

# calidad comercial

## Nueva normativa para el comercio español

**La reforma de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista supondrá un impacto económico cercano a los 4.000 millones de euros de inversión y la creación de 50.000 puestos de trabajo.**

Con el objetivo de adecuarse al constante proceso de globalización de la economía y a la necesidad de adaptar la regulación normativa a la realidad de los mercados, el Gobierno ha reformado la Ley de Ordenación del Comercio Minorista para adaptarla a lo establecido en la Ley Ómnibus, encargada de la transposición de la Directiva 2006/123/CE.

La nueva Ley, que tiene en cuenta las peculiaridades del mercado minorista español, respeta la competencia exclusiva de las Comunidades Autónomas en materia de comercio interior y se inspira en el principio de libertad de empresa. Tiene como finalidad el libre establecimiento de servicios de distribución comercial en un marco de libre competencia. El impacto económico de la reforma de esta Ley se calcula en una inversión cercana a los 4.000 millones de euros y en la creación de unos 50.000 nuevos puestos de trabajo.

Entre sus modificaciones más relevantes destacan la libertad de establecimiento como principio general que elimina la obligatoriedad de la licencia comercial; la supresión de los criterios económicos restrictivos

de la competencia, así como la intervención de los competidores en los procesos de autorización; la inclusión de un procedimiento de autorización establecido por las Comunidades Autónomas que incorporará todos los trámites necesarios; y la supresión de la definición de gran establecimiento comercial, evitando así un trato discriminatorio a los distintos formatos comerciales.

La reforma de la Ley también suprime la autorización previa en la venta automática, limita la duración de las autorizaciones en la venta ambulante para promover la rotación de competidores y sustituye la obligación de inscripción previa por una comunicación a posteriori del inicio de la actividad ●



MARZO 2010

06

# sumario



**Fernando Cano Ropa Hombre, cantidad precedida por calidad.**  
(PÁG. 3)



**Como mejorar su comercio**  
Recordemos la Ley de Garantías. (PÁG. 5)




**Asociaciones por dentro**  
AETEM. En defensa de las mujeres trabajadoras. (PÁG. 4)



**Entrevista a Carmen Cárdeno**  
Directora General de Comercio de la Comunidad de Madrid. (PÁG. 6 y 7)

## Reconocimiento a las entidades que promueven la Norma 175001

AENOR pone en valor el papel de las entidades que apuestan por la calidad en el servicio de los pequeños y medianos comercios.

En el marco de la Feria Internacional de Turismo, Fitur, celebrada el pasado mes de enero en Madrid, AENOR realizó un reconocimiento a las entidades promotoras de la calidad comercial en el pequeño comercio que están impulsando la implantación de la Norma UNE 175001. Durante el acto, se entregaron reproducciones en bronce de la Marca  de AENOR a organizaciones empresariales y comerciales de Aragón, Asturias, Canarias, Baleares y Andalucía.

Ya son cerca de 2.000 los pequeños y medianos comercios españoles certificados con la Norma UNE 175001 de Calidad de Servicio para Pequeño Comercio, una cifra que aumenta constantemente debido a la buena acogida que dicha certificación tiene en el sector.

Durante el acto organizado por AENOR en Fitur, intervino Ricardo Lage, secretario



general de la Confederación de Empresarios de Comercio Minorista, Autónomos y de Servicios de la Comunidad de Madrid, CECOMA.

Ricardo Lage, en representación de todas las entidades y organizaciones de España que promueven dicha certificación, afirmó en su intervención que "es importante destacar la relación directa entre la calidad en el pequeño comercio y el turismo. El pequeño comercio tiene un papel dinamizador de la vida económica y social de las ciudades. Ya no cubrimos sólo las necesidades de los ciudadanos, sino que el pequeño comercio se constituye también como una parte importante de la oferta turística. Por ejemplo, la 'milla de oro' o la calle Preciados en la ciudad de Madrid, dos polos de interés que suponen calidad y atracción turística".

Lage también recaló que la calidad es un parámetro visible para los clientes, quienes lo detectan en la atención que reciben. "La calidad es un valor intrínseco de la actividad comercial que se puede hacer visible para todos los consumidores a través de la atención especializada. Y todo esto

lo plasma la Norma UNE 175001, que ha seguido desarrollándose y ampliando para tratar de reconocer los diferentes aspectos específicos de las actividades de los negocios", señaló ●



# COMERCIOS EN MARCHA

## Cantidad precedida por calidad



En una época en la que cada vez hay más opciones de compra para el consumidor, existen ejemplos de pequeños comercios que destacan por su calidad en el servicio. Es el caso de Fernando Cano Ropa Hombre.

Los responsables de Fernando Cano Ropa Hombre lo tienen claro: "es necesaria la cantidad, pero siempre que venga precedida por la calidad". Esta frase resume bien la filosofía de esta pequeña empresa dedicada a la comercialización multimarca de ropa para el hombre que fue fundada en 1959 por la familia Cano en la localidad valenciana de Alcoy.

Más de cincuenta años después, la empresa está en pleno proceso de cambio generacional, pues Fernando Cano, fundador y actual máximo responsable, trabaja en plena coordinación con su hijo de 32 años, Santiago Cano. Fue precisamente él quien se hizo responsable de la ampliación del negocio, abriendo un segundo comercio en el pueblo de Onteniente. Esta expansión, añadida a la remodelación integral de la tienda de Alcoy en 1992, ha colocado a la empresa en una



buena posición para competir en el difícil sector de la venta de ropa.

"En épocas en las que las franquicias pertenecientes a grandes grupos comerciales ofertan precios bajos y un estilo de servicio muy unipersonal, el pequeño comercio debe apostar por la calidad del producto y del servicio. La competitividad viene dada con dicha diferencia y el buen resultado es la satisfacción del cliente que se deja asesorar por nuestro equipo al adquirir artículos que cubrirán sus expectativas con creces. Éste es el secreto del éxito de la empresa, la calidad", comenta Santiago Cano.

El constante trabajo de la empresa en la calidad del servicio ha sido reconocido en numerosas ocasiones. Fernando Cano Ropa Hombre ha recibido el Premio Cámara de Comercio 2000 de la provincia de Alicante y el Primer Premio Cámara de Alcoy 2008 al Sector Terciario. También fue incluido en el libro de la Generalitat de Valencia "Empresas

de éxito, decisiones valientes", que recopila 50 casos de éxito empresarial en dicha comunidad autónoma.

Que la calidad es una premisa en toda la actividad de la empresa queda patente al contar con el Certificado AENOR de Calidad de Servicio para Pequeño Comercio. Los miembros de la familia Cano tampoco se olvidan de la necesidad de disponer de un equipo humano formado y profesional, así como de la correcta gestión de las compras, el mantenimiento de las tiendas, la administración, etc., todas ellas áreas donde la calidad también es un parámetro imprescindible.

"En la filosofía de la empresa existen unas premisas que suponen bastiones sobre los que apoyar la actividad y desarrollo del negocio. Podemos afirmar que la certificación AENOR supone para nosotros un grado más en la mejora continua y la especialización. Constituye también un atractivo de importancia para el cliente, que ve plasmado en dicha certificación el conjunto de factores que le satisface como consumidor", puntualiza Santiago Cano ●

## NUEVA VERSIÓN ELECTRÓNICA



Próximamente esta publicación pasará a editarse exclusivamente en soporte electrónico. Así su recepción ganará en rapidez y seguridad. Para recibirla, simplemente envíe un correo electrónico a [calidadcomercial@aenor.es](mailto:calidadcomercial@aenor.es) indicando nombre de establecimiento u organización, dirección de correo electrónico y persona de contacto.

## ATAEM

# En defensa de las mujeres trabajadoras

**Con más de 500 asociadas en la Comunidad de Madrid, ATAEM defiende los derechos de las mujeres autónomas y profesionales a la vez que crea espacios de intercambio de experiencias y contactos.**

Desde hace ya ocho años, la Asociación de Mujeres Autónomas, Profesionales y Emprendedoras, ATAEM, viene desarrollando una intensa labor con este colectivo en la Comunidad de Madrid. Intercambiar ideas y experiencias, reforzar la formación, promover la prevención de riesgos laborales o mejorar las redes de contactos son algunos de los objetivos de esta Asociación formada por más de 500 profesionales que desarrollan su actividad en múltiples sectores, aunque muchas de ellas lo hacen en los de comercio y formación.

Sin lugar a dudas una de las apuestas más claras de las responsables de ATAEM es la introducción de la calidad en las actividades que despliegan sus asociadas, entendiendo su mejora como una herramienta competitiva de las empresas independientemente de su tamaño o actividad.

Según nos explica Mariángeles Álvarez, secretaria general de ATAEM, "la certificación de las empresas en la normativa de calidad es un valor distintivo de gran importancia, ya que, no sólo constituye una diferenciación con la competencia, sino que para clientes y proveedores es un signo de buena gestión

y cumplimiento de una serie de parámetros. Desde ATAEM, instamos a nuestras asociadas a que se interesen por este tipo de certificaciones, sea cual sea el tamaño del negocio y la tipología del mismo".

### Colaboración con administraciones públicas

La actividad de ATAEM está muy vinculada a su colaboración con otras entidades públicas y privadas. Así, ha colaborado con administraciones públicas como los ayuntamientos de Madrid, Fuenlabrada, Majadahonda, Coslada y Alcobendas, y con otras asociaciones, especialmente aquellas que aglutinan a mujeres trabajadoras (Asociación de Empresarias de Cooperativas, Fundación Carolina, Asociación Madrileña de Mujeres Empresarias del Noroeste, etc.).

Pero ATAEM no limita sus colaboraciones y también trabaja con otras instituciones como el Instituto de la Mujer, AvalMadrid, Fundación La Caixa o la Agencia para el Empleo de Madrid. Destacan especialmente las participaciones de ATAEM en el proyecto Leonardo en el marco del programa ECEU, cuyo objetivo es identificar las competencias,



los conocimientos y las habilidades emprendedoras adquiridas por las mujeres europeas en lugares de aprendizaje no formal, y en la Iniciativa Comunitaria Equal con los proyectos "Al Sur de Madrid" y "Diversidad activa".

Una de las iniciativas más recientes e interesantes de ATAEM ha sido la creación del llamado Club de Autónomas, un espacio de encuentro y debate sobre el mundo laboral y la mujer. La primera sesión del Club de Autónomas tuvo como invitada a Carmen Toledano, secretaria de Políticas de Igualdad de la Comisión Ejecutiva Regional del PSOE. Además, los representantes de ATAEM también han participado como ponentes en actos organizados por otras entidades como las jornadas de formación de la Fundación Tripartita, los premios Mujeres Progresistas otorgados por la Federación Española de Mujeres Progresistas o la conferencia "Mujer y autoempleo, soluciones en tiempos de crisis" convocada por el Banco Mundial de la Mujer.

Durante este año 2010, y entre otras actividades, ATAEM gestionará el programa INSERMUJER en colaboración con el Servicio Regional de Empleo de la Comunidad de Madrid ●



## Las ventas y la Ley de Garantías

De acuerdo con La Ley 23/2003, de 10 de julio, de Garantías en la Venta de Bienes de Consumo, más conocida como Ley de Garantías, un bien debe:

- Ajustarse a la descripción hecha por el vendedor.
- Tener las cualidades y características manifestadas mediante muestra o modelo.
- Servir para el uso habitual de los bienes del mismo tipo.
- Tener la calidad, comportamiento y características que sostienen vendedor y fabricante.

Según este texto, la instalación incorrecta del bien también se considera falta de conformidad cuando la instalación forme parte del contrato y se realiza por el vendedor, o cuando sea realizada por el consumidor pero siguiendo instrucciones de instalación incorrectas.

Ante un bien que no está ajustado a contrato, el consumidor tiene derecho a la reparación o sustitución del bien. En el caso de que esto no sea posible o desproporcionado para el vendedor –en función de su valor o importancia del defecto– el consumidor puede optar por una rebaja del precio o la resolución del contrato mediante devolución del dinero, salvo que la deficiencia sea de escasa importancia.

Desproporcionada es toda forma de saneamiento que imponga al vendedor costes que, en comparación con otra forma de saneamiento, no sean razonables.



La reparación o sustitución serán gratuitas para el consumidor, especialmente los gastos de envío, mano de obra, instalación y materiales.

### Responsabilidades

El vendedor responde de las faltas de conformidad que se manifiesten en un plazo de dos años desde la entrega del bien. Durante los primeros seis meses, el vendedor debe demostrar que no existe falta de conformidad del bien, ya que se presume que dicha falta existía cuando se entregó. En este periodo el vendedor correrá con los gastos que se pudieran generar en los Servicios Técnicos para probar que el bien es conforme.

A partir del sexto mes y hasta finalizar el plazo de dos años, el consumidor deberá demostrar que la falta de conformidad ya existía en el momento de la entrega del bien. En caso de no demostrarlo, el vendedor no correrá con los gastos de reparación, ni los del Servicio Técnico que comprobara la conformidad del bien, salvo que hubiera asumido tal obligación en la garantía comercial o en la publicidad.

Desde que el bien sea entregado tras reparación o sustitución y durante los seis primeros meses el vendedor responderá de las faltas de conformidad que causaron

la reparación o aparezcan en el bien sustituido.

### Plazo de reclamaciones

El consumidor podrá reclamar en el plazo de dos meses desde que conozca o se percate de la falta de conformidad del bien.

La garantía legal es de dos años para bienes nuevos y la comercial es aquella que ofrece el vendedor o fabricante, adicional y nunca inferior a la garantía legal ●



Esta información ha sido elaborada por el equipo técnico de AENOR responsable de la certificación de Calidad Comercial.



### BUZÓN DE CONSULTAS

Los lectores podrán dirigir a esta sección cualquier duda relacionada con las actividades de normalización y certificación en el ámbito de la calidad comercial.

Puede remitirnos sus consultas al número de fax 913 19 05 81 o a la dirección de correo electrónico [calidadcomercial@aenor.es](mailto:calidadcomercial@aenor.es), especificando que va destinado al **Buzón de Consultas de la publicación Calidad Comercial**.

Todas las preguntas recibidas en el Buzón de Consultas serán contestadas.



**Carmen Cárdeno Pardo**

**Directora General de Comercio de la Comunidad de Madrid**

Carmen Cárdeno Pardo es licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid. Pertenece al Cuerpo de Técnicos Superiores de la Comunidad de Madrid desde 1988. Antes de ocupar el cargo de Directora General de Comercio fue responsable del Área de Normativa y Ordenación Comercial y Jefa de Servicio de Ferias y Artesanía, entre otros cargos. Actualmente, también es Consejera de AvalMadrid y de la Fundación de la Energía de la Comunidad de Madrid.

“El Ejecutivo regional considera el comercio como un sector estratégico y desde el año 2004 viene implementando un Plan de Fomento e Impulso al Pequeño Comercio y la Hostelería de la región”

**Pregunta. ¿Qué repercusión económica y de generación de empleo tiene la actividad de los pequeños comercios en la Comunidad de Madrid?**

**Respuesta.** El sector comercial supone aproximadamente el 8% del Valor Añadido Bruto de nuestra economía, con amplia representación de pequeñas empresas familiares, ya que el 83,4% de las empresas comerciales madrileñas son empresas con autoempleo o emplean hasta dos trabajadores. A medida que estos negocios se desarrollan y necesitan incorporar nuevos empleados, evolucionan hacia fórmulas de gestión más profesionalizada, pero sólo una minoría de este tejido comercial básico consigue alcanzar la dimensión de una gran empresa. Conforme con los últimos datos oficiales, en la Comunidad de Madrid se localizan un total de 74.382 establecimientos comerciales minoristas, que dan ocupación a un total de 278.700 trabajadores. Además, se trata de un sector muy dinámico. Así, en la última década ha crecido en nuestra región muy por encima de la media nacional. El número de locales, ha registrado un incremento acumulado desde 2000 del 8,6%, frente al 3,4% en España; por su parte, el número de ocupados ha experimentado un crecimiento del 78% desde 1996, lo que supone 122.187 empleos más, frente al 38,8% de la media nacional.

**P. ¿De qué forma contribuye el Gobierno regional a mejorar la competitividad de este sector?**

**R.** El Ejecutivo regional considera el comercio como un sector estratégico y desde el año 2004 viene implementando un Plan de Fomento e Impulso al Pequeño Comercio y la Hostelería de la región (PLAN FICOH), dedicando de manera ininterrumpida durante los últimos seis ejercicios presupuestarios importantes recursos económicos

dirigidos a la modernización, formación y especialización del sector del comercio minorista.

Desde su inicio se han destinado ayudas de 180,5 millones de euros que han generado una inversión en la modernización, promoción, innovación y financiación del sector de 601,7 millones.

Respecto al 2010, ya se han puesto en marcha las principales líneas de apoyo al sector del pequeño comercio y la hostelería del Plan FICOH, con un total de nueve programas de ayudas a disposición del sector, que suponen cerca de 16 millones de euros, a los que se unen, entre otras actuaciones, el apoyo a la formación del sector a través del Servicio Regional de Empleo o la realización de planes específicos de incentivación del consumo y la demanda.

**P. Más de un año después de su entrada en vigor, ¿cómo valora la aplicación que está teniendo la Ley de Modernización del Comercio regional?**

**R.** La aprobación de la Ley 1/2008 de Modernización del Comercio de la Comunidad de Madrid supuso el primer paso importante en la política liberalizadora del sector comercial, en los términos que estableció la Directiva de Servicios en el Mercado Interior, y que se ha visto complementada por las modificaciones introducidas por la reciente Ley de Medidas Liberalizadoras y de Apoyo a la Empresa Comercial. Se trata de crear un marco normativo liberalizador, que elimine trabas administrativas y costes innecesarios para las empresas, reduciendo



"Se trata de crear un marco normativo liberalizador, que elimine trabas administrativas y costes innecesarios para las empresas, reduciendo trámites y simplificando procedimientos administrativos"

## “Quien aporte el máximo valor añadido estará en mejor disposición para afrontar los retos de un mercado”

El Gobierno regional de Madrid tiene desde 2004 un plan específico para el fomento del pequeño comercio, herramienta necesaria en una comunidad autónoma donde hay cerca de 75.000 establecimientos comerciales que generan casi 300.000 puestos de trabajo.

trámites y simplificando procedimientos administrativos. Los efectos de estas medidas no han podido ser sino muy positivos, incluso en el marco de un escenario global de crisis económica y de contracción de la demanda.

**P. Actualmente 171 comercios de la Comunidad poseen el certificado de AENOR de Calidad Comercial. ¿Es la calidad del servicio la herramienta que diferencia a este tipo de negocios frente a otros canales de distribución?**

**R.** El sector del comercio, cuyos activos se

basan fundamentalmente en la cercanía al cliente y en el profundo conocimiento de los productos que vende, junto a la cada vez más importante competencia, hacen necesario e imprescindible poner en valor aquellos elementos en los que destaca con mayor claridad, y presentarlo como la principal ventaja competitiva del mismo.

Por tanto, en la medida en la que sea posible, aportar el máximo valor añadido al principal elemento diferenciador y de competitividad del establecimiento o empresa permite estar en una mejor disposición para afrontar

con más éxito los retos de un mercado cada vez más exigente.

**P. ¿Qué futuro pronostica para los pequeños comercios madrileños?**

**R.** El futuro del sector del comercio es el reflejo y la consecuencia del trabajo emprendido por todos y cada uno de los profesionales que lo integran por ser más competitivos e innovadores. Por ello, su futuro, más allá de coyunturales crisis económicas en las que nuestra región está demostrando resistir mejor que otras regiones españolas, es muy esperanzador. Hay que reconocer el importante esfuerzo que los empresarios realizan día a día por ofrecer un servicio cada vez más especializado, competitivo, de calidad y, en definitiva, mejor para el consumidor, y que redundará en que el comercio de la Comunidad de Madrid se sitúe en niveles de calidad y variedad de su oferta a la cabeza en el ámbito nacional ●

# AENOR

## Normalización artesana

Nuevos comités técnicos de normalización para productos artesanos y estructuras móviles.

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España ha autorizado a AENOR la creación de dos nuevos comités técnicos de normalización. El primero de ellos es el AEN/CTN 304, que tiene como objetivo desarrollar normas sobre productos artesanos, con la excepción de productos alimentarios y gastronómicos.

El segundo comité es el AEN/CTN 305, cuya finalidad es el desarrollo de normas españolas que fomenten la profesionalización de las empresas y la seguridad de las estructuras móviles. De este modo, en el comité AEN/CTN 305 se podrán desarrollar normas de instalación y ejecución de carpas y estructuras móviles utilizadas en eventos, actos, espectáculos, alojamientos y otras utilidades. Con éstos dos nuevos, el número de comités técnicos de normalización y grupos de trabajo de AENOR ya asciende a 200 ●



Fotografía: PATRIMONIO NACIONAL

## Ruta histórica certificada

AENOR es la certificadora oficial de la Ruta de Carlos V de Laredo a Yuste.

La Red de Cooperación de Ciudades y Municipios de la Ruta de Carlos V: Laredo-Yuste y AENOR han firmado un convenio de colaboración cuyo principal objetivo es

promover y difundir la cultura de la calidad y del comportamiento ambiental, a través de la implantación de normas y su posterior certificación, entre las empresas y organizaciones de la Ruta de Carlos V.

Esta Ruta turístico-cultural

integra a los municipios y territorios que visitó el emperador en su último viaje de Laredo a Yuste y que abarca las comunidades autónomas de Cantabria, Castilla y León, y Extremadura.

El acuerdo implica que todas aquellas organizaciones y empresas que quieran obtener la Marca Carlos V concedida por la mencionada Red deberán estar en posesión de los certificados de gestión de la calidad o ambiental de AENOR ●

## Cadena de suministro

Nueva certificación que reconoce la seguridad de la cadena de suministro.

La certificación según la norma ISO 28000 se está empezando a implantar en España. Esta norma define las especificaciones para los sistemas de gestión de la seguridad para la cadena de suministro. Su metodología se basa en el ciclo de mejora continua con un enfoque basado en la evaluación

del riesgo, en la cual se valora tanto los objetivos establecidos para la gestión de la seguridad en la cadena de suministro como los programas implementados para su consecución. AENOR ha concedido el primer certificado en España a DHL Express Iberia ●

NOS INTERESA SU OPINIÓN

Estamos interesados en que nos haga llegar sus sugerencias acerca de los contenidos que aparecen en esta publicación. Puede remitirnos sus comentarios a [calidadcomercial@aenor.es](mailto:calidadcomercial@aenor.es) o al número de fax 913 19 05 81.

**AENOR** Asociación Española de Normalización y Certificación

Sede Social: Génova, 6. 28004 Madrid. Tel. 902 102 201. Fax 913 104 032. [info@aenor.es](mailto:info@aenor.es). [www.aenor.es](http://www.aenor.es).

**Andalucía** (Sevilla y Málaga). **Aragón** (Zaragoza). **Canarias** (Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife). **Cantabria** (Santander). **Castilla y León** (Valladolid). **Castilla-La Mancha** (Toledo). **Cataluña** (Barcelona). **Comunidad Valenciana** (Valencia y Alicante). **Extremadura** (Mérida). **Galicia** (A Coruña y Vigo). **Illes Balears** (Palma de Mallorca). **La Rioja** (Logroño). **Madrid** (Madrid). **Navarra** (Pamplona). **País Vasco** (Bilbao). **Principado de Asturias** (Gijón). **Región de Murcia** (Murcia).

**AENOR INTERNACIONAL**

Sede Social: Génova, 6. 28004 MADRID. Tel. 914 325 959. Fax 913 192 797. [aenorinternacional@aenor.com](mailto:aenorinternacional@aenor.com) [www.aenorinternacional.com](http://www.aenorinternacional.com)

Chile • Brasil • México • Perú • Panamá • El Salvador • Guatemala • Portugal • Italia • Polonia • Bulgaria