

Libro de Reclamaciones: ¿Sabe cuál es la diferencia entre reclamo y queja?

Miércoles, 26 de julio del 2017

Los clientes tienen el derecho de acceder al Libro de Reclamaciones en cualquier momento, así como las empresas tienen la obligación de tenerlo en físico y virtual. ¿Conoce realmente la utilidad de este recurso?

Antes de explicar la diferencia entre una queja y reclamo, el consumidor debe de saber porque existe el Libro de Reclamaciones. Este recurso fue elaborado para que un consumidor exponga su disconformidad con un producto o servicio.

El docente de la Universidad de Piura, Fernando Gallardo, define el reclamo como la relación del servicio o producto que la empresa te ha brindado. Se debe de recordar que tanto la queja como el reclamo nace de la inconformidad del consumidor.

Mientras en el caso de la queja, Gallardo señala que, no está precisamente relacionada a lo anteriormente mencionado, ya que generalmente las quejas surgen en el momento en que se adquiere ese servicio o producto, por ejemplo: el trato que recibe el cliente por parte de un empleado.

Plazos

En el caso de un reclamo, la empresa tiene 30 días calendarios para responder mediante una carta y/o correo electrónico al consumidor. ¿Qué ocurre si no lo hace? El consumidor debe de acudir inmediatamente a Indecopi.

“El Libro de reclamaciones es una obligación de toda empresa, es importante saber que este recurso debe estar al alcance de todos los consumidores en cualquier momento”, afirma el experto.

Mientras que la queja, la empresa no requiere responderla. Sin embargo, ocurren casos en los que por desconocimiento del consumidor una queja termina siendo un reclamo, es ahí donde la empresa está obligada a darle trámite a la misma como si fuera este último.

La fiscalización de este proceso se da por parte de Indecopi.

¿Son válidas las redes sociales?

Las redes sociales son un tema serio tanto para la empresa y para el cliente, porque las publicaciones tienen un efecto multiplicador. El consumidor tiene la libertad de informar a mucha gente acerca de su molestia.

“Para la empresa es importante tener una respuesta rápida y contar con protocolos para reaccionar adecuadamente la molestia. Además, es importante medir la cantidad de información que se brinda públicamente”, afirma el experto.

Recuerde que aún a pesar de tener un efecto en la empresa, las redes sociales no son el mecanismo formal para presentar un reclamo o queja ante INDECOPI.

EL DATO:

Sanciones. En caso de no dar respuesta a un reclamo, las faltas se sancionan en tres rangos: leves (hasta 50 UIT), graves (hasta 150 UIT) y muy graves (hasta 450 UIT).

Tamaños. Salvo las micro y pequeñas empresas, cuya máxima multa no puede ser mayor al 10% y 20% de los ingresos brutos del ejercicio anterior, respectivamente.

TAGS: Libro de reclamaciones, INDECOPI, reclamos