

Diciembre 2004

### TÍTULO

**Calidad de servicio para pequeño comercio**

**Parte 1: Requisitos generales**

*Service quality for small retail trade. Part 1: General requirements.*

*Qualité de service pour le petit commerce de détail. Partie 1: Exigences generales.*

### CORRESPONDENCIA

### OBSERVACIONES

Esta norma anula y sustituye a la Especificación EA 0012 de septiembre de 2002.

### ANTECEDENTES

Esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 175 *Comercio Minorista* cuya Secretaría desempeña AENOR.

Editada e impresa por AENOR  
Depósito legal: M 51488:2004

© AENOR 2004  
Reproducción prohibida

LAS OBSERVACIONES A ESTE DOCUMENTO HAN DE DIRIGIRSE A:

**AENOR** Asociación Española de  
Normalización y Certificación

C Génova, 6  
28004 MADRID-España

Teléfono 91 432 60 00  
Fax 91 310 40 32

18 Páginas

**Grupo 9**



**ÍNDICE**

	<b>Página</b>
<b>0</b>	<b>INTRODUCCIÓN..... 4</b>
<b>1</b>	<b>OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN ..... 4</b>
<b>2</b>	<b>TÉRMINOS Y DEFINICIONES..... 5</b>
<b>3</b>	<b>REQUISITOS DEL SERVICIO..... 7</b>
3.1	Cortesía ..... 7
3.2	Credibilidad..... 7
3.3	Capacidad de respuesta ..... 8
3.4	Comprensión del cliente ..... 8
3.5	Fiabilidad..... 9
3.6	Comunicación..... 10
3.7	Seguridad..... 11
3.8	Accesibilidad..... 11
<b>4</b>	<b>REQUISITOS DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES ..... 11</b>
4.1	Instalaciones ..... 11
4.2	Equipos y mobiliario ..... 12
4.3	Envases y embalajes..... 12
4.4	Documentos de compra..... 13
4.5	Productos ..... 13
<b>5</b>	<b>REQUISITOS DEL PERSONAL ..... 14</b>
5.1	Imagen..... 14
5.2	Competencia profesional ..... 14
<b>6</b>	<b>MEJORA ..... 14</b>
	<b>ANEXO A (Informativo) CÓDIGOS CNAE-93..... 16</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA..... 18</b>

## 0 INTRODUCCIÓN

El sector del comercio en España es uno de los sectores con alto peso específico en la economía nacional, con aproximadamente un 13% de contribución al Valor Añadido Bruto. 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.

Ahora bien, los cambios sociológicos ocurridos en las últimas décadas, como la incorporación de la mujer al mercado de trabajo, el mayor nivel de formación e información de los consumidores o el ritmo vital de las grandes ciudades, han tenido 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.

Una de las características que define el pequeño comercio (97% de este sector) es que son negocios familiares con escaso número de empleados.

Así esta norma se desarrolla pensando en los elementos básicos de la calidad del servicio orientando el enfoque a este grupo objetivo. No por ello deja de ser utilizable para cualquier otro tamaño de comercio, sin embargo, en este caso, se recomienda considerar de forma más abundante requisitos propios de un sistema de gestión de la calidad, pues refuerzan todos los aspectos propios de una organización con una estructura más compleja.

Esta norma se ha desarrollado siguiendo una metodología SERVQUAL así como la acomodación de criterios de gestión de la calidad de la Norma UNE-EN ISO 9001:2000 "Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos."

Los objetivos que se pretenden conseguir con la implantación de esta norma son:

- mejorar la calidad del servicio prestado a los clientes;
- mejorar la gestión en los establecimientos comerciales;
- mejorar la imagen de los establecimientos comerciales ante sus clientes;
- mejorar las competencias profesionales;
- profesionalizar la gestión de los establecimientos comerciales, potenciando el desarrollo de los recursos humanos;
- proporcionar a los clientes una garantía de calidad del servicio que van a percibir;
- diferenciar a los establecimientos comerciales que adopten esta norma por medio de la calidad del servicio.

## 1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

Esta norma establece los requisitos de calidad para la actividad de venta y servicios adicionales en los establecimientos de pequeño comercio, que permitan satisfacer las expectativas del cliente.

Esta norma se aplica a la actividad de venta y servicios adicionales ejercidos por el establecimiento comercial, independientemente de la naturaleza de los productos o servicios comercializados.

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

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

A título informativo se da una lista, en el anexo A, basada en los epígrafes del CNAE relativos a actividades comerciales incluidas en el alcance de esta norma.

Tampoco están consideradas las actividades relacionadas con la reparación de equipos o con la fabricación de productos tales como: taller de reparación de vehículos, reparación de electrodomésticos, obradores de pastelería y panadería, restaurantes, bares, o fabricación de lentes graduadas.

En aquellos sectores para los que exista una norma específica de la serie UNE 175001, debe aplicarse la norma específica del sector. Las normas específicas están basadas en esta Norma, UNE 175001-1 "Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 1: Requisitos generales", pero modificadas con objeto de proporcionar los requisitos adecuados para cada sector.

## 2 TÉRMINOS Y DEFINICIONES

En este apartado se incluyen tanto términos y definiciones comunes a los sistemas de calidad, como otros específicos de los establecimientos comerciales.

**2.1 proveedor:** Persona u organización que proporciona un producto o servicio al establecimiento comercial.

**2.2 pequeño comercio:** Establecimiento comercial que emplee menos de 20 trabajadores y no tenga la consideración de gran establecimiento comercial según la normativa aplicable.

**2.3 establecimiento comercial:** Construcción o instalación de carácter permanente, destinada al ejercicio regular de actividades comerciales, con una sala de ventas claramente diferenciada.

NOTA – En esta norma cuando se utiliza "establecimiento" se refiere a "establecimiento comercial".

**2.4 cliente:** Cualquier persona física o jurídica susceptible de recibir el resultado de la actividad de venta.

**2.5 sala de ventas:** Dependencia(s) del establecimiento comercial destinada(s) a la exposición de los productos al cliente y al ejercicio de la actividad de venta.

**2.6 escaparate:** Espacio del establecimiento comercial orientado hacia el exterior destinado a la exposición de productos al cliente.

**2.7 calidad de servicio:** Capacidad para satisfacer las expectativas y requisitos de los clientes durante la actividad de venta y la prestación de los servicios adicionales.

**2.8 actividad de venta:** Es la información comercial, la atención personalizada al cliente en el establecimiento comercial, la comprensión del cliente, el ofrecimiento al cliente de los diferentes productos, la facturación y cobro, el servicio posventa, las consultas, las devoluciones y cambios, las reclamaciones, la emisión y sellado de garantías, el ofrecimiento de un detalle, descuento o atención, y similares.

**2.9 servicios adicionales:** Son todos aquellos servicios que complementan a la actividad de venta propiamente dicha, entre otros: el transporte a domicilio, el arreglo o reparación de prendas de moda, la gestión de garantías, la financiación, la custodia de los bienes del cliente, la confección de ramos de flores, manipulación de alimentos, y similares, y que suponen un valor añadido para el cliente. Se incluyen dentro de servicios adicionales tanto los subcontratados como los realizados por el personal del establecimiento comercial.

**2.10 personal del establecimiento:** Son todas las personas implicadas en la actividad de venta, entre otros: La Dirección, los encargados, los dependientes, los reponedores, los repartidores, los técnicos, y similares.

**2.11 trabajador:** Aquella persona que tenga un vínculo laboral.

**2.12 demanda de los clientes:** Pedidos, encargos, preguntas, reclamaciones, quejas y devoluciones de artículos efectuados por los clientes.

**2.13 compromisos adquiridos:** Obligaciones adquiridas. Se incluyen las relacionadas con la satisfacción de los clientes, los servicios adicionales, los cambios, las devoluciones, las quejas y las reclamaciones, las cantidades entregadas a cuenta, los plazos máximos para solucionar una queja, reclamación o devolución, y similares.

**2.14 documento de compra:** Tickets de compra, facturas, albaranes de entrega, notas de arreglo de artículos, y similares, que evidencien la realización de la compra.

**2.15 cortesía:** Amabilidad, cordialidad, atención y respeto mostrado por el personal del establecimiento comercial a los clientes.

**2.16 credibilidad:** Efecto obtenido mediante la honradez, veracidad y sinceridad mostrada por el personal del establecimiento comercial a los clientes.

**2.17 capacidad de respuesta:** Agilidad, rapidez y eficacia en satisfacer las demandas de los clientes.

**2.18 comprensión del cliente:** Capacidad para identificar las características, expectativas y necesidades de los clientes.

**2.19 fiabilidad:** Capacidad para ejecutar el servicio prometido sin errores, haciendo las cosas bien a la primera.

**2.20 comunicación:** Información suministrada sobre cualquier aspecto relacionado con la actividad de venta y el propio establecimiento comercial, así como la información proporcionada por los clientes.

**2.21 seguridad:** Inexistencia de peligros o riesgos que atenten contra la integridad física de los clientes o de sus bienes en el establecimiento comercial.

**2.22 accesibilidad:** Facilidad para localizar el establecimiento comercial y para entrar en el mismo y desplazarse por su interior, así como la facilidad de contactar con el personal y localizar y visualizar los productos y la información relacionada con los mismos y con los servicios ofrecidos por el establecimiento.

**2.23 instalaciones:** Conjunto de dependencias del establecimiento comercial necesarias para desarrollar la actividad de venta. Entre las instalaciones más frecuentes se encuentran el escaparate, sala de ventas, almacén o trastienda.

**2.24 equipo:** Todo elemento técnico necesario para desarrollar la actividad de venta en el establecimiento comercial o durante la prestación de servicios adicionales. Entre los más frecuentes se encuentran las cajas registradoras, datáfonos, cámaras de refrigeración, y similares.

**2.25 mobiliario:** Conjunto de elementos necesarios para desarrollar la actividad de venta en el establecimiento comercial. Entre los más frecuentes en los establecimientos se encuentran los mostradores, estanterías, vitrinas, y similares.

**2.26 producto:** Cada uno de los artículos ofertados en el establecimiento comercial, objeto de la actividad de venta.

**2.27 competencia profesional:** Conjunto de destrezas y conocimientos necesarios para desarrollar adecuadamente la actividad de venta.

### **3 REQUISITOS DEL SERVICIO**

#### **3.1 Cortesía**

El nivel de cortesía se debe considerar adecuado cuando:

- a) la Dirección defina unas pautas de comportamiento para dirigirse al cliente a su llegada, para clientes habituales, para confirmar su compra, para agradecer su compra, para su despedida y para atender sus llamadas telefónicas. Estas pautas deben ser conocidas y utilizadas por todo el personal tanto en el establecimiento comercial como en el domicilio del cliente, en su caso;
- b) el personal del establecimiento ofrezca en todo momento un trato cortés con independencia de la edad, la apariencia del cliente, el momento en que se presente el cliente (por ejemplo próximo a la hora de cierre), el importe de la compra, la solicitud de una devolución, la presentación de una queja o una reclamación, la falta de intención manifestada de efectuar una compra, y similares;
- c) el personal del establecimiento no atosigue durante la compra, ni caiga en excesos que puedan causar incomodidad e insatisfacción en los clientes;
- d) el tono de voz empleado por el personal del establecimiento en su trato con el cliente sea tranquilo y afable, ni muy alto ni muy bajo;
- e) el personal del establecimiento mantenga posturas y actitudes correctas y respetuosas con el cliente y no mastique chicle, ni coma, ni beba, ni fume en su presencia;
- f) el personal del establecimiento evite en todo momento un exceso de confianza y muestre el respeto suficiente para proteger la intimidad de los clientes;
- g) el personal del establecimiento no realice ningún comentario de tipo personal, político, religioso, que pueda resultar ofensivo o pueda provocar situaciones incómodas para los clientes;
- h) ante clientes abusivos o problemáticos, el personal del establecimiento actúe con la debida cortesía, trate de calmar los ánimos y muestre interés por el problema propuesto;
- i) el personal del establecimiento compruebe la autenticidad del dinero entregado por el cliente con la debida discreción;
- j) ante las quejas, reclamaciones y devoluciones planteadas por los clientes, el personal del establecimiento muestre en todo momento respeto.

#### **3.2 Credibilidad**

El nivel de credibilidad se debe considerar adecuado cuando:

- a) la Dirección garantice que la publicidad y las campañas promocionales no induzcan a error o engaño respecto a los productos y servicios anunciados ni respecto al propio establecimiento comercial;
- b) el personal del establecimiento dé siempre una información veraz sobre las características de los productos, así como de los servicios ofertados;
- c) el personal del establecimiento en ningún caso presione a los clientes para realizar una compra;
- d) el personal del establecimiento compruebe el funcionamiento de los productos o permita a los clientes examinarlos, tanto en el establecimiento como en el domicilio del cliente, siempre que éste lo solicite y dentro de los límites establecidos por la Dirección o por la naturaleza del producto;

- e) los compromisos establecidos por la Dirección sean cumplidos por todo el personal del establecimiento;
- f) la Dirección asuma todos los compromisos adquiridos por el personal del establecimiento para con sus clientes;
- g) cualquier queja, reclamación o devolución que los clientes presenten, sea analizada y se comunique al cliente una respuesta adecuada.

### 3.3 Capacidad de respuesta

El nivel de capacidad de respuesta se debe considerar adecuado cuando:

- a) periódicamente, la Dirección realice una previsión de necesidades de compra de productos y servicios adicionales adecuada a las características propias del comercio y a las demandas de los clientes. En la elaboración de esta previsión se tendrá en cuenta:
  - temporalidad, festividades, y similares;
  - capacidad de los almacenes;
  - tipo y variedad de productos demandados;
  - previsión de ventas para el periodo;
  - previsión de servicios adicionales;
  - compromisos de servicio posventa;
- b) la Dirección identifique las épocas y horas de mayor afluencia de clientes con antelación suficiente, realice una previsión de las necesidades de personal y gestione su contratación. El personal del establecimiento será el necesario para atender al público en cada momento y reducir la espera de los clientes en el establecimiento;
- c) la sala de ventas disponga de dispositivos de turno automático, cuando se considere necesario;
- d) ante la petición de productos de los que no se disponga en el establecimiento, los dependientes hagan las gestiones necesarias para satisfacer dicha demanda, en la medida de lo posible, fijando la manera de notificar al cliente el resultado de las gestiones;
- e) para la facturación y cobro, el establecimiento disponga de sistemas manuales para cubrir cualquier eventualidad de fallos en los terminales o en las comunicaciones;
- f) la Dirección coordine los servicios adicionales para cumplir los plazos de entrega de los productos a los clientes;
- g) cuando la información requerida por los clientes sobre los productos sea muy técnica, el dependiente haga las gestiones necesarias para suministrar esta información en el menor plazo posible;
- h) cuando el cliente efectúe una queja, reclamación o solicite una reparación o sustitución, rebaja del precio o resolución del contrato con la devolución del precio, en los términos que establece la normativa vigente, el personal del establecimiento ofrezca al cliente una solución adecuada. En cualquier caso, las quejas y reclamaciones serán tratadas según lo indicado en el capítulo 6 de esta norma.

### 3.4 Comprensión del cliente

El nivel de comprensión del cliente se debe considerar adecuado cuando:

- a) el personal del establecimiento ponga atención en todo lo que el cliente exprese e identifique sus necesidades para tratar de ofrecerle los productos que mejor se adapten a dichas necesidades. Para ello, el personal del establecimiento confirmará sus conclusiones acerca de las necesidades del cliente;

- b) el personal del establecimiento se anticipe a las necesidades de los clientes y les ofrezcan, cuando se disponga, los servicios adicionales disponibles relacionados con el producto adquirido. Entre otros:
  - envoltorio de productos para regalo;
  - arreglo y adaptación de productos;
  - transporte de los productos al domicilio del cliente;
  - instalación y puesta en marcha de productos;
  - retirada de materiales de envoltorio sobrantes y productos obsoletos;
  - gestión de garantías;
- c) la Dirección determine las diferentes formas de pago aceptadas. Entre otras: tarjetas de pago, talones y pagarés bancarios, domiciliación de recibos, transferencias, pagos aplazados o financiación;
- d) el establecimiento adapte, en la medida de lo posible, sus horarios de apertura a las necesidades de sus clientes o en su caso se ofrezcan alternativas que amplíen las posibilidades de atención al cliente, entre ellos recoger pedidos por teléfono, fax, correo electrónico o servicio a domicilio;
- e) el personal del establecimiento explique y compruebe que el cliente ha entendido la oferta de productos y servicios adicionales incluidos en el precio.

### 3.5 Fiabilidad

El nivel de fiabilidad se debe considerar adecuado cuando:

- a) la Dirección compruebe que la publicidad y las campañas promocionales no contengan errores respecto a los productos y servicios anunciados ni respecto al propio establecimiento;
- b) los productos estén dispuestos en la sala de ventas en correspondencia con los carteles identificativos;
- c) para evitar errores en el servicio a domicilio, el personal del establecimiento tome nota de los datos del cliente, de los productos a entregar, de los plazos de entrega acordados con el cliente, del importe de los productos comprados, de las señales entregadas a cuenta, y similares, confirme dichos datos y confirme asimismo la presencia del cliente en su domicilio en la fecha acordada, a fin de evitar desplazamientos innecesarios;
- d) durante el transporte, el personal tome las medidas necesarias para impedir el deterioro de los productos;
- e) el personal del establecimiento que se desplace al domicilio del cliente para realizar cualquier servicio adicional, extreme su cuidado para no dañar sus bienes y propiedades;
- f) los precios marcados en los productos o en las estanterías se correspondan con los precios emitidos por los terminales o los marcados por ellos mismos en los equipos correspondientes;
- g) durante la facturación y el cobro, el personal cuide de no cometer errores y revise que el cambio entregado al cliente sea correcto;
- h) la Dirección asegure que los servicios adicionales son evaluados y, en los casos oportunos, los productos inspeccionados antes de su entrega al cliente para garantizar que se realizan conforme a las instrucciones del establecimiento, que no se cometen errores y que son acordes a las necesidades manifestadas por el cliente;
- i) el personal del establecimiento cuando realice o reciba una llamada telefónica del cliente, vigile el nivel de ruido alrededor del teléfono para asegurar la calidad en la recepción del mensaje.

### 3.6 Comunicación

El nivel de comunicación se debe considerar adecuado cuando:

- a) el establecimiento comercial exhiba el horario adoptado en un lugar visible en el interior y desde el exterior, incluso cuando el establecimiento se encuentre cerrado. De la misma forma, anuncie los días festivos en los que permanecerá abierto. Además, en su caso, informará de aquellas alternativas que amplíen las posibilidades de atención al cliente;
- b) el establecimiento comercial exhiba información sobre los periodos y condiciones especiales de venta, como son: las rebajas, los saldos, las liquidaciones y las promociones, que cumplirán, en cualquier caso, la legislación vigente;
- c) el establecimiento tenga anunciados los compromisos generales adquiridos con el cliente, para que sean conocidos por éste. En el caso de compromisos particulares con un cliente se le entregarán por escrito;
- d) se comuniquen los precios de los productos tanto en el escaparate como en la sala de ventas. Los precios estarán dispuestos individualmente en cada artículo o por conjunto de artículos, serán visibles, legibles y fácilmente identificables, situándose, en cualquier caso, en el mismo campo visual;
- e) la información relacionada con el producto esté a disposición del cliente con el fin de que éste pueda consultarla cuando lo solicite;
- f) el personal del establecimiento evite proporcionar un exceso de información sobre los productos acomodándose a las necesidades del cliente. En cualquier caso, se utilizará un lenguaje que el cliente pueda entender;
- g) el establecimiento tenga anunciados los límites establecidos por la Dirección para el examen de los productos por parte de los clientes tanto en el establecimiento como en el domicilio del cliente;
- h) en caso de que se permita la evaluación del producto en el domicilio del cliente, el personal del establecimiento tome nota del mismo y de los datos del cliente (como mínimo se incluyen nombre, apellidos, domicilio y teléfono de contacto);
- i) en el interior del establecimiento exista un cartel donde se muestre una lista con los servicios adicionales a disposición del cliente, sus tarifas, sus plazos y funcionamiento;
- j) las formas de pago y sus condiciones de aceptación estén anunciadas visiblemente en el establecimiento;
- k) el establecimiento disponga de carteles anunciadores informando al cliente de cualquier cambio en la actividad comercial como existencia de obras, cambio de emplazamiento, limitaciones de horarios o nuevos servicios. Además, el personal del establecimiento informará verbalmente al cliente acerca de estos hechos;
- l) en caso de que se produzca una queja, una reclamación o una devolución por parte del cliente, el personal del establecimiento dé las aclaraciones necesarias siempre que su queja, reclamación o devolución no sea fundamentada, sino que sea debida a una confusión por su parte. Se tomará nota para que en las futuras situaciones similares se ponga especial énfasis en aclarar los puntos "confusos" con anterioridad a la compra;
- m) en caso de que se trate de una queja, reclamación o devolución fundamentada, el personal del establecimiento ejerza una escucha activa, interesándose por el tema concreto e informe al cliente sobre las soluciones posibles;
- n) existirá un mecanismo para recabar cualquier sugerencia o queja de los clientes de forma anónima;
- o) se anuncie visiblemente en el establecimiento la existencia de "Hojas de reclamación", en aquellos casos en los que sea exigido legalmente, y del mecanismo existente, interno o externo, para tramitar sugerencias o quejas;
- p) se anuncien visiblemente los casos en los que no se admiten cambios o devoluciones;
- q) se anuncie visiblemente la política del comerciante sobre el acceso de animales al establecimiento. Se permitirá el acceso de animales guía a discapacitados si no hay prohibición expresa en la normativa vigente.

### **3.7 Seguridad**

El nivel de seguridad se debe considerar adecuado cuando:

- a) la Dirección y el personal del establecimiento cumplan con los requisitos legales aplicables para prevenir riesgos y accidentes durante la actividad de venta y para proteger los datos de carácter personal recogidos de sus clientes;
- b) el establecimiento disponga de un sistema para la custodia de los bienes del cliente cuando no se permita su entrada;
- c) todos los elementos del establecimiento: escalones, escaleras, rampas, bajos techos, y similares estén debidamente señalizados para prevenir al cliente de su existencia y eliminar los riesgos de caídas o golpes;
- d) la disposición de los productos en el establecimiento sea tal que se eviten peligros de caídas o daños de los clientes;
- e) durante el cobro de los productos con tarjeta de pago, que se realizará a la vista del cliente, el personal del establecimiento pida el documento legal acreditativo y compruebe la identidad del cliente. El documento de identificación y la tarjeta de pago se entregarán al cliente inmediatamente después de haber realizado la operación, y en ningún caso se dejarán sobre el mostrador sin control por parte del personal del establecimiento.

### **3.8 Accesibilidad**

El nivel de accesibilidad se debe considerar adecuado cuando:

- a) la Dirección cumpla siempre con la normativa referente al horario y a los días de apertura;
- b) el personal del establecimiento identifique, conforme a las directrices establecidas por la Dirección, si el cliente desea una atención personalizada. En cualquier caso, estará a su disposición para dar respuesta a cualquier pregunta que éste realice;
- c) el personal del establecimiento permanezca cercano y atento a las necesidades del cliente, evitando formar grupos a la vista del cliente;
- d) el personal del establecimiento ofrezca un trato personalizado a los clientes habituales. Para ello, dará señales de reconocimiento a estos clientes habituales y utilizará su nombre para personalizar la atención ofrecida, siempre que sea posible;
- e) el cliente pueda acceder visual o físicamente, sin dificultad, a los artículos expuestos en la sala de ventas en la medida que la naturaleza del producto lo permita;
- f) los accesos al establecimiento y su disposición interior faciliten la movilidad de los clientes, especialmente la de aquellos que por sus características personales tengan mayores problemas de movilidad;
- g) el personal esté atento para ayudar a los clientes facilitándoles su acceso y movilidad en el interior del establecimiento, cuando se requiera;
- h) la Dirección considere la eliminación de las barreras arquitectónicas una prioridad, a la hora de planificar reformas en el establecimiento.

## **4 REQUISITOS DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES**

### **4.1 Instalaciones**

Las instalaciones del establecimiento comercial se deben considerar adecuadas cuando:

- a) existan todas las necesarias para que se pueda desarrollar convenientemente la actividad de venta;

- b) estén limpias, ordenadas, bien conservadas y mantenidas y, en caso de existir zonas diferenciadas en el establecimiento, se encuentren correctamente señalizadas;
- c) cumplan la normativa aplicable para garantizar la seguridad en el establecimiento;
- d) la limpieza, conservación y mantenimiento de la sala de ventas se realice sin que interfiera en la atención al cliente ni le produzca molestias;
- e) en la sala de ventas exista una temperatura adecuada en cualquier época del año;
- f) se renueven periódicamente los artículos expuestos en el escaparate y sala de ventas;
- g) la sala de ventas tenga una adecuada iluminación, que se mantenga durante el horario comercial y permita apreciar las cualidades de los productos;
- h) la decoración y estética de las instalaciones se adecuen al tipo de establecimiento y estrategia de venta;
- j) la fachada y todos sus elementos (rótulos, escaparate, toldos, y similares) estén limpios, bien conservados y mantenidos, y sean acordes con el estilo del establecimiento y estrategia de venta.

#### **4.2 Equipos y mobiliario**

Los equipos y el mobiliario del establecimiento se deben considerar adecuados cuando:

- a) existan todos los necesarios para que se pueda desarrollar convenientemente la actividad de venta y servicios adicionales, y como mínimo, los establecidos legalmente;
- b) estén limpios, en buen estado de conservación y funcionamiento, y calibrados, cuando así lo establezca la normativa vigente;
- c) la limpieza, conservación y mantenimiento de los equipos y el mobiliario se realice sin que interfiera en la atención al cliente ni le produzca molestias;
- d) cumplan la normativa aplicable para garantizar la seguridad en el establecimiento;
- e) sean atractivos, y su estética, acorde con el tipo de establecimiento y estrategia de venta;
- f) faciliten la accesibilidad de los clientes a todos los productos expuestos.

#### **4.3 Envases y embalajes**

Los envases y embalajes se deben considerar adecuados cuando:

- a) existan todos los necesarios para que se pueda desarrollar convenientemente la actividad de venta;
- b) sean adecuados en cuanto a tamaño y resistencia para todos los productos, y cómodos para el cliente;
- c) sean atractivos, de acuerdo con el tipo de establecimiento y estrategia de venta;
- d) cumplan la normativa aplicable para garantizar la seguridad e integridad de las personas y los productos;
- e) existan materiales específicos para la presentación de los productos como regalo, de acuerdo con el tipo de establecimiento y estrategia de venta.

#### 4.4 Documentos de compra

Se debe considerar satisfecho este apartado cuando:

- a) se entregue un ticket de compra al cliente, salvo que se entregue factura. Este ticket se ajustará a la legislación vigente y contendrá en todo caso la referencia y precio de los artículos comprados;
- b) se entregue una factura de compra siempre que el cliente lo solicite o lo exija la legislación vigente. Esta factura se ajustará a dicha legislación;
- c) se entregue justificante de la operación cuando el pago se efectúe mediante tarjeta;
- d) el personal del establecimiento entregue, como mínimo, una nota o recibo al cliente en los siguientes casos:
  - envío de productos al domicilio del cliente;
  - evaluación de artículos en el domicilio del cliente;
  - entrega de dinero a cuenta en concepto de anticipo del importe de compra;
  - vale de devolución;
  - otros servicios adicionales.

Esta nota o recibo contendrá como mínimo: fecha de la operación, la descripción del servicio, el precio, en su caso y la identificación y firma del establecimiento.

#### 4.5 Productos

Se debe considerar satisfecho este apartado cuando:

- a) se garantice el correcto estado de conservación, funcionalidad y seguridad de los productos en el establecimiento mediante las siguientes acciones:
  - comprobación de la conformidad de los productos adquiridos en base a los requisitos del pedido al proveedor correspondiente;
  - comprobación de la conformidad de aquellos productos devueltos por clientes que vayan a ser incorporados a la venta;
  - supervisión del correcto estado de conservación y funcionalidad de los productos en el establecimiento;
  - comprobación de que los servicios adicionales no disminuyen las características del producto suministrado, salvo acuerdo en contra;
- b) se cumpla la legislación aplicable en materia de conservación, manipulación, seguridad, y similares;
- c) los productos se encuentren ordenados, y exentos de polvo y suciedad;
- d) la manipulación de los productos se realice cuidando las características y naturaleza del producto y, en su caso, de acuerdo a las instrucciones de los proveedores;
- e) los productos se entreguen al cliente debidamente envasados o embalados, excepto en los casos en los que el cliente expresamente lo desestime;
- f) exista una variedad de productos suficiente para satisfacer las necesidades de los clientes del establecimiento;
- g) la Dirección haya definido y comunicado a todo su personal los criterios para la ubicación correcta de los productos tanto en la sala de ventas como en el escaparate.

## 5 REQUISITOS DEL PERSONAL

### 5.1 Imagen

La imagen del personal del establecimiento se debe considerar adecuada cuando:

- a) la apariencia del personal sea aseada y cuidada;
- b) el personal del establecimiento utilice uniforme cuando la legislación aplicable lo exija o cuando la Dirección lo estime necesario. La vestimenta será acorde al tipo de establecimiento. En cualquier caso, estará siempre limpia y en perfecto estado de conservación;
- c) el personal del establecimiento sea claramente identificable por el cliente.

### 5.2 Competencia profesional

El nivel de competencia profesional del personal del establecimiento se debe considerar adecuado cuando:

- a) la Dirección defina las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo del establecimiento. El personal del establecimiento conocerá las funciones y responsabilidades asociadas a su puesto y su relación con el resto del personal;
- b) el personal del establecimiento disponga de los conocimientos, aptitudes y actitudes necesarios para atender los requerimientos del cliente;
- c) todo el personal del establecimiento reciba una formación, que incluya, al menos, los siguientes aspectos:
  - conocimiento de esta norma;
  - funcionamiento general del establecimiento, entre otros: horario, días de apertura, formas de pago, servicios adicionales, y similares;
  - funcionamiento de los equipos, según los requerimientos de su puesto de trabajo;
  - pautas de comportamiento ante el cliente, establecidas por la Dirección, que reflejen el estilo propio del establecimiento;
- d) se informe del compromiso de la Dirección con el cumplimiento de esta norma y de los términos en los que el establecimiento cumple su contenido;
- e) se identifiquen las necesidades de formación del personal requeridas para mantener su capacidad profesional y la Dirección asigne los recursos necesarios para satisfacerlas;
- f) el personal posea un amplio conocimiento de los productos según los requerimientos de su puesto de trabajo.

## 6 MEJORA

La implantación de la mejora continua se debe considerar adecuada cuando:

- a) la Dirección defina un sistema de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones. Este sistema deberá ser conocido y utilizado por todo el personal del establecimiento. Este sistema contemplará el uso de las Hojas de Reclamación Oficial en aquellos casos en los que sean exigidas, o del procedimiento de tramitación del sistema arbitral cuando el comerciante esté adherido;
- b) cualquier sugerencia, queja, reclamación, cambio o devolución que los clientes realicen o cualquier incidencia que afecte a la calidad del servicio en el establecimiento, sea documentada y comunicada a la Dirección para su análisis, de forma que se tenga en cuenta para la mejora del servicio prestado;

- c) la Dirección consulte periódicamente la opinión de los clientes para conocer su grado de satisfacción y detectar fallos, y registre los resultados para poder actuar sobre la mejora de la calidad del servicio prestado. Estas consultas contemplarán aspectos como los que se relacionan a continuación:
- el comportamiento y trato del personal del establecimiento en los diferentes momentos de la venta;
  - la honestidad y sinceridad del establecimiento y su personal;
  - la gestión de las quejas, reclamaciones, devoluciones y cambios realizados;
  - la amplitud del horario de atención al público;
  - la cantidad de personal en el establecimiento;
  - los medios de pago disponibles;
  - los servicios posventa ofertados;
  - el asesoramiento prestado por el personal del establecimiento y el conocimiento sobre los productos que aportan;
  - la libertad para entrar, mirar y salir del establecimiento sin compromiso;
  - la información tanto estática como verbal ofrecida;
  - la sensación de seguridad en el establecimiento;
  - la facilidad de acceso tanto a los productos como al personal del establecimiento;
  - la disponibilidad del personal del establecimiento para atender al cliente;
  - el estilo y decoración de las instalaciones;
  - la comodidad, ambientación y climatización del establecimiento;
  - limpieza, orden y luminosidad del establecimiento;
  - los documentos de compra entregados;
  - la calidad de los productos y servicios;
  - la relación calidad-precio;
  - la renovación de productos y la oferta de novedades;
  - los descuentos, detalles y atenciones recibidas;
  - el aspecto y la imagen del personal del establecimiento;
  - la profesionalidad del personal del establecimiento;
- d) la Dirección defina un sistema para recabar sugerencias y propuestas del personal del establecimiento, de forma que se tengan en cuenta para la mejora del servicio prestado. Este sistema debe ser conocido y utilizado por todo el personal del establecimiento;
- e) la Dirección verifique periódicamente que el nivel de cortesía, credibilidad, capacidad de respuesta, comprensión del cliente, fiabilidad, comunicación, seguridad y accesibilidad; las instalaciones, equipos y mobiliario, envases y embalajes, documentos de compra y productos; y, la imagen y la competencia profesional, son adecuados y satisfacen las demandas de los clientes, y corrija cualquier aspecto que reste calidad al establecimiento;
- f) la Dirección analice periódicamente la información proporcionada por los clientes, por el personal del establecimiento o por la verificación propia, y la utilice para detectar fallos y áreas de mejora, tomar decisiones e iniciar acciones de mejora documentadas, que eleven la calidad del servicio futura del establecimiento y satisfagan las demandas de sus clientes;
- g) la Dirección comunique al personal del establecimiento las acciones de mejora a implantar y los resultados obtenidos.

## ANEXO A (Informativo)

## CÓDIGOS CNAE-93

<b>50</b>	<b>Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; venta al por menor de combustible para los vehículos de motor</b>
50101	Venta de vehículos automóviles
50103	Venta de caravanas
50302	Comercio al por menor de repuestos y accesorios de vehículos de motor
504	Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y ciclomotores y de sus repuestos y accesorios
<b>52</b>	<b>Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos de motor y motocicletas y ciclomotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos</b>
52112	Supermercados (entre 2 499 y 400 m <sup>2</sup> )
52113	Superservicios(entre 399 y 120 m <sup>2</sup> )
52114	Autoservicios (entre 119 y 40 m <sup>2</sup> )
52115	Otros establecimientos no especializados
5212	Comercio al por menor de otros productos en establecimientos no especializados
52122	Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados
522	Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados
5221	Comercio al por menor de frutas y verduras
5222	Comercio al por menor de carne y productos cárnicos
5223	Comercio al por menor de pescados y mariscos
5224	Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería
5225	Comercio al por menor de bebidas
5226	Comercio al por menor de productos de tabaco
5227	Otro comercio al por menor en establecimientos especializados en alimentos
52271	Comercio al por menor de productos lácteos
52272	Otro comercio al por menor en establecimientos especializados en alimentación
523	Comercio al por menor de productos farmacéuticos, artículos médicos, belleza e higiene
5231	Comercio al por menor de productos farmacéuticos
5232	Comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos
5233	Comercio al por menor de cosméticos y artículos de tocador
524	Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados
5241	Comercio al por menor de textiles
5242	Comercio al por menor de prendas de vestir
5243	Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero
5244	Comercio al por menor de muebles; aparatos de iluminación y otros artículos para el hogar
5245	Comercio al por menor de electrodomésticos, aparatos de radio, televisión y sonido

5246	Comercio al por menor de ferretería, pinturas y vidrio
52461	Comercio al por menor de ferretería y vidrio plano
52462	Comercio al por menor de materiales de bricolaje
52463	Comercio al por menor de materiales de construcción, pinturas y barnices y material de saneamiento
5247	Comercio al por menor de libros, periódicos y papelería
5248	Comercio al por menor en establecimientos especializados
52481	Comercio al por menor de óptica, fotografía y precisión
52482	Comercio al por menor de relojería, joyería y platería
52483	Comercio al por menor de juguetes y artículos de deporte
52484	Comercio al por menor de artículos de droguería, papeles pintados y revestimientos de suelos
52485	Comercio al por menor de semillas, flores, plantas y animales de compañía
52486	Comercio al por menor de combustibles (excepto para vehículos automóviles)
52487	Galerías de arte comerciales
52488	Otro comercio al por menor
525	Comercio al por menor de bienes de segunda mano, en establecimientos
5250	Comercio al por menor de bienes de segunda mano, en establecimientos
52501	Anticuarios
52502	Otro comercio al por menor de objetos de segunda mano

**BIBLIOGRAFÍA**

UNE-EN ISO 9001:2000 – *Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos.*

- *Cómo mejorar la calidad en un pequeño comercio.* Arquillo Chamorro, Ana Mª de la Cruz Ramos, Aurora, Romero Ligerero, Manuel Ángel, Garre Contreras, José Alfonso. Edita: AENOR. 2002.
- *Calidad total en la gestión de servicios* Valerie A. Zeithal, A. Parasuraman Y Leonard L. Berry. 1993.
- *Norma SAC-2001. Sistema de gestión en la atención al cliente. Requisitos. IAC (Inspección, auditoría y certificación).*
- *Guía de calidad del pequeño comercio de Burgos y Guías de calidad de los sectores Alimentación, Equipamiento de la Persona, Equipamiento del Hogar y Servicios Profesionales.* TECIMAN. Edita: Federación de Empresarios de Comercio de Burgos.
- *Guías de calidad del pequeño comercio de Ávila, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid y Palencia.* TECIMAN. Edita: La Confederación de Comercio de Castilla y León.
- *Estándares de Calidad del Comercio Palentino.* Club de Calidad del Comercio Palentino. Edita: Ayuntamiento de Palencia. Área de Desarrollo Económico y de Empleo.
- *Claves para el éxito del pequeño comercio.* Nueno, José Luis. Edita IDELCO - Instituto de Estudios del Libre Comercio. 2000.



---

**AENOR** Asociación Española de  
Normalización y Certificación

Dirección C Génova, 6  
28004 MADRID-España

Teléfono 91 432 60 00

Fax 91 310 40 32

DOCUMENTO DE TRABAJO CTN 175