

# Paraninfo

## MF0245\_3 - Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo



**Editorial:** Paraninfo

**Autor:** GEMA CAMPIÑA DOMÍNGUEZ,  
MARÍA JESÚS FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ

**Clasificación:** Certificados Profesionales >  
Comercio y Marketing

**Tamaño:** 17 x 24 cm.

**Páginas:** 196

**ISBN 13:** 9788428359900

**ISBN 10:** 8428359903

**Precio sin IVA:** 380,00 MXN

**Precio con IVA:** 380,00 MXN

**Fecha publicación:** 11/05/2023

### Sinopsis

Los usuarios, clientes y consumidores necesitan un marco de protección jurídica en materia de consumo. Para ello se ha desarrollado una normativa y existen unas instituciones a las cuales dirigirse, según los procedimientos de actuación que exija cada caso.

A través de este libro veremos cómo analizar las consultas, quejas y reclamaciones en materia de consumo y también las diferentes vías de mediación en situaciones de conflicto. Por otra parte, estudiaremos las diferentes técnicas de comunicación a nivel individual y colectivo, así como diversos métodos de negociación en situaciones de quejas o reclamaciones. Por último, analizaremos los diversos sistemas de control de calidad y de mejora de los procesos de atención al cliente, de tal manera que se reduzcan tiempos y costes sin perjuicio en la calidad en la atención. Cada capítulo se complementa con una batería de actividades cuyas soluciones están disponibles en [www.paraninfo.es](http://www.paraninfo.es).

Los contenidos se corresponden fielmente con los del MF0245\_3 *Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo*, perteneciente al certificado COMT0110 *Atención al cliente, consumidor o usuario*, regulado por el RD 1522/2011, de 31 de octubre.

**María Jesús Fernández Hernández** y **Gema Campiña Domínguez** son profesoras de ciclos formativos.

### Índice

#### 1. Marco de protección del cliente, consumidor y usuario

- 1.1. Normativa en defensa del consumidor
  - 1.1.1. Derechos y deberes del consumidor
  - 1.1.2. Legislación estatal, autonómica y local
  - 1.1.3. Legislación comunitaria
- 1.2. Instituciones y organismos de protección al consumidor
  - 1.2.1. Tipología y funciones
  - 1.2.2. Organigrama funcional
- 1.3. Procedimientos de protección al consumidor
  - 1.3.1. Protección de datos y confidencialidad
  - 1.3.2. Transparencia de los procedimientos

## ACTIVIDADES

### **2. Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo**

- 2.1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente
  - 2.1.1. Naturaleza
  - 2.1.2. Efectos
- 2.2. Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor
- 2.3. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias
  - 2.3.1. Elementos formales que contextualizan la reclamación
  - 2.3.2. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación
  - 2.3.3. Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación
- 2.4. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores
- 2.5. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación
  - 2.5.1. Plazos de presentación
  - 2.5.2. Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes
  - 2.5.3. Gestión online
- 2.6. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones
  - 2.6.1. Fases del proceso de resolución
  - 2.6.2. Documentación que se genera
- 2.7. La actuación administrativa y los actos administrativos
  - 2.7.1. Concepto y elementos
  - 2.7.2. Clases
  - 2.7.3. Eficacia de los actos
  - 2.7.4. El silencio administrativo
  - 2.7.5. Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos

## ACTIVIDADES

### **3. Mediación y arbitraje en materia de consumo**

- 3.1. Concepto y características
  - 3.1.1. Árbitro
  - 3.1.2. Mediador
  - 3.1.3. Partes implicadas
  - 3.1.4. Materias susceptibles de mediación/arbitraje de consumo
- 3.2. La mediación
  - 3.2.1. Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación

- 3.2.2. Requisitos exigibles
- 3.2.3. Procedimientos seguidos
- 3.3. El arbitraje de consumo
  - 3.3.1. Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje
  - 3.3.2. Ordenamiento jurídico de arbitraje nacional e internacional
  - 3.3.3. Organigrama funcional
  - 3.3.4. Convenio arbitral: contenido, formalización y validez
  - 3.3.5. Institucionalización del arbitraje
  - 3.3.6. Juntas arbitrales
  - 3.3.7. Laudo arbitral
- 3.4. Procedimientos de arbitraje en consumo
  - 3.4.1. Principios generales
  - 3.4.2. Fases: inicio, prueba, medidas cautelares y terminación
  - 3.4.3. Ventajas e inconvenientes
- 3.5. Documentación en procesos de mediación y arbitraje
  - 3.5.1. Convocatoria
  - 3.5.2. Acta
  - 3.5.3. Resolución

#### ACTIVIDADES

### **4. Procesos de comunicación en los procedimientos de interposición de quejas y reclamaciones en consumo**

- 4.1. Conceptos
  - 4.1.1. Queja
  - 4.1.2. Reclamación
  - 4.1.3. Consultas
  - 4.1.4. Reclamaciones
  - 4.1.5. Denuncia de consumo
  - 4.1.6. Partes intervinientes
- 4.2. Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones
  - 4.2.1. Situación, percepción, motivación: clima
  - 4.2.2. Tratamiento
- 4.3. Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones
  - 4.3.1. Interpersonal
  - 4.3.2. Telefónica
  - 4.3.3. Escrita
  - 4.3.4. Telemática
- 4.4. Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo
  - 4.4.1. Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones
  - 4.4.2. Dialéctica de la argumentación
  - 4.4.3. Negociación y sus técnicas de comunicación

#### ACTIVIDADES

### **5. Negociación y resolución ante una queja o reclamación de consumidores y usuarios**

- 5.1. Objetivos en la negociación de una reclamación

5.2. Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones

5.3. Caracterización del proceso de negociación

5.3.1. Tipos de clientes/consumidores/usuarios

5.3.2. Factores influyentes

5.3.3. Departamento gestor

5.3.4. Trámites y documentación

5.4. Planes de negociación

5.4.1. Preparación

5.4.2. Desarrollo

5.4.3. Resolución

ACTIVIDADES

## **6. Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones**

6.1. Tratamiento de las anomalías

6.1.1. Principales incidencias/anomalías

6.1.2. Forma

6.1.3. Plazos

6.2. Procedimientos de control del servicio

6.2.1. Parámetros de control

6.2.2. Técnicas de control

6.3. Indicadores de calidad

6.4. Evaluación y control del servicio

6.4.1. Métodos de evaluación

6.4.2. Medidas correctoras

6.5. Análisis estadístico

ACTIVIDADES

Mundiprensa México S.A. de C.V.

Tel. 525524992649 Fax (+34) 91 445 62 18

ventas@paraninfo.mx [www.mundiprensa.mx](http://www.mundiprensa.mx)