

Capítulo 4

**Resolución de conflictos
y reclamaciones propios
de la venta**

Contenido

1. Introducción
2. Conflictos y reclamaciones en la venta
3. Gestión de quejas y reclamaciones
4. Resolución de reclamaciones
5. Resumen

1. Introducción

El gran reto que tiene hoy en día el *marketing* es conseguir que el cliente se sienta satisfecho y con sus necesidades cubiertas, pero debido tanto a la dinámica social y cultural que tiene la empresa actual como a la llegada de las nuevas tecnologías, esta está obligada a imprimir cambios en su filosofía y modo de hacer. Esto significa potenciar dentro de la compañía una “cultura cliente” para lo que precisa contar con un personal en actitud positiva, con un gran sentido de la responsabilidad y con formación suficiente para poder comunicar a los clientes todos los intangibles que lleva consigo la palabra servicio o producto. Esta actitud conlleva también una óptima resolución de conflictos y reclamaciones propias de la venta que veremos a continuación.

2. Conflictos y reclamaciones en la venta

Dentro de las relaciones de los consumidores y usuarios con los empresarios pueden producirse conflictos, lo que puede dar lugar a que se produzca una reclamación o una denuncia.

Un cliente insatisfecho o que ha visto defraudadas sus expectativas supone un coste en términos de imagen y confianza para la empresa. En estos casos se debe actuar con agilidad intentando recuperar en el menor plazo de tiempo posible nuestra pérdida de credibilidad.

Partiendo de lo anterior, debe resaltarse que cuando en el ámbito de consumo se está hablando de reclamación o denuncia, debe cumplirse una serie de presupuestos para que, en su caso, se pueda proceder a su tramitación.

Así, una reclamación o denuncia debe ser siempre de un consumidor o usuario frente a un empresario. En este sentido, desde el punto de vista de la protección de los consumidores, nunca serán admitidas aquellas





Consejo

Es importante recopilar toda la información relacionada con la queja para poderla aportar en los diferentes procedimientos que se pongan en marcha.

reclamaciones o denuncias en las que lo que se dilucide es una relación entre empresarios o entre consumidores.

Además de lo anterior, no es suficiente que las partes en conflicto tengan el carácter de empresario por un lado y de consumidor o usuario por otro, sino que el conflicto derive de una relación de consumo, esto es, que se produzca cuando un consumidor acude a un empresario para la obtención de un bien o servicio porque es el objeto de su empresa.

Partiendo de lo anterior es cuando por un consumidor o usuario se puede presentar una reclamación o denuncia frente a un empresario, lo que obliga a explicar la distinción entre reclamación y denuncia.

¿Qué es una denuncia?

El acto mediante el cual un consumidor o usuario pone en conocimiento de la Administración de Consumo un hecho que puede suponer una vulneración de las normas de protección al consumidor. Analizada la situación denunciada, la administración adoptará las medidas que considere oportunas para garantizar la transparencia del mercado.

¿Qué es una reclamación?

Cuando un consumidor entra en conflicto o desacuerdo con una empresa o un profesional que le ha vendido el producto o prestado el servicio, puede poner de manifiesto los hechos ante la



Nota

Una denuncia no persigue por tanto la defensa individual de los consumidores sino la defensa colectiva tendente a un equilibrio del mercado.

administración competente solicitando una solución al conflicto planteado y en su caso una compensación.

Estas son las diferentes vías mediante las que se puede reclamar ante un perjuicio o una vulneración de los derechos de los consumidores:

- **Reclamación verbal:** como su nombre indica, es la que se realiza de manera directa y a viva voz ante el prestador del servicio.
- **Reclamación escrita:** se trata de presentar una queja escrita al comerciante. Muy útil si no se dispone de tiempo o si el establecimiento se encuentra lejos de la residencia.
- **Libro de reclamaciones:** los establecimientos comerciales están obligados a disponer de hojas de reclamaciones que los clientes pueden pedir para hacer notar su malestar y queja ante una situación que consideren injusta. En estos documentos aparecen instrucciones de cómo rellenarlos y a quién presentarlas, normalmente el original habrá que entregarlo a las autoridades administrativas.
- **Servicios de consumo de nuestra comunidad autónoma:** trata de arreglar de forma amistosa y dialogada los conflictos.
- **Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC):** es un organismo municipal donde nos asesoran sobre los pasos a dar ante una reclamación.
- **Juntas arbitrales de consumo:** se trata de una posibilidad gratuita y rápida para llegar a acuerdos. No es un órgano judicial, por lo que no tiene competencia sobre las operaciones entre particulares y los casos en los que haya intoxicación, lesiones, muerte o indicios de delito, que deben dirigirse a los tribunales.
- **Los tribunales:** es la última opción, puede acarrear gastos jurídicos.



Consejo

Antes de emprender esta vía se debe plantear si compensa.



Aplicación práctica

Relacione las siguientes características con el tipo de reclamación que se trate:

- a. Organismo municipal asesor.
- b. Los establecimientos comerciales están obligados a disponer de ellos.
- c. Se realiza a viva voz.
- d. El original habrá que entregarlo a las autoridades administrativas.

SOLUCIÓN

- a.OMIC.
 - b. Libro de reclamaciones.
 - c. Reclamación verbal.
 - d. Libro de reclamaciones.
-

2.1. Tipología: quejas y reclamaciones

En materia de consumo, una reclamación es la manifestación escrita de una queja.

Por medio de la reclamación, un consumidor o usuario pone en conocimiento del comercio que le ha vendido el bien o prestado el servicio, un perjuicio causado por una mala práctica realizada por ésta y por la que se pretende su reparación o resarcimiento de el daño sufrido.



Como norma general, todos los sujetos responsables de la producción, comercialización, distribución y venta de bienes y productos o prestación de servicios deben contestar, por escrito razonado, a las quejas y reclamaciones de los consumidores y usuarios.

En caso de no llegar a buen término la reclamación, se puede formular una hoja de reclamación, que está dirigida a los servicios de consumo de la localidad, quienes abrirán un expediente informativo al comercio, que podrá terminar (o no) en un expediente sancionador.

2.2. Diferencias y consecuencias

Una queja es una expresión de insatisfacción hecha a una organización, con respecto a sus productos. UNE-ISO 1002:2004.

Una reclamación es igualmente una expresión de insatisfacción hecha a una organización con respecto a sus productos pero que **pide o pretende algún tipo de compensación.**

Para las organizaciones, las quejas son un problema puesto que manifiestan insatisfacción de los clientes, lo cual indica que el sistema de gestión de la calidad no ha alcanzado sus objetivos. En paralelo, las quejas son una oportunidad para las organizaciones puesto que ofrecen información sobre los elementos que la organización debe mejorar para aumentar la satisfacción de sus clientes. Por último, el adecuado tratamiento de las quejas y reclamaciones supone también un valor añadido para el cliente que le aporta el sistema de gestión de la calidad.





Sabía que...

Las quejas de los clientes son un indicador habitual de una baja satisfacción del cliente, pero la ausencia de las mismas no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

Los sistemas de gestión de la calidad normalmente incorporan sistemas o procesos específicos para el tratamiento de quejas y reclamaciones. Existe una norma específica, la UNE-ISO 10002:2004, que ofrece directrices para la implantación de un sistema de gestión de las quejas y reclamaciones.

2.3. Las quejas y reclamaciones desde el punto de vista del cliente

Es importante reclamar si se considera que cualquier producto o servicio tiene defectos, no es bueno o nos ha causado molestias o perjuicios.



Para ejercer este derecho existen varias vías:

- Reclamar directamente a la empresa proveedora del bien o servicio.
- Hojas de reclamaciones.
- Reclamar ante los organismos de protección del consumidor u organizaciones de consumidores.

- Sistema Arbitral de Consumo.
- Jurisdicción Civil Ordinaria.

El primer paso que se debe dar antes de proceder a reclamar ante las instituciones y organismos de protección del consumidor es transmitir nuestra queja por escrito a la persona o departamento encargado de la atención al cliente si lo hubiera, para que quede constancia de nuestra inconformidad, nuestro malestar o nuestra insatisfacción, o tratar de llegar a un acuerdo o satisfacción.

Es obligatorio que en los establecimientos proveedores de productos o servicios existan hojas de reclamaciones. Su tramitación es competencia de las comunidades autónomas, por lo que su funcionamiento puede variar de una a otra.

Si tras expresar nuestra queja no llegamos a un acuerdo o no quedamos conformes, podemos dirigirnos a los organismos de protección del consumidor u organizaciones de consumidores, como la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de la localidad, o la más próxima o a la Dirección General de Consumo de la comunidad autónoma.

La función de la OMIC, según el artículo 14. c de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, es la “recepción, registro y acuse de recibo de quejas y reclamaciones de los consumidores y usuarios, y su remisión a las entidades u organismos correspondientes”, pero generalmente en estos lugares también:

- Se proporciona asesoramiento sobre cómo efectuar la reclamación. Algunas de ellas otorgan un modelo de formulario que orienta sobre cómo efectuar la reclamación.
- Se facilita información sobre los derechos que asisten a los consumidores, las formas de ejercicio de estos y cualquier información relacionada con el consumo.
- Se media entre el consumidor y la empresa proveedora de bienes o servicios, allanando posiciones de forma que se logre el resultado más satisfactorio para ambas partes.
- En muchos casos estas instituciones remiten las quejas al Sistema Arbitral de Consumo.



Sabía que...

Con las quejas y reclamaciones se ayuda a las empresas a mejorar la calidad de los productos y de los servicios que consumimos, al mismo tiempo que hacemos valer nuestros derechos como consumidores.

El Sistema Arbitral de Consumo, regulado por el Real Decreto 636/1993 de 3 de mayo, permite a las dos partes en conflicto resolver sus diferencias sin gastos y sin necesidad de recurrir a los tribunales.

Es un sistema voluntario. Comercios y empresas se adhieren libremente a este sistema para quedar vinculados a las resoluciones de la Junta sin necesidad de tener que recurrir a la vía judicial ordinaria. Tras presentar el consumidor una solicitud del empresario puede aceptarla o rechazarla sólo en caso de no estar adherido al sistema arbitral. Caso de ser aceptada se constituye el consejo arbitral que oirá a las dos partes y en un plazo máximo de tres meses dictará resolución.

En caso de la no aceptación por parte de la empresa del Sistema Arbitral de Consumo, se puede efectuar una denuncia por el procedimiento jurídico ordinario.

3. Gestión de quejas y reclamaciones

Un factor clave para el éxito empresarial es dar al cliente la máxima importancia y mantener con él una relación que lo convenza de la calidad del servicio, especialmente cuando está de por medio alguna reclamación de su parte. Para entender su punto de vista, en los casos de conflicto de intereses o diferencias de apreciación, lo mejor es ponerse en su lugar y tratar de pensar como él.

3.1. Normativa de protección al consumidor

En el caso de que se decida interponer una reclamación ante las administraciones de consumo competentes y lograr que la pretensión se vea satisfecha, los consumidores deben dirigirse bien a la Oficina Municipal de Información al Consumidor (O.M.I.C.) de su localidad, o la Dirección General de Consumo de su comunidad autónoma. La actuación de estas Administraciones se inicia con una mediación con la empresa con la que el consumidor mantiene una controversia, con el fin de allanar posiciones de forma que se logre el resultado más satisfactorio para ambas partes.

En muchas de estas oficinas se puede encontrar un modelo de formulario, que orientará sobre cómo efectuar la reclamación, aunque bastará con que se exponga de forma clara lo que se pretende y se identifique, tanto a la empresa reclamada como al consumidor mismo, sin sujeción a ninguna formalidad.

Igualmente, por imperativo legal, los establecimientos deben tener a su disposición un modelo específico de hoja de reclamaciones. Este instrumento facilita a los consumidores y usuarios la posibilidad de formular sus reclamaciones en el propio establecimiento donde se producen los hechos, sin que esto sea obstáculo para presentar la reclamación ante las administraciones de consumo.

Con independencia de ello, a través de estos servicios de las administraciones de consumo, se puede recibir una información adecuada

Consejo



Un oportuno ejercicio de empatía le permitirá actuar adecuadamente en las situaciones menos deseables, como son las quejas y reclamaciones en las que un cliente puede llegar a mantener actitudes injustas.



sobre los derechos que le asisten y las posibilidades de ejercicio de estos y, en general, cualquier información relacionada con el ámbito de consumo.

En algunos casos, la reclamación que se formule servirá de punto de partida para el inicio de las actuaciones tendentes a determinar la existencia o inexistencia de supuestos de hecho sancionables administrativamente.

La normativa general sujeta a la protección al consumidor en España es la siguiente:

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.



Nota

El alumno podrá consultar esta normativa y las competentes a derecho autonómico en materia de consumo en la página del Instituto Nacional del Consumo.



<http://www.consumo-inc.es/>

A continuación, exponemos la normativa en materia de consumo en las CC.AA. y España.

I. Derecho estatal

1. Leyes

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores.
- Ley 44/2006, de 29 de diciembre, de mejora de la protección de los consumidores y usuarios.
- Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica (BOE de 20 de diciembre de 2003, núm. 304/2003).
- Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, para la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva 97/7/ce, en materia de contratos a distancia, y para la adaptación de la ley a diversas Directivas comunitarias.
- Ley 40/2002, de 14 de noviembre, reguladora del contrato de aparcamiento de vehículos.
- Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios.
- Ley 34/2002, de 11 julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Ley 42/1998, de 15 de diciembre, sobre derechos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico y normas tributarias.
- Ley 7/1998, de 13 abril, sobre condiciones generales de la contratación.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.
- Ley 7/1995, de 23 de marzo, de crédito al consumo.
- Ley 3/1991, de 10 enero, de competencia desleal.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad.
- Ley 28/1998, de 13 de julio, de venta a plazos de bienes muebles.

2. Reales Decretos

- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.
- Real Decreto 894/2005, de 22 de julio, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios.
- Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos.
- Real Decreto 1507/2000, de 1 de septiembre, por el que se actualiza los catálogos de productos y servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado y de bienes de naturaleza duradera, a efectos de lo dispuesto en los artículos 2.2, 11.2 y 11.5, de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y normas concordantes.
- Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre, por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales, en desarrollo del artículo 5.3 de la Ley 7/1998, de 13 de abril, de condiciones generales de la contratación.
- Real Decreto 1828/1999, de 3 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento del Registro de condiciones generales de la contratación.
- Real Decreto 825/1990, de 22 de junio, sobre el derecho de representación, consulta y participación de los consumidores y usuarios a través de sus asociaciones.
- Real Decreto 820/1990, de 22 de junio, por el que se prohíbe la comercialización y fabricación de los productos de apariencia engañosa que pongan en peligro la salud o seguridad de los consumidores.
- Real Decreto 515/1989, de 21 de abril, sobre protección de los consumidores en cuanto a la información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de viviendas.
- Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, por el que se aprueba el reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a su venta directa a los consumidores y usuarios.
- Real Decreto 1010/1985, de 5 de junio, de regulación del ejercicio de determinadas modalidades de venta fuera de establecimiento comercial permanente.

- Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria.

II. Derecho autonómico

Andalucía

Ley 13/2003, de 17 de diciembre, de defensa y protección de los consumidores y usuarios de Andalucía.

Aragón

Ley 16/2006, de 28 de diciembre, de protección y defensa de los consumidores y usuarios de Aragón.

Canarias

Ley 3/2003, de 12 de febrero, del Estatuto de los consumidores y usuarios de la Comunidad Autónoma de Canarias.

Cantabria

Ley 1/2006, de 7 de marzo, de defensa de los consumidores y usuarios.

Castilla-La Mancha

Ley 5/2006, de 14 de diciembre, del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

Ley 11/2005, de 15 de diciembre, del Estatuto del consumidor.

Castilla y León

Ley 11/1998, de 5 de diciembre, de defensa de los consumidores y usuarios de Castilla y León.

Cataluña

Ley 3/1993, de 5 de marzo, del Estatuto del consumidor de Cataluña.

Ley 1/1990, de 8 de enero, de disciplina del mercado y defensa de los consumidores y usuarios de Cataluña.

Comunidad Valenciana

Ley 2/1987, de 9 abril, del Estatuto de consumidores y usuarios de la Comunidad Valenciana.

Extremadura

Decreto 44/1995, de 18 de abril, por el que se aprueba el Estatuto de los consumidores y usuarios de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Galicia

Ley 12/1984, de 28 de diciembre, del Estatuto gallego del consumidor y usuario.

Islas Baleares

Ley 1/1998, de 10 de marzo, del Estatuto de los consumidores y usuarios de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.

Madrid

Ley 11/1998, de 9 de julio, de protección de los consumidores y usuarios de la Comunidad de Madrid.

Navarra

Ley 7/2006, de 20 de junio, de defensa de los consumidores y usuarios.

País Vasco

Ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las personas consumidoras y usuarias.

Principado de Asturias

Ley 11/2002, de 2 de diciembre, de los consumidores y usuarios, del Principado de Asturias.

Región de Murcia

Ley 4/1996, de 14 de junio, del Estatuto de los consumidores y usuarios de la Región de Murcia.

III. Reglamentos europeos

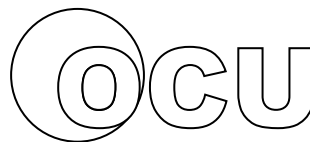
Reglamento (CE) N° 132/2008 de la comisión de 14 de febrero de 2008 por el que se establecen medidas respecto a las importaciones de productos de origen animal destinados al consumo personal.

3.2. Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores

La legislación vigente en España reconoce al consumidor una serie de derechos, cuyo cumplimiento vigilan las Administraciones Públicas. Los más destacables son el derecho a la correcta información sobre los bienes y servicios, a la presentación y tramitación de reclamaciones, a la protección de sus intereses económicos (como, por ejemplo, obtener un presupuesto previo) y a la reparación de daños y perjuicios (a través de un sistema arbitral y de los tribunales de justicia).

Concretamente, la protección del consumidor está a cargo de las OMIC (Oficina Municipal de Información al Consumidor) y las Direcciones de Consumo de las comunidades autónomas.

Del lado de los empresarios, estos también están protegidos en sus diferencias con los clientes en materia de consumo y trámite de las reclamaciones. Las Cámaras de Comercio, por medio de sus servicios jurídicos, prestan este apoyo a las empresas.



Nota



También protegen al consumidor otras asociaciones privadas sin ánimo de lucro, como la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) o la UCE (Unión de Consumidores de España).

Existen, además, asociaciones de comerciantes que representan y defienden sus intereses comunes, como CECOMA (Confederación de Empresarios de Comercio Minorista, Autónomos y Servicios de la Comunidad de Madrid). (www.cecoma.org)

Los clientes deben conocer en todo momento, durante su experiencia de compra, información textual sobre los procesos a seguir para realizar una devolución, las garantías que pueden conseguir o la facilidad con la que pueden acceder a un cambio de artículo. Todas estas circunstancias, unidas al menor número de pasos posible para la transacción y la consistencia de todo el proceso, harán que la experiencia en la compra mejore y la empresa pueda fidelizar a un cliente.

Con la promulgación de la Constitución de 1978, la protección de los consumidores y usuarios se convierte en un principio básico que obliga al Estado a asegurar a los ciudadanos sus derechos y libertades en este ámbito. Así, en su artículo 51 se ordena a los poderes públicos que:

- Garanticen la defensa de los consumidores y usuarios.
- Protejan su seguridad, salud e intereses económicos.
- Promuevan la información y la educación de consumidores y usuarios.
- Fomenten las organizaciones de consumidores y usuarios y las oigan en lo que pueda afectar a estos.

Los derechos básicos de los consumidores y usuarios son:

- a. La protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud o seguridad.
- b. La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales. En particular, frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.
- c. La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.
- d. La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.

- e. La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.
- f. La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

3.3. Documentación y pruebas

Podrá acompañar la reclamación con todas las pruebas o documentos que considere necesarios para una mejor valoración de los hechos y, en especial, la factura cuando se trate de una reclamación sobre el precio.



3.4. Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación

Las hojas de reclamaciones las podemos definir como aquel instrumento eficaz que pueden utilizar los consumidores y usuarios para defender y proteger sus intereses, para expresar a la administración con competencias en materia de consumo su disconformidad en los casos en que considere que un producto, bien o servicio adquirido de una empresa o comercio no reúne las características y exigencias por las que paga.

A través de ellas, el consumidor puede denunciar la existencia de una posible infracción o irregularidad en el producto o servicio recibido, o bien puede reclamar, a la empresa que preste el servicio, la restauración del servicio o del producto en las condiciones pactadas inicialmente, o la indemnización por el daño o perjuicio. La administración competente abrirá diligencias con el fin de comprobar las posibles infracciones denunciadas o dará trámite a las reclamaciones que se efectúen a través de unos sistemas de resolución de conflictos, como son el arbitraje o la mediación. La utilización de estas hojas no excluye que los consumidores y usuarios puedan formular su reclamación por cualquier otro medio previsto en la Ley.

Todos los sujetos responsables de la producción, comercialización, distribución y venta de bienes y productos o prestación de servicios en cualquier comunidad autónoma están obligados a tener a disposición de los consumidores y usuarios un libro de quejas y reclamaciones numerado y sellado.



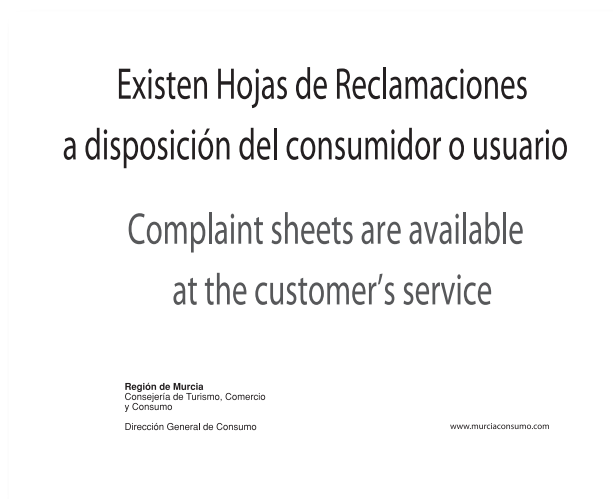
Sabía que...

Cada hoja recibe un tratamiento personalizado, en función de los intereses y circunstancias de las partes.

En caso contrario estarían incumpliendo la normativa en vigor. En cualquier momento, el consumidor o usuario puede solicitar el libro de reclamaciones al establecimiento para expresar por escrito su queja, estando el establecimiento obligado a facilitárselo.

La edición de estas hojas corresponde a las comunidades autónomas. Los ayuntamientos podrán editar hojas de reclamaciones para sus propios servicios. Las hojas de reclamaciones están integradas por un juego unitario de impresos autocopiativos compuestos por un folio original de color blanco (para la Administración) de la que el consumidor es responsable de su entrega, una segunda copia de color rosa (para el establecimiento o prestador del servicio)

y una tercera copia de color verde (para el consumidor o usuario). En todos los establecimientos ha de existir un cartel colocado en una zona visible en el que figure de forma legible la siguiente leyenda: “Existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor o usuario”.



Cuando el establecimiento no disponga de hojas de reclamaciones o se negase a facilitarlas, el consumidor o usuario podrá presentar la reclamación por el medio que considere más adecuado, haciendo constar en ella tales circunstancias.

En la hoja de reclamaciones hay que expresar:

- Los hechos reclamados de forma sencilla y clara, la razón que ha provocado la insatisfacción, y cuál es la solución que se desea obtener (cambio del producto, reparación o defecto, etc.).
- La fecha y la hora en la que sucedieron los hechos.
- Los datos personales y dirección del domicilio a efectos de recibir la contestación por escrito de la empresa.
- Los datos de la empresa o establecimiento; no se pueden negar a facilitárselos.

- Firmar la hoja.
- Exigir siempre la entrega de la factura debidamente desglosada de los servicios prestados.



Nota

La hoja se debe rellenar en el propio establecimiento, comprobando que se han rellenado correctamente todos los apartados anteriormente citados. Es importante entregar la copia rosa en el establecimiento y llevarse consigo las otras dos copias: la verde y la blanca.

El consumidor después de rellenar y entregar la hoja de reclamaciones en el establecimiento debe esperar 10 días a que le contesten por escrito a su reclamación. Estos diez días se entienden hábiles, es decir, se excluyen de su cómputo los domingos y los declarados festivos.

Después de que pasen los 10 días, si la empresa no contesta o si el consumidor no se considera satisfecho con la contestación, habrá de cursarla en las siguientes instituciones:

- En la Oficinas Municipales de Información al Consumidor de su municipio.
- En el servicio de consumo de su comunidad autónoma.
- En las asociaciones de consumidores si el reclamante fuese socio de algunas de ellas.

Para darle curso a la reclamación se ha de entregar el original en cualquiera de estas instituciones y conservar la copia verde en espera de que se notifique la resolución de la misma. El mejor medio para hacer llegar la hoja de reclamación es personarse en las oficinas pertinentes. De esta forma, podrán sellar la copia quedando constancia de que se ha entregado la reclamación. Si no se dispone de tiempo o se encuentra en una comunidad autónoma diferente de la que se produjeron los hechos, se puede utilizar el servicio de fax público que ofrece Correos (burofax) con el que queda constancia de forma fehaciente del

contenido. Se han de adjuntar a la hoja todos los documentos que puedan servir como prueba. Es preferible que se entregue una fotocopia y que se guarden los originales (justificantes de compras, presupuestos, contratos, publicidad, etc.) hasta el momento en el que los requiera el organismo competente.

La duración de la gestión de la hoja de quejas y reclamaciones depende principalmente de la voluntad de las partes para resolver el conflicto.



Recuerde

Todos los sujetos responsables de la producción, comercialización, distribución y venta de bienes y productos o prestación de servicios en cualquier comunidad autónoma están obligados a tener a disposición de los consumidores y usuarios un libro de quejas y reclamaciones numerado y sellado.

3.5. Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones

Las reclamaciones de los consumidores se resolverán por los órganos competentes de la administración, además de poder ser atendidas o resueltas mediante el sometimiento voluntario y vinculante de las partes al Sistema Arbitral de Consumo.

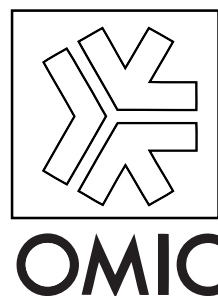
Una vez que es recibida la reclamación, y en función del contenido de la misma y de las pretensiones del reclamante, se le dará la tramitación que corresponda y, en su caso, se comunicará al denunciado para que pueda presentar las alegaciones que considere oportunas. Cuando en la hoja de reclamaciones se denuncien presuntas infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios, el órgano competente iniciará las acciones pertinentes para determinar, conocer y comprobar la veracidad de dichas infracciones y, en su caso, la apertura del oportuno procedimiento sancionador, sin perjuicio de las acciones civiles o penales que correspondan.

En el plazo de 15 días hábiles desde la recepción, la autoridad competente en materia de consumo acusará recibo al reclamante y dará traslado de la queja al establecimiento reclamado, otorgándole un plazo de 10 días hábiles para que alegue cuanto estime conveniente y aporte documentación si lo desea.

La renuncia del reclamante, la avenencia entre las partes, bien directamente, o bien a través de la mediación o el pronunciamiento de la Junta Arbitral de Consumo, implicarán el archivo de la reclamación siempre que no existan irregularidades que supongan infracción administrativa. Sin perjuicio de esto último, la administración podrá incoar de oficio expediente sancionador si apreciase algún hecho constitutivo de infracción.

3.6. OMIC: oficinas municipales de información al consumidor

Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), es un servicio gratuito de información y orientación para los consumidores y usuarios, que además intenta resolver los conflictos en materia de consumo a través de la mediación amistosa. Estas oficinas dependen del Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana.



El personal que forma parte de la OMIC tiene como misiones fundamentales las de:

- Informar a los consumidores sobre aquellos problemas que tengan en la compra de bienes o en las prestaciones de servicios.
- Tramitar las reclamaciones que se interponen por los consumidores.
- Colaborar con las tareas de formación y educación en materia de consumo.

Se entiende por consumidores y usuarios, las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden. Por tanto, no pueden utilizar los servicios de la OMIC quienes adquieren, almacenan, utilizan o consumen bienes o

servicios, con el fin de integrarlos en el proceso de producción transformación, comercialización o prestación a terceros.

Los temas atendidos por dicha oficina son prácticamente todos los relacionados con el consumo, éste es: bienes (automóviles, electrodomésticos, juguetes, ropa, etc.), suministros (agua, electricidad, gas, teléfono, etc.), servicios (tintorerías, reparaciones, seguros, agencias de viaje, transporte, bares, restaurantes, etc.), vivienda (contrato de alquiler, de compra, cooperativas, etc.).

4. Resolución de reclamaciones

La adquisición de un producto o servicio se debe realizar sólo cuando se haya un cerciorado de cuáles son las características de dicho producto o servicio y si se ajusta a nuestras necesidades. La calidad, el precio, la publicidad, etc. son elementos importantes a considerar antes de realizar cualquier transacción comercial.

Para ello es imprescindible que se disponga de toda la información necesaria antes de contratar ese producto o servicio. En este sentido, el propio producto lleva aparejado una información importante en su etiquetado, que vendrá dispuesto según las posibilidades de cada producto, en el propio producto o anejo a él en una etiqueta, envase o folleto. En la publicidad del mismo puede aparecer una información igualmente importante, que es recomendable conservar siempre.

A pesar de estas precauciones, se pueden ver lesionados nuestros derechos, por lo que se puede reclamar si lo que se pretende es algún tipo de satisfacción. Las vías para hacerlo son varias:

- Reclamaciones ante los organismos de protección del consumidor u organizaciones de consumidores.
- Sistema Arbitral de Consumo.
- Jurisdicción Civil Ordinaria.

4.1. Respuestas y usos habituales en el sector comercial

Las quejas, generalmente, son expresadas verbalmente por el cliente al mando intermedio o jefe del departamento afectado. Su finalidad es lograr un efecto inmediato sobre su pretensión, que corrientemente se concreta en:

- Una reparación inmediata a su derecho menoscabado.
- Una implementación o complementación en su caso.
- Una sustitución de un bien material.
- Un atributo del producto parcialmente defectuoso.
- Una rectificación de un servicio prestado incorrectamente.

Entendemos que el cauce más adecuado para una pronta normalización y satisfacción del cliente es delegar autoridad al mando intermedio o jefe del departamento afectado por la queja para que este gestione el conflicto en primera instancia. Esta forma de proceder se basa en la premisa relacionada con el lugar o departamento en que se han producido los hechos y por el conocimiento directo que el responsable del departamento afectado tiene de los hechos, dándose la circunstancia de que ocasionalmente o en la praxis diaria este conoce lo sucedido por ser testigo presencial de los hechos excitadores de la queja.

Las instrucciones generales de la dirección con relación al procedimiento para atender las quejas y reclamaciones deberán ser puestas en marcha por el empleado intentando dar satisfacción al cliente con rapidez y eficacia. No obstante, después de haber cumplido con la directriz anterior y en el supuesto de que el cliente persistiera en la exigencia de presentar la queja o una reclamación formal y, por tanto, expresar la voluntad de ejercer su derecho en usar el medio legal para formular su queja, que ahora pasará a denominarse **reclamación formal**, siguiendo el siguiente proceso:

1. El mando intermedio o el jefe del departamento afectado debería acompañar al cliente hasta el departamento de atención al cliente.
2. El mando intermedio o jefe del departamento expresará personalmente, frente al cliente y ante el responsable del departamento de atención al cliente, la queja formulada verbalmente.

3. El mando intermedio o jefe relatará un resumen de todo lo actuado en el departamento afectado por la queja o reclamación, así como la decidida voluntad del cliente de solicitar el cauce legal para sustanciar su reclamación.



Nota

Este último paso es del todo necesario, por cuanto en principio ningún mando intermedio o jefe de departamento estaría autorizado, salvo excepciones puntuales, a entregar las hojas de reclamaciones que a tal efecto estarán a disposición de los clientes de acuerdo con la normativa legal vigente, así como en las disposiciones específicas en dicha materia.

Posteriormente, en una segunda etapa, ratificándose el cliente en su demanda sobre las hojas de reclamaciones, es procedente que el jefe del departamento de atención al cliente intente, desde su posición organizativa y de representación de la dirección, informe al cliente de la actuación correspondiente y el resultado de los hechos a los efectos de reparar la insatisfacción causada.

En cuanto a la disposición de las hojas de reclamaciones, la dirección de la organización y el departamento de atención al cliente son los únicos que pueden y deben disponer de dichos formularios por diversas razones de orden práctico y operativo, pero entre todas ellas cabe destacar el aspecto legal. El responsable del departamento de atención al cliente intentará:

- Convencer con los hechos al cliente.
- Buscar la consecución de una sintonía del receptor, logrando así que piense de la misma forma que el emisor del mensaje.
- Persuadir, o más bien, conseguir que el cliente actúe de la misma forma que desea el emisor.

- En caso de no lograr persuadir al cliente se deberá poner en contacto con el director de la organización, para ponerle en conocimiento de la eventualidad junto con los antecedentes del caso debiendo esperar que el director señale tiempo y lugar para recibir personalmente al cliente y actuar en consecuencia, siendo en cualquier caso de obligado cumplimiento la entrega de las hojas de reclamación al cliente que las solicite.

Si bien es cierto que tradicionalmente se viene entendiendo como norma general que “El cliente siempre tiene la razón”, no es menos cierto que esta afirmación tiene su excepción porcentualmente desigual, atendiendo a variables externas a la organización.

La frecuencia en las quejas o reclamaciones formales, desde el punto de vista estadístico, es absolutamente desigual, comparando pequeñas empresas frente a grandes empresas, sin adentrarnos en la consideración de tipologías de clientes.

En la difícil e intensa tarea de conseguir “cero errores” como sinónimo de “calidad total”, se da el hecho real de clientes que intentan aprovechar las oportunidades que brinda la desigual normativa de aplicación sobre los derechos del consumidor, pretendiendo un determinado trato favorable y hasta una indemnización a causa de alegar una “supuesta” insatisfacción basada en un criterio subjetivo con relación a su expectativa como consumidor no satisfecho. En relación a esto, tenemos que afirmar que también en ocasiones el derecho subjetivo de un cliente y su expectativa no se centran en una realidad objetiva, equitativa y justa de lo esperado con relación a lo pagado y que, por tanto, la conclusión no puede ser mas rotunda: **“El cliente no siempre tiene la razón.”**



Importante

“El cliente NO SIEMPRE tiene la razón.”

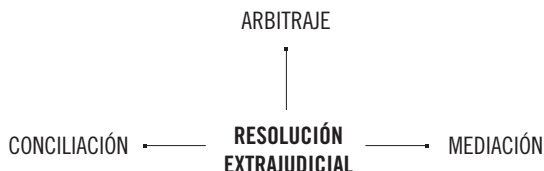
Si el cliente se reafirma en su voluntad de iniciar una reclamación mediante el uso de las hojas de reclamaciones al efecto, la persona que le atiende deberá estar en posesión, como mínimo, de unos conocimientos jurídicos, aunque limitados, en materia de reclamaciones formales, que le permita discernir y ponderar los derechos en conflicto, para establecer si los hechos acaecidos tienen ajuste en la legalidad vigente. Para empezar con un breve análisis de la legislación que le resulte de aplicación al caso en concreto aclarará las posiciones jurídicas de las partes, permitiendo adoptar decisiones eficaces en la búsqueda del camino que conduzca a la solución justa para la polémica planteada. No obstante, son múltiples las ocasiones en las que la visión del cliente de un determinado servicio motiva una reclamación, pero dicha subjetividad no siempre tiene amparo en la legalidad vigente, por lo que las habilidades sociales que se le suponen al empleado, la explicación jurídica así como la exhibición del texto legal para su lectura, podrían venir a facilitar la resolución del conflicto. Pero aun dándose esta situación, existirán clientes que ignorarán dichas argumentaciones, incluso jurídicas si cabe, para seguir adelante en el uso de las hojas de reclamación. De todos modos, si se nos presentara esta situación y acorde con lo preceptuado en materia de reclamaciones, se ofrecerá el pliego para que el cliente actúe en consecuencia.

Continuando con esta situación atípica, la persona responsable ante el cliente de la entrega de las hojas de reclamaciones deberá proceder a instruir un dossier relativo al caso, nutriéndolo de todas aquellas notas, documentos, descripciones de los hechos, medios de prueba y resto de documentación existente para completar el dossier.

4.2. Resolución extrajudicial de reclamaciones: ventajas y procedimiento

La resolución extrajudicial de reclamaciones son mecanismos alternativos a la justicia ordinaria que pretenden obtener una solución a un conflicto entre dos o más partes.

Los procedimientos principales de resolución extrajudicial son el arbitraje, la mediación y la conciliación.



El arbitraje es un mecanismo en el que un tercero neutral e imparcial, denominado árbitro, resuelve la controversia dictando un laudo (sentencia) que es de obligado cumplimiento.

Este mecanismo permite resolver los posibles conflictos entre consumidor y empresario asegurando:

- La igualdad de oportunidades a las partes para que inicien el procedimiento.
- El cumplimiento obligatorio, pues laudo equivale a una sentencia firme.
- Un procedimiento rápido, simple y económico.

Por lo que podemos tomar la resolución extrajudicial de reclamaciones como un procedimiento con grandes ventajas.



Aplicación práctica

Busque y analice un caso que se haya resuelto extrajudicialmente por parte de un colegio arbitral especificando el laudo.

Continúa en página siguiente >>

<< Viene de página anterior

SOLUCIÓN

La reclamante firmó un contrato con una academia para preparar oposiciones al ayuntamiento de su ciudad y pagó por el curso 1.635 euros. Eligió el centro porque el folleto informativo prometía avisar de la convocatoria de oposiciones con tiempo suficiente a través de mensajes al móvil. La usuaria reclamó la devolución del dinero alegando que la academia no le avisó de la publicación de tal convocatoria y que, por lo tanto, no pudo presentarse a ella.

Los responsables de la academia, que fueron citados por el colegio arbitral para que dieran su versión de los hechos, rechazaron la petición de la reclamante de recuperar el dinero de la matrícula argumentando que sí se avisó a la alumna con tiempo suficiente, si bien no pudieron aportar ninguna prueba de tal notificación durante el proceso arbitral.

El colegio arbitral estimó parcialmente las pretensiones del cliente y dictó un laudo por el cual la academia debía abonar la cantidad de 1.000 euros a la alumna en concepto de compensación, ya que el centro no pudo demostrar la emisión del aviso de la convocatoria.

La reclamación puede tramitarse de las siguientes maneras:

A través de una mediación

En este caso, el organismo de consumo tratará, por un lado, de que las partes (reclamante y reclamado) lleguen a una solución amistosa y, por otro, de esclarecer los hechos que motivan la reclamación.

La mediación podrá realizarse por escrito mediante el traslado de la reclamación al establecimiento reclamado, dándole un plazo para presentar alegaciones (plazo que suele ser de 15 días hábiles) así como, si propone solución alguna a las pretensiones del reclamante.

En ese plazo, el reclamado podrá alegar lo que estime oportuno en su defensa, así como aportar las pruebas que lo apoyen o proponer una solución al

problema. Si la mediación no diera resultado a lo planteado por el consumidor, la administración dará traslado al reclamante de las alegaciones presentadas por la empresa o profesional reclamado informándole de que, la mediación ha dado resultado negativo, pudiendo acudir a la vía judicial si a su derecho conviene.

La mediación también puede realizarse, cuando el organismo lo considere oportuno, mediante la personación de las partes convocadas al efecto, para tratar de llegar a un acuerdo mediante el acercamiento de posturas con la ayuda de un mediador neutral. En caso de que las partes lleguen a un acuerdo, este se reflejara en un acta que será firmada por ambas partes así como por el mediador que haya intervenido en el acto de la mediación.



Sabía que...

Abraham Lincoln dijo: “Desaconseje el pleito y promueva el compromiso con sus vecinos. Adviértales que el vencedor es a menudo el perdedor... por los gastos que supone y el tiempo perdido.”

A través de la conciliación

La conciliación es aquella acción mediante la cual dos posturas encontradas se ponen de acuerdo, y llegan a un arreglo beneficioso para todos.

La conciliación extrajudicial es un medio alternativo al proceso judicial, es decir, mediante esta las partes resuelven sus problemas sin tener que acudir a un juicio. Resulta un mecanismo flexible, donde el tercero que actúa o interviene puede ser cualquier persona y el acuerdo al que llegan las partes suele ser un acuerdo de tipo transaccional.

A través del arbitraje de consumo

Si el usuario lo solicita expresamente, se dará traslado del asunto a la Junta Arbitral de Consumo que resulte competente.

El arbitraje es un procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos en materia de consumo gratuito, voluntario. El laudo emite el presidente del tribunal arbitral tiene la misma eficacia que una sentencia judicial firme.

Para que se celebre el arbitraje es necesario que ambas partes decidan someterse a su decisión (es voluntario). La resolución emitida (laudo arbitral) es de obligado cumplimiento para las partes, pudiéndose solicitar su ejecución en vía judicial en caso de que no se cumpla. Eso sí, el laudo cierra la posibilidad de acudir a la vía judicial.

A través de una inspección de consumo

Si los hechos que motivan la reclamación son susceptibles de ser una infracción en materia de consumo, los servicios de consumo pueden iniciar la vía sancionadora de oficio.



Recuerde

Los procedimientos principales de resolución extrajudicial son el arbitraje, la mediación y la conciliación.

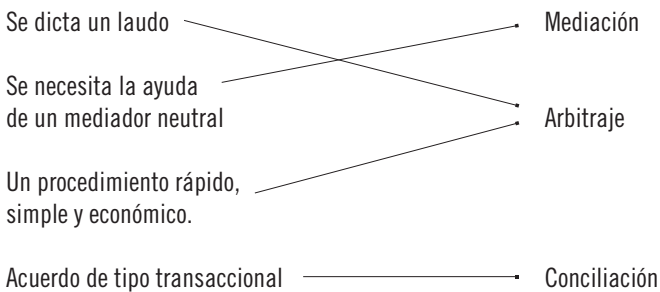


Aplicación práctica

Relacione los conceptos mediante flechas:

| | |
|--|--------------|
| Se dicta un laudo | Mediación |
| Se necesita la ayuda de un mediador neutral | Arbitraje |
| Un procedimiento rápido, simple y económico. | |
| Acuerdo de tipo transaccional | Conciliación |

SOLUCIÓN



4.3. Juntas arbitrales de consumo

La junta arbitral de consumo resuelve los desacuerdos de tipo económico o similares que se produzcan entre consumidores y empresarios, comercios o profesionales. Forma parte del sistema arbitral de consumo, que está presente en todas las comunidades autónomas de España mediante juntas arbitrales.

La junta arbitral de consumo ni sanciona ni multa a las empresas implicadas en la correspondiente reclamación. Tampoco puede conocer de sus

reclamaciones frente a otras empresas por adquisiciones de bienes o servicios realizadas en su ámbito profesional.

La junta arbitral de consumo no puede intervenir cuando el reclamante no sea un consumidor final, cuando concorra intoxicación, lesión o muerte o cuando existan indicios racionales de delito.

La junta arbitral de consumo sólo puede intervenir cuando la empresa está adherida al arbitraje de consumo o cuando expresamente y por escrito lo acepte para un caso concreto que se le proponga, sin perjuicio de la protección administrativa y judicial.

¿Qué reclamaciones pueden resolverse a través del sistema arbitral de consumo?

Todos los conflictos que afecten a los derechos legal o contractualmente reconocidos a los consumidores y usuarios, con independencia de su cuantía.

No obstante, no podrán ser objeto de arbitraje de consumo:

- Las cuestiones sobre las que exista resolución judicial firme y definitiva.
- Aquellas en que las partes no tengan poder de disposición.
- Tampoco será posible el arbitraje de consumo en las cuestiones en las que según la legislación vigente deba intervenir el Ministerio Fiscal.
- Cuando concorra intoxicación, lesión, muerte o existan indicios racionales de delito.
- La responsabilidad civil por daños y perjuicios directamente derivada de intoxicación, lesión, muerte o de hechos en los que existan indicios racionales de infracción penal.

Una vez que ambas partes en conflicto han aceptado resolver su conflicto ante la junta arbitral de consumo el arbitraje impide a los jueces y tribunales conocer del litigio o reclamación.

La junta arbitral de consumo ofrece un procedimiento ágil que se caracteriza por las siguientes notas:

- **Gratuidad**, que alcanza hasta el coste de las pruebas cuando son propuestas por la junta.
- **Rapidez**, porque se resuelve en un máximo de 4 meses.
- **Ejecutividad**, porque los laudos que se dictan son de obligado cumplimiento.
- **Voluntariedad**, porque sólo se puede utilizar si ambas partes lo solicitan.
- **Sencillez**, ya que el procedimiento se inicia mediante cumplimentación por el consumidor de una solicitud de arbitraje, impreso que se puede obtener en esta web, y presentar en la junta arbitral de consumo o en cualquier oficina del consumidor de la región.
- **Imparcialidad**, porque el litigio es resuelto por un tribunal, denominado colegio arbitral, que garantiza amparar sólo a quien acredite tener la razón.



Aplicación práctica

Busque y analice un caso dentro del ámbito de la telefonía móvil que se haya resuelto extrajudicialmente por parte de un colegio arbitral.

SOLUCIÓN

La consumidora acudió al tribunal arbitral pidiendo que su compañía de telefonía móvil le devolviese 350 euros cobrados por, supuestamente, haber empleado desde su terminal un servicio de acceso a internet. La clienta había contratado una modalidad de servicio que incluía limitar las llamadas de voz a un máximo de 90 euros mensuales. Al recibir una factura mucho más elevada y no pagarla, la compañía le cortó la línea telefónica.

La empresa acreditó ante el tribunal que el número de teléfono móvil de la abonada había sido empleado para realizar las conexiones a internet en cuestión y que el límite de 90 euros sólo se aplicaba a las llamadas de voz, tal y como figuraba en el texto del contrato.

El tribunal arbitral desestimó la reclamación, ya que quedó demostrado que en el momento de la compra el teléfono ya incorporaba el servicio de acceso a internet y que, si la consumidora no hubiera querido emplearlo, ella misma hubiera podido desactivarlo desde el mismo aparato.

Los agentes de este sistema son los usuarios y los empresarios o profesionales que comercializan bienes o servicios en el mercado.

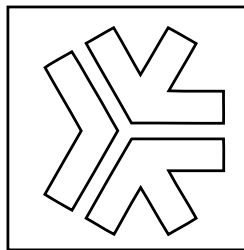
El procedimiento comienza siempre a instancia del consumidor o usuario que puede presentar directamente la solicitud de arbitraje o hacerlo a través de su asociación de consumidores y usuarios u otro representante.

Aún así, a lo largo del mismo, el empresario o profesional puede plantear las pretensiones que tenga frente al consumidor reclamante siempre que estén directamente relacionadas con la reclamación del consumidor al objeto de que sean igualmente resueltas mediante ese arbitraje.

Pero las reclamaciones entre particulares o aquellas en las que el reclamante ha adquirido el bien o contratado el servicio en su calidad de empresario o profesional no pueden ser resueltas a través del sistema arbitral de consumo.

Que una empresa ostente este distintivo en su establecimiento o en su publicidad, significa que es un proveedor que le asegura poder resolver los desacuerdos que puedan producirse con él a través del Arbitraje de Consumo.

Actualmente, más de 50.000 empresas adheridas al Arbitraje de Consumo disponen de este distintivo.



El distintivo oficial que pueda ostentar el industrial por su adhesión al sistema arbitral supone una etiqueta de calidad. Su exhibición en un lugar destacado mejora su imagen de seriedad y credibilidad. Esto redundará en una

mayor confianza en la calidad de sus servicios o productos de cara al consumidor, que le discriminará positivamente, con lo que mejorará su competitividad.



Nota

El distintivo oficial supone una garantía para el consumidor y usuario y la oferta de un servicio adicional rápido y eficaz de resolución de posibles conflictos.

Intervienen dos tipos de órganos: uno encargado de la administración del arbitraje, que son las juntas arbitrales, y otro, los órganos arbitrales, que son quienes conocen de la controversia concreta y emiten el laudo. Éstos son designados para cada caso concreto.

Pueden ser de ámbito municipal, de mancomunidad de municipios, provincial y autonómico. Además, existe una junta arbitral nacional.



Nota

Estas juntas están compuestas por un presidente y un secretario, cargos que recaen en personal al servicio de las administraciones públicas.

Actualmente existen:

- 1 junta arbitral nacional.
- 8 autonómicas.
- 10 provinciales.
- 2 de mancomunidad.
- 40 municipales.

Las juntas arbitrales tienen, entre otras funciones, las siguientes:

- Resolver sobre las ofertas públicas de adhesión.
- Conceder o retirar el distintivo de adhesión al sistema arbitral de consumo.
- Gestionar y mantener actualizados los datos de las empresas o profesionales incorporados al sistema arbitral de consumo a través de la junta arbitral de consumo.
- Ofrecer publicidad de las empresas o profesionales incorporados al sistema arbitral de consumo mediante ofertas públicas de adhesión, en particular en el respectivo ámbito territorial.
- Elaborar y llevar la actualización lista de árbitros acreditados ante la junta arbitral de consumo.
- Gestionar e impulsar los procedimientos arbitrales de consumo, asegurando, cuando proceda, el recurso a la mediación previa al conocimiento del conflicto por los órganos arbitrales.
- Gestionar el archivo arbitral, en el que se conservarán y custodiarán los expedientes arbitrales.
- Abastecer de medios y efectuar las actuaciones necesarias para el mejor ejercicio de las funciones de los órganos arbitrales y, en su caso, de los mediadores.
- Poner a disposición de los consumidores o usuarios y de las empresas o profesionales formularios de solicitud de arbitraje, contestación y aceptación, así como de ofertas públicas de adhesión al sistema arbitral de consumo.



Aplicación práctica

Busque y analice un caso dentro del ámbito de las agencias de viajes que se haya resuelto extrajudicialmente por parte de un colegio arbitral.

Continúa en página siguiente >>

<< Viene de página anterior

SOLUCIÓN

La reclamante compró un billete de avión por 314 euros a través de una agencia de viajes. Al llegar al aeropuerto, el vuelo ya había partido, puesto que la compañía había modificado el horario, una circunstancia que la agencia no le había notificado. Por ello, solicitó una indemnización de 1.000 euros.

La empresa explicó que el cliente consiguió finalmente volar porque el avión se estropeó y tuvo que volver al aeropuerto consiguiendo que la readmitieran en ese vuelo. No obstante, el avión salió diez horas después. Además, aseguró haber dejado un mensaje con el cambio en el contestador del cliente.

El tribunal arbitral consideró acreditado que la empresa reclamada no comunicó el cambio al cliente. Este finalmente pudo viajar por la concurrencia de una serie de casualidades, pero no en las condiciones inicialmente contratadas. Por ello, la empresa tuvo que abonar al reclamante 157 euros por los perjuicios.

Órganos arbitrales

Cuando ya hemos comprobado por la junta arbitral de consumo que la solicitud de arbitraje es admisible y que ambas partes aceptan que el conflicto se resuelva a través de este procedimiento, son los árbitros los que resolverán la reclamación siempre oyendo a ambas partes e intentando, en su caso, que estas lleguen a un acuerdo.

Los árbitros son personas que cuentan con formación adecuada para resolver los conflictos que se someten a su consideración y que actúan con independencia, imparcialidad y confidencialidad.

Atendiendo al acuerdo de las partes o, a falta de este, a la cuantía y complejidad de la reclamación, esta será resuelta por un árbitro único o por un órgano arbitral integrado por tres miembros, cada uno de los cuales ha sido

propuesto, respectivamente, por la administración pública, las organizaciones de consumidores y usuarios y las organizaciones empresariales.

5. Resumen

Una denuncia es el acto mediante el cual un consumidor o usuario pone en conocimiento de la administración de consumo un hecho que puede suponer una vulneración de las normas de protección al consumidor.

Una reclamación es cuando un consumidor entra en conflicto o desacuerdo con una empresa o un profesional que le ha vendido el producto o prestado el servicio, y pone de manifiesto los hechos ante la administración competente solicitando una solución al conflicto planteado y, en su caso, una compensación.

Un oportuno ejercicio de empatía le permitirá actuar adecuadamente en las situaciones menos deseables, como son las quejas y reclamaciones en las que un cliente puede llegar a mantener actitudes injustas.

La normativa general sujeta a la protección al consumidor en España es el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Las hojas de reclamaciones las podemos definir como aquel instrumento eficaz que pueden utilizar los consumidores y usuarios para defender y proteger sus intereses en materia de consumo.

Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), dependiente del Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana, es un servicio gratuito de información y orientación para los consumidores y usuarios, que además intenta resolver los conflictos en materia de consumo a través de la mediación amistosa.

La resolución extrajudicial de reclamaciones son mecanismos alternativos a la justicia ordinaria que pretenden obtener una solución a un conflicto entre dos o más partes.

Los procedimientos principales de resolución extrajudicial son el arbitraje, la mediación y la conciliación.

La junta arbitral de consumo resuelve los desacuerdos de tipo económico o similares que se produzcan entre consumidores y empresarios, comercios o profesionales. Forma parte del sistema arbitral de consumo, que está presente en todas las comunidades autónomas de España mediante juntas arbitrales.



Ejercicios de repaso y autoevaluación

1. Un cliente _____ supone un coste en términos de imagen y confianza para la empresa.
2. Por medio de la _____, un consumidor o usuario pone en conocimiento del comercio que le ha vendido el bien o prestado el servicio, un perjuicio causado por una mala práctica realizada por ésta y por la que se pretende su reparación o resarcimiento de un daño sufrido.
3. Con las _____ se ayuda a las empresas a mejorar la calidad de los productos y de los servicios que consumimos, al mismo tiempo que hacemos valer nuestros derechos como consumidores.
4. El _____, regulado por el Real Decreto 636/1993 de 3 de mayo, permite a las dos partes en conflicto resolver sus diferencias sin gastos y sin necesidad de recurrir a los tribunales.
5. Un oportuno ejercicio de _____ le permitirá actuar adecuadamente en las situaciones menos deseables, como son las quejas y reclamaciones en las que un cliente puede llegar a mantener actitudes injustas.
6. La legislación vigente en España no reconoce al consumidor una serie de derechos, cuyo cumplimiento vigilan las Administraciones Públicas.
 - Verdadero.
 - Falso.
7. Con la promulgación de la Constitución de 1978, la protección de los consumidores y usuarios se convierte en un principio básico que obliga al Estado asegurar a los ciudadanos sus derechos y libertades en este ámbito.
 - Verdadero.
 - Falso.

8. El consumidor después de rellenar y entregar la hoja de reclamaciones en el establecimiento debe de esperar 30 días a que le contesten por escrito a su reclamación.

- Verdadero.
- Falso.

9. Las reclamaciones de los consumidores se resolverán por los órganos competentes de la Administración, además de poder ser atendidas o resueltas mediante el sometimiento voluntario y vinculante de las partes al Sistema Arbitral de Consumo.

- Verdadero.
- Falso.

10. Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) es un servicio lucrativo de información y orientación para los consumidores y usuarios, que además intenta resolver los conflictos en materia de consumo a través de la mediación amistosa.

- Verdadero.
- Falso.

11. Las quejas de los clientes...

- a. ... son un indicador habitual de una baja satisfacción del cliente.
- b. ... son una expresión de insatisfacción hecha a una organización, con respecto a sus productos.
- c. ... si no se tienen, esto implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente.
- d. A y B son correctas.

12. La función de la OMIC es:

- a. Facilitar información sobre los derechos que asisten a los consumidores.
- b. La "recepción, registro y acuse de recibo de quejas y reclamaciones de los consumidores y usuarios".
- c. Proporcionar asesoramiento sobre cómo efectuar la reclamación.
- d. Todas son verdaderas.

13. Un factor clave para el éxito empresarial es dar al cliente ...

- a. ... la máxima importancia y mantener con él una relación que lo convenza de la calidad del servicio.
- b. La mínima importancia y no mantener con él ninguna relación.
- c. La importancia justa y mantener con él una relación cordial.
- d. B y C son correctas.

14. El Sistema Arbitral de Consumo tiene como funciones principales...

- a. ... tramitar las reclamaciones que se interponen por los consumidores.
- b. ... colaborar con las tareas de formación y educación en materia de consumo.
- c. ... informar a los consumidores sobre aquellos problemas que tengan en la compra de bienes o en las prestaciones de servicios.
- d. ... resolver controversias dictando un laudo (sentencia) que es de obligado cumplimiento.

15. La finalidad de las quejas es:

- a. Una implementación o complementación en su caso.
- b. Una rectificación de un servicio prestado incorrectamente.
- c. A y B son correctas.
- d. Informar a los consumidores sobre aquellos problemas que tengan en la compra de bienes o en las prestaciones de servicios.

