el coste de un cambio de batería. En todos los talleres se solicitó un presupuesto por escrito.

Pues bien, la principal conclusión del informe es que con frecuencia la información que recibe el cliente en los talleres es insuficiente e incumple la norma al no tener placa distintivo en el exterior (el 18% de los talleres), no exhibir las tar-



3. Principais motivos de queixas de clientes en empresas de mantenimiento de vehículos

Información expuesta al público

	No tienen placa-distintivo en el exterior	No señalan el horario	No informan de la existencia de libro de reclamaciones	No informan del derecho al presupuesto escrito	No informan de la garantía que tienen las reparaciones	No exhiben las tarifas de mano de obra
	18% de talleres	el 40%	el 62%	el 70%	el 64%	el 55%
Valoración	Regular	Mal	Muy mal	Muy mal	Muy mal	Muy mal



4. INFORMACIÓN FACILITADA Á CLIENTELA

4. Información facilitada á clientela

O Decreto 347/1998, do 20 de novembro polo que se modifica o decreto 206/1994 do 16 de xuño, polo que se adapta a normativa vixente en materia de prestación de servizos nos talleres de reparación de vehículos e dos seus equipamentos e compoñentes.

Este decreto que regula a prestación do servizo dos talleres de reparación dos vehículos automóbiles e dos seus equipos e compoñentes.

4. Información facilitada á clientela

Art 12: Información ao usuario

Todos os talleres están obrigados a exhibir ao público de forma perfectamente **visible** e con caracteres dun tamaño non inferior a **7 milímetros**:

- ✓ Os **prezos por hora** de traballo e **por servizos concretos** (que deben incluír impostos, cargas, gravames e diferenciar a parte que corresponde a cada concepto). Igualmente deben exhibir os prezos doutros servizos, por exemplo os que se realicen fora da xornada laboral do taller, por servizos móbiles propios ou gastos diarios de estancia.

Lendas que especifiquen o seguinte:

- ✓ “Todo **usuario ten dereito ao orzamento escrito previo** ás reparacións ou servizos que solicite”.
- ✓ “Todas as reparacións ou instalación están **garantidas por 3 meses ou 2000 kilómetros** (agás os vehículos industriais ou motocicletas que será de 15 días)”.
- ✓ “Este establecemento dispón de **follas de reclamación** a disposición do usuario”.

Ademáis deben:

- ✓ **Exhibir o Cartel do horario** (tanto de servizos usuais como dos especiais), **catálogos e tarifas das pezas e de tempos de traballo** (nos talleres de marca).

4. Información facilitada á clientela

Art 14: Orzamento e resgardo de depósito:

- ✓ Todo usuario ou quen actúe no seu nome ten **dereito a un orzamento escrito**, con **validez mínima de 12 días hábiles**.
- ✓ **No orzamento deberá constar:**
 - ✓ Nº de taller no Rexistro Industrial ou no Rexistro Especial (se é o caso), identificación fiscal e domicilio.
 - ✓ Nome e domicilio do usuario e núm de DNI ou CIF.
 - ✓ Identificación do vehículo, marca, matrícula e número de quilómetros contabilizados.
 - ✓ Reparacións que se vaian efectuar, elementos a reparar...
 - ✓ Data e sinatura do prestador do servizo
 - ✓ Data prevista de entrega do vehículo xa reparado, a partir da aceptación do orzamento
 - ✓ Tempo de validez do orzamento
 - ✓ Data e sinatura de aceptación do usuario

4. Información facilitada á clientela

Art 14: Orzamento e resgardo de depósito:

- ✓ **Só poderá cobrarse** a elaboración do orzamento cando o cliente **non realice a reparación no taller** e previamente se fixese constar no resgardo de depósito os traballos necesarios para a súa elaboración e o prezo estimados deles.
- ✓ **O custo do orzamento non poderá ser superior ao resultado de multiplicar:**
 - ✓ **O prezo da hora de traballo anunciada no taller**
 - ✓ **Polo número de horas establecidas polas distintas marcas ou polos seus talleres oficiais, nas táboas de tempos para a realización dos traballos** (salvo que se xustifique a necesidade de empregar maior cantidade de tempo e se advirta tal circunstancia ao cliente).
- ✓ **Se o taller decidise cobrar o orzamento** ao facerlle entrega deste deberá facer constar nel as operacións que sexan necesarias para detectala avaría e o prezo que debe pagar por cada unha delas.

4. Información facilitada á clientela

Art 14: Orzamento e resgardo de depósito:

- ✓ Toda **renuncia ao orzamento** previo deberá facerse constar no resgardo de depósito coa frase “**renuncio ao orzamento**” ou con outra similar escrita da propia man do cliente e a sinatura.
- ✓ **Só poderá proceder a prestación do servizo** unha vez que o usuario conceda a súa conformidade **mediante a sinatura do orzamento ou renuncie a súa elaboración.**
- ✓ A aceptación do orzamento mediante sinatura do usuario comporta:
 - ✓ A autorización para proceder á prestación do servizo nos termos especificados
 - ✓ A autorización da proba do vehículo, se procede
 - ✓ O pagamento por parte do usuario da cantidade orzada polo taller, contra a entrega da factura e do recibo correspondente.
- ✓ As **avarías ou defectos non previstos** deberán ser orzamentados e teñen que poñerse en coñecemento do usuario, no caso de que pasen 48 horas hábiles e o usuario non resolve considerarase desestimada e empezará a acumular gastos por garda e custodia.

4. Información facilitada á clientela

Art 14: Orzamento e resgardo de depósito:

- ✓ Cando o vehículo quede no taller para elaborar o orzamento ou para reparar, o taller entregará un **resgardo acreditativo do depósito do vehículo**. Nos casos en que exista orzamento asinado polo usuario e taller, este fará as veces de resgardo de depósito.
- ✓ O resgardo de depósito, ao igual que o orzamento previo, debe conter unha información determinada (identificación do taller, nome e domicilio do usuario, identificación do vehículo, descrición da reparación, entrega de orzamento previo, data prevista de entrega, data e sinatura do prestador do servizo).
- ✓ A presentación do resgardo será necesaria para recoller o orzamento como para retirar o vehículo.
- ✓ O prazo de entrega debe axustarse á data que consta no resgardo.
- ✓ O usuario pode desistir da reparación ou servizo, aboando ao taller o importe dos traballos realizados. Neste caso, aboará ao taller o importe dos traballos realizados ata a retirada do vehículo, así como o importe dos repostos e materiais que fosen adquiridos especificamente para a reparación orzamentada.

4. Información facilitada á clientela

Art 15: Factura e gastos de estadia:

- ✓ Todos os talleres están **obrigados a entregarlle ao cliente factura** escrita, asinada e selada debidamente desagregadas.
- ✓ Cando a reparación supoña **substitución de pezas** non se poderá recargar cantidade ningunha sobre o prezo de venda ao público, salvo os impostos e gravames (o taller terá a disposición do cliente o albará ou factura acreditativa do prezo das pezas utilizadas na reparación).
- ✓ **Por unha reparación ou substitución de pezas non poderá cobrarse por man de obra** cantidade que sexa consecuencia do emprego de tempo que sexa superior a un 20% do establecido nas táboas de tempos de traballo das distintas marcas.
- ✓ Nas facturas deberá incluírse a **duración da garantía** (con tamaño non inferior a 15 mm). Así como as seguintes frases:
 - ✓ A garantía enténdese total, incluíndo man de obra, pezas substituídas, servizo de guindastre, desprazamento de operarios e importe, e o seu cumprimento realizarase sen que caiba postergación.
 - ✓ A manipulación por terceiros das pezas garantidas invalida a garantía.

4. Información facilitada á clientela

Art 15: Factura e gastos de estadia:

- ✓ Pódense cobrar **gastos de estadia** cando se lle comunicou ao usuario que xa se efectuou o orzamento ou a reparación do vehículo, e este deixa transcorrer máis de 3 días sen pronunciarse.
- ✓ Os gastos só procederan cando o vehículo se atope nos **locais baixo custodia do taller** e polos días que exceda do prazo.
- ✓ O importe **fixarase segundo o que se aplica en garaxes ou aparcamentos da localidade**, incrementándose nun 20%.

4. Información facilitada á clientela

Art 16: Garantía das reparacións:

- ✓ A **garantía caducará como mínimo aos 3 meses ou aos 2.000Km**. Para ciclomotores e bicicletas ata unha cilindrada de 125cc, a garantía será de 15 días. O período da garantía computarase desde a data de entrega do vehículo e terá validez sempre que o vehículo non sexa manipulado por terceiros.
- ✓ A **garantía enténdese total** (materiais aportados+ man de obra + transporte, etc).
- ✓ Producida unha **nova avaría** o taller deberá **reparar gratuitamente** a avaría.
- ✓ Cando se produza unha **avaría dentro do prazo de garantía** o cliente porase en contacto co taller que terá **tres opcións**:
 - ✓ Realizar a reparación.
 - ✓ Designar outro taller próximo (e o taller paga a factura).
 - ✓ Que o cliente designe outro taller (o cliente pagará a factura e logo lle será abonada).

4. Información facilitada á clientela

Art 17: Reclamacións:

- ✓ **Tódolos talleres terán a disposición dos clientes follas de reclamación** conforme aos modelos
 - ✓ **Modelo de follas** facilitadas pola Administración.
 - ✓ No prazo de **2 meses** dende que entrou ou saíu o vehículo do taller o cliente pode solicitar ao taller unha folla de reclamación.
 - ✓ Cada parte cubrirá os seus datos e **expoñerán os feitos**.
 - ✓ O usuario remite a folla de reclamación no **prazo de 1 mes** as autoridades competentes en materia de consumo máis próximas ao taller (**copia branca**), quedarase cunha copia (**copia verde**) e **amarela** son para o taller.



5. ELEMENTOS DE RECOLLIDA DE QUEIXAS, RECLAMACIÓN E SUXESTIÓN

5. Elementos de recollida de queixas, reclamacións e suxestións

Cando alguén expresa unha queixa ou reclamación, débese aproveitar a ocasión para mellorar e potenciar a imaxe da empresa.

Débese dar facilidades aos clientes para que poda transmitir as súas queixas, así a empresa sairá gañando.

- **Números gratuítos:**

A existencia dun teléfono gratuito para as reclamacións, reforza a confianza dos clientes, xa que o cliente sente que pode presentar a súa queixa cando quere e con total comodidade, ademais de que a capacidade de resposta é inmediata.

- **Caixa de suxestións:**

O cliente pode expresarse por escrito e ofrecer ao mesmo tempo ofrecer a solución ao seu problema.

- **Enquisas de satisfacción:**

Unha empresa debe escoitar sempre o que o cliente ten que decir. A través das enquisas de satisfacción pódese coñecer o que o cliente pensa dos produtos, servizos, trato recibido... e o máis importante, o que espera de nos nun futuro.

- **Conta de correo**

paraservirlo@talleresamigo.es ou mellora@talleresamigo.es

5. Elementos de recollida de queixas, reclamacións e suxestións

- **Web**

Débese decidir o nivel de interacción que imos ter dende o site.

Pode haber un formulario de queixa pechado, un apartado no que se indique o estado no que se atopa a súa reclamación....

- **Departamento de atención ao cliente**

É importante e útil porque contribúe á consecución e fidelización de clientes e actúa como fonte de información.

Costes directos

(Día a día da organización)

- Coste do tratamento das reclamacións
- Coste dos produtos devoltos e abonos realizados
- Coste das accións legais
- Coste das políticas de relacións públicas dirixidas á corrección de erros

Costes Indirectos

(A longo e medio prazo)

- Perda de clientes afectados polos erros na atención
- Perda de clientes informados doutros erros cometidos
- Coste de captación de novos clientes

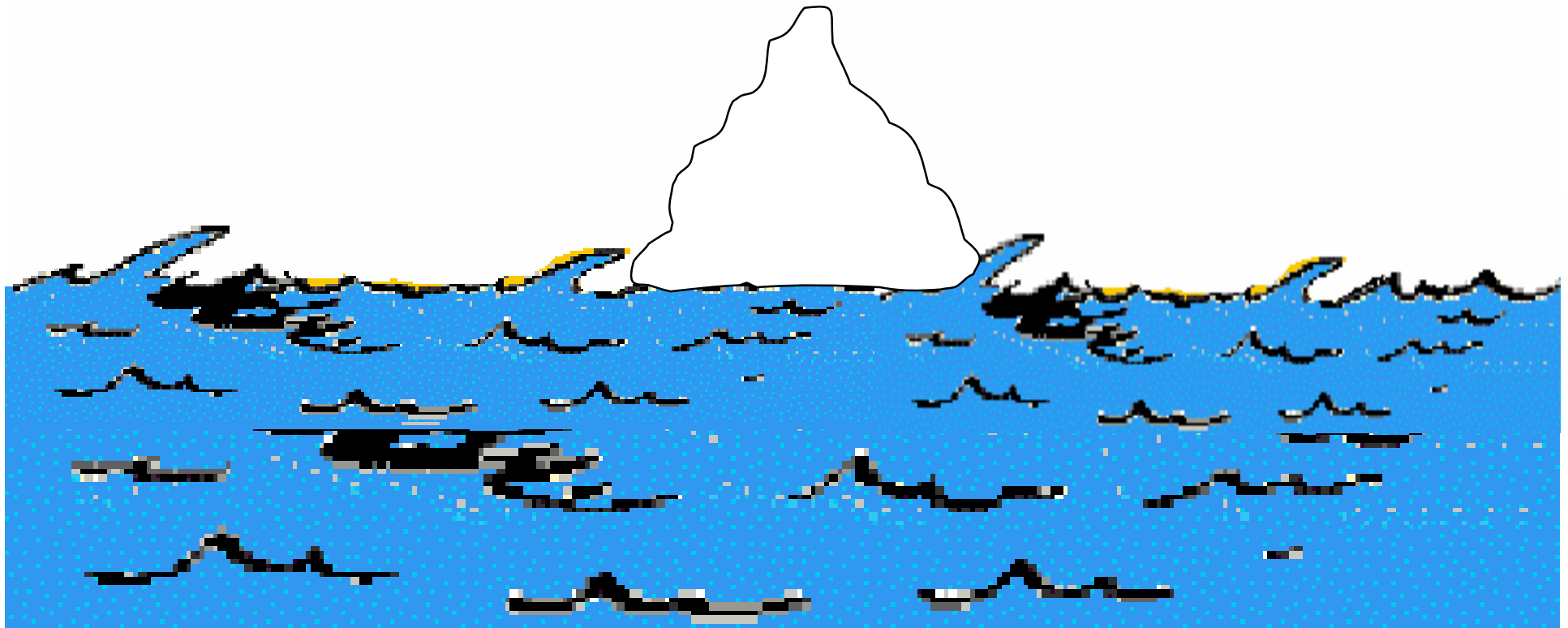
As funcións que desenvolven son principalmente: Atención das chamadas e solicitudes e o seguimento e control da súa satisfacción.



6. XESTIÓN DE QUEIXAS E RECLAMACIÓNS

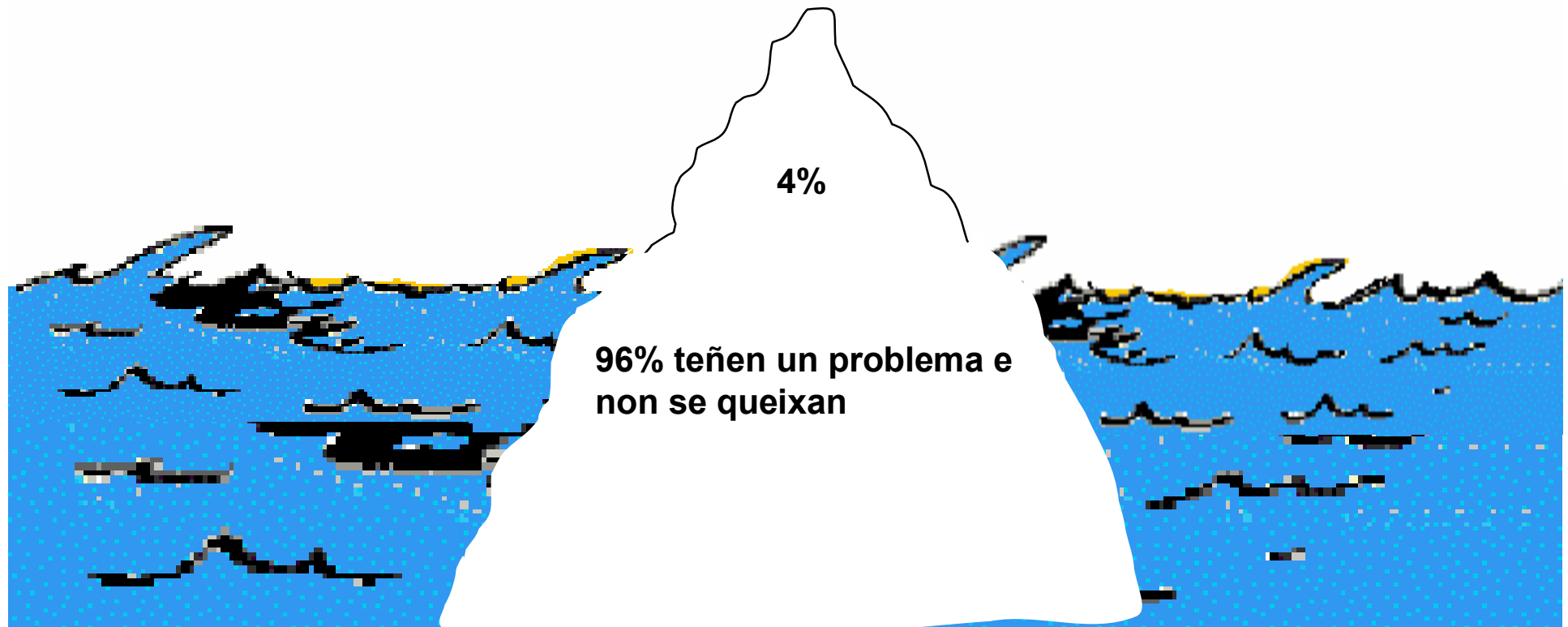
6. Xestión de queixas e reclamacións

¿Como se chama este barco?



6. Xestión de queixas e reclamacións

Pois os clientes son como un iceberg. Só un 4 % se queixan, pero o 96 % que non nos di nada, son os que realmente nos afunden.



6. Xestión de queixas e reclamacións

Por que son importantes as queixas?

- Permite coñecer o motivo de insatisfacción dos clientes, reflexionar sobre os erros da empresa, pensar en aspectos de mellora e novas oportunidades.
- Permite ter unha boa oportunidade para a resolución do problema co cliente insatisfeito.
- Dedúcese polo tanto que ***a queixa deber ser entendida como un agasallo.***

6. Xestión de queixas e reclamacións

Razóns polas que os clientes non se queixan

- Non queren tomarse esa molestia
- Tardan moito en obter unha resposta
- Non queren causar problemas
- Cren que as queixas non serven para nada
- Non saben como queixarse ou a quen presentarllelas
- É máis doado irse e non voltar nunca

6. Xestión de queixas e reclamacións

Se estimula á xente a queixarse e resolve os seus problemas de forma eficaz e rápida, **poderá:**

- Manter aos clientes existentes
- Desenvolver as relacións con eles
- Existe a probabilidade de que o cliente lle proporcione outros novos
- A queixa orixinal non ten importancia

6. Xestión de queixas e reclamacións

MATRIZ DE POSIBILIDADES

<p>Non hai deficiencias no produto ou servizo O cliente non di nada</p> <p>Acción da empresa: celebración</p>	<p>Non hai deficiencias no produto ou servizo. O cliente non está satisfeito e protesta.</p> <p>Acción da empresa: Educación proactiva do cliente</p>
<p>Deficiencia do produto ou servizo O cliente non di nada</p> <p>Acción da empresa: Estimular ao cliente para que proteste</p>	<p>Deficiencia do produto ou servizo O cliente está descontento e protesta</p> <p>Acción da empresa: Servizo de reparación, subsanación do erro</p>

6. Xestión de queixas e reclamacións

**UN CLIENTE SATISFEITO DO NOSO
SERVIZO E ATENCIÓN DILLO A UNHA
MEDIA DE 3 PERSOAS**



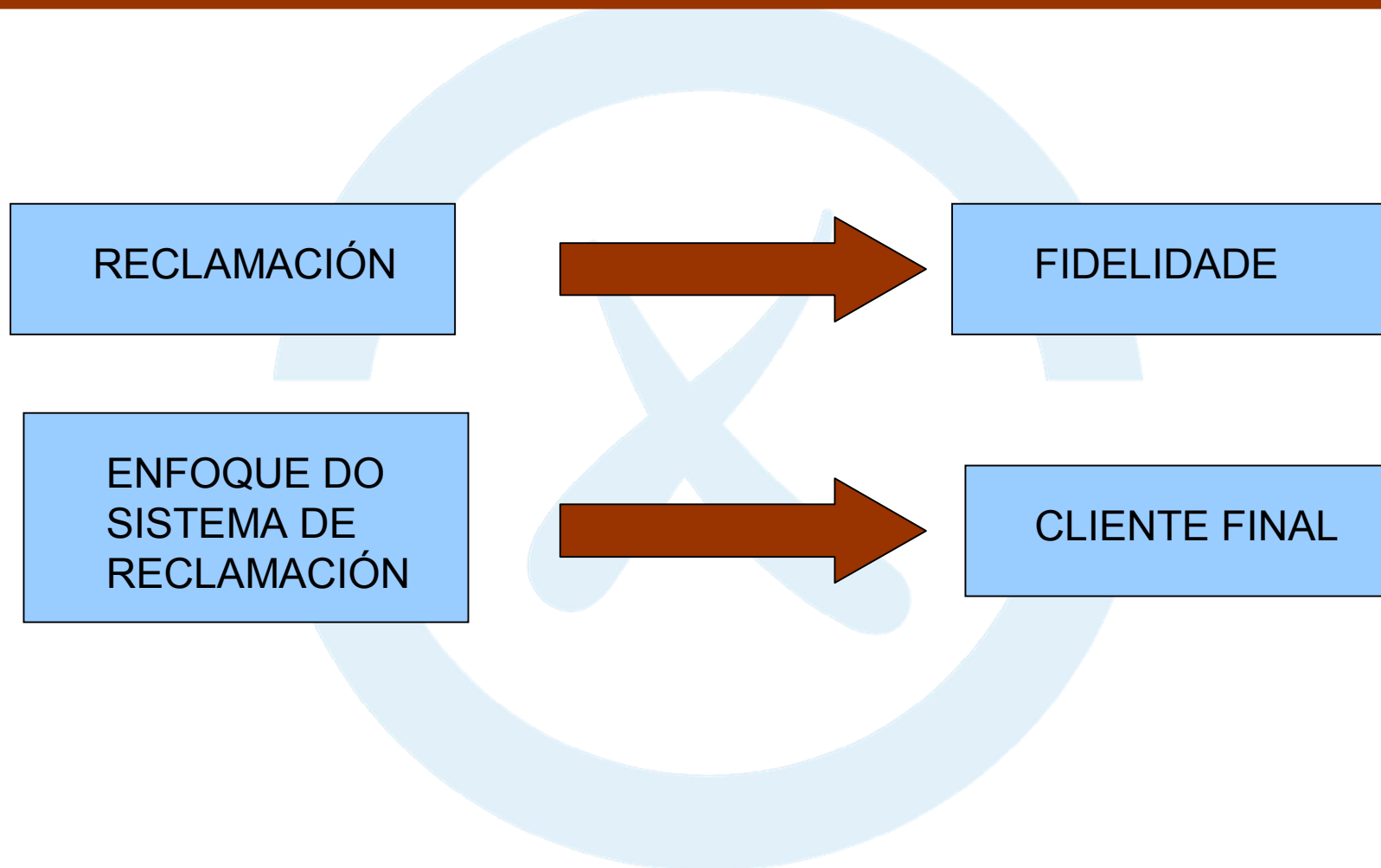
**UN CLIENTE INSATISFEITO
DILLO A 9 PERSOAS**

**...CON CADA CLIENTE INSATISFEITO QUE
SE QUEIXOU TEMOS 225 POSIBLES
CLIENTES POTENCIAIS PERDIDOS**



7. PROCEDEMENTO E FASES DA XESTIÓN DE QUEIXAS E RECLAMACIÓNS

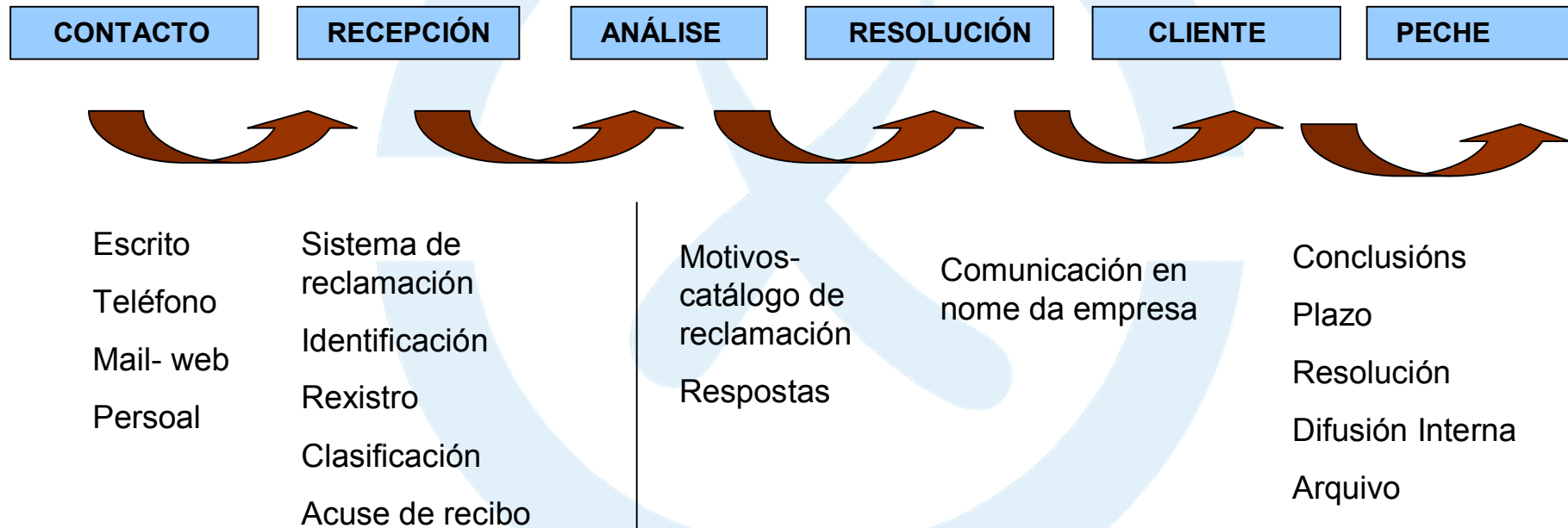
7.1 Procedementos e fases da xestión de queixas e reclamacións





1.FASES DA XESTIÓN DE QUEIXAS E RECLAMACIÓNS

FASES:





2.TÉCNICAS DE RESPUESTA ÁS OBJECCIONES: Oraís e escritas

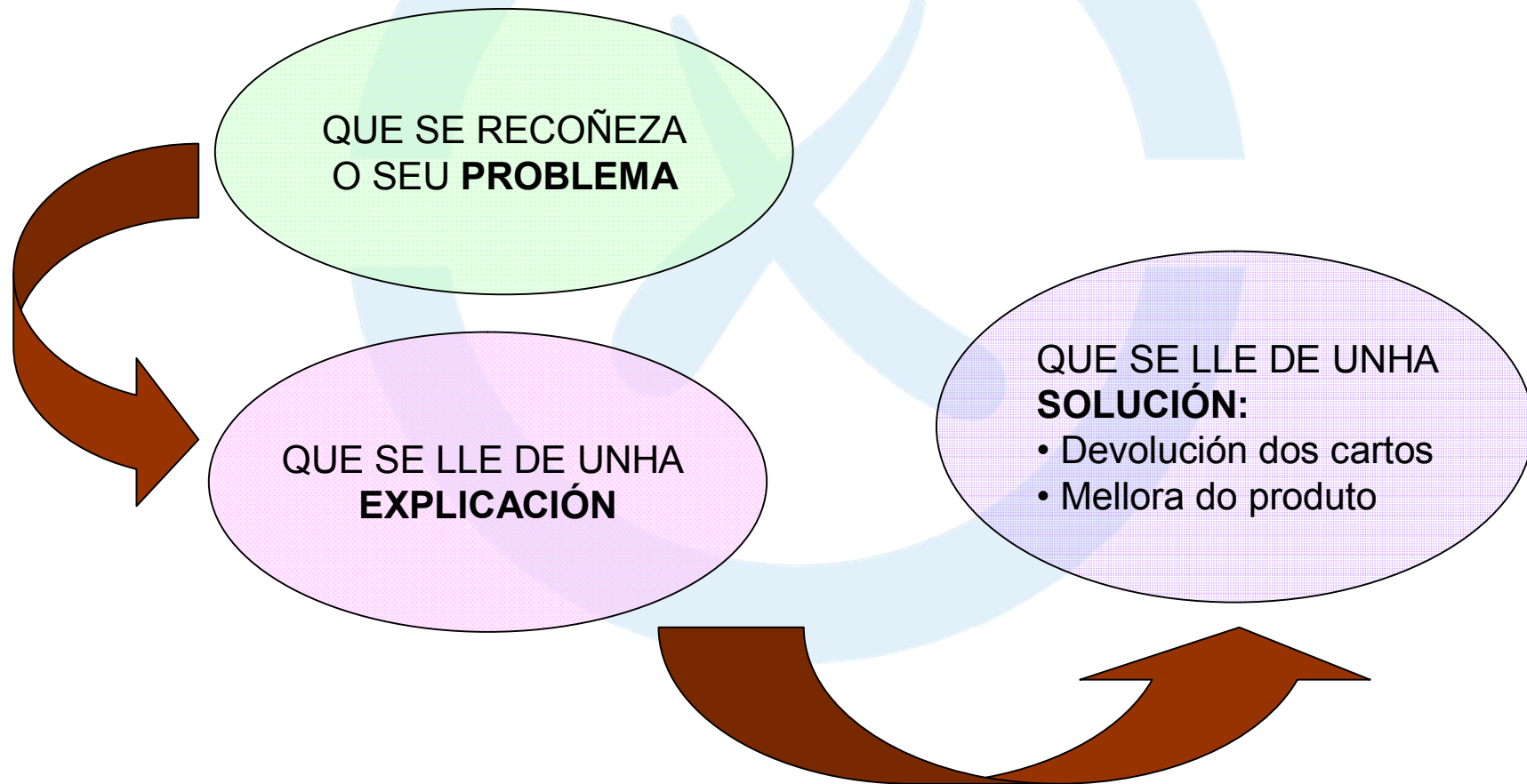
7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

Non hai nada máis eficaz que unha queixa ben resolta para:

- ✓ Satisfacer aos clientes
- ✓ Conseguir que volvan a confiar no noso servizo

7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

¿QUE QUEREN OS CLIENTES?



7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

MANEIRAS DE RECIBIR E RESPONDER AS QUEIXAS:

- ✓ Escusas e nada máis
- ✓ Rexeitamento
- ✓ Promesas que non se cumpren
- ✓ Non dar ningún tipo de resposta
- ✓ Trato brusco
- ✓ Remitir a outra persoa
- ✓ Evita-la responsabilidade persoal
- ✓ Rexeitamento non verbal
- ✓ Entrevistar o cliente
- ✓ Interrogar o cliente

7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

CONTESTACIÓN AS QUEIXAS ORAIS:

1. Dar as **GRAZAS**
2. Explicar **PORQUE** se aprecia a queixa
3. **DISCULPARSE** polo erro
4. Prometer **FACER ALGO** inmediatamente
5. Solicitar a **INFORMACIÓN** necesaria
6. **CORREXIR** o erro
7. Comprobar se **O CLIENTE ESTÁ SATISFEITO**
8. **PREVIR** erros futuros

7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

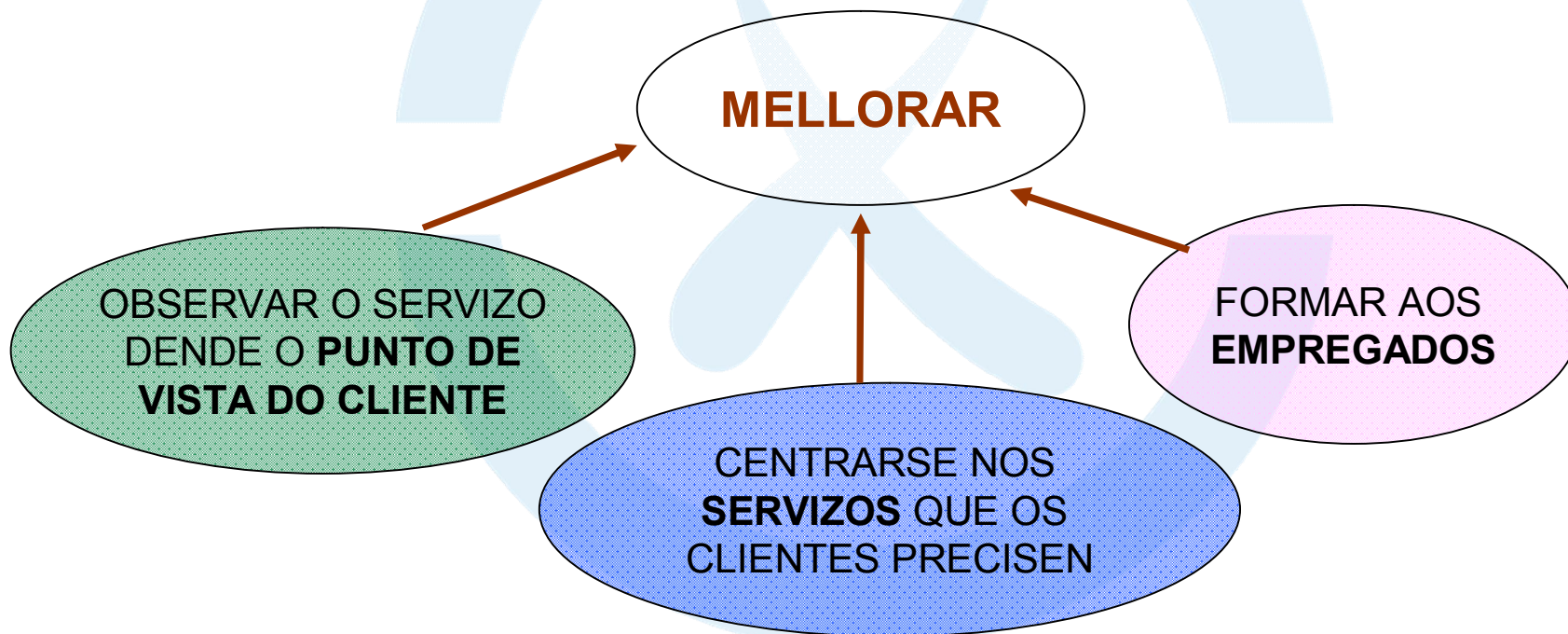
PREVIR ERROS FUTUROS:

- ✓ Cantas queixas hai?
- ✓ Cal é a orixe das queixas?
- ✓ Cantas son xustificadas?
- ✓ Cantas queixas están centradas nos produtos e cantas nas persoas (servizos material ou persoal)?
- ✓ Cales son as accións propostas para correxilas?
- ✓ Cales son as actitudes dos clientes despois de ter solucionada a queixa?

**DEBE INFORMARSE A TODA A ORGANIZACIÓN DA QUEIXA
PRESENTADA**

7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

QUEIXA COMO OPORTUNIDADE



7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

QUEIXAS ESCRITAS

- ✓ Os clientes están disgustados.
- ✓ Os clientes non están satisfeitos co resultado das manifestacións verbais das súas queixas.
- ✓ Os clientes están intentando preparar un documento que se traduza nunha acción legal.
- ✓ Os clientes non puideron atopar a ningunha persoa á que dirixir a súa queixa persoalmente.
- ✓ Os clientes séntense incómodos se teñen que protestar cara a cara.
- ✓ Os clientes poden ter algún motivo persoal polo que non puideron ou non quixeron protestar naquel momento (présa ou cansazo).
- ✓ Os clientes puidéronse sentir motivados ou empuxados para redactar unha carta de reclamación (esixencias da política de empresa).

7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

CONTESTACIÓN ÁS QUEIXAS ESCRITAS:

¿COMO?

Pensa no tipo de carta que che gustaría escribir e en que ton debería ir escrito en función da reclamación recibida (amigable, seria, profesional...)

¿CANDO?

Deberá escribirse cando se teña tempo para planificar, escribir e revisar a carta de resposta

¿QUE?

- ✓ Recoller os feitos relevantes e os detalles (nomes, datas, historia pasada...)
- ✓ Facer unha lista cos ítems relevantes e poñelos nunha secuencia ordenada

7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

ESTRUTURA DAS QUEIXAS ESCRITAS:

1. Dar as **GRAZAS** ao cliente
2. **INFORMAR** ao cliente do que se fixo
3. Admitir que **O CLIENTE TEN A RAZÓN**
4. **PERSONALIZAR** a resposta
5. Ser **SINXELO**, pero específico
6. **SUPERAR** as expectativas dos clientes
7. **COMPROBAR** a satisfacción do cliente



7.2 Técnicas de resposta ás obxeccións da clientela

REVISIÓN DAS QUEIXAS ESCRITAS:

- ✓ Ofrece a carta unha boa imaxe da empresa?
- ✓ É interesante e doada a súa lectura? Ten unha presentación adecuada?
- ✓ Está o motivo o suficientemente claro?
- ✓ Aparecen tódolos feitos e na orde que corresponden?
- ✓ Estamos dicindo realmente o queremos dicir?
- ✓ Estase empregando un ton axeitado?
- ✓ Está claro quen debería tomar as medidas pertinentes a continuación?
- ✓ Estase empregando unha estrutura gramatical correcta?
- ✓ É a linguaxe doada de entender e sen argot?
- ✓ Están feitas as copias para todo o mundo que necesite saber da carta?

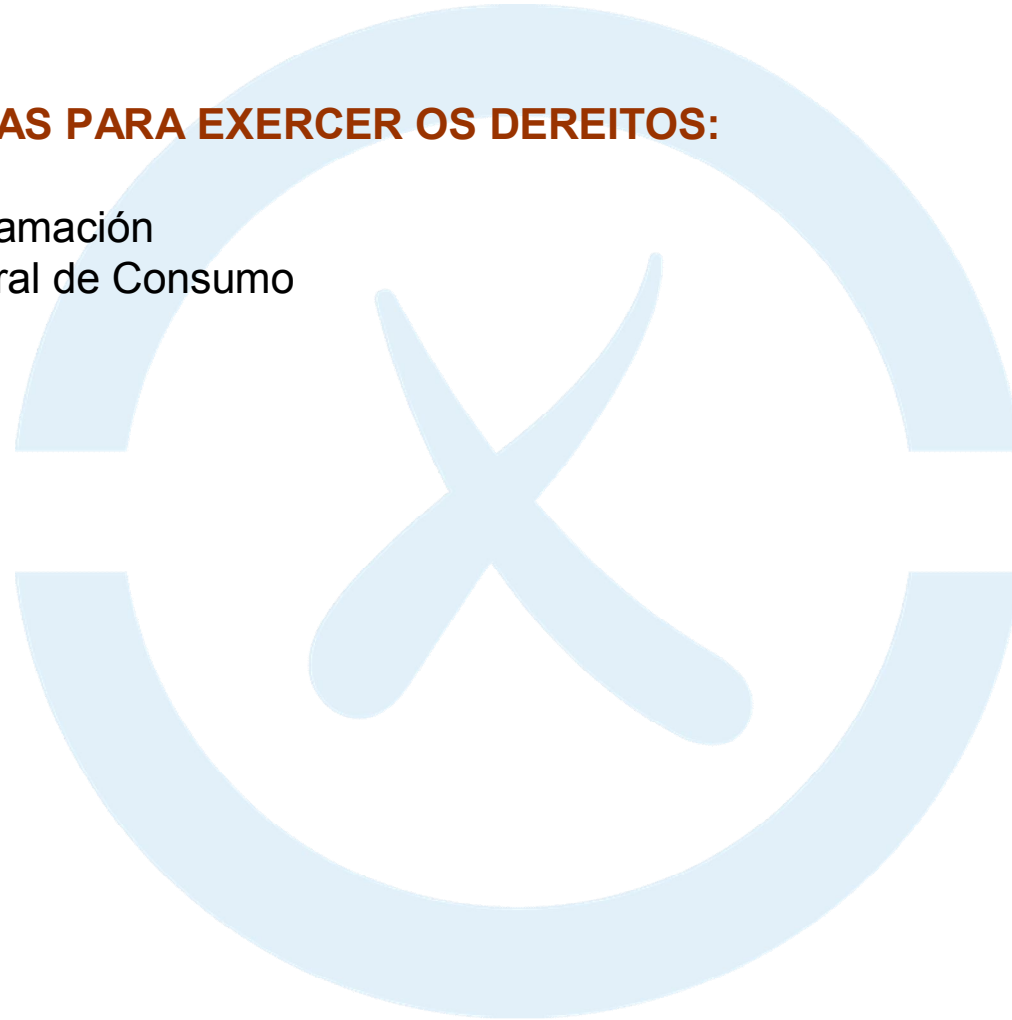


3. FERRAMENTAS A DISPOSICIÓN DO CONSUMIDOR PARA EXECER OS SEUS DEREITOS

7.3 Ferramentas

3. FERRAMENTAS PARA EXERCER OS DEREITOS:

- ✓ Follas de reclamación
- ✓ Sistema Arbitral de Consumo
- ✓ Vía Xudicial





FOLLAS DE RECLAMACIÓN

Follas de Reclamación

¿QUE SON?

Son un instrumento polo que os consumidores ou usuarios, poden expresar á Administración competente en materia de consumo, a súa desconformidade co produto adquirido ou o servizo recibido por parte dun comercio ou empresa.

Pode reclamar calquera persoa independentemente da súa nacionalidade ou zona de residencia que adquiera produtos ou servizos para o seu uso persoal ou familiar.

A **entrega das mesmas é obrigatoria e gratuíta**. Antes da súa entrega, o establecemento fará constar os datos de identificación do establecemento e/ou do prestador de servizos.

Cando o establecemento non dispoña de follas de reclamacións ou se negue a facilitalas, o consumidor ou usuario, poderá presentar a reclamación por calquera medio que considere máis conveniente.

Follas de Reclamación

¿QUEN DEBE TELAS?

Todas persoas físicas ou xurídicas titulares de establecementos que comercialicen bens ou presten servizos, terán á disposición dos consumidores ou usuarios as follas de reclamacións, en galego, castelán e inglés e o seu formato se axustará ao modelo establecido.

As follas de reclamación seranlles facilitadas polas delegacións provinciais de Industria e Comercio aos talleres legalmente establecidos e ás asociacións provinciais de talleres de reparación de vehículos.

¿COMO SON?

As follas de reclamacións, estarán integradas por un xogo unitario de impresos autocalcables composto por:

Un folio orixinal **branco (para a Administración)**.

Unha primeira copia de cor **amarelo (para o establecemento)** prestador do servizo).

Unha segunda copia de cor **verde (para o consumidor)** ou usuario).

Folla de reclamación

Follas de Reclamación

ONDE SE ENTREGA CADA COPIA

O impreso orixinal da folla de reclamación de **cor branca débese presentar na oficina de consumo máis próxima ao enderezo** aínda que, a Lei permite presentala en calquera centro ou oficina da Administración da Xunta de Galicia (dirixirse ao Servizo provincial de consumo).

A copia de cor verde é para o consumidor.

A de cor amarela para o establecemento reclamado.

Tamén se poden presentar nas Oficinas Municipais de Información ao Consumidor (OMIC) ou nas Organizacións de Consumidores e Usuarios.



SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO

Sistema Arbitral de Consumo

¿QUE É?

É unha **vía extraxudicial**, rápida, eficaz e gratuíta que permite resolver facilmente os desacordos que poidan xurdir entre o comprador ou usuario e o vendedor ou prestador de servizos.

FUNCÍONS:

Basta con cubrir unha solicitude de arbitraje e dirixila á Xunta Arbitral de Consumo ben directamente ou a través dunha OMIC ou dunha organización de consumidores e usuarios.

A solicitude levará consigo unha reclamación onde se especificará claramente o que se solicita e o compromiso de cumprir a decisión do colexio arbitral.

Sistema Arbitral de Consumo

Quedan excluídas de arbitraje as seguintes situacións:

- ✓ Cando se producira unha intoxicación.
- ✓ Cando se producira unha lesión.
- ✓ Cando o obxecto da reclamación producira a morte dunha persoa.
- ✓ Cando exista un indicio de delito.
- ✓ Cando exista unha resolución xudicial firme sobre o asunto particular.
- ✓ Cando a parte reclamante careza de capacidade para obrar ou de representante legal.

Sistema Arbitral de Consumo

O **sistema arbitral de consumo** está composto por:

- ✓ **Xunta Arbitral de Consumo.**
- ✓ **Colexios Arbitrais.**

A **Xunta Arbitral de Consumo** de Galicia é un organismo vinculado directamente á Xunta a través do **Instituto Galego de Consumo**.

Son unidades administrativas que xestionan e tramitan as solicitudes de arbitraje e promocionan este sistema.

Sistema Arbitral de Consumo

Os **Colexios Arbitrais** constitúense para atender as solicitudes de arbitraje e son os órganos encargados de coñecer e dictar o laudo arbitral sobre cada cuestión sometida a arbitraje.

Os **Colexios Arbitrais** están formados por:

- ✓ Un/unha licenciado/a en dereito que actúa como **presidente**.
- ✓ Dous **árbitros** designados: un para o consumidor e outro para a empresa, constitúense para cada ocasión e son os que se ocupan de analizar cada caso concreto e de resolver sobre o mesmo.

Así mesmo, e desde agosto do ano 2008 e, en determinados casos, pode analizar e resolver o asunto concreto un único membro do colexio arbitral, sendo este o seu presidente.

Sistema Arbitral de Consumo

VANTAGES

- ✓ **Gratuidade:** sen custes para as partes, excepcionalmente a práctica das peritaxes.
- ✓ **Eficacia:** resólvese mediante LAUDO ou resolución, sen acudir á vía xudicial ordinaria.
- ✓ **Rapidez:** as solicitudes resólvense nun máximo de 4 meses dende a designación dos membros do Colexio Arbitral.
- ✓ **Voluntariedade:** ambas partes se someten libremente ao sistema arbitral para quedar vinculadas ás resolucións.
- ✓ **Executividade:** os LAUDOS son de obrigado cumprimento.

Sistema Arbitral de Consumo

VANTAXES PARA O EMPRESARIO

- ✓ Distintivo oficial supón unha etiqueta de calidade.
- ✓ Mellora a imaxe e a credibilidade.
- ✓ Transmite maior confianza na calidade dos produtos e servizos de cara ao consumidor.

Sistema Arbitral de Consumo

¿COMO SE DESENVOLVE?

1º PASO: presentar persoalmente ou a través das asociacións de consumidores a **solicitud de arbitraje ante a Xunta Arbitral de Consumo** que corresponda. Normalmente óptase pola máis próxima ao domicilio do consumidor ou a de inferior ámbito territorial, respectando en todo caso, a liberdade de elección.

Unha vez recibida a solicitud de arbitraje e aceptada pola Xunta Arbitral de Consumo, notificárase **ao reclamado, que deberá aceptala ou rexeitala no prazo de 15 días**, para proceder con posterioridade, e no caso de que a resposta sexa de aceptación, á **formalización do colexio arbitral**.

Por outra banda, como consumidor podes consultar o censo de empresas adheridas na páxina do Instituto Galego de Consumo (www.igc.xunta.es).

No entanto, algúns comercios e profesionais, a pesar de non estar inscritos no rexistro de arbitraje, aceptan someterse a esta vía para reclamacións concretas.

Sistema Arbitral de Consumo

¿COMO SE DESENVOLVE?

2º PASO: Constitúese o colexio arbitral

Unha vez formalizado o convenio (chegado ao acordo de que a reclamación se resolverá mediante o sistema arbitral), constitúese o colexio arbitral.

O procedemento quedará suxeito aos principios de audiencia, contradicción, igualdade entre as partes e gratuidade.

3º PASO: Audiencia das partes

Dáse audiencia ás partes, que poderá realizarse verbalmente ou por escrito.

Durante a audiencia o colexio poderá intentar a conciliación das partes, e se se poñen de acordo recollerase no laudo, levantándose acta e poñendo fin ao proceso.

Sistema Arbitral de Consumo

¿COMO SE DESENVOLVE?

4º PASO: As probas

O colexio acordará facer as probas que considere oportunas e serán costeadas pola administración.

As probas propostas por unha das partes serán costeadas por quen a propuxera. Mentres que se as probas son propostas por ambas partes de mutuo acordo, serán costeadas a medias.

Unha vez feitas as probas, o colexio poderá convocar unha nova audiencia das partes, para oílas por última vez antes do laudo. No entanto, o laudo ten que dictarse nun prazo máximo de **4 meses**.

Sistema Arbitral de Consumo

¿COMO SE DESENVOLVE?

5º PASO: O laudo

O laudo e todas as resolucións do colexio arbitral decídense por maioría de votos, e no caso de empate, o voto que ten máis valor é o do presidente.

O laudo dictarase por escrito e reflectirá toda as decisións tomadas sobre cada un dos puntos conflictivos, o prazo para cumprir, e o voto da maioría.

O laudo ten carácter vinculante. Pódese recorrer no prazo de **10 días** seguintes á súa notificación.

Sistema Arbitral de Consumo

A ADHESIÓN AO SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO

Existen dous métodos polos que se poden adherir ao Sistema Arbitral de Consumo:

Oferta Pública de Sometemento ao Sistema Arbitral de Consumo: a través da mesma o vendedor ou prestador de servizos comprométese publicamente a resolver mediante este sistema todos os conflitos que xurdan cos consumidores.

Esta oferta permite utilizar o logotipo oficial de adhesión ao Sistema, o que lle permitirá distinguirse dentro do mercado, mellorando a súa imaxe e credibilidade.

A oferta non ten que ser xeral e pode limitarse a determinados conflitos ou relacións.



Sistema Arbitral de Consumo

A ADHESIÓN AO SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO

Para un caso concreto: o vendedor ou prestador de servizos pode adherirse ao sistema para a resolución dun conflito concreto. Neste caso non se pode utilizar o distintivo.

Pódese descargar o modelo de adhesión ao Sistema Arbitral de Consumo dende a Páxina Web do **Instituto Galego de Consumo!!!**

[adhesión](#)



VIA XUDICIAL



Via xudicial

Si non se celebrara a arbitrase por non adhesión do taller de reparacións, sempre nos quedará o recurso aos tribunais ordinarios de xustiza, que dependendo da complexidade do caso, dos danos causados ou do montante posible da indemnización, pode ser a solución máis recomendable .



7.4 COMO RESPONDER ANTE SITUACIONES CONFLICTIVAS

7.4 Como responder ante situaciones conflictivas

1. SITUACIONES CONFLICTIVAS

En numerosas ocasiones cando nos enfrentamos a unha **queixa** tendemos a interpretala como un **ataque persoal**, en vez de entendela como unha **crítica constructiva**.

No contacto directo entre as persoas é probable que se produzan situacións conflictivas.



7.4 Como responder ante situacións conflictivas

1. SITUACIÓNS CONFLICTIVAS

O **conflicto** pode enmarcarse en dous tipos de circunstancias:

- ✓ Na atención ao cliente sen existir unha queixa inicial
- ✓ Durante a interposición dunha queixa do cliente, no que é máis normal que este se achegue en actitude negativa

7.4 Como responder ante situacións conflictivas

1. SITUACIÓNS CONFLICTIVAS

Nunha situación conflictiva prodúcense varios comportamentos relacionados entre si:

Conducta observable:

O que dúas persoas fan, o que se din, os xestos, o ton, o volume de voz...

Reaccións corporais:

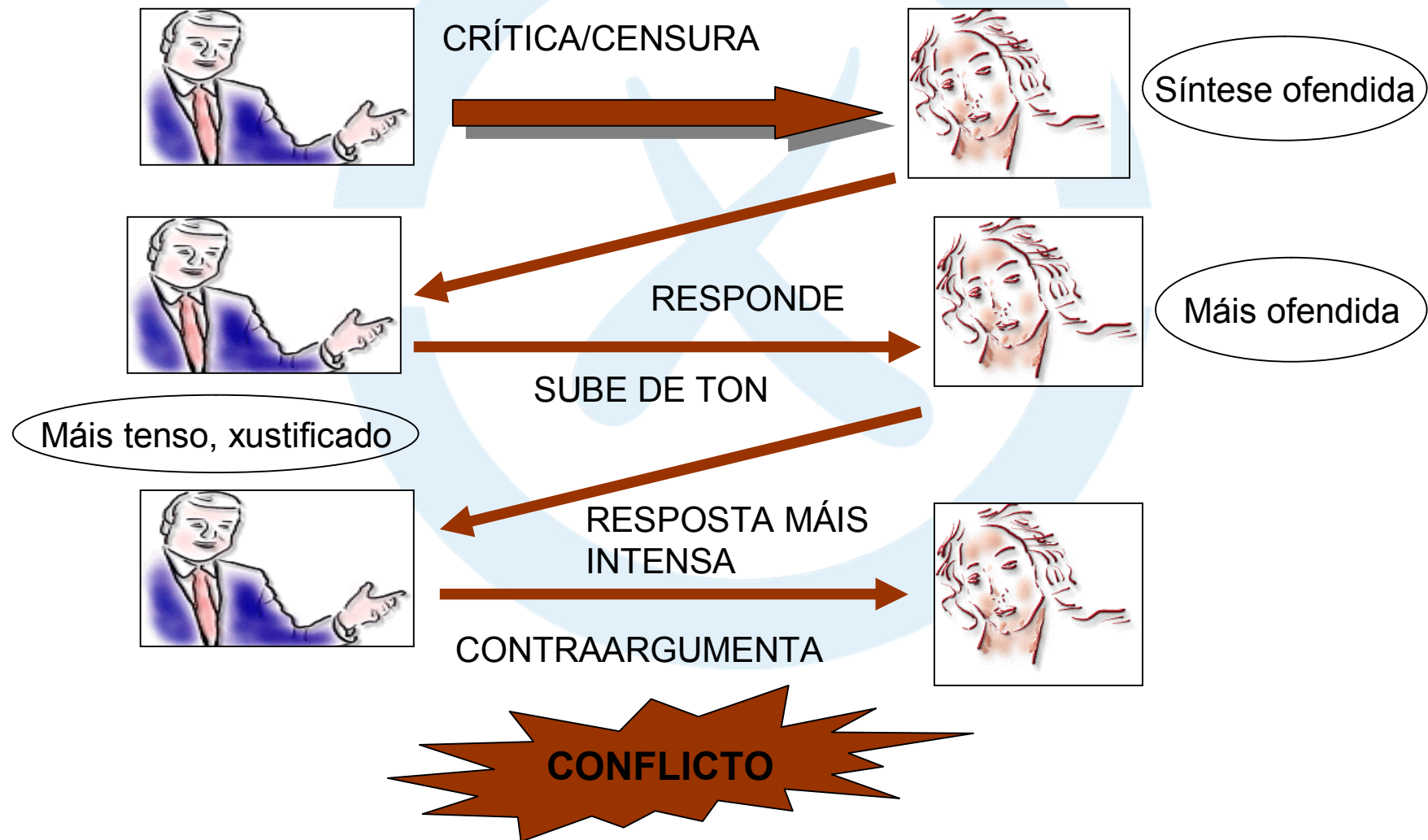
Palpitación, tensión muscular, sufoco na faciana...

Pensamentos:

O que cada unha pensa da situación e da outra persoa.

7.4 Como responder ante situaciones conflictivas

EVOLUCIÓN DUNHA SITUACIÓN CONFLICTIVA



7.4 Como responder ante situacións conflictivas

2. COMO RESPONDER ANTE SITUACIÓNS CONFLICTIVAS

Unha situación conflictiva prodúcese porque un cliente emite unha queixa.

Pode protestar porque:

- ✓ Considere inxusto ou molesto a actitude de quen o atende
- ✓ A información que obtivo non é axeitada
- ✓ Non está de acordo coa alternativa ou solución que se lle deu
- ✓ Ve frustradas as expectativas da solución do problema
- ✓ Síntese ignorado e percibe falta de interese polo persoal

7.4 Como responder ante situacións conflictivas

2. COMO MANTER O CONTROL NUNHA SITUACIÓN CONFLICTIVA

É necesario convertela nunha situación satisfactoria para o cliente.

- ✓ O obxectivo do noso comportamento é darlle unha **solución** ao cliente.
- ✓ **Previr** as respostas defensivas ou o ton elevado do cliente.
- ✓ **Controlar** os pensamentos, conductas e accións.

7.4 Como responder ante situacións conflictivas

3. ACTITUDES ANTE SITUACIÓNS CONFLICTIVAS

Unha queixa dun cliente se pode entender con **catro actitudes**:

1. TRANSFERENCIA

“Transferir o problema ou a causa do mesmo a circunstancias alleas, non aporta solución ningunha ao cliente”.



2. REPROCHE

Atribuirle a culpa ao usuario, aumenta a posibilidade de conflito.

Nunca discuta co cliente, non importa quen ten a razón, o importante é resolver o problema.



7.4 Como responder ante situaciones conflictivas

3. ACTITUDES ANTE SITUACIONES CONFLICTIVAS

3. AUTOINCULPACIÓN

É preferible responsabilizarse un mesmo do problema, a quitarlle importancia ou tratar de demostrar que non existe.

4. ASERTIVIDADE



Entenderase como a consecución dun obxectivo, a solución do problema do usuario.

Supón controlar a situación.

7.4 Como responder ante situaciones conflictivas

4. COMPORTAMIENTO ANTE SITUACIONES CONFLICTIVAS

AUTOCONTROLARSE

Manter a calma é primordial para controlar a situación.

O **autocontrol**, implica a capacidade de poñer en práctica unha serie de habilidades en tres aspectos.

3 HABILIDADES:

- **COMPORTAMIENTO OBSERVABLE:** o que se di ou se fai.
- **EMOCIÓN:** o que se sente condiciona moito o que se fai.
- **PENSAMIENTO:** en función do que pense, se sentirá dun xeito ou outro.



7.4 Como responder ante situaciones conflictivas

4. COMPORTAMIENTO ANTE UNHA SITUACIÓN CONFLICTIVA

ESCOITAR ATENTAMENTE

- O cliente se sente atendido.
- Permite coñecer con máis detalle o problema.
- Posibilita a comprensión do outro.



7.4 Como responder ante situaciones conflictivas

4. COMPORTAMIENTO ANTE UNHA SITUACIÓN CONFLICTIVA

COMPARTIR SENTIMIENTOS

O interlocutor ten que experimentar que verdadeiramente se lle está tomando en consideración e se lle comprende.

Con frases como:

“ Comprendo como se sinte ”

“ Fágome cargo da súa situación ”

7.4 Como responder ante situaciones conflictivas

4. COMPORTAMIENTO ANTE UNHA SITUACIÓN CONFLICTIVA

**CENTRARSE
NA SOLUCIÓN**

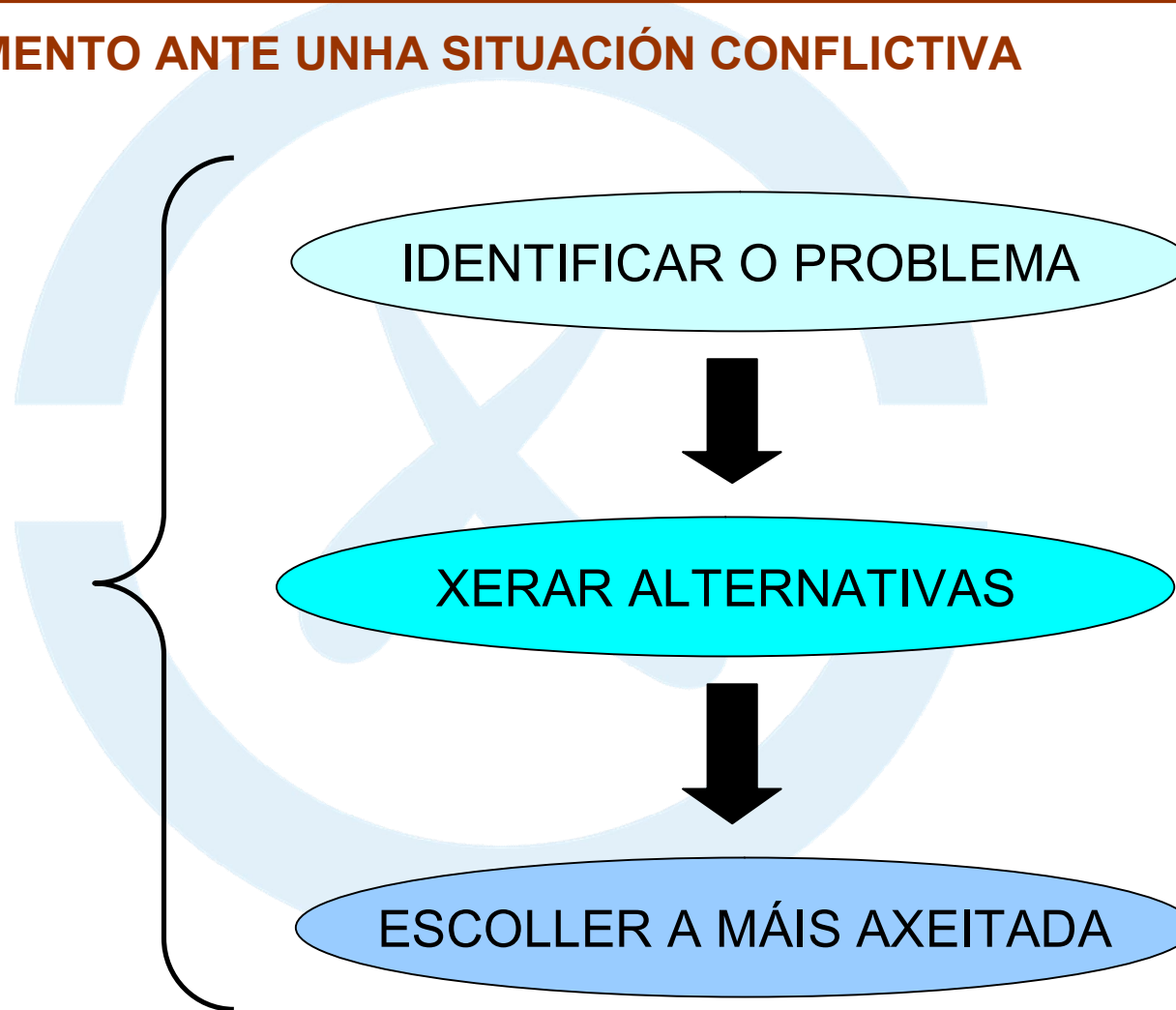
IDENTIFICAR O PROBLEMA



XERAR ALTERNATIVAS



ESCOLLER A MÁIS AXEITADA



7.4 Como responder ante situacións conflictivas

4. COMPORTAMENTO ANTE UNHA SITUACIÓN CONFLICTIVA

Ante unha situación conflictiva, as palabras e as frases deben ser o máis precisas posible, co obxectivo de minimizar as situacións de ambigüedade e facilitar a comunicación.

Certas frases poden ser malinterpretadas polo interlocutor con xuízos de valor negativos sobre el.

É de suma importancia elixir as palabras axeitadas que non bloqueen a situación ou alteren máis á outra persoa.

7.4 Como responder ante situaciones conflictivas

4. COMPORTAMIENTO ANTE UNHA SITUACIÓN CONFLICTIVA

FRASES INADECUADAS

- *Non me entedeu*
- *O que di é un disparate*
- *Podo demostrarlle que...*
- *Non sei se agora o podo atender*
- *O que me pide é imposible*
- *Quere vostede algo?*



7.4 Como responder ante situacións conflictivas

4. COMPORTAMENTO ANTE UNHA SITUACIÓN CONFLICTIVA



FRASES AXEITADAS

- Parece que non me entendeu ben
- Esto que di non é de todo correcto
- Se o analizamos podemos ver que...
- Atenderein o antes posible
- Compreo perfectamente pero tal vez non sexa de todo posible
- En que o podo axudar?



8. ANEXOS

8. Anexos

NORMATIVA

- ✓ Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de novembro, polo que se aproba o texto refundido da Lei Xeral para a Defensa dos Consumidores e Usuarios e outras leis complementarias.
- ✓ Lei 12/1984 de 28 de decembro Estatuto Galego do Consumidor (Na actualidade existe un Anteproxecto de lei).
- ✓ Decreto 347/1998 do 20 de novembro, polo que se modifica o Decreto 206/1994, do 16 de xuño, polo que se adapta a normativa vixente en materia de prestación de servizos nos talleres de reparación de vehículos e dos seus equipamentos e compoñentes.

REVISTAS- POR EXEMPLO:

- ✓ Compra maestra
- ✓ Consumer
- ✓ Consumerismo
- ✓ OCU Compra maestra



8. Anexos

PÁXINAS WEB:

- ✓ IGC.XUNTA.ES
- ✓ FACUA.ORG
- ✓ OCU.ORG
- ✓ DERECHOCONSUM.COM
- ✓ CONSUMER.ES
- ✓ INFOCONSUMO.ES
- ✓ CONSUMASEGURIDAD.COM
- ✓ MIQUEJA.COM

