

FITXA TÈCNICA DE L'ENTREVISTA

Data:	22/12/09
Lloc:	*****
Descripció:	Empreses que hagin estat subjectes a més de 40 reclamacions a través de l' Agència Catalana de Consum durant els últims 12 mesos.
Nom entrevistador/a:	M.M
Hora d'inici:	11:00
Hora de finalització:	12:30
Durada:	1:30 APROX
Observacions:	- Es lliura la 'Guia de aplicación de la regulación de garantías del sector electro' de la COMUNIDAD DE MADRID - 2 entrevistats - Advocats - No es permet gravació en àudio, només prendre notes en paper. - Es demanda rebre informe de resultats. Tant si es dóna com si no, caldria fer una gestió d'informar-ne als entrevistats.

0. Introducció. Centrat. Consignes prèvies

DURADA APROX: 5 MIN.

1. ORGANITZACIÓ INTERNA

DURADA APROX: 5 MIN.

ORGANITZACIÓ I EQUIP

La unitat amb la que m'entrevisto 'Departament jurídic' (direcció i un assessor) informen que l'organització de l'empresa fa que aquest servei doni suport a dos grups *****.

La part visible actual del grup a Espanya és *****. L'organització d'aquesta empresa fa que cada centre de venda tingui el seu propi gerent que és petit accionista del negoci i és una societat en sí mateixa.

És el gerent de la botiga qui decideix què fa amb les seves reclamacions.

La mediació de qualsevol organisme passa pel centre més que pels 'serveis centrals'.

Però els expedients es gestionen de manera centralitzada i és aquest servei el que dóna assessorament jurídic.

A ***** la gestió de reclamacions i incidències les porta a la botiga el servei post-venda. A diferència d'altres empreses ***** separa atenció al client de servei post-venda.

Al servei post-venda hi treballen varies persones, i fan la mediació interna de la reclamació.

El contacte del client és amb la botiga en la gran majoria de casos.

Aquestes persones reben formació interna sobre procediments i criteris interns.

Són persones amb formació de grau mig, sense cap especialització en reclamacions o dret del consum, més enllà del que li ofereix l'empresa d'organització interna.

Es tracta de persones amb certa capacitat de mediació i nivell cultural apropiat però no es demana cap altra competència.

2. TIPUS D'EMPRESA

ASSOCIACIONS

L'empresa és membre de:

- Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED)
- AECOC

Que sàpiguen no tenen cap servei de suport o informació sobre mediació o arbitratge de consum.

Per tant no han rebut informació d'elles en aquest sentit.

No es coneix l'adhesiu Junta Arbitral de Consum

No està adherida a la Junta Arbitral de Consum

Motius:

- Experiència de relació amb aquesta institució que s'explica tot seguit.

3. PERCEPCIÓ DE LA ACC I JAC

No tenen clar si els consumidors tenen coneixement del sistema d'arbitratge i pensen que en tot cas ni molt menys és una variable clau per triar un establiment.

Sempre és un valor afegit però no una variable clau. Quan un consumidor tria un establiment no pensa en problemes.

Hi ha cadenes o marques que tenen bona reputació en aquesta vessant (vam parlar de El Corte Inglés) però tampoc és la gran variable clau per tots els consumidors.

En tot cas, es vol emfatitzar que es tracta d'una opinió més personal que de l'empresa.

Amb altres organismes com la JA de Barcelona o de Consells Comarcals no tenen experiència. Ni amb cap altre per tant no poden aportar cap experiència de contrast.

4. Anàlisi dels diferents procediments

NOTA MM: és del que es parla des del principi. Costa poder parlar d'altres temes previs. Es presenten dient que en plena campanya de Nadal no tenen temps per res més i van molt 'a saco' en les seves valoracions.

L'experiència amb arbitratge és que no existeix un filtre previ dels casos.

És cert que arriben casos ambigus, però arriben massa que amb un assessorament previ correcte no haguessin passat a aquest nivell de gestió.

En la seva opinió el sistema arbitral, fa 4 o 5 anys, tendia a donar la raó al consumidor sempre.

Es considera un servei parcial.

Dóna la sensació que tendeixen a pensa que qui pot que pagui, en aquest cas l'empresa, una mica el dèbil primer, però no és aquesta la funció de la mediació.

En canvi, en processos sancionadors sí hi ha més rigor i prefereixen aquest canal que l'arbitratge.

De fet opinen que a la Junta cada àrbitre té un criteri propi, i la llei no ha de ser així, en la majoria de casos, encara que reconeixen que n'hi ha d'ambigus.

No tenen clar si es pot recórrer fora de laude.

Es valora positivament la rapidesa, ho és més que un procés sancionador.

És un procés que busca més la satisfacció del consumidor i no tant l'aplicació de la llei.

Per vehicular una reclamació es pot fer per dos camins: l'arbitratge i el món judicial.

El món judicial és més neutre i els hi genera més confiança.

En la seva opinió es fa poca mediació, van directes a la junta per què no es fa mediació.

Però *****, (en principi els gerents tenen decisió, però jo percebo que hi ha directrius al respecte) no va a arbitratge. És a dir diu que no, per que les experiències anteriors li fan pensar que serà parcial i una pèrdua de temps.

En la seva opinió el consumidor arriba moltes vegades mal assessorat a l'arbitratge.

L'ACC té un equip ben format i preparat i que interpreta bé.

Són millors en aquest sentit que moltes associacions de consumidors i que altres agències que són més tendencioses.

Ara bé, sovint pensen que el consumidor mal assessorat arriba amb sobreexpectatives.

Consideren que una bona iniciativa és fer guies com la

- *Guia de aplicación de la regulación de garantías del sector electro' de la COMUNIDAD DE MADRID*

Que em faciliten de mostra. Són guies pràctiques per a la interpretació normativa. Diuen que Castilla-La Mancha, Castilla y León, País Basc o Aragó també en tenen.

Els textos estan consensuats amb Consum (INC).

Quan arriba una mediació de ACC, no hi ha hagut prèviament una anàlisi de la viabilitat del cas.

Molt sovint la reclamació que reben és igual que la que el consumidor ja els havia fet (copy paste) i un recull de documentació que el propi servei de ***** ja té.

Per tant, la mediació per ells és una duplicació del tràmit ja fet pel consumidor i que ells ja han validat i resolt.

Sovint, sembla que per ser ACC l'interpel·lador es pensi que la valoració de l'empresa serà diferent.

És un procés simple i l'empresa respon el mateix que li va dir al consumidor en el seu moment, per tant és repetitiu.

Àrbitre:

- Es considera que hi ha tendenciositat.
- Que es va a veure què es pot aconseguir de l'empresa.

Un cop l'empresa es nega a fer mediació no saben molt bé què passa ni als gerents els hi arriba informació.

Els hi agradaria que es hi arribés informació de les reclamacions que gestiona l'ACC i que no arriben a arbitratge ni mediació per tal de valorar que efectivament no arriba qualsevol cas, per què en aquests moments la seva impressió és aquesta.

La mediació hauria de prendre més partit i només passar a arbitratge les que fossin confuses, i no haver d'arribar a l'arbitratge.

Que es notés que el procés d'instrucció ha estat elaborat.

Per norma general com que arrel de les experiències prèvies, no hi ha la voluntat de participar en aquests processos no poden dir si hi ha hagut un canvi ni en quina dimensió.

A part de informació i mediació i opinió sobre l'arbitratge passat (no actual) no es poden distingir massa més parts.