

CALIDAD EN EL PEQUEÑO COMERCIO

El sector del comercio en España es uno de los sectores con alto peso específico en la economía nacional. Dentro de este sector, el pequeño comercio tiene una especial relevancia, tanto por el número de establecimientos como por el empleo generado o el impacto que tiene en la actividad vital de las ciudades.

Los cambios sociológicos ocurridos en las últimas décadas, como la incorporación de la mujer al mercado de trabajo y el mayor nivel de formación e información de los consumidores, han tenido, y están teniendo, una influencia decisiva en los hábitos de consumo de los ciudadanos, facilitando la aparición de nuevos formatos comerciales capaces, en teoría, de anticiparse a las nuevas necesidades de las familias.

La calidad de servicio es una de esas nuevas necesidades. El consumidor cada vez está mejor informado y es más exigente, con lo que la aplicación de una serie de normas básicas, dirigidas a la satisfacción del cliente, siempre redundará en beneficios para los negocios.

Una de las características que define al pequeño comercio es que son negocios familiares con escaso número de empleados. Es por esto que la utilización de una normativa de calidad aplicable a empresas o comercios de mayor envergadura, parece excesiva para su implantación en estas pequeñas empresas familiares. Por este motivo se definió una Norma de Calidad específica para la gran mayoría de pequeños comercios, la Norma UNE 175001-1:2004.

La gran mayoría de los pequeños establecimientos de venta cumplen con casi todos los requisitos que exige la normativa de calidad en el pequeño comercio. La diferencia, y lo que le da un valor añadido al establecimiento de cara a los clientes, es la certificación oficial por un organismo reconocido.

Los propietarios de pequeños establecimientos comerciales que decidan obtener esta certificación, obtendrán beneficios tales como:

- Mejorar la **calidad del servicio** prestado a sus clientes.
- Mejorar la **gestión** en su establecimiento.
- Mejorar la **imagen** de su establecimiento ante sus clientes.
- Mejorar las **competencias profesionales** propias y de sus empleados.
- **Profesionalizar** la gestión de su establecimiento comercial, potenciando el desarrollo de los recursos humanos.
- Proporcionar a sus clientes una **garantía** de calidad del servicio que van a recibir.
- **Diferenciar** su establecimiento de la competencia por medio de la calidad del servicio.

La forma de obtener esta certificación es sencilla y no muy costosa. En primer lugar hay que contratar una empresa especializada que nos ayude a hacer un diagnóstico inicial, a elaborar la documentación y a mejorar en aquellos aspectos en los que no hayamos alcanzado el nivel exigido por la norma. Una vez realizado esto, se realiza una auditoría interna que se envía al organismo certificador elegido (AENOR, SGS...), que a



su vez emite el informe correspondiente y la certificación para el establecimiento que tiene una validez de tres años.

El organismo certificador elegido tiene que estar debidamente acreditado como entidad certificadora de Sistemas de Gestión de la Calidad por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC), que es el organismo designado por la Administración para establecer y mantener el sistema de acreditación a nivel nacional, de acuerdo a normas internacionales, siguiendo en todo momento las políticas y recomendaciones establecidas por la Unión Europea.

La Norma establece requisitos a cumplir en tres aspectos fundamentales de la relación comercio-cliente:

1º. Servicio. Toda venta de productos implica dar un servicio al cliente. En esta relación comercio-cliente hay que cuidar todos los aspectos y muy especialmente los siguientes, imprescindibles para conseguir la certificación:

- La cortesía en el trato con los clientes.
- La credibilidad en cuanto a la información y calidad de los productos.
- La capacidad de respuesta para tener suficiente cantidad de artículos en el establecimiento o atajar rápidamente cualquier imprevisto que surja en la venta.
- La comprensión del cliente a la hora de “adivinar” lo que necesita, no solo en cuanto a productos, si no también en cuanto a forma de pago, servicios postventa, garantías, envoltorios, etc.
- La fiabilidad de la publicidad y la cartelería expuesta fuera y dentro del establecimiento.
- La comunicación necesaria entre el establecimiento y el cliente para dar a conocer las formas de pago, los periodos de devolución, etc.
- La seguridad en cuanto a la protección de datos de los clientes, la prevención de riegos y accidentes y la forma en que se procede a un cobro con tarjeta en cuanto a la identificación del cliente y el trato de la tarjeta.
- La accesibilidad tanto al establecimiento como a un determinado empleado o al dueño, si es requerido por el cliente.

2º. Elementos tangibles. Para realizar el acto de la venta se necesitan una serie de elementos tangibles o visibles que hay que cuidar y respetar, con el fin de que al cliente le guste nuestro espacio de venta y se sienta cómodo en nuestro establecimiento:

- El estado de las instalaciones del punto de venta, iluminación, renovación de escaparates, limpieza, conservación, la decoración interior y exterior, la temperatura. Todo esto es muy importante para conseguir que el cliente se sienta a gusto en nuestras instalaciones.
- Los equipos y mobiliario de nuestro punto de venta deben ser los adecuados a los productos que vendemos y estar en perfecto estado de conservación y calibración.
- Los envases y embalajes para los productos que vendemos deben ser los adecuados, existiendo materiales específicos para la presentación de los productos como regalo, de acuerdo con el tipo de establecimiento y estrategia de venta.

- Los documentos de compra deben estar perfectamente identificados con el nombre del establecimiento. Tickets, facturas, recibos, albaranes, notas de entrega..., todos ellos deben ser entregados en cada caso y siempre con la fecha de la operación y la descripción del servicio.
- Los productos a la venta deben estar en un correcto estado de conservación y funcionalidad, limpios y colocados ordenadamente, y se deben entregar al cliente debidamente envasados o envueltos, salvo que el cliente lo desestime.

3º. Personal. Las personas que atienden nuestro negocio deben cumplir una serie de requisitos encaminados a conseguir que nuestros clientes se sientan bien atendidos en todo momento.

- La imagen del personal de ventas en cuanto a limpieza y cuidado debe ser impecable. El personal del establecimiento debe ser fácilmente identificable por los clientes, utilizando para ello, si es necesario uniformes o vestimentas especiales.
- La competencia profesional es un aspecto muy importante. El personal del establecimiento debe disponer de los conocimientos, aptitudes y actitudes necesarios para atender los requerimientos del cliente y debe recibir la formación adecuada a su puesto de trabajo.
- La mejora continua en la gestión del local de venta estableciéndose sistemas de gestión de incidencias, control de productos devueltos, consultando periódicamente a los clientes, escuchando las sugerencias del personal del establecimiento y adoptando las medidas necesarias para mejorar todos aquellos aspectos sugeridos.

La Norma 175.0001 no establece requisitos para los productos comercializados, las actividades profesionales que requieran colegiación ni sobre el Sistema de Gestión, sólo atiende a los aspectos de la actividad de venta y servicios adicionales, no a los aspectos regidos por reglamentaciones específicas de cada actividad profesional.

Los establecimientos deben cumplir la legislación aplicable, pero no es el objeto de la Norma verificar su cumplimiento.