

CALIDAD DE SERVICIO EN EL COMERCIO



GUIA DE IMPLANTACIÓN DE LA NORMA UNE 175001

“CALIDAD DE SERVICIO PARA PEQUEÑO COMERCIO”

Se recomienda la lectura del mismo, previamente a la realización del Autodiagnóstico

CALIDAD DE SERVICIO EN EL COMERCIO

1. ¿Qué significa “la calidad de servicio” en el pequeño comercio?
2. Norma UNE 175001
3. Ventajas de Certificar la Calidad de Servicio
4. Implantación de la UNE 175001
 - 4.1 Implantación de los requisitos del Servicio
 - 4.1.1 Cortesía
 - 4.1.2 Credibilidad
 - 4.1.3 Capacidad de respuesta
 - 4.1.4 Comprensión del cliente
 - 4.1.5 Fiabilidad
 - 4.1.6 Comunicación
 - 4.1.7 Seguridad
 - 4.1.8 Accesibilidad
 - 4.2 Implantación de los requisitos de los Elementos Tangibles
 - 4.2.1 Instalaciones
 - 4.2.2 Equipos y mobiliario
 - 4.2.3 Envases y embalajes
 - 4.2.4 Documentos de compra
 - 4.2.5 Productos
 - 4.3 Implantación de los requisitos de Personal
 - 4.3.1 Imagen
 - 4.3.2 Competencia profesional
 - 4.4 Mejora
5. Proceso de Evaluación
6. Tarifas

1. ¿Qué significa “la calidad de servicio” en el pequeño comercio?

LA CALIDAD DE SERVICIO ES LA CAPACIDAD PARA SATISFACER LAS EXPECTATIVAS Y REQUISITOS DE LOS CLIENTES DURANTE LA ACTIVIDAD DE VENTA Y LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS ADICIONALES

Un cliente decidirá que un servicio es de calidad cuando su percepción sobre el mismo supere sus expectativas, es decir, perciba más de lo que esperaba.

La calidad del servicio en un pequeño comercio se pone de manifiesto desde que el cliente observa la publicidad de nuestro establecimiento o nuestro escaparate, entra en la tienda, avalúa los productos, recibe el asesoramiento y consejo de los dependientes hasta que paga los productos, los utiliza y le surgen dudas o realiza cualquier reclamación relacionada con los productos comprados.

En definitiva, para prestar un servicio de calidad en el comercio, es necesario cuidar todos los aspectos relacionados con el servicio que presta de cara a conseguir la satisfacción y fidelización de los clientes.

Con el objetivo de mejorar la competitividad del comercio minorista, la Cámara de Comercio de Valencia ha tomado la iniciativa de evaluar la calidad de aquellos establecimientos que lo soliciten.

La Evaluación de calidad de Servicio que ofrece la Cámara de Comercio es garantía de que el establecimiento satisface al cliente y vela por su mejora continua.

La norma que utiliza la Cámara de Comercio de Valencia como referente es la UNE 175001, de Calidad de Servicio del Pequeño Comercio.

2. Norma UNE 175001 de Calidad del Servicio del Pequeño Comercio

Esta norma se desarrolla pensando en los elementos básicos de la calidad del servicio orientando el enfoque al pequeño comercio.

Los objetivos que se pretenden conseguir con 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.

3. Ventajas de Certificar la Calidad de Servicio

- Le ofrece al comerciante la posibilidad de comprobar el funcionamiento de los requisitos de una norma que considera favorable para mejorar la competitividad de su actividad empresarial.
- El organismo certificador verifica la implantación y el cumplimiento de los requisitos.
- A los consumidores les ofrece mayor credibilidad ante el mercado y más confianza en el establecimiento.
- La Certificación de Calidad de las Cámaras de Comercio es garantía de buen trato y servicio para el consumidor.

4. Implantación de la Norma UNE 175001

4.1 Implantación de los requisitos del Servicio

- 4.1.1 Cortesía
- 4.1.2 Credibilidad
- 4.1.3 Capacidad de respuesta
- 4.1.4 Comprensión del cliente
- 4.1.5 Fiabilidad
- 4.1.6 Comunicación
- 4.1.7 Seguridad
- 4.1.8 Accesibilidad

4.2 Implantación de los requisitos de los Elementos Tangibles

- 4.2.1 Instalaciones
- 4.2.2 Equipos y mobiliario
- 4.2.3 Envases y embalajes
- 4.2.4 Documentos de compra
- 4.2.5 Productos


4.3 Implantación de los requisitos de Personal

- 4.3.1 Imagen
- 4.3.2 Competencia profesional

4.1 Implantación de los requisitos del Servicio

4.1.1 Cortesía

¿Qué hay que hacer para conseguir un nivel de cortesía adecuado?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener posturas y actitudes correctas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No se debe atosigar durante la compra
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mostrar respeto suficiente para proteger la intimidad de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No utilizar un tono de voz ni muy alto ni muy bajo
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ante clientes abusivos o problemáticos, tratar de calmar los ánimos y mostrar interés por el problema propuesto 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No comer, ni beber, ni fumar, ni mascar chicle en presencia del cliente
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprobar la autenticidad del dinero entregado con la debida discreción 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No realizar ningún comentario de tipo personal, político, religioso
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mostrar respeto ante las quejas, reclamaciones y devoluciones planteadas por los clientes 	

4.1.2 Credibilidad

¿Qué hay que hacer para conseguir un nivel de credibilidad adecuado?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dar una información veraz sobre los productos y servicios ofertados. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La publicidad y las campañas promocionales no deben inducir a error o engaño.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprobar el funcionamiento de los productos y permitir a los clientes examinarlos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No presionar a los clientes a realizar una compra.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplir con los compromisos establecidos por la Dirección. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dar importancia a las quejas, reclamaciones o devoluciones efectuadas por los clientes.

3.1.3 Capacidad de respuesta

¿Qué hay que hacer para conseguir un nivel de capacidad de respuesta adecuado?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar una previsión de necesidades de compra de productos y servicios adicionales adecuada a las demandas de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No se debe alargar los plazos de entrega de los productos a los clientes.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificar las épocas y horas de mayor afluencia de clientes y realizar una previsión de las necesidades de personal 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ante la petición de productos de los que no se disponga en el establecimiento no se deben obviar las gestiones necesarias para satisfacer dicha demanda.

3.1.4 Comprensión del cliente


¿Qué hay que hacer para conseguir un nivel de comprensión del cliente adecuado?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poner atención en todo lo que el cliente exprese. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los horarios de apertura no deben adaptarse a las necesidades del propietario, si no del cliente.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Anticiparse a las necesidades de los clientes y ofrecer servicios adicionales disponibles relacionados con el producto adquirido 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No ser escueto con la información que pide el consumidor. Comprobar que el cliente ha entendido la oferta.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Disponer de los servicios complementarios que el cliente espera encontrar. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No obviar la definición concreta y precisa de aspectos, tales como: formas de pago, horarios de apertura, ofertas, etc.

3.1.5 Fiabilidad

¿Qué hay que hacer para conseguir un nivel de fiabilidad adecuado?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los productos estarán dispuestos en la sala de ventas en correspondencia con los carteles identificativos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No deben contener errores la publicidad y las campañas promocionales.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Para evitar errores en el servicio a domicilio, se debe tomar nota adecuadamente de todos los datos del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Durante el transporte, no deteriorar los productos, por falta de adaptación de las necesidades adecuadas.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuando se realice una llamada telefónica al cliente, controlará el nivel de ruido alrededor del teléfono para asegurar la calidad en la percepción del mensaje. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Durante la facturación y cobro, no cometer errores y revisar que el cambio entregado al cliente sea correcto.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La Dirección comprobará que la información, muy especialmente en las Campañas Promocionales se ajusta a lo programado. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No cometer errores en las campañas promocionales.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La Dirección dará instrucciones para evaluar los servicios adicionales de forma periódica. 	

3.1.6 Comunicación

¿Qué hay que hacer para conseguir un nivel de comunicación adecuado?



<p>➤ Se debe anunciar visiblemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ el horario comercial ▪ los días festivos en los que permanecerá abierto ▪ las rebajas, los saldos, las liquidaciones, las promociones. ▪ los compromisos generales adquiridos con el cliente ▪ los precios de los productos ▪ los servicios adicionales con sus tarifas, plazos y funcionamiento ▪ las formas de pago y sus condiciones ▪ cualquier cambio en la actividad comercial (obras, etc.) ▪ la existencia de Hojas de Reclamaciones ▪ la política del comerciante sobre el acceso de animales. 	<p>➤ No se debe 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.</p>
<p>➤ En caso que se produzca una queja, una reclamación o una devolución, el personal dará las aclaraciones necesarias y se tomará nota para las futuras situaciones similares.</p>	<p>➤ El cliente no deberá tener problemas a la hora de acceder a cualquier tipo de información sobre el producto.</p>

3.1.7 Seguridad


¿Qué hay que hacer para conseguir un nivel de seguridad adecuado?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplir con los requisitos legales aplicables para prevenir riesgos y accidentes durante la actividad de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No pasar por alto la señalización de: escalones, rampas, bajos techos, suelo mojado, etc.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proteger los datos de carácter personal de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No aceptar ninguna tarjeta de crédito sin comprobar la identidad del cliente.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Disponer de un sistema para la custodia de los bienes del cliente cuando no se permita su entrada. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ En ningún caso se dejará de controlar en todo momento los documentos de identificación en el pago.

3.1.8 Accesibilidad

¿Qué hay que hacer para conseguir un nivel de accesibilidad adecuado?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplir con la normativa referente al horario y a los días de apertura 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No impedir la movilidad de los clientes dentro del establecimiento
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Permanecer cercano y atento a las necesidades del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No mantener fuera del alcance del cliente los artículos expuestos en la sala de ventas, en la medida que la naturaleza del producto lo permita.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ofrecer un trato personalizado a los clientes habituales. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No priorizar la eliminación de las barreras arquitectónicas una prioridad, a la hora de planificar reformas en el establecimiento.

4.2 Implantación de los requisitos de los Elementos Tangibles

4.2.1 Instalaciones

¿Qué hay que hacer para conseguir unas instalaciones adecuadas?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dotarse de todas las necesarias para que se pueda desarrollar convenientemente la actividad de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No interferir en la atención al cliente ni molestarlo cuando se realice la limpieza, conservación y mantenimiento de la sala de ventas.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantenerlas limpias, ordenadas, bien conservadas y mantenidas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No mantener los artículos en el escaparate durante largo tiempo.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplir la normativa vigente dirigida a garantizar la seguridad en el establecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No obviar la decoración y estética de las instalaciones, acorde al tipo de establecimiento.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Debe existir una temperatura y una iluminación adecuada, que permita apreciar las cualidades de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No olvidar la limpieza y mantenimiento de la fachada y todos sus elementos (rótulos, escaparate, toldos y similares)

4.2.2 Equipos y mobiliario

¿Qué hay que hacer para conseguir un equipo y mobiliario adecuado?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dotarse de todos los necesarios para que se pueda desarrollar de forma adecuada la actividad de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Que no impidan la accesibilidad de los clientes a los productos expuestos.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantenerlos limpias, ordenados, bien conservados y calibrados. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No interferir en la atención al cliente ni molestarlo cuando se realice la limpieza, conservación y mantenimiento de los mismos.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplir la normativa aplicable para garantizar la seguridad en el establecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No olvidar que deben ser atractivos y su estética acorde con el tipo de establecimiento.

4.2.3 Envases y embalajes

¿Qué hay que hacer para conseguir envases y embalajes adecuados?



- Deben ser adecuados en cuanto a tamaño y resistencia para todos los productos, y cómodos para el cliente.

- No olvidar la presentación adecuada de los productos regalos.

4.2.4 Documentos de compra

¿Qué hay que hacer para conseguir unos documentos de compra adecuados?




- Se debe entregar ticket de compra y/o factura en cada venta. El documento contendrá los datos necesarios para identificar la operación.

- No olvidar entregar justificante de la operación cuando el pago se efectúe mediante tarjeta.

4.2.5 Productos

¿Qué hay que hacer para conseguir unos productos adecuados?




<ul style="list-style-type: none"> ➤ Garantizar el correcto estado de conservación, funcionalidad y seguridad de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No deben estar desordenados ni sucios.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La manipulación de los productos se realizará cuidando las características y naturaleza del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No entregar los productos al cliente mal envasados o embalados.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existir una variedad de productos suficiente para satisfacer las necesidades de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No comunicar a todo el personal los criterios para la ubicación correcta de los productos.

4.3 Implantación de los requisitos de los Elementos Tangibles

4.3.1 Imagen


¿Qué hay que hacer para conseguir una imagen adecuada?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ La vestimenta será acorde al tipo de establecimiento, siendo el personal claramente identificable. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No debe ser descuidada
--	--

4.3.2 Competencia profesional

¿Qué hay que hacer para conseguir una competencia profesional adecuada?




<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocer las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No olvidar la identificación de las necesidades de formación y asignar recursos necesarios para satisfacerlas.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se debe disponer de los conocimientos, aptitudes y actitudes necesarios para atender los requerimientos del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No desconocer los productos que se venden.

4.4 Mejora

Dado que las necesidades y expectativas de los clientes son cambiantes, y debido a la competitividad de cada sector así como a los avances técnicos, las organizaciones deben mejorar continuamente.

La mejora debe plantearse como un objetivo permanente para cada comercio.

¿Qué hay que hacer para conseguir una mejora adecuada?



<ul style="list-style-type: none"> ➤ Definir un sistema de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No olvidar que las sugerencias y propuestas del personal del establecimiento son vitales para ofrecer un servicio de calidad.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Consultar periódicamente la opinión de los clientes para conocer su grado de satisfacción y detectar fallos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No dejar de verificar periódicamente que los niveles anteriormente descritos sean adecuados.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comunicar al personal las acciones de mejora a implantar y los resultados obtenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No obviar, sino aprovechar al máximo la información proporcionada por los clientes.

5. Procedimiento de Evaluación

1. Entrega de documentación firmada por parte del comerciante.

- Impreso de FVQ.
- Contrato Cámara.
- Impreso de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo.
* En el caso de no estar adherido.

2. Entrega de documentos al comerciante por parte de Cámara.

- Cuestionario de Autoevaluación.
- Dossier "Calidad en el Comercio".
- Cuaderno de Comercio "Atención al Cliente".

3. Entrega del cuestionario de autoevaluación a Cámara después de su realización.

4. Análisis de los resultados.

- En el caso de **NO**..... Informe con recomendaciones.

- En el caso de **SI**.....Pago del servicio (ver tarifas en el apartado siguiente).
 - Visita del Cliente Misterioso Evaluador:
 - **NO**: se le da un informe al comerciante, y la opción de que en 3 meses pueda volver a pasar la evaluación.
 - **SI**: se entrega el informe positivo y se informa a la FVQ de que el comercio ha pasado la evaluación.

*Una vez notificada la FVQ el comercio recibe un premio de 400€ y la correspondiente marca de "Comercio Excelente".



FVQ 2006-2009
COMERCIO
EXCELENTE

7. Tarifas válidas hasta el 31/12/2007

EVALUACIÓN DE COMERCIO EXCELENTE	
Evaluación del comercio para obtener la marca de "COMERCIO EXCELENTE" por parte de la Fundación Valenciana de la Calidad *	220,00€
Evaluación de seguimiento de "Comercio Excelente" para los 2 próximos años	100,00€ por año
TOTAL	420€

*En caso de NO pasar la evaluación de Comercio Excelente, se le dará la opción de que en 3 meses pueda subsanar las "no conformidades" y volver a ser evaluado.

La Fundación Valenciana de la Calidad dotará un premio de 400€ para todo aquel establecimiento que obtenga la marca de "Comercio Excelente".

¡IMPORTANTE!

Las Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana adecuarán la marca de "Comercio Excelente" de la FVQ a la marca propia de las Cámaras denominada "Cámaras-Calidad de Servicio en el pequeño comercio". De esta forma todo aquel establecimiento que pase la auditoria recibirá una marca distintiva como signo de calidad en su servicio.

La Certificación de Calidad de Servicio que ofrece la Cámara de Comercio es garantía de que el establecimiento satisface al cliente y vela por su mejora continua.

Aquel comercio que haya sido evaluado por la Cámara de Comercio, podrá solicitar la Certificación para la obtención de la marca en el plazo de los 12 meses posteriores a su Evaluación.



CERTIFICACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO	
Adecuación de "Comercio Excelente" de la Fundación Valenciana de la Calidad a la Marca "Cámaras-Calidad de Servicio en el Pequeño Comercio".	220€
Certificación de la Marca "Cámaras-Calidad de Servicio en el Pequeño Comercio".	450€

*Todos los precios son sin IVA y válidos hasta el 31/12/2007

