

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES

El comercio minorista es uno de los pilares básicos de desarrollo en Ciudad Rodrigo, y contribuye a la dinamización de la actividad vital del centro urbano y de sus barrios.

Los cambios en la distribución comercial, demográficos y urbanísticos han hecho necesario que el comercio minorista muestre su capacidad de evolución y adaptación a las nuevas circunstancias sociales cambiantes y que apueste por dos pilares básicos: **CALIDAD Y PROFESIONALIDAD**.

Con este Código de Buenas Prácticas pretendemos ayudar a potenciar la competitividad de nuestros comercios y conformar un comercio de calidad, acercando a los empresarios de Ciudad Rodrigo la norma "Calidad de Servicio para Pequeño Comercio" (PNE-175001 -1) de la familia de la Norma UNE-EN ISO 9001:2000 "Sistemas de Gestión de 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.
- ✓ 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.

REQUISITOS DEL SERVICIO

• Cortesía

- ✓ El personal del establecimiento debe seguir unas pautas de comportamiento de atención al cliente: recibimiento, agradecimiento por la compra, despedida, atención telefónica... y en todo momento debe ofrecer un trato cortés con independencia de la edad, la apariencia del cliente o el importe de la compra.
- ✓ No se deben mantener posturas ni actitudes incorrectas, como masticar chicle, comer, beber, o fumar en presencia del cliente y el tono de voz empleado siempre debe ser tranquilo y afable. No se debe mostrar exceso de confianza con el cliente, evitando comentarios que puedan resultar ofensivos o incómodos y siempre se debe proteger su intimidad.
- ✓ El personal del establecimiento no debe atosigar al cliente durante la compra para no incomodarle y cuando compruebe la autenticidad del dinero entregado por el cliente, deberá ser lo más discreto posible.
- ✓ Ante quejas, reclamaciones, devoluciones, clientes abusivos o problemáticos, el personal deberá mostrar respeto y actuar en todo momento con cortesía tratando de calmar la situación.

• Credibilidad

- ✓ Se debe garantizar que la publicidad y las campañas promocionales no inducen a error o engaño respecto a los productos y servicios anunciados, ni respecto al propio establecimiento comercial.
- ✓ El personal debe dar una información veraz sobre las características de los productos, así como de los servicios ofertados y debe comprobar el correcto funcionamiento de los productos y permitir a los clientes examinarlos.
- ✓ Se debe comunicar al cliente, previo análisis, una respuesta adecuada ante cualquier queja, reclamación o devolución.

• Capacidad de Respuesta

- ✓ Se debe realizar una previsión de necesidades de compra de productos y servicios, adecuada a las demandas de los clientes, para ello es fundamental tener en cuenta: temporalidad, festividad, capacidad de los almacenes, tipo y variedad de los productos demandados, previsión de ventas para el período, previsión de servicios adicionales y compromisos de servicio posventa. Si no hay productos suficientes en el establecimiento, el personal debe hacer las gestiones necesarias para satisfacer la demanda lo antes posible y debe fijar la manera de notificar al cliente el resultado de dichas gestiones.
- ✓ También se deben identificar las épocas de mayor afluencia con antelación, para realizar una previsión de necesidades de personal y para gestionar su contratación. Es conveniente reducir la espera de los

clientes en el establecimiento, para ello, también es aconsejable tener turno de ventas cuando se considere necesario.

- ✓ Se debe disponer de sistemas manuales de facturación y cobro para superar cualquier eventualidad de fallos en los terminales o en las comunicaciones.

- **Comprensión del Cliente**

- ✓ El personal del establecimiento debe prestar atención a las explicaciones del cliente para identificar sus necesidades y ofrecerle los productos que mejor se adapten a su demanda, también es adecuado que se anticipe a las necesidades del cliente y le ofrezca, cuando se disponga, servicios adicionales relacionados con el producto adquirido: envoltorio para regalo, transporte a domicilio, instalación y puesta en marcha del producto, retirada de productos obsoletos, gestión de garantías, etc.
- ✓ Deben quedar establecidas las diferentes formas de pago aceptadas en el establecimiento: tarjetas de pago, talones, pagarés bancarios, domiciliación de recibos, transferencias, pagos aplazados o financiación.
- ✓ Es conveniente que el establecimiento adapte sus horarios de apertura y cierre a las necesidades de sus clientes, o en su caso, que ofrezca alternativas que amplíen las posibilidades de atención al cliente como, recoger pedidos por teléfono, fax, correo electrónico o servicio a domicilio.

- **Fiabilidad**

- ✓ Conviene comprobar que las campañas publicitarias no contienen errores.
- ✓ Para evitar errores en el servicio a domicilio, el personal debe tomar nota de los datos del cliente, de los productos a entregar, de los plazos de entrega, del importe, etc. También debe confirmar la presencia del cliente en el domicilio el día de la entrega y revisar e inspeccionar los productos antes de entregarlos. Una vez en el domicilio del cliente se debe extremar el cuidado para no dañar sus bienes y propiedades.
- ✓ Los precios marcados en las estanterías o en los productos deben corresponder con los precios en los terminales. Durante la facturación y el cobro no es adecuado cometer errores y se debe procurar que el cambio sea correcto.

- **Comunicación**

- ✓ El establecimiento deberá exhibir el horario en lugar visible desde el interior y el exterior y anunciar los días festivos en los que permanecerá abierto, también se debe informar de aquellas alternativas que amplíen las posibilidades de atención al cliente: página web, correo electrónico... y sobre los periodos especiales de venta: rebajas, saldos, liquidaciones, promociones. Se debe exhibir la información con los servicios adicionales a disposición del cliente: tarifas, plazos y funcionamiento. Las diferentes

formas de pago y sus condiciones de aceptación deben estar anunciadas también de forma visible.

- ✓ Se debe informar de cualquier cambio en la actividad comercial como obras, cambio de emplazamiento, limitaciones de horarios o nuevos servicios. Es conveniente que el personal del establecimiento informe verbalmente de estos hechos a los clientes.
- ✓ Se deben comunicar los precios de los productos tanto en el escaparate como en la sala de ventas. Los precios serán visibles, legibles y fácilmente identificables. El personal del establecimiento debe ofrecer la información relacionada con el producto que demande el cliente e informar siempre con un lenguaje sencillo.
- ✓ Se debe anunciar visiblemente, en los casos que así sea, que no se admiten cambios o devoluciones. En caso de queja, reclamación o devolución, el personal del establecimiento debe informar adecuadamente de su error al cliente, suponiendo que no esté debidamente fundamentada y subsanar los puntos que han llevado al cliente a la confusión. Si la queja o reclamación, está fundamentada el personal debe informar al cliente de las soluciones posibles. Se debe anunciar visiblemente en el establecimiento la existencia de "Hojas de Reclamaciones".
- ✓ Es adecuado tener un mecanismo para recoger cualquier sugerencia o queja de los clientes de forma anónima, como por ejemplo un buzón de sugerencias.
- ✓ Se debe anunciar la política del comerciante sobre el acceso de animales al establecimiento y se permitirá el acceso de animales guía a discapacitados.

• Seguridad

- ✓ Se deben prevenir riesgos de accidentes durante la actividad de la venta: los elementos del establecimiento, como escaleras, escalones, rampas, bajos techos, etc. deben estar debidamente señalizados para eliminar riesgos, la disposición de los productos, debe ser tal que se eviten peligros de caídas. Se debe cumplir la normativa vigente en materia de Prevención de Riesgos Laborales.
- ✓ Se deben proteger los datos de carácter personal recogidos de los clientes y cumplir la normativa de la Ley de Protección de Datos.
- ✓ El establecimiento debe tener un sistema de custodia de los bienes del cliente cuando no se permita su entrada.
- ✓ El cobro de los productos con tarjetas de pago se realizará a la vista del cliente. Se debe pedir el DNI y comprobar la identidad del cliente. Después de haber realizado la operación, se le devolverá inmediatamente toda la documentación al cliente y en ningún caso se dejará sobre el mostrador sin control por parte del personal del establecimiento.

- **Accesibilidad**

- ✓ El personal del establecimiento permanecerá cercano y atento a las necesidades del cliente, ofreciendo un trato personalizado a los clientes habituales.
- ✓ Los accesos al establecimiento y su disposición interior deben facilitar la movilidad de los clientes. La dirección debe considerar la eliminación de las barreras arquitectónicas una prioridad a la hora de planificar reformas en el establecimiento.

REQUISITOS DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES

Las instalaciones, equipos, mobiliario, envases y embalajes deben ser los suficientes y estar adecuados, para desarrollar correctamente la actividad de venta: limpios, ordenados, bien conservados y en correcto funcionamiento. Deben cumplir la normativa vigente para garantizar la seguridad del establecimiento, del producto y del cliente. La limpieza y conservación de estos elementos se realizará siempre sin interferir en la atención al cliente y sin producir molestias.

• Instalaciones

- ✓ Se debe tener el establecimiento debidamente iluminado y decorado, de tal manera que la estética de las instalaciones se adecuen al tipo de establecimiento. En el interior de las instalaciones se debe tener una temperatura adecuada para cada época del año.
- ✓ Es conveniente renovar periódicamente los artículos expuestos en el escaparate y en la sala de ventas.
- ✓ La fachada y todos sus elementos - rótulos, escaparate, toldos, etc - deben estar limpios, bien conservados y deben ser acordes con el estilo del establecimiento.

• Equipos y mobiliario

- ✓ Deben ser atractivos y estéticos, acordes con el establecimiento y deben facilitar la accesibilidad de los clientes a todos los productos expuestos.
- ✓ Los equipos de peso y medidas deben estar correctamente calibrados según la normativa vigente.

• Envases y embalajes

- ✓ Es conveniente que sean estéticos y atractivos y se debe tener materiales específicos para la presentación de los productos como regalo, de acuerdo con el tipo de establecimiento.
- ✓ Deben ser adecuados en cuanto a tamaño y resistencia, para todos los productos y cómodos para el cliente, cumpliendo toda la normativa para garantizar la seguridad y la integridad de las personas y de los productos.

• Documentos de compra

- ✓ Se debe entregar un ticket de compra o una factura con la referencia y el precio de los artículos comprados. Cuando el pago se efectúe mediante tarjeta, se entregará al cliente un justificante de la operación.
- ✓ Se debe entregar una nota, albarán o recibo 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.

Dicha nota contendrá como mínimo los siguientes datos: fecha de la operación, descripción del servicio, precio, e identificación y firma del establecimiento.

- **Productos**

- ✓ Los productos deben estar ordenados y exentos de polvo y suciedad, todo el personal debe conocer su ubicación correcta, tanto en la sala de ventas como en el escaparate. Debe existir una variedad de productos suficiente para satisfacer las necesidades de los clientes y se deben entregar debidamente envasados o embalados, excepto en los casos en los que el cliente expresamente lo desestime.
- ✓ La manipulación de los productos se debe realizar cuidando las características y naturaleza del producto y de acuerdo a las instrucciones de los proveedores.
- ✓ Es necesario garantizar el correcto estado de conservación y funcionamiento de los productos del 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.
 - Comprobación de que los servicios adicionales no disminuyen la características del producto suministrado, salvo acuerdo en contra.

REQUISITOS DEL PERSONAL

- **Imagen**

- ✓ La apariencia del personal debe ser cuidada y aseada y su vestimenta, siempre limpia, estará acorde al tipo de establecimiento. El personal deberá llevar uniforme cuando la legislación aplicable lo exija o cuando la dirección del establecimiento lo estime necesario. El uniforme será acorde al tipo de establecimiento. Con o sin uniforme el personal del establecimiento debe ser claramente identificable por el cliente.

- **Competencia profesional**

- ✓ La dirección debe definir las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo y el personal conocerá esas funciones y su relación con el resto de trabajadores.
- ✓ El personal debe disponer de los conocimientos y aptitudes necesarias para atender los requerimientos del cliente y también de un amplio conocimiento de los productos.
- ✓ Todo el personal debe recibir una mínima formación:
 - Conocimiento de la norma PNE 175001-1 "Calidad del servicio para el pequeño comercio".
 - Conocimiento del funcionamiento general del establecimiento – horarios, días de apertura, formas de pago, servicios adicionales... –
 - Conocimiento de las pautas de comportamiento ante el cliente establecidas por la dirección.
 - Conocimiento del funcionamiento de los equipos de trabajo.

MEJORA CONTINUA

Una mejora continua implica:

- ✓ Definir un sistema de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones, de tal forma que estén convenientemente documentadas y que se transmitan a la dirección para su análisis y para que se tengan en cuenta para la mejora del servicio prestado. También es adecuado definir un sistema para recabar sugerencias y propuestas del personal del establecimiento.
- ✓ Es conveniente consultar periódicamente la opinión de los clientes, para conocer su grado de satisfacción y detectar fallos. La dirección puede verificar periódicamente que el nivel de todos los puntos tratados en esta norma son adecuados y satisfacen la demandas de los clientes.
- ✓ La dirección debe comunicar al personal del establecimiento las acciones de mejora a implantar y los resultados obtenidos.

Fuente: Norma PNE 175001 –1 “Calidad de Servicio para Pequeño Comercio” Parte 1 Requisitos generales, de la familia de la Norma UNE-EN ISO 9001:2000 “Sistemas de Gestión de Calidad. Requisitos”

PUNTOS CLAVE

Existen tres momentos clave en la "RUTA DE COMPRA" de un cliente y estos son los principales factores que los determinan:

1. Ser atraído y decidir entrar en el local comercial

- ✓ Fachadas restauradas en buen estado.
- ✓ Escaparates atractivos.
- ✓ Acogida. Sentirse bien recibidos.
- ✓ Poder entrar, mirar y salir sin compromisos ni agobios.
- ✓ Amplitud de horarios.
- ✓ Accesibilidad para mayores y minusválidos.

2. Predisponerse y finalmente comprar en esa tienda

- ✓ Trato cordial, pero con respeto.
- ✓ Comodidad, ambientación agradable, climatización.
- ✓ Limpieza, orden y luminosidad.
- ✓ Variedad de los productos / artículos.
- ✓ Calidad de los productos / artículos.
- ✓ Buena relación calidad / precio.
- ✓ Exposición atractiva de productos / artículos, con información adecuada.
- ✓ Profesionalidad.
- ✓ Empleados / dueños a disposición del cliente.
- ✓ Conocimiento de sus productos: asesoramiento y resolución de problemas y dudas.
- ✓ Honestidad, sinceridad.
- ✓ Cuidado del aspecto e imagen.

3. Vivir una experiencia global de compra satisfactoria y volver a comprar en dicho establecimiento.

- ✓ Facilidad para reclamar y pedir devolución o cambio
- ✓ Servicio post-venta: servicio técnico de calidad, arreglo de ropa, servicio a domicilio, etc.
- ✓ Ofrecimiento de un detalle, un descuento, una atención.
- ✓ Financiación y facilidad de pago.
- ✓ Renovación de productos, oferta de novedades.

DAFO

FORTALEZAS Y DEBILIDADES FRENTE A LA COMPETENCIA

Fortalezas

Atención, simpatía, trato directo y personalizado.
Calidad y variedad de productos / marcas
Profesionalidad, especialización y asesoramiento
Servicios y valores añadidos
Local con diseño y cómodo
Ubicación
Experiencia
Publicidad
Pertener a un grupo de compra fuerte
Saber comprar

Debilidades

No poder ofrecer las ofertas / precios bajos.
La mayor variedad de productos de las grandes superficies.
Competencia con mejor marketing, publicidad y organización.
No poder dar comodidad en el local / tamaño adecuado.
Estancado sin posibilidad de crecer.
Financiación del stock.
Dependencia de los proveedores.
Horarios limitados.

Estrategias que deben aplicarse:

Mayor Especialización. Mejor Calidad de Servicio. Mayor innovación tecnológica. Mayor asociacionismo entre los comerciantes

AMENAZAS Y OPORTUNIDADES QUE OFRECE EL MERCADO

Amenazas

Nuevos hábitos, la gente joven prefiere las franquicias y las grandes superficies.
Mas competencia y más grande.
Ventas por Internet.
Menos puestos de trabajo.
Piratería.

Oportunidades

El crecimiento del pueblo.
Poder adaptarse a los nuevos hábitos.
Seguir innovando y estar al día.
Especialización , profesionalización y asesoramiento.
Incorporar nuevos productos.