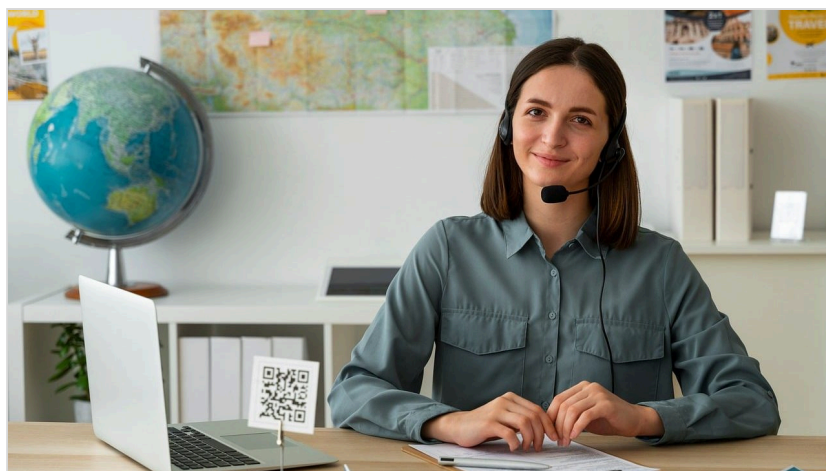


L U M B R E



Escuchar y registrar una reclamación

Materia: Atención y reclamaciones · Pinturas Especializadas

31/10/2026

Antes de empezar

Objeto de formación interna sobre cómo escuchar y registrar una reclamación en el mostrador: dejar terminar, reconocer la molestia sin admitir una culpa no demostrada, separar el hecho de la interpretación y capturar los siete campos del registro. Incluye la escalera de la conversación, la línea hecho/interpretación/juicio, una conversación difícil pasada a registro y la ficha de una pantalla. La política de reclamaciones de la empresa queda pendiente de validación.

QUÉ APRENDERÁS

- Escuchar una reclamación hasta el final sin interrumpir ni buscar culpables, reconocer la molestia sin admitir una culpa no demostrada, separar el hecho de la interpretación y construir un registro neutral y útil con los siete campos (quién, pedido, producto y referencia, hecho observado, momento y uso, expectativa y evidencia), escalando el caso a quien corresponde decidir.

Escuchar y registrar una reclamación

RECLAMACIONES Y FIDELIZACIÓN

Escuchar y registrar una reclamación

JUL-C11-O01

Academia Juliá · formación interna

Una reclamación es, antes que un problema de producto, una conversación. Portada de identidad de la Academia de Pinturas Especializadas (formación interna).

Llega un cliente con un bote en la mano, sube el tono y suelta: «me habéis dado el color equivocado a propósito, esto es un desastre». Tienes dos maneras de perder este caso. La primera es **interrumpirle para defenderte**: en cuanto oye que «no es culpa nuestra», la conversación deja de tratar un problema y pasa a tratar una culpa, y eso ya no se arregla con el color. La segunda es **escucharle bien y no dejar constancia**: se va más calmado, pero sin un registro útil la próxima persona que atienda no sabrá qué pedir, a quién consultar ni qué conservar, y la reclamación se pierde igual.

Una reclamación **mal escuchada se convierte en conflicto; mal registrada se pierde**. Este objeto enseña las dos cosas que sí están en tu mano: **cómo escuchar** (dejar terminar, reconocer la molestia sin admitir una culpa que no está demostrada) y **cómo registrar** (capturar los siete campos y redactar un texto neutral, que ni minimiza al cliente ni sentencia el producto). Lo que decide la solución —reposición, abono, garantía— **no lo decide quien escucha**: lo registra y lo escala.

Todos los nombres, teléfonos, productos y frases de los ejemplos son **ficticios y están anonimizados**; no son datos reales de clientes ni referencias del surtido de la casa.

Reconocer la molestia no es confesar una culpa.

— Regla de este objeto. «Entiendo el problema» calma; «la culpa es nuestra» compromete a la casa antes de que nadie haya comprobado nada.

Dependencia interna pendiente

Este objeto enseña controles generales y verificables de la escucha y del registro. La **política de reclamaciones de la empresa** debe confirmar la casa (ver §5.3 del plan): **quién gestiona las reclamaciones y con qué plazo** de respuesta, **qué se puede ofrecer en el mostrador y qué no** (reposición, abono, garantía, reembolso), y **cómo y dónde se conserva la evidencia** (envase, resto, foto, lote, albarán). Hasta esa validación nada de eso se afirma como norma: no se fijan plazos, fórmulas de compensación, garantes ni canales oficiales, y no se promete ni se niega una indemnización o un reembolso. El OA se entrega como borrador condicionado: enseña la secuencia y marca el paso pendiente.

1 · Por qué se gana o se pierde al escucharla

Una reclamación no empieza cuando el cliente alza la voz: empieza cuando algo que él daba por hecho no ha ocurrido. En ese momento hay tres capas mezcladas: el **problema real** (qué ha pasado con el producto o el pedido), la **emoción** (la molestia, la prisa, la sensación de haber perdido dinero o tiempo) y la **sospecha** (a quién cree que corresponde la culpa). Tu trabajo en el mostrador no es resolver las tres: es **desenredarlas**. Si respondes a la emoción con más emoción, sube el conflicto. Si respondes a la sospecha negándola, el cliente la repite más fuerte. Lo que sí puedes hacer es atender el problema con un registro limpio.

Un buen registro es útil por tres razones:

- **CONSERVA EL CASO:** sin registro, la reclamación solo existe mientras el cliente está delante; con registro, existe al día siguiente para quien deba decidir.
- **PROTEGE A LA CASA Y AL CLIENTE:** describe hechos comprobables, no versiones; permite investigar sin reconstruir de memoria.
- **PERMITE DECIDIR BIEN:** quien gestiona la reclamación necesita saber qué se pidió, qué se entregó, qué se observa y qué evidencia hay.

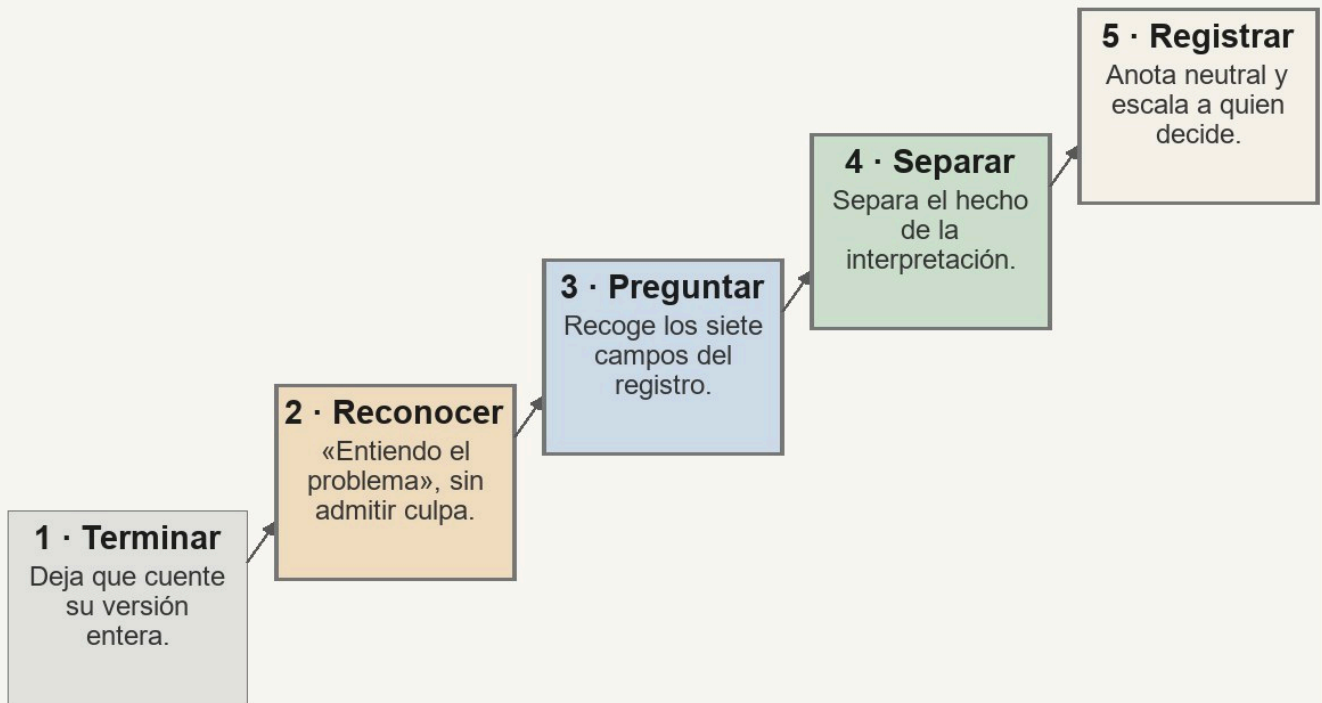
Escuchar no es ceder

Dejar terminar, mirar el envase y anotar los datos no significa dar la razón al cliente en lo que imputa. Significa exactamente lo contrario: tratar el asunto con la seriedad de quien recoge hechos en vez de discutir acusaciones. La calma es método, no rendición.

2 · La escalera de la conversación difícil

Hay un orden que baja el tono y sube la calidad del dato. No es un guion para repetir: es la secuencia de cinco peldaños que separa una discusión de un registro. La figura lo resume.

La escalera de la conversación difícil



Cada peldaño sube: de la emoción a los datos. Bajar el tono no es darle la razón al cliente en lo que imputa, es que la conversación deje de ir de culpas y vaya de hechos. El último peldaño decide el destino del caso, no la solución. Diagrama original. Quién gestiona la reclamación y con qué plazo es competencia interna pendiente de validación (plan §5.3).

La escalera de la conversación difícil. Cada peldaño mueve la conversación de la emoción a los datos. El último peldaño decide el destino del caso, no la solución: quién gestiona la reclamación y con qué plazo es una dependencia interna pendiente de validación (plan §5.3).

1. DEJAR TERMINAR: que el cliente cuente su versión entera sin interrumpirle. Cortar un malentendido a tiempo está bien; cortar el desahogo, no.
2. RECONOCER LA MOLESTIA: «entiendo el problema», «vamos a mirarlo». Se valida la molestia, no la acusación.
3. PEDIR LOS DATOS: los siete campos del registro, uno a uno y con calma, mirando el producto y el documento si los trae.
4. SEPARAR HECHO E INTERPRETACIÓN: qué ha pasado de verdad frente a qué cree el cliente que ha pasado.
5. REGISTRAR Y ESCALAR: redactar neutral, conservar la evidencia y pasar el caso a quien debe decidir.

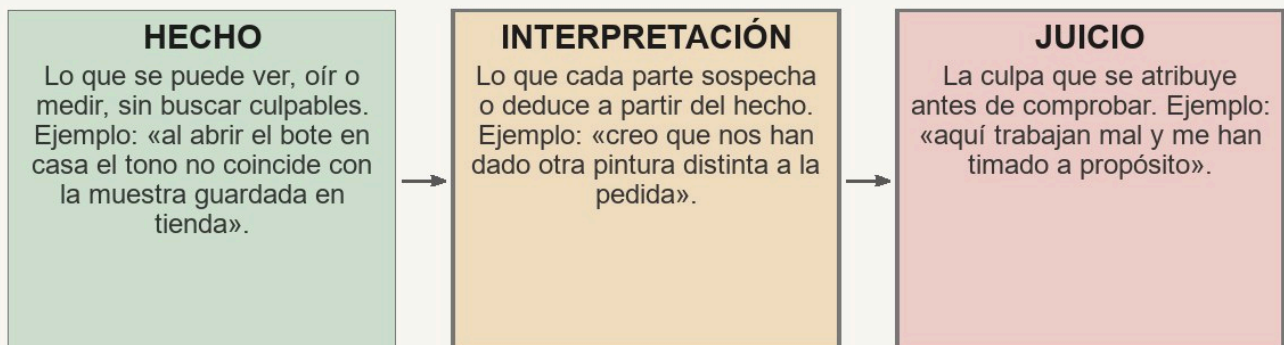
El silencio de los primeros diez segundos

Cuando alguien llega enfadado, casi siempre necesita terminar de decirlo una vez. No respondas a la primera frase: escucha la versión completa, deja un silencio breve y entonces empieza a preguntar. Ese silencio vale más que cualquier frase de cortesía y evita que corrijas un dato que el cliente aún no había dicho.

3 · Separar hecho, interpretación y juicio

La frase «me habéis dado el color equivocado a propósito» contiene tres cosas distintas. **Un hecho** (el tono del bote no coincide con lo que el cliente esperaba). **Una interpretación** (deduce que se lo dieron equivocado). **Un juicio** (afirma que fue a propósito, es decir, atribuye una intención). Si tratas las tres capas como si fueran un hecho, o discutes el juicio o confirmas la interpretación. El registro correcto solo admite la primera capa, descrita y sin culpables. La figura siguiente marca la línea.

Hecho, interpretación y juicio: no los mezcles



La flecha no es neutral: del hecho a la interpretación hay una suposición, y de la interpretación al juicio hay una culpa. El registro solo admite la primera columna.

Qué va al registro

Al registro solo se escribe el HECHO, descrito y sin culpables. La interpretación del cliente se anota etiquetada como «lo que él entiende», nunca como verdad. El juicio NO se escribe: ni se admite una culpa no demostrada ni se niega la del cliente. Se describe, se separa y se escala: decidir la solución no le corresponde a quien escucha.

Diagrama original. Tres frases de ejemplo ficticias; ningún dato ni nombre real de cliente (plan §7).

La línea hecho / interpretación / juicio. Del hecho a la interpretación hay una suposición; de la interpretación al juicio hay una culpa. Al registro solo se escribe el hecho; la interpretación se anota etiquetada como lo que el cliente entiende; el juicio no se escribe: se describe y se escala.

La misma reclamación en tres capas (ejemplo ficticio)

Situación (ficticia)	Hecho que se registra	Interpretación del cliente	Juicio que NO se escribe
Bote de esmalte con otro tono	«El tono del bote no coincide con la muestra guardada en tienda»	«Cree que le prepararon otra pintura»	«Le timaron a propósito»
Pared con diferencia de color	«Aplicó dos manos sobre imprimación; se observa diferencia con la carta»	«Sospecha que el lote venía mal»	«Aquí trabajan fatal»
Pedido incompleto	«El albarán declara 10 cajas; se reciben 9»	«Piensa que se lo guardaron»	«Me lo hacen siempre»

El registro no tiene culpables

Escribe «se observa diferencia de tono entre el bote y la muestra», no «el color está mal» ni «nos equivocamos». La primera frase describe algo que cualquiera puede comprobar después; las otras dos ya han decidido quién tenía la culpa antes de que nadie investigue. Evitar atribuir culpas prematuramente no es un eufemismo: es lo que mantiene el registro útil para quien decide.

4 · Los siete campos del registro

Un registro útil responde a siete preguntas. No es burocracia: son los campos que necesita la persona que va a investigar o decidir el caso, y que tú quizá no seas. Si falta uno, la reclamación se reconstruye de memoria o se pierde. La figura los ordena alrededor del caso.

Los siete campos de un registro de reclamación

1 · Quién

Quién reclama y cómo localizarlo dentro: nombre y contacto tratados como dato interno.

2 · Pedido

Qué pedido, presupuesto o albarán originó la compra. Sin ese vínculo no hay caso.

3 · Referencia

Familia, referencia exacta y formato del producto. Nunca un parecido ni «el de siempre».

4 · Hecho

Qué se ve, se oye o se mide, descrito con calma y sin adjetivos que busquen culpables.

5 · Momento y uso

Cuándo y cómo se aplicó, sobre qué soporte y en qué condiciones: no es lo mismo un interior que una fachada.

6 · Expectativa

Qué espera el cliente: una explicación, la reposición, la devolución o la reparación. Se anota, no se concede ni se niega.

7 · Evidencia

Qué conserva la tienda: envase, resto, foto del tono, albarán o lote. Sin evidencia el registro es una versión.

Regla

Los siete campos DESCRIBEN el caso. El registro no decide culpables ni promete solución: los guarda y los escala a quien corresponde.

Diagrama original. Ejemplos ficticios, sin nombre, teléfono ni domicilio reales (plan §5.3 y §7).

Los siete campos que convierten una queja en un caso gestionable: quién, pedido, producto y referencia, hecho observado, momento y uso, expectativa del cliente y evidencia disponible. Los ejemplos del diagrama son ficticios y anonimizados.

Qué pregunta cierra cada campo y qué NO debe entrar en él

Campo	Pregunta que lo cierra	Qué NO debe entrar
Quién	¿Cómo se llama y cómo le localizamos dentro?	Difundir su teléfono o domicilio fuera del registro
Pedido	¿Qué pedido, presupuesto o albarán originó la compra?	Asumir un vínculo sin comprobar el documento
Producto y referencia	¿Qué referencia exacta y qué formato?	Guiarse por el color del envase o por un parecido
Hecho observado	¿Qué se ve, se oye o se mide?	Adjetivos que busquen culpables
Momento y uso	¿Cuándo y sobre qué soporte se aplicó?	Interpretar la causa antes de recoger las condiciones
Expectativa	¿Qué espera: explicar, reponer, devolver o reparar?	Concederla o negarla en el mostrador
Evidencia	¿Qué conserva la tienda: envase, resto, foto, lote?	Descartar el envase antes de cerrar el caso

Datos del registro: internos y anonimizados

El nombre, el teléfono, el domicilio o la dirección de obra del cliente son **información interna**: se anotan solo en el registro de la casa, con el mínimo necesario, y se **anonimizan de forma irreversible** cuando el caso se usa como ejemplo («CLIENTE A», «t. 6XX XXX XXX»). No se comparten con otros clientes ni salen del canal interno. Y un límite que no se cruza: **no se promete una indemnización, un reembolso o una compensación, pero tampoco se niega**. Eso no lo decide quien escucha: se registra la expectativa y se escala por el cauce que fije la casa (pendiente de validación, plan §5.3).

5 · Redactar neutral: ni minimiza ni sentencia

Redactar neutral es un punto medio que cuesta. En un extremo está el **registro que minimiza** («el cliente está pesado, quiere una devolución fácil»): descalifica a la persona y borra el problema, así que nadie lo investiga. En el otro está el **registro que sentencia** («producto defectuoso, es culpa nuestra»): atribuye una culpa que no está demostrada y compromete a la casa sin base. En el medio está el registro que sirve: **describe lo observable, recoge la expectativa del cliente con sus palabras y no nombra a ningún culpable**.

Tres pruebas rápidas para saber si tu registro es neutral: ¿podría otra persona leerlo y **no saber de qué lado estás**? ¿cada afirmación se puede **comprobar** con el envase, el albarán o la muestra? ¿la expectativa del cliente aparece como **lo que él pide**, no como lo que la casa concede? Si las tres son sí, el registro es útil. Abajo tienes una conversación difícil resuelta y pasada a registro.

ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

1. Ejemplo 1: una conversación difícil, paso a paso (todo ficticio)



ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

2. Ejemplo 2: pasar la conversación al registro de siete campos (ficticio y anonimizado)



Errores frecuentes y sus consecuencias

- **INTERRUMPIR PARA DEFENDERTE:** el cliente no ha terminado y ya estás negando. Consecuencia: la queja se convierte en conflicto. Prevención: deja terminar y reconoce la molestia.
- **ADMITIR UNA CULPA NO DEMOSTRADA** («es nuestra culpa, perdonad»): cierra la conversación hoy y abre un problema mañana. Prevención: «entiendo el problema, lo registramos y lo revisamos».
- **REGISTRAR EL JUICIO DEL CLIENTE COMO HECHO:** escribir «producto defectuoso» o «nos timaron». Prevención: describe lo observable y anota la interpretación como interpretación.
- **MINIMIZAR** («el cliente está pesado»): borra el problema del papel y del radar. Prevención: el registro se escribe para quien decide, no para desahogarte.
- **QUEDARSE SIN CAMPOS:** anotar «reclamación por el color» sin pedido, referencia, uso ni evidencia. Prevención: pasa los siete campos antes de que el cliente se vaya.
- **PROMETER O NEGAR LA COMPENSACIÓN:** ofrecer un reembolso o cortarlo en seco. Prevención: registra la expectativa y escala; eso no se decide en el mostrador.
- **PERDER LA EVIDENCIA:** tirar el envase o no hacer la foto. Prevención: conserva envase, resto, muestra, albarán y lote.

Pon a prueba tu registro

3. Ordena los cinco peldaños de la escalera para atender una reclamación difícil.

Redactar el registro neutral, conservar la evidencia y escalar a quien decide

Dejar que el cliente termine su versión sin interrumpirle

Preguntar los siete campos del registro, con calma

Reconocer la molestia sin admitir una culpa que no está demostrada

Separar el hecho de la interpretación y del juicio

4. Une cada campo del registro con la pregunta que lo cierra.

4.	Quién	-----
4.	Pedido	-----
4.	Producto y referencia	-----
4.	Hecho observado	-----
4.	Momento y uso	-----
4.	Expectativa	-----
4.	Evidencia	-----

Opciones: ¿Cómo se llama y cómo le localizamos dentro, sin difundir su contacto? · ¿Qué pedido, presupuesto o albarán originó la compra? · ¿Qué referencia exacta y qué formato, no un parecido? · ¿Qué se ve, se oye o se mide, sin culpables? · ¿Cuándo y sobre qué soporte se aplicó? · ¿Qué espera: explicar, reponer, devolver o reparar? · ¿Qué conserva la tienda: envase, resto, foto, albarán o lote?

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

5. Marca las frases que son HECHOS observables y verificables (no interpretaciones ni juicios). Todas son ficticias.



6. Completa la ficha de registro con estas siete palabras, una por cada hueco: **quién · pedido · referencia · hecho · momento · expectativa · evidencia.**

Todo registro útil de una reclamación captura siete campos. Primero, _____ reclama y cómo localizarlo dentro de la tienda, tratando su contacto como dato interno. Segundo, el _____ o presupuesto que originó la compra, porque sin ese vínculo no hay caso. Tercero, el producto con su _____ exacta y su formato, nunca un parecido ni «el de siempre». Cuarto, el _____ observado: lo que se ve, se oye o se mide, descrito sin adjetivos que busquen culpables. Quinto, el _____ y el uso: cuándo se aplicó y sobre qué soporte. Sexto, qué _____ tenía el cliente, que se anota tal cual sin concederla ni negarla. Y séptimo, la _____ disponible: envase, resto, foto, albarán o lote.

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

7. Un compañero redacta este registro de reclamación. Marca las líneas que incumplen el criterio de un registro neutral (todas son ficticias).



8. Clasifica cada frase según a qué capa pertenece y si puede ir al registro.

Elementos:

- El tono del bote no coincide con la muestra guardada
- El cliente conserva el envase y el resto del producto
- Retiró dos envases de esmalte el jueves, consta en el albarán
- El cliente cree que le dimos una pintura distinta
- El cliente sospecha que el color se preparó mal
- «Aquí trabajan fatal y me han timado a propósito»
- «Es un desastre, me lo hacen siempre»

Hecho registrable	. . .
Interpretación del cliente	. . .
Juicio que no va al registro	. . .

9. Un cliente llega enfadado con un bote y dice que el color está mal y que fue a propósito. ¿Qué haces primero?

- ☐ Le respondes enseguida que el color es correcto y que el problema es de su aplicación
- ☐ Le dejas terminar, reconoces la molestia sin admitir una culpa no demostrada y empiezas a recoger los hechos para el registro
- ☐ Le prometes un cambio inmediato para que se calme
- ☐ Le dices que no es tu asunto y que espere a que llegue otra persona

10. En el registro conviene escribir «el cliente tiene razón, es culpa nuestra» para cerrar antes el conflicto.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

11. Memoria: campo del registro y su control

Empareja cada campo del
registro con el control que lo
hace útil.



ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE
EN LUMBRE

12. Tarjetas rápidas de reclamaciones



13. Redacta, en cuatro o cinco líneas, el registro NEUTRAL de esta reclamación ficticia: «CLIENTE A» (ficticio) dice que la pintura que compró ayer «no vale, mancha y no cubre, es una estafa». Trae el bote con resto. Cubre los siete campos, separa el hecho de la interpretación y deja claro qué escalarías sin prometer ni negar ninguna compensación.

Hecho observable (qué se ve al aplicar o abrir el bote), no «es una estafa». Producto con referencia leída, no por parecido. Momento y uso (soporte, condiciones). Expectativa del cliente recogida con sus palabras. Evidencia conservada (envase, resto, foto, albarán). Cierra escalando: quien decide la solución no es quien escucha.

Ayuda de una pantalla: la ficha de registro

Ten esta ficha abierta al atender. Sirve para cualquier reclamación: solo cambian los datos que saques de la conversación, del documento y del producto. Los textos de la columna ejemplo son **ficticios y anonimizados**. Es una ayuda general: el formato oficial y el sistema donde se guarda el registro los fija la casa.

Ficha de una reclamación, de la escucha al escalado

Parte del registro	Qué va ahí	Ejemplo (ficticio y anonimizado)
Quién	Nombre y contacto solo dentro del registro	«CLIENTE A», t. 6XX XXX XXX
Pedido	Documento que vincula la compra	«Albarán 0000, retirada el jueves»

Parte del registro	Qué va ahí	Ejemplo (ficticio y anonimizado)
Producto y referencia	Referencia exacta y formato	«Esmalte ref. E-000, 1 L, satinado»
Hecho observado	Lo comprobable, sin culpables	«El tono no coincide con la muestra de tienda»
Momento y uso	Cuándo, cómo y sobre qué	«Aplicado hoy, dos manos, madera barnizada»
Expectativa	Lo que pide, tal cual	«Solicita cambio y explicación del tono»
Evidencia	Qué se conserva	«Envase con resto, foto junto a muestra, albarán»
Escalado	A quién pasa y por qué cauce	«Pasa a revisión de quien gestiona reclamaciones»

Fuentes, revisión y práctica

En qué se apoya este objeto. El procedimiento general —escuchar hasta el final, reconocer la molestia sin admitir culpas no demostradas, separar hecho de interpretación, capturar los siete campos, redactar neutral y escalar— es buena práctica verificable de atención al cliente y se ajusta a los límites no negociables del plan §7 (no atribuir culpas ni prometer soluciones sin base, tratar los datos personales como internos y anonimizados).

Qué NO fija este objeto (borrador condicionado, ver §5.3): quién gestiona las reclamaciones y con qué plazo de respuesta, qué se puede ofrecer en el mostrador y qué no (reposición, abono, garantía, reembolso), dónde se guarda el registro y cómo se conserva la evidencia. Esos datos los deben validar los dueños y el responsable operativo de la empresa. **Práctica observada:** redactar dos registros reales bajo supervisión, revisados por tu responsable. **Versión:** 1.0 · octubre de 2026 · autor y revisor: Carlos Castro. Estado editorial: borrador condicionado a validación interna.

Para dominar este tema

Lo esencial que debes saber

- Una reclamación mal escuchada se convierte en conflicto; mal registrada se pierde: las dos se tratan en el mostrador.
- Deja terminar la versión completa y reconoce la molestia sin admitir una culpa que no está demostrada («entiendo el problema»).
- Separa tres capas: hecho observable, interpretación del cliente y juicio que atribuye culpa; solo el hecho va al registro.

- Captura los siete campos: quién, pedido, producto y referencia, hecho observado, momento y uso, expectativa y evidencia.
- Redacta neutral: ni minimizas («el cliente está pesado») ni sentencias («producto defectuoso»); describes y no nombras culpables.
- Los datos del cliente son información interna y se anonimizan en los ejemplos; la evidencia (envase, resto, foto, albarán, lote) se conserva.
- No se promete ni se niega una indemnización o reembolso: se registra la expectativa y se escala a quien decide.

Preguntas clave del tema

1. ¿He dejado terminar al cliente y he reconocido la molestia sin confesar una culpa?
2. ¿Cada frase de mi registro describe algo comprobable, o hay juicios y culpas colados?
3. ¿Están los siete campos, incluida la referencia exacta y la evidencia conservada?
4. ¿He anotado la expectativa del cliente como lo que él pide, sin concederla ni negarla?
5. ¿He escalado el caso a quien debe decidir, sin prometer plazos ni compensaciones?

Lo que debes poder hacer

- Escuchar una reclamación difícil aplicando la escalera de cinco peldaños sin discutir acusaciones.
- Redactar un registro neutral con los siete campos a partir de una conversación confusa.
- Separar hecho de interpretación y de juicio, y decidir qué se anota y qué se escala.
- Tratar los datos del cliente como información interna y conservar la evidencia del caso.

ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

14. Chequeo: escuchar y registrar sin buscar culpables



Siguiente: *Investigar incidencias de producto, color o entrega* (JUL-C11-O02). Ya sabes escuchar y dejar un registro neutral y completo; el siguiente paso es tomar ese registro e investigar el caso con historial, lote y especialista, distinguiendo hipótesis de conclusión y sin prometer una devolución o garantía no autorizada.

Para mirarlo de otra manera

Si lo recuerdas mejor como una conversación, no como un parte

Piensa en la diferencia entre **discutir** y **documentar**. Cuando alguien te acusa, el instinto es defenderte: «no es culpa nuestra». Eso convierte un problema en una pelea. El registro hace lo contrario: no entra a discutir la culpa, solo anota lo que se puede comprobar. «Entiendo el problema» no es dar la razón: es decir «me tomo en serio lo que te pasa y lo dejo escrito para que se pueda revisar». La culpa la decide quien investiga, no quien escucha.

Tres frases que sostienen la conversación

«Cuéntame qué ha pasado, quiero entenderlo bien» (dejar terminar). ·
«Entiendo el problema, vamos a mirarlo» (reconocer sin confesar). · «Lo registro y lo pasa a revisar quien corresponde» (escalar sin prometer). Con esas tres, casi ninguna reclamación sube de tono en el mostrador.

El registro neutral en cinco gestos, sin saltarte ninguno

1. Escucha entera: no interrumpas el desahogo; corrige solo malentendidos de datos.
2. Reconoce la molestia sin admitir una culpa no demostrada.
3. Recoge los siete campos mirando el producto y el documento, no de memoria.
4. Escribe el hecho sin culpables; anota la interpretación como interpretación.
5. Conserva la evidencia y escala: no prometas ni niegues la compensación.

Pendiente de validación

Dónde se guarda el registro, quién gestiona la reclamación, con qué plazo y qué se puede ofrecer en el mostrador los fija la política interna de la empresa. Este refuerzo enseña el gesto general, no una ruta inventada (plan §5.3).

Referencia curricular

Materia:	Atención y reclamaciones · Pinturas Especializadas
-----------------	--

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://pinturasespecializadas.lumbre.lat/object/escuchar-y-registrar-una-reclamacion>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat