



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## Curso Práctico: Atención de Quejas y Reclamaciones

---

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

En una sociedad consumista como la actual la atención a los clientes y usuarios de bienes y servicios es muy importante, por lo que saber realizar dicha función de forma correcta puede suponer grandes oportunidades. Hacer frente a situaciones de quejas, reclamaciones, o insatisfacciones con el producto obtenido es difícil, se han de tratar con cuidado, pues la imagen de la empresa depende de ello, por lo que la calidad del servicio ha de ser buena, de la calidad, rapidez y eficacia de la solución depende la confianza del cliente sobre el servicio que se le ofrece. En definitiva, con este curso se pretende conseguir la adquisición de esas capacidades necesarias en atención de quejas y reclamaciones, que desde una perspectiva laboral es necesaria, y útil en una perspectiva personal.

### CONTENIDOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y QUEJAS EN CONSUMO

1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente:
2. - Naturaleza
3. - Efectos

4. Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor
5. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias:
6. - Elementos formales que contextualizan la reclamación
7. - Documentos necesarios o pruebas en una reclamación
8. - Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación
9. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores
10. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación
11. - Plazos de presentación
12. - Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes
13. - Gestión on-line
14. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones
15. - Fases del proceso de resolución
16. - Documentación que se genera
17. La actuación administrativa y los actos administrativos:
18. - Concepto y elementos
19. - Clases
20. - Eficacia de los actos
21. - El silencio administrativo
22. - Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIACIÓN Y ARBITRAJE EN MATERIA DE CONSUMO

1. Conceptos y características:
2. - Árbitro
3. - Mediador
4. - Partes implicadas
5. - Materias susceptibles de mediación/arbitraje de consumo
6. La mediación
7. - Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación
8. - Requisitos exigibles
9. - Procedimientos seguidos
10. El arbitraje de consumo:

11. - Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje
12. - Ordenamiento jurídico de arbitraje nacional e internacional
13. - Organigrama funcional
14. - Convenio arbitral: contenido, formalización y validez
15. - Institucionalización del arbitraje
16. - Juntas arbitrales
17. - Laudo arbitral
18. Procedimientos de arbitraje en consumo:
19. - Principios generales
20. - Fases: inicio, prueba, medidas cautelares y terminación
21. - Ventajas e inconvenientes
22. Documentación en procesos de mediación y arbitraje:
23. - Convocatoria
24. - Acta
25. - Resolución

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN CONSUMO

1. Conceptos:
2. - Queja
3. - Reclamación
4. - Consulta
5. - Denuncia
6. - Partes intervinientes
7. Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones:
8. - Situación, percepción, motivación: clima
9. - Tratamiento
10. Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones:
11. - Interpersonal
12. - Telefónica
13. - Escrita
14. - Telemática
15. Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de

conflictos de consumo:

16. - Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones
17. - Dialéctica de la argumentación
18. - Negociación y sus técnicas de comunicación

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN ANTE UNA QUEJA O RECLAMACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

1. Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor)
2. Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones
3. Caracterización del proceso de negociación
4. - Tipos de clientes/consumidores/usuarios
5. - Factores influyentes
6. - Departamento gestor
7. - Trámites y documentación
8. Planes de negociación
9. - Preparación
10. - Desarrollo
11. - Resolución



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)