

El **Nuevo** Barómetro

Un estudio sobre **el efecto económico del hurto y la disponibilidad de la mercancía** en el sector del comercio minorista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com



BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO
EN LA DISTRIBUCIÓN

El **Nuevo** Barómetro

Un estudio sobre **el efecto económico del hurto y la disponibilidad de la mercancía** en el sector del comercio minorista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com



BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO
EN LA DISTRIBUCIÓN

El **Nuevo** Barómetro

Un estudio sobre el **efecto económico del hurto** y
la **disponibilidad de la mercancía**
en el sector del comercio minorista mundial

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

Este informe está disponible en:

**Inglés, Español, Francés, Alemán,
Italiano, Portugués, Polaco, Ruso,
Turco, Chino, y Japonés.**

Para participar en el próximo estudio
2014-2015, puede registrarse en:
www.GlobalRetailTheftBarometer.com

"Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2013-2014"
Primera edición: Octubre 2014

Autor ©:
The Smart Cube



Editor ©:
Checkpoint Systems, Inc.
101, Wolf Drive
Thorofare, NJ 08086
USA



"Usuario Autorizado": cualquier entidad que reciba una copia de la Publicación por parte de Checkpoint Systems o de The Smart Cube con la aprobación previa de Checkpoint Systems.

"Publicación": la presente publicación llamada "Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2013-2014".

La Publicación está protegida con copyright.

El origen de la Publicación debe ser mencionado en cualquier publicación que use los datos de la Publicación, o en cualquier otro material que reproduzca parte de la Publicación. La mención debe constar de las siguientes palabras: "Autor ©: The Smart Cube, Edición ©: Checkpoint Systems (2014); Todos los derechos reservados", escritas en su totalidad. Esta mención no puede ser eliminada de la Publicación.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier modo, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros modelos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual.

Las copias de la Publicación se envían a los Usuarios Autorizados de forma gratuita y dicho envío se realiza exclusivamente a título informativo para los Usuarios Autorizados.

Ni Checkpoint Systems ni The Smart Cube ofrecen ninguna garantía y excluyen expresamente la misma ya sea expresa, implícita, legal o de otro tipo, especialmente en cuanto al uso de esta Publicación para cualquier propósito particular.

Ni Checkpoint Systems, ni The Smart Cube, ni cualquier otra parte que haya participado en la preparación o distribución de la Publicación puede ser considerada responsable de ninguna reclamación por daño o pérdida, incluyendo, sin limitación, daños directos, indirectos, compensatorios, consecuentes, involuntarios, especiales, intangibles y/o ejemplares derivados del uso de la Publicación.

ÍNDICE

Prólogo 5

Introducción 7

Acerca del informe 11

Parte I: Informe mundial 15

Parte II: Europa 23

BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO EN LA DISTRIBUCIÓN AMPLIADO

Por decimotercer año consecutivo, Checkpoint ofrece un profundo estudio sobre el estado de la pérdida desconocida y el hurto, que forma parte de nuestro compromiso de ayudar a los minoristas a conocer las dificultades que plantea la disponibilidad de la mercancía y tener el producto adecuado en el lugar y el momento precisos.

Me llena de orgullo decir que el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución continúa siendo el primer y único estudio estadístico sobre el hurto en el mundo. Este año nos hemos aliado con The Smart Cube, una empresa líder mundial en el sector de la investigación y el análisis personalizados y de calidad, para ofrecer una visión aún más amplia de las tendencias mundiales de la pérdida desconocida. Los principales mercados geográficos de los que facilitamos información estadística clave han pasado de 16 a 24, y los minoristas líderes mundiales que nos han proporcionado datos sobre la pérdida desconocida en sus empresas ya no son 157, sino 222. Además, hemos completado el estudio aportando datos globales adicionales a escala regional y mundial. Al igual que el año pasado, los resultados se basan en la información obtenida de las encuestas que los directivos de importantes empresas minoristas nacionales han rellenado on-line y de las detalladas entrevistas personales que les han realizado.

Los resultados del estudio ponen de manifiesto que la pérdida desconocida continúa planteando un problema operativo a los minoristas de todo el mundo, pues las pérdidas se sitúan entre el 0,97% de las ventas de Japón y el Reino Unido y el 1,7% de las ventas de México. En Estados Unidos, el principal mercado de la distribución del mundo, la pérdida desconocida descendió ímidamente del 1,5% al 1,48% de las ventas, mientras que el índice de pérdida desconocida global cayó del 1,36% al 1,29%.

Según los minoristas, esta reducción de la pérdida desconocida se debe fundamentalmente a un aumento del gasto en prevención de pérdidas. Aseguran que están prestando más atención a la gestión de la pérdida desconocida y a la formación de personal, porque, si bien es cierto que la prevención de pérdidas tiene un coste, la rentabilidad de la inversión es incuestionable. Los minoristas atribuyen gran parte de su éxito en la gestión de la pérdida desconocida a una mayor capacidad para obtener datos y analizarlos, que les permite proteger mejor los productos con mayor índice de hurto.

Nos complace seguir apoyando este estudio y esperamos colaborar con minoristas de todo el mundo para tratar de encontrar nuevas formas de mejorar la disponibilidad de los productos.



George Babich
*Presidente y director
ejecutivo de Checkpoint
Systems*



George Babich

El **Nuevo** Barómetro

Un estudio sobre **el efecto económico del hurto y la disponibilidad de la mercancía** en el sector del comercio minorista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

Introducción

de Ernie Deyle



BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO
EN LA DISTRIBUCIÓN

Introducción

de Ernie Deyle

Los resultados que arroja el informe de este año resultan interesantes en muchos sentidos y ponen de manifiesto algunos aspectos en los que se ha mejorado y otros que preocupan.

El modelo de negocio del sector minorista mundial atraviesa un proceso de cambio multidimensional. Cuanto más avanza el sector, más se les exige a los minoristas que les cundan los recursos, y más creativos han de ser para ofrecer un valor añadido a los consumidores y mejores resultados a los accionistas, al mismo tiempo que sientan los cimientos de una cultura que permita a los socios prosperar.

Entre los cambios que se consideran positivos se cuentan los avances tecnológicos relacionados con el movimiento de clientes, las cajas móviles, las compras a distancia en quioscos, los servicios de entrega en el día, las estrategias mejoradas relativas a la experiencia del cliente centradas en las tendencias de compra de productos específicos, las campañas de promoción personalizadas y los programas de fidelización de las empresas, que han contribuido a la estabilización y/o a la mejora de varias partidas de la cuenta de resultados.

Los siguientes aspectos del proceso de cambio se consideran un reto: la continua transformación de los segmentos de mercado, la difícil coyuntura económica que varía de un lugar a otro, el creciente coste de la vida que afecta al bolsillo de los consumidores, la inestabilidad relativa a la disponibilidad de los productos (falta real o fabricada) en algunos mercados, el cambio del modelo de dotación de personal en cuanto a extras y salarios, el menoscabo de la confianza de los minoristas por la vulneración de la confidencialidad de los datos de los consumidores, las medidas de control de gastos, la planificación de medidas para situaciones de emergencia, el cierre de establecimientos, las reducciones presupuestarias y la creciente preocupación por la reducción del riesgo, la seguridad física, la protección y la seguridad de los productos y la planificación de emergencias relacionadas con los clientes, los socios y los activos de negocio.

Para los ejecutivos del área de prevención de pérdidas, los aspectos mencionados con anterioridad, especialmente los retos, forman parte de su entorno cotidiano. Por lo tanto, se debe gestionar el día a día, prestando atención a las estrategias a largo plazo. Los resultados del informe de este año revelan que, teniendo en cuenta estas variables, el sector ha mejorado en cuanto a la pérdida desconocida/inventario.

El sector minorista continúa clasificando este tipo de pérdidas en cuatro categorías: hurto interno, hurto externo, fraude de proveedores y errores administrativos. Si bien es cierto que el uso de estas categorías con fines informativos es universal, los datos pertinentes varían considerablemente de un país a otro.

Hurto interno: en Norteamérica se registró el récord del 43%

Hurto externo: en Asia y el Pacífico se registró el récord del 44%

Fraude de proveedores: en Latinoamérica se registró el récord del 31%

Errores administrativos: en Asia y el Pacífico se registró el récord del 32%

Clasificación de países según el gasto: el país con mayor gasto en 1er lugar y el país con menor gasto en 24º lugar

País	Clasificación	Pérdida desconocida	Gasto
Hong Kong	1	1,09%	1,51%
España	2	1,36%	1,38%
Finlandia	3	1,39%	1,37%
Rusia	4	1,35%	1,30%
Noruega	5	0,83%	1,30%
México	6	1,70%	1,22%
Reino Unido	7	0,97%	1,18%
Austria	8	1,05%	1,15%
Argentina	9	1,16%	1,08%
Brasil	10	1,30%	1,08%
Medias del grupo 1 a 10		1,22%	1,26%
Portugal	11	1,18%	1,03%
Dinamarca	12	1,14%	1,03%
China	13	1,53%	1,02%
Italia	14	1,09%	1,01%
Suecia	15	1,00%	0,97%
Japón	16	0,97%	0,88%
Alemania	17	1,10%	0,82%
Países Bajos	18	1,23%	0,81%
Australia	19	1,06%	0,78%
Bélgica	20	1,16%	0,71%
Medias del grupo 11 a 20		1,15%	0,91%
Francia	21	1,09%	0,49%
América del Norte	22	1,48%	0,42%
Polonia	23	1,09%	0,23%
Turquía	24	0,99%	0,12%
Medias del grupo 21 a 24		1,16%	0,32%
MEDIA MUNDIAL		1,29%	0,80%
Medias del grupo 1 a 10		1,22%	1,26%
Medias del grupo 11 a 20		1,15%	0,91%
Pérdida desconocida un 6% menor Ahorro en prevención de pérdidas un 28% mayor		-6,07%	-27,92%

El mejor grupo es, por tanto, el de los países que ocupan del 11º al 20º lugar, ya que la relación entre el gasto y la rentabilidad es idónea. Cabe señalar que el grupo de los países que ocupan del 21er al 24º lugar acusó la pérdida desconocida debido a los recortes del gasto.

En definitiva, el hurto externo continúa asolando el sector: tanto las actividades tradicionales de los delincuentes externos como las tácticas avanzadas de este tipo de delincuencia y de la delincuencia organizada. Ahora es más importante que nunca que los minoristas no dejen de mejorar sus estrategias de protección de productos para reducir la incidencia de este tipo de delincuencia, que cada vez causa más pérdidas.

El personal de seguridad de los establecimientos, presente en la primera línea de la batalla contra este importante factor de pérdidas, no solo debe ejercer de principal fuerza disuasoria, sino también enfrentarse a tácticas más agresivas como las flash mobs, que utilizan las redes sociales para planificar hurtos, ataques físicos y tácticas de distracción dirigidas a otros clientes y socios, mientras sus cómplices extraen artículos del establecimiento.

La piratería y la privacidad informática plantean nuevos riesgos relacionados con el hurto externo, pues cada vez más minoristas nacionales e internacionales están siendo el blanco de ataques destinados a obtener información de las tarjetas de crédito de los clientes, violando los protocolos de seguridad para la transferencia electrónica de fondos.

Los resultados del estudio de este año ponen de manifiesto una interesante correlación entre el índice de pérdida desconocida y el gasto departamental, expresados como porcentaje de las ventas.

El Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución clasifica los 24 países atendiendo al gasto en prevención de pérdidas. Los países con mayor gasto en prevención de pérdidas se clasifican en los 10 primeros puestos; los que menos gastan ocupan del 21er al 24º lugar; y los países con un gasto intermedio, del 11º al 20º lugar.

Los resultados del estudio ponen de manifiesto otro dato interesante: la relación entre la pérdida desconocida y el gasto y la asignación de recursos o la falta de estos repercute directamente en la capacidad del minorista para mejorar eficazmente los resultados y, lo que es más importante, para mantenerlos una vez se hayan anotado en la cuenta de resultados.

- El gasto en gestión de la pérdida desconocida de los 10 primeros países fue más de un 3% superior.
- Los países que ocupan del 11º al 20º lugar gastaron un 20% menos de lo que, según el informe, supuso la pérdida desconocida.
- Es más, los resultados relativos a la pérdida desconocida del segundo grupo de países fueron un 6% mejores que los del primer grupo, aun cuando el gasto fue un 28% menor.
- Por lo tanto, los valores medios del segundo grupo de países constituyen unos índices de referencia óptimos, pues existe un equilibrio entre la pérdida desconocida y el gasto necesario para gestionarla y contenerla.

El **Nuevo** Barómetro

Un estudio sobre **el efecto económico del hurto y la disponibilidad de la mercancía** en el sector del comercio minorista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

Acerca del informe



BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO
EN LA DISTRIBUCIÓN

Acerca del informe

El *Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución* (en inglés *Global Retail Theft Barometer*) es un estudio sobre las pérdidas provocadas por el hurto y la falta de disponibilidad de la mercancía en el sector del comercio minorista mundial. Este año el estudio se centra en las tendencias de la pérdida desconocida a escala regional y mundial y abarca 24 países.

■ DEFINICIÓN DE PÉRDIDA DESCONOCIDA

La pérdida desconocida es una medida importante que se usa mucho en contabilidad y refleja la diferencia entre los ingresos que debería haber obtenido un negocio (según el inventario y las compras) y los ingresos reales. Si bien es cierto que la pérdida desconocida se debe en buena parte al hurto en los establecimientos, también contribuyen a tales pérdidas otros factores como errores de procedimiento, fallos contables, equivocaciones en los precios y una gestión de inventario incorrecta.

Las normas de contabilidad, los sistemas de elaboración de informes, las políticas empresariales, la estructura fiscal y demás prácticas internas también repercuten en la «pérdida desconocida declarada».

■ EL ESTUDIO

El objeto del informe, que abarca 24 países, es conocer los índices de pérdida desconocida de cuatro regiones clave, así como las causas de tales pérdidas y las medidas que se han tomado para evitarlas.

Se facilitan los siguientes datos:

- índice medio de pérdida desconocida (expresado como porcentaje) del sector minorista,
- causas de la pérdida desconocida: porcentaje de las pérdidas atribuido al hurto externo, al hurto interno, al fraude de proveedores y a errores administrativos y factores no relacionados con la delincuencia en cada país,
- soluciones de prevención de pérdidas más comunes.

Se facilita asimismo información cualitativa sobre las causas de la pérdida desconocida, la implantación de soluciones de prevención de pérdidas y las estrategias de prevención de pérdidas.

Este informe —elaborado por The Smart Cube, presentado con la colaboración de Ernie Deyle y financiado con una

Países objeto de estudio

Región	Países
Asia y el Pacífico	Australia, China, Hong Kong, Japón
Europa	Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rusia, España, Suecia, Turquía, Reino Unido
Latinoamérica	Argentina, Brasil, México
Norteamérica	Estados Unidos

subvención independiente de Checkpoint Systems, Inc.— es el estudio más completo sobre la delincuencia y la pérdida desconocida en la distribución que se ha publicado en el mundo. Todos los datos del informe hacen referencia al período de 12 meses que termina en diciembre de 2013.

■ METODOLOGÍA

The Smart Cube realizó una encuesta on-line a los responsables de prevención de pérdidas de empresas minoristas de los 24 países analizados. Para ello, utilizó un cuestionario detallado destinado a obtener información sobre los niveles de pérdida desconocida y demás datos relacionados. También se entrevistó a fondo a estos responsables y a expertos del sector de la distribución, con el propósito de obtener información cualitativa sobre las dificultades a las que se enfrentan los minoristas, la atención que prestan a la gestión de la pérdida desconocida y los motivos para contratar o no soluciones de prevención de pérdidas.

En la lista de participantes figura una serie de minoristas que representan establecimientos de varios tipos y tamaños. En el estudio han participado 222 retailers de cuatro zonas geográficas. Del valor total de las ventas minoristas de los 24 países, 743 800 millones de dólares corresponden a estas empresas. Para garantizar una representación equitativa en el cálculo de las cifras regionales y mundiales, las respuestas se han ponderado atendiendo a la facturación del mercado minorista de cada país.

La información facilitada por el equipo de investigación de The Smart Cube —formado por analistas de datos, investigadores y expertos del sector— se basa en los datos cuantitativos y cualitativos obtenidos. Ernie Deyle, un destacado experto en prevención de pérdidas, conocedor de las dificultades a las que se enfrentan los minoristas, también ha vertido una serie de apreciaciones.

■ RESULTADOS DEL ESTUDIO

Al objeto de garantizar la confidencialidad de los resultados, estos se facilitan a escala regional, si bien algunas cifras clave se proporcionan asimismo a escala mundial. Las cifras de pérdida desconocida que constan en el informe se han calculado a partir de los precios de venta al por menor. Algunos datos cualitativos y cuantitativos, como la población y la facturación del mercado

minorista de cada país, se han obtenido y calculado a partir de la información extraída de diversas fuentes secundarias, entre las que se cuentan el FMI, los sitios web nacionales de estadística, el libro *World Retail Data and Statistics* de Euromonitor International, las asociaciones del sector y artículos de publicaciones conocidas y fiables. Todos los importes del informe están expresados en dólares. Los tipos de cambio que figuran en la tabla de la página siguiente son los que se han utilizado para convertir en dólares las cifras facilitadas por los encuestados en otras monedas.

■ CANALES DE DISTRIBUCIÓN MINORISTA

Para garantizar una representación equitativa y evitar las respuestas y las cifras sesgadas, se ha encuestado a varios tipos de minoristas.

Canales de distribución minorista

<ul style="list-style-type: none"> • Supermercados/ establecimientos de distribución alimentaria • Hipermercados • Tiendas de conveniencia • Tiendas de descuento o <i>hard discount</i> • Megatiendas • Autoservicios mayoristas • Grandes almacenes 	<ul style="list-style-type: none"> • Minoristas especializados en moda • Tiendas especializadas en joyería y relojería • Tiendas de deporte • Minoristas especializados en electrónica/electrodomésticos/ productos multimedia • Jugueterías tradicionales • Minoristas especializados en belleza 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos especializados en productos farmacéuticos y cosméticos • Tiendas de bricolaje y jardinería • Tiendas de animales • Papelerías/tiendas de material de oficina • Gasolineras • Otros establecimientos de distribución no alimentaria
--	---	--

■ CUESTIONARIOS

Se han enviado dos tipos de cuestionarios en 14 idiomas a responsables de prevención de pérdidas de 24 países, garantizando a los minoristas la confidencialidad de sus respuestas. Con el cuestionario electrónico se ha obtenido información cuantitativa y con el telefónico, información cualitativa.

■ CONVERSIÓN DE DIVISAS

Los tipos de cambio que figuran a continuación son los que se han utilizado para convertir en dólares estadounidenses los ingresos declarados por los minoristas en otras monedas. Son los tipos de cambio medios del año 2013.

País	Conversión de divisas (por USD)	Código	Símbolo
Argentina	5,444	ARS	\$
Australia	1,033	AUD	\$
Austria	0,753	EUR	€
Bélgica	0,753	EUR	€
Brasil	2,222	BRL	R\$
China	6,152	CNY	¥
Dinamarca	5,615	DKK	kr
Finlandia	0,753	EUR	€
Francia	0,753	EUR	€
Alemania	0,753	EUR	€
Hong Kong	7,757	HKD	\$
Italia	0,753	EUR	€
Japón	97,428	JPY	¥
México	12,753	MXN	\$
Países Bajos	0,753	EUR	€
Noruega	5,873	NOK	kr
Polonia	3,158	PLN	zł
Portugal	0,753	EUR	€
Rusia	31,822	RUB	pyб
España	0,753	EUR	€
Suecia	6,514	SEK	kr
Tuquía	1,900	TRL	£
Reino Unido	0,639	GBP	£
Estados Unidos	1,000	USD	\$

El **Nuevo** Barómetro

Un estudio sobre **el efecto económico del hurto y la disponibilidad de la mercancía** en el sector del comercio minorista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

PARTE I

Informe mundial



BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO
EN LA DISTRIBUCIÓN

Informe mundial

■ ÍNDICE MUNDIAL DE PÉRDIDA DESCONOCIDA

El índice medio mundial de pérdida desconocida (como porcentaje de las ventas minoristas) fue de 1,29% (figura 1.1), lo que equivale a un importe de 128 510 millones de dólares. El período analizado fue el comprendido entre enero y diciembre de 2013. El índice medio de pérdida desconocida de este año ha sido un 4,8% menor que el del año pasado, que fue de 1,36%.

Cabe señalar que, a diferencia del último informe, en el que solo se analizaron 16 países, el estudio de este año abarca 24 países y representa a muchos más minoristas.

■ ÍNDICES REGIONALES DE PÉRDIDA DESCONOCIDA

Los índices de pérdida desconocida se situaron entre el 1,13% de Europa (el más bajo del mundo) y el 1,48% de Norteamérica. El valor de la pérdida desconocida fue de 37 000 a 42 000 millones de dólares en todas las regiones, salvo en Latinoamérica, donde ascendió a 8800 millones de dólares.

Los índices de pérdida desconocida cayeron en todas las regiones, excepto en Asia y el Pacífico, donde, debido al elevado índice de pérdida desconocida de China, se registró un incremento del 1,68%. En Norteamérica, Europa y Asia y el Pacífico la pérdida desconocida representa respectivamente el 32,7%, 31,2% y 29,3% del total.

Figura 1.1

Pérdida desconocida en la distribución mundial por regiones (2013-2014)

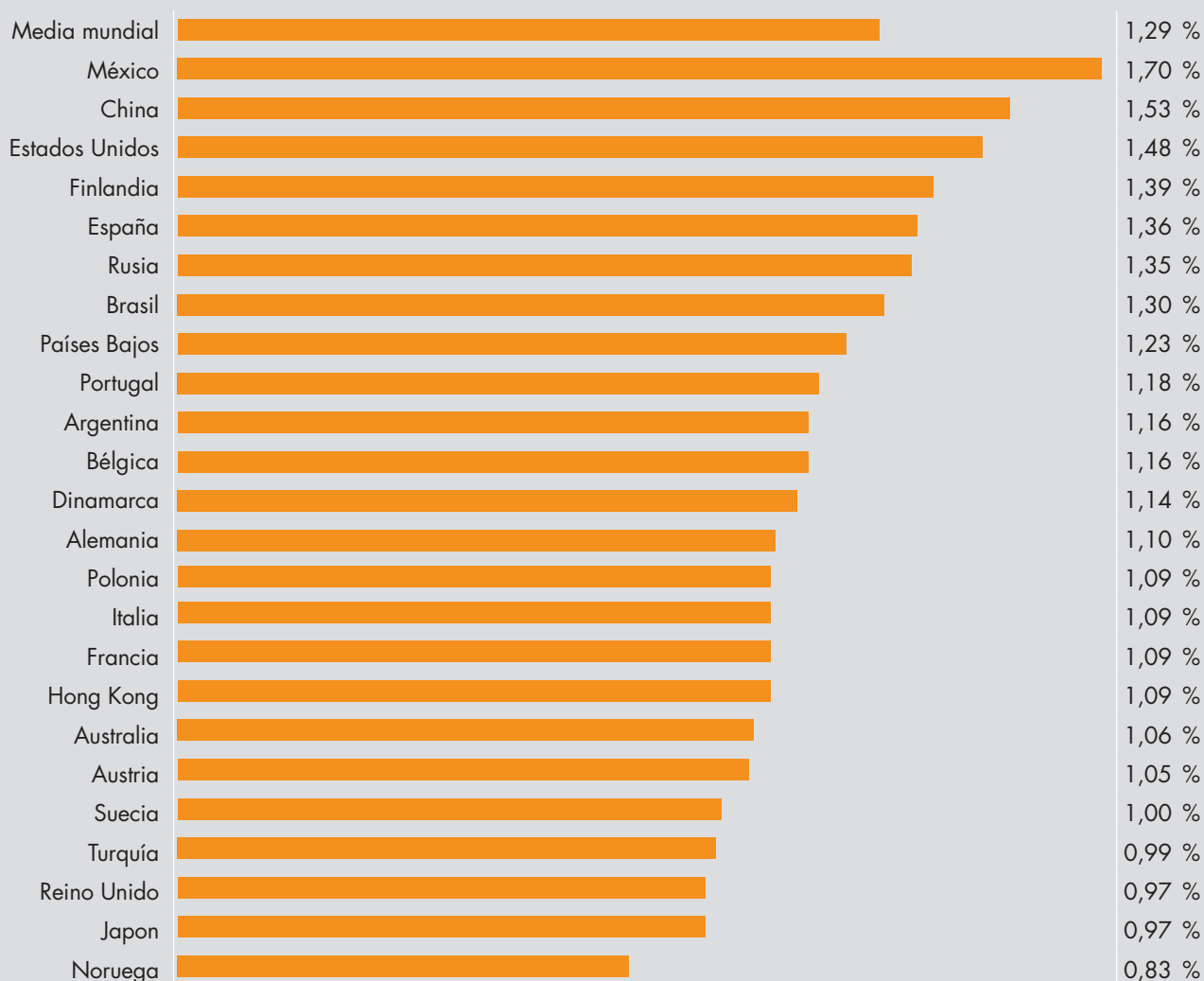
Pérdida desconocida por regiones	Valor de la pérdida desconocida (en miles de millones)		
	2013-2014	2012-2013	2013-2014
Asia y el Pacífico	1,28%	1,26%	37,62 \$
Europa	1,13%	1,27%	40,09 \$
Norteamérica	1,48%	1,50%	41,97 \$
Latinoamérica	1,41%	1,58%	8,81 \$
Media mundial	1,29%	1,36%	128,51 \$

■ PÉRDIDA DESCONOCIDA POR PAÍSES

El índice medio de pérdida desconocida varía considerablemente de un país a otro (figura 1.2). México (1,70%), China (1,53%) y Estados Unidos (1,48%) registraron los índices de pérdida desconocida más elevados, mientras que los índices de Noruega (0,83%), Japón (0,97%), el Reino Unido (0,97%) y Turquía (0,99%) fueron los más bajos. Da la impresión de que, el año pasado, la incidencia de la delincuencia organizada aumentó o permaneció invariable en la mayoría de los países analizados, salvo en Japón y en Argentina, donde bajó.

Figura 1.2

Pérdida desconocida en la distribución mundial por países (2013-2014)



■ ÍNDICES DE PÉRDIDA DESCONOCIDA POR TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS

Según la figura 1.3, los índices de pérdida desconocida más elevados se registraron en las tiendas de descuento o hard discount (2,65%), los establecimientos especializados en productos farmacéuticos y cosméticos (2,17%) y las papelerías y tiendas de material de oficina (1,60%) de todas las regiones. El alto índice de pérdida desconocida en este tipo de establecimientos se debe, entre otras cosas, al hecho de que venden numerosos productos pequeños y fáciles de ocultar, que muchas veces se presentan en exposición libre, tienen un precio elevado en el mercado de la reventa y sirven para consumo propio. Los índices de pérdida desconocida más bajos corresponden a los minoristas especializados en electrónica, electrodomésticos y productos multimedia (0,5%) y a las tiendas de videojuegos (0,65%).

■ CAUSAS DE LA PÉRDIDA DESCONOCIDA

El hurto interno y el hurto externo, que representan el 67% (figura 1.4) de la pérdida desconocida en la distribución mundial, son el problema más acuciante al que se enfrentan los minoristas de todo el mundo. Estos dos factores representan más del 55% de la pérdida desconocida en todas las regiones y nada menos que el 80% en Norteamérica. En Latinoamérica, el fraude de proveedores (31%) también constituye un motivo de preocupación importante.

El hurto externo causó unas pérdidas de casi 49 510 millones de dólares en todo el mundo, y el importe de la pérdida desconocida ocasionada por el hurto interno ascendió a 36 540 millones de dólares. Los errores administrativos y demás factores no relacionados con la de-

Figura 1.3

Pérdida desconocida en la distribución mundial por tipos de establecimientos (2013-2014)

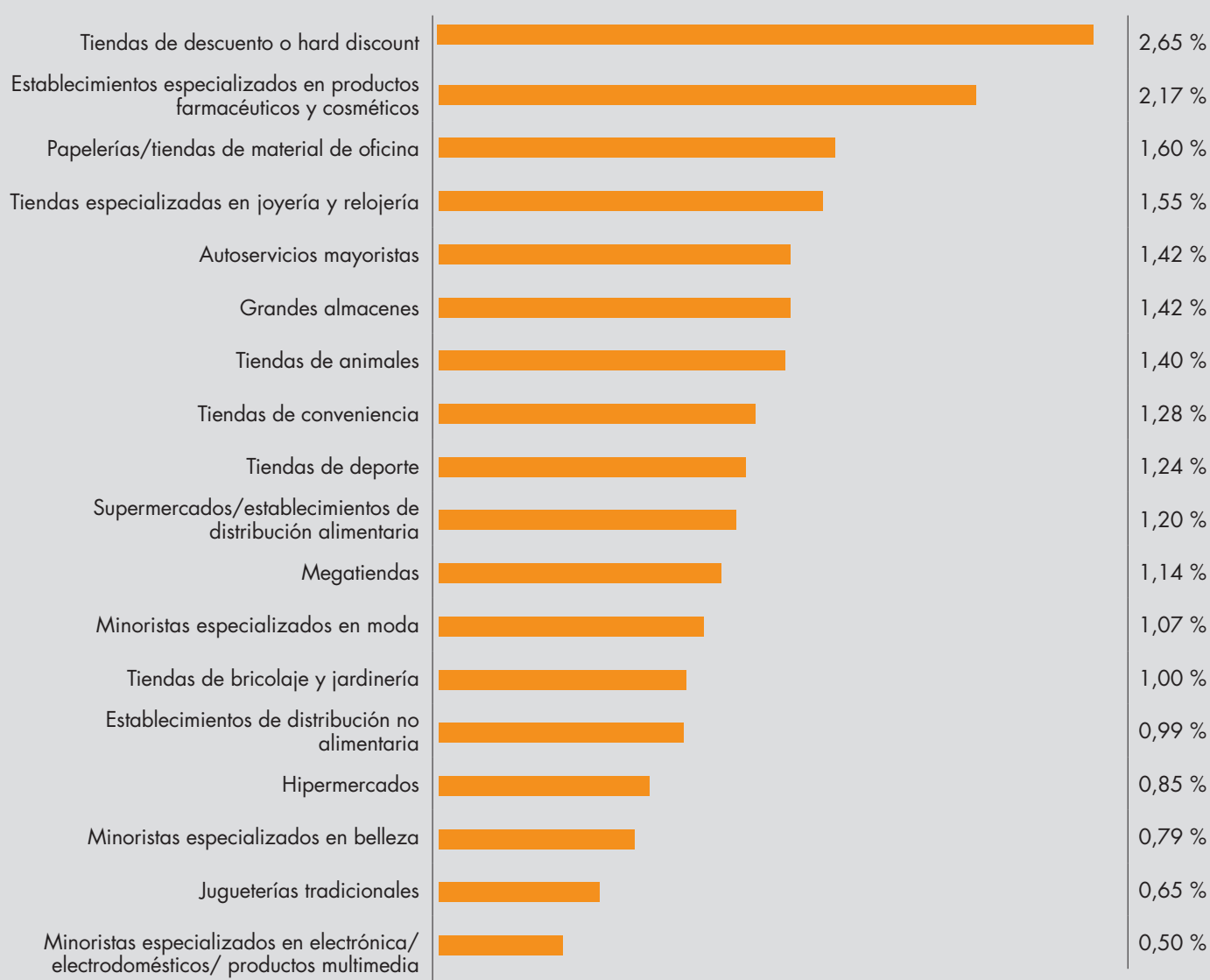
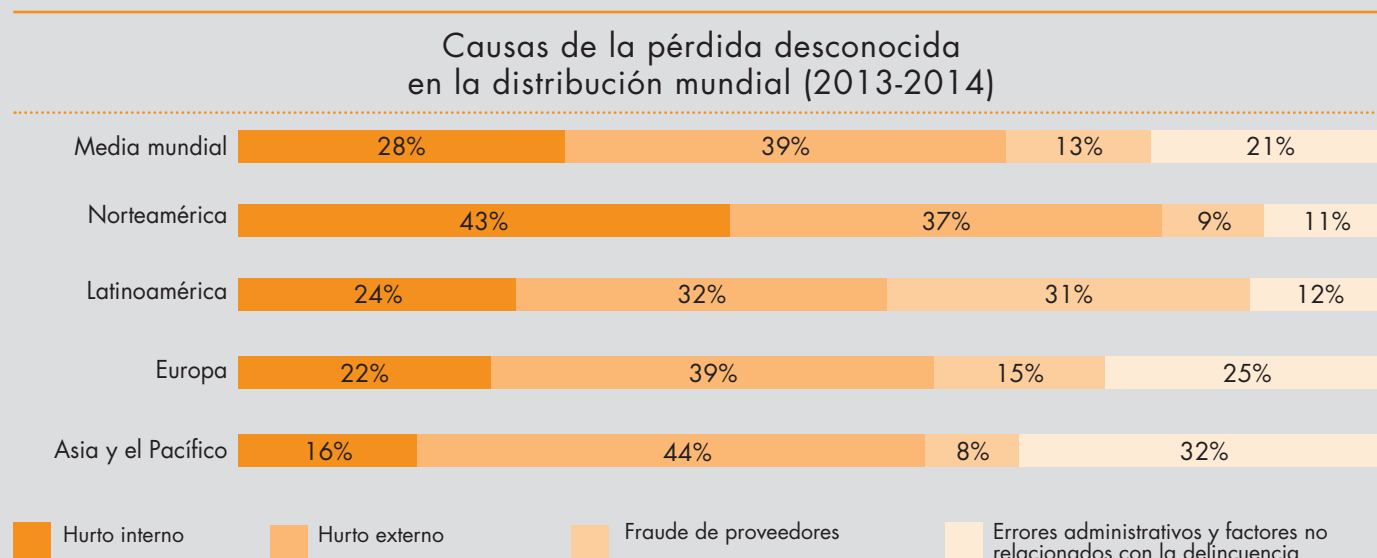


Figura 1.4



lincuencia (entre los que se cuentan equivocaciones en los precios, fallos contables y errores de procedimiento) les costaron 26 350 millones de dólares a los minoristas, mientras que las pérdidas por fraude de proveedores ascendieron a 16 110 millones de dólares.

■ COSTE DE LA DELINCUENCIA PARA LA DISTRIBUCIÓN MUNDIAL

A diferencia de la pérdida desconocida –que también tiene en cuenta errores administrativos como los fallos contables y las equivocaciones en los precios–, el coste de la delincuencia para la distribución solo incluye los actos delictivos intencionados (hurto interno, hurto externo y fraude de proveedores) y el gasto en prevención de pérdidas.

En 2013, la delincuencia acarreó un coste de 180 380 millones de dólares para la distribución mundial, es decir, el 1,81% (figura 1.5) de las ventas minoristas mundiales, lo que se traduce en una carga fiscal de 63,56 dólares por persona, que los ciudadanos honrados se ven obligados a asumir por culpa de los delincuentes. Latinoamérica es la región en la que la delincuencia tiene el coste más elevado para el sector minorista (2,35%), debido a la incidencia del hurto interno y externo. El gasto de Latinoamérica en prevención de pérdidas también es considerablemente mayor (su gasto del 1,13% es el más elevado de todas las regiones analizadas). La región en la que el coste de la delincuencia ha sido menor para la distribución es Norteamérica, pues su gasto en soluciones de prevención de pérdidas solo representa el 0,42% de los ingresos.

Figura 1.5

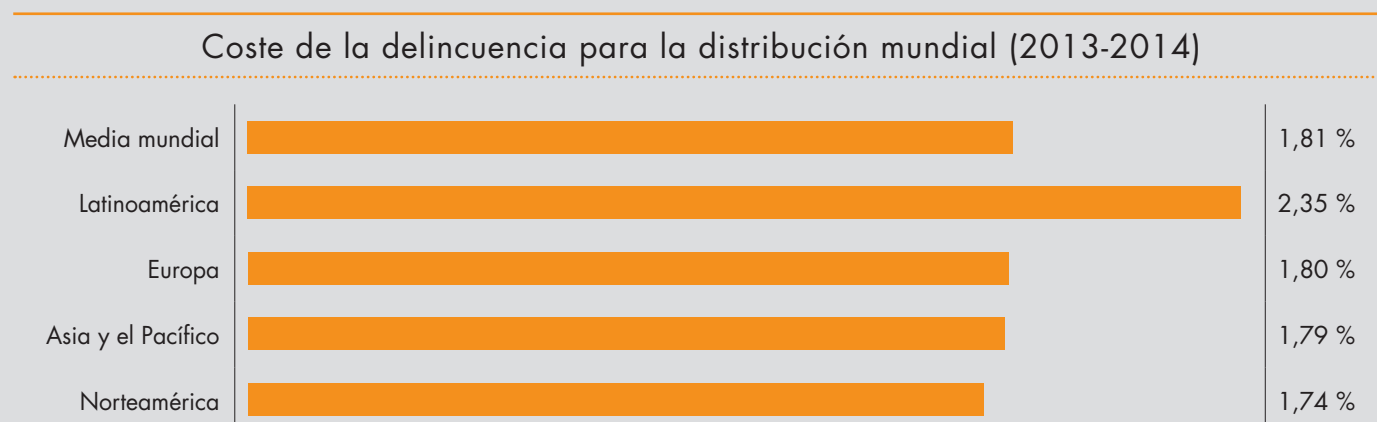


Figura 1.6

Artículos con mayor índice de hurto (2013-2014)

	Ropa y complementos de moda	Bricolaje	Electrónica	Alimentación y bebidas	Salud y belleza
Primeros	Complementos de moda	Herramientas eléctricas	Accesorios para móviles	Vinos y licores	Productos de maquillaje
Segundos	Joyas, calzado	Pilas	iPhone/teléfonos inteligente	Alimentos para bebés	Cuchillas de afeitar, productos para el cuidado de la piel
Terceros	Lencería/ropa íntima	Tornillos y arandelas	Videojuegos y sistemas de navegación por satélite/GPS	Productos gourmet Cárnicos frescos	Perfumes y fragancias

■ ARTÍCULOS CON MAYOR ÍNDICE DE HURTO

En la figura 1.6 aparecen los artículos con mayor índice de hurto clasificados por categorías de negocio o mercados verticales. Los delincuentes suelen centrarse en aquellos productos que son fáciles de ocultar, resultan muy atractivos para el consumidor y tienen salida en el mercado de reventa. Por lo tanto, la incidencia del hurto es mayor entre los complementos de moda y accesorios para móviles que entre las prendas de vestir y los teléfonos móviles.

Otros artículos con elevado índice de hurto son las herramientas eléctricas, el vino, las joyas, el calzado, los teléfonos inteligentes, los tornillos y arandelas, la ropa íntima, las cuchillas de afeitar, los productos de maquillaje y cuidado de la piel y los productos gourmet.

■ TIEMPO MEDIO DEDICADO AL DÍA POR EMPLEADO A HACER INVENTARIO EN UN ESTABLECIMIENTO

El ejemplo de Latinoamérica pone de manifiesto que el tiempo medio dedicado por el personal de tienda a hacer inventario no influye en la pérdida desconocida: a pesar de que en esta región es donde más tiempo se ha dedicado a hacer inventario (55,2 minutos, según la figura 1.7), el índice de pérdida desconocida es elevado (1,41%).

En cuanto al resto de las regiones, salvo en Europa, el tiempo medio dedicado por el personal de tienda a hacer inventario (38,2 minutos en Norteamérica, 55,2 minutos en Latinoamérica y 42,9 minutos en Asia y el Pacífico) fue superior al tiempo medio mundial (37,8 minutos).

Figura 1.7

Tiempo medio dedicado por empleado a hacer inventario (2013-2014)

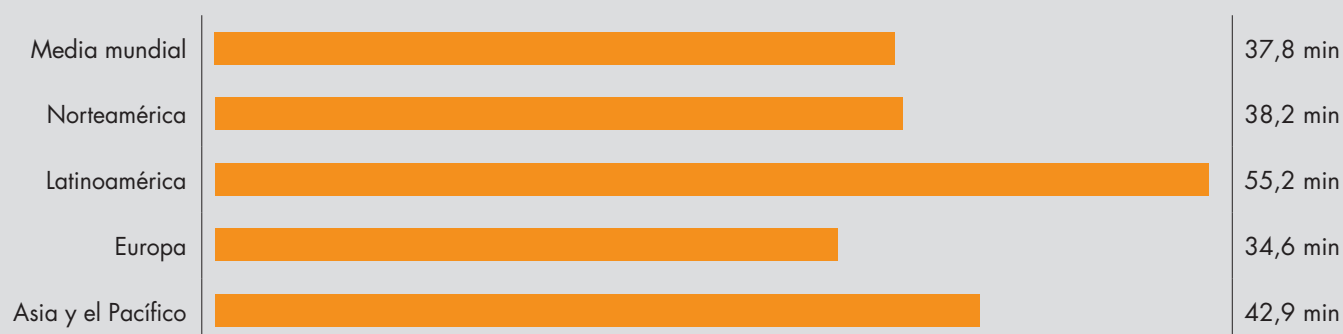


Figura 1.8

Utilización de las soluciones de prevención de pérdidas por regiones (2013-2014)

	Asia y el Pacífico	Europa	Latinoamérica	Norteamérica	Media mundial
Vitrinas o expositores cerrados con llave	21%	12%	–	18%	13%
Cajas vacías y sistemas de vales	14%	4%	10%	4%	6%
Cadenas y cables sin alarma	–	2%	5%	6%	2%
Keeper o cajas protectoras, cajas cerradas con llave y arañas o spiders	9%	19%	10%	16%	16%
Antenas antihurto EAS, Etiquetas EAS y etiquetas duras	41%	49%	76%	44%	49%
Detectores de metales	-	5%	–	–	3%
Accesorios de tres alarmas	12%	4%	–	12%	7%
Alarmas de lazo	3%	5%	–	–	4%

■ SOLUCIONES DE PREVENCIÓN DE PÉRDIDAS

Se preguntó a los minoristas de todas las regiones por las soluciones que habían implantado para proteger los artículos con mayor índice de hurto (figura 1.8). Las etiquetas de protección electrónica de artículos (EAS), las etiquetas duras y las antenas antihurto fueron los métodos más eficaces utilizados para proteger el 49% de los artículos más vulnerables, seguidas de los *keepers* o las cajas protectoras, las cajas cerradas con llave y las spiders o arañas (16%).

Las vitrinas o expositores cerrados con llave se utilizaron para proteger el 13% de los productos, mientras que los accesorios de tres alarmas, las cajas vacías y las alarmas de lazo protegieron respectivamente el 7%, 6% y 4% de los artículos con mayor índice de hurto de todo el mundo.

El **Nuevo** Barómetro

Un estudio sobre **el efecto económico del hurto y la disponibilidad de la mercancía** en el sector del comercio minorista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

PARTE II

Europa



BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO
EN LA DISTRIBUCIÓN

Europa

El Barómetro Mundial 2013-2014 analiza 16 países europeos. La figura 4.1 facilita una relación de todos los países clasificados bajo el epígrafe de Europa.

Según las previsiones de la Comisión Europea, se espera que el PIB real de los 28 Estados miembro crecerá un 1,5% en 2014, debido a un repunte de la demanda interna y a una mayor confianza de los consumidores e inversores. Los países emergentes son los que experimentarán un mayor crecimiento del PIB real en 2014, si bien el PIB real de las economías consolidadas, como las de Alemania y Francia, también crecerá ligeramente.

■ PÉRDIDA DESCONOCIDA EN EUROPA

En el período de 2013-2014, el índice medio de pérdida desconocida registrado en Europa fue de 1,13%, lo que supone una mejora con respecto al año anterior. El importe total de la pérdida desconocida ascendió a 40 000 millones de dólares. Los países con mayor índice de pérdida desconocida fueron Finlandia (1,39%), España (1,36%) y Rusia (1,35%), mientras que en Noruega (0,83%), el Reino Unido (0,97%) y Turquía (0,99%) se registraron los índices más bajos.

En Alemania, los minoristas se centraron más en la gestión de la pérdida desconocida de todos los productos, incluso los de gama baja; de modo que, al aumentar la visibilidad de las pérdidas, pudieron detectar más eficazmente las causas de la pérdida desconocida.

Algunos países, como Polonia y Turquía, acaban de empezar a hacer un seguimiento de la pérdida desconocida en la distribución y a gestionarla; de ahí que, en el período de 2013-2014, haya comenzado a aumentar la visibilidad de las pérdidas del sector minorista.

La difícil situación económica de los últimos años ha empujado a los minoristas a centrarse en la prevención de pérdidas con ánimo de mejorar los ingresos y los márgenes. La mayoría de los países europeos incrementó el gasto en prevención de pérdidas.

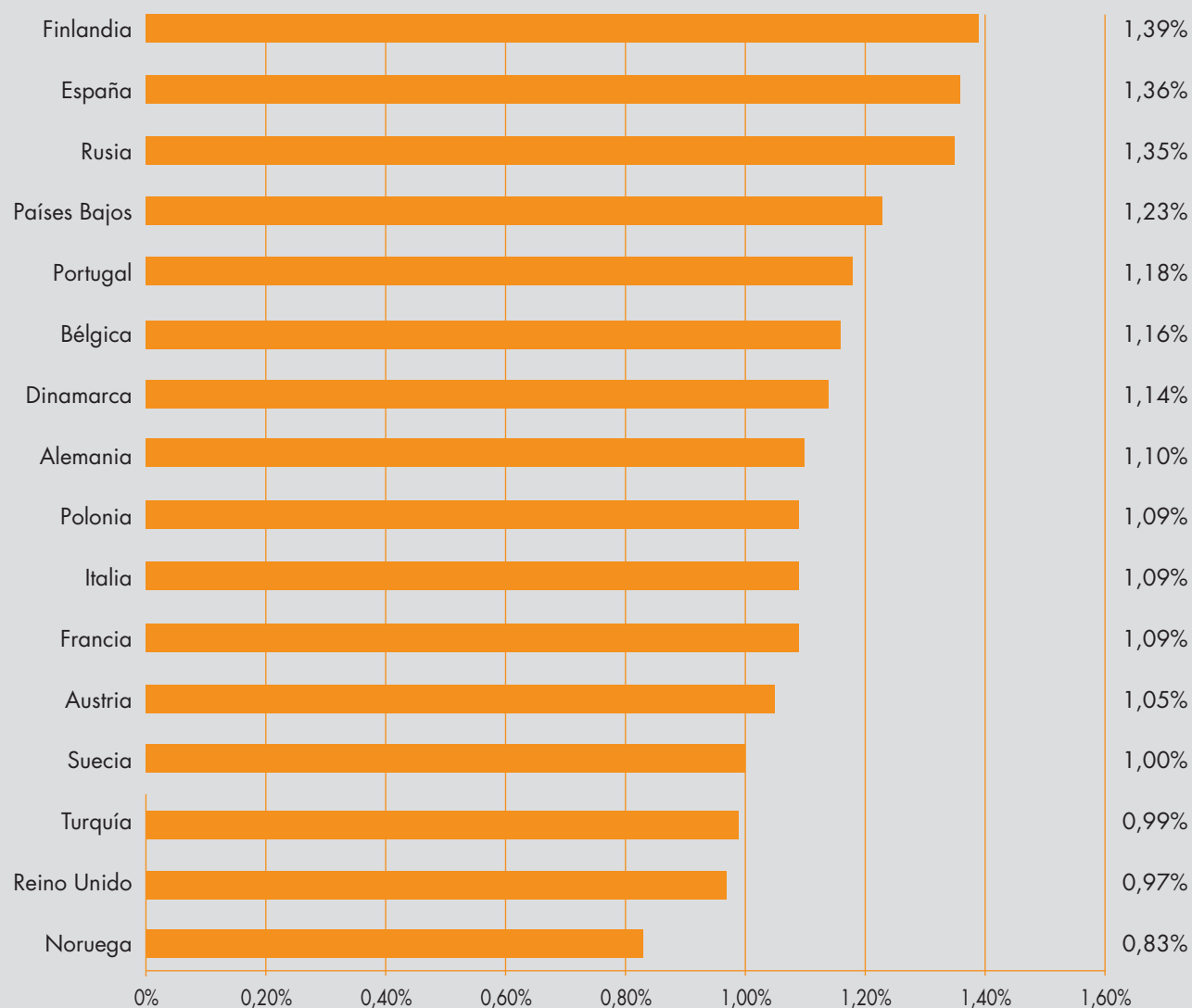
Figura 4.1

Pérdida desconocida en la distribución europea por países (2013-2014)

	Valor de la pérdida desconocida (en millones de dólares)	Pérdida desconocida (como porcentaje de las ventas)
Austria	819	1,05%
Bélgica	1.168	1,16%
Dinamarca	564	1,14%
Finlandia	658	1,39%
Francia	5.849	1,09%
Alemania	6.190	1,10%
Italia	4.207	1,09%
Países Bajos	1.459	1,23%
Noruega	563	0,83%
Polonia	1.089	1,09%
Portugal	614	1,18%
Rusia	6.648	1,35%
España	3.419	1,36%
Suecia	904	1,00%
Turquía	1.626	0,99%
Reino Unido	4.319	0,97%

Figura 4.2

Pérdida desconocida en la distribución europea por países (2013-2014)



■ **PÉRDIDA DESCONOCIDA POR TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS**

Los índices de pérdida desconocida más elevados se registraron en los grandes almacenes (1,98%), las joyerías y relojerías (1,55%) y los autoservicios mayoristas (1,42%), debido al hurto externo, el hurto interno y la delincuencia organizada, así como a un gasto escaso en prevención de pérdidas. Entre los establecimientos con menor índice de pérdida desconocida se cuentan los minoristas especializados en belleza (0,78%) y los especializados en electrónica (0,5%). El índice de pérdida desconocida de los establecimientos de distribución alimentaria de países como Alemania y Francia también fue bajo.

■ **LAS CAUSAS DE LA PÉRDIDA DESCONOCIDA EN LA DISTRIBUCIÓN**

El hurto externo, que representa el 38% (15.500 millones de dólares) del total de las pérdidas europeas, es la principal causa de la pérdida desconocida de esta región. Si bien es cierto que muchos minoristas también son víctimas del hurto interno, las pérdidas sufridas en la distribución europea a causa de este tipo hurto ascendieron a 8.800 millones de dólares en 2013-2014.

En Alemania, aumentaron las pérdidas ocasionadas por el hurto interno y los errores administrativos en la distribución y cayeron, en cambio, las atribuidas al hurto externo y al fraude de proveedores. En España, se redujo la incidencia del hurto externo y se incrementaron

Figura 4.3

Índices de pérdida desconocida en la distribución europea por tipos de establecimiento (2013-2014)

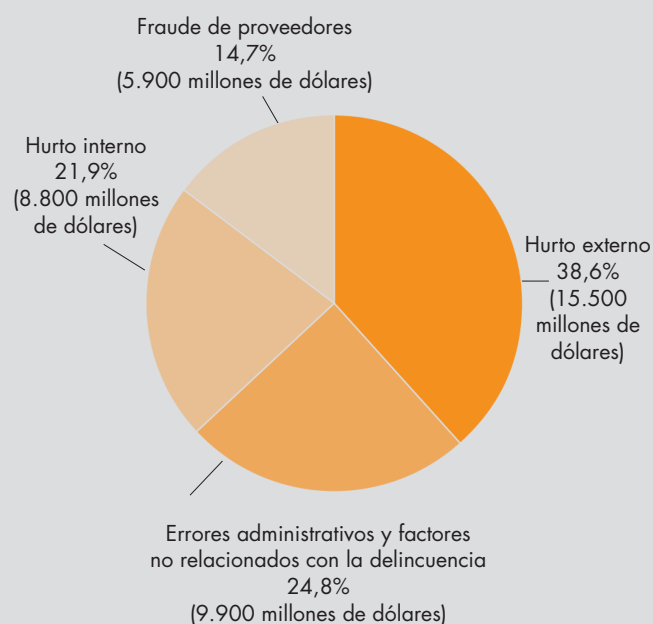


las pérdidas ocasionadas por el fraude de proveedores y los errores administrativos. El Reino Unido experimentó una disminución del hurto interno y externo, mientras que la incidencia del fraude de proveedores y los errores administrativos aumentó.

El hurto externo fue la principal causa de la pérdida desconocida en la mayoría de los países, salvo en el Reino Unido y en Noruega, donde la pérdida desconocida se debió fundamentalmente a errores administrativos y factores no relacionados con la delincuencia. Los países con mayor incidencia del hurto externo y el hurto interno fueron, respectivamente, Francia y Rusia, mientras que, en Suecia, la causa principal de la pérdida desconocida fue el fraude de proveedores.

Figura 4.4

Causas de la pérdida desconocida en la distribución europea (2013-2014)



Pérdidas totales: 40.100 millones de dólares

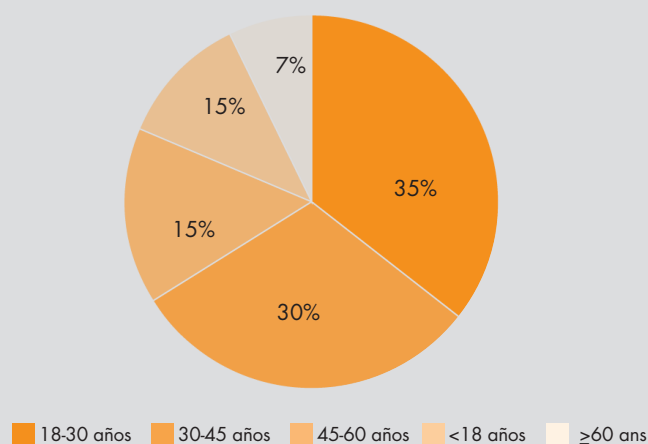
Figura 4.5

Causas de la pérdida desconocida en la distribución europea por países (2013-2014)

País	Hurto interno	Hurto externo	Fraude de proveedores	Errores administrativos y factores no relacionados con la delincuencia
Austria	17,6%	49,5%	12,9%	20,0%
Bélgica	29,7%	50,9%	8,8%	10,5%
Dinamarca	34,9%	38,2%	15,4%	11,5%
Finlandia	29,3%	40,6%	10,2%	19,9%
Francia	16,7%	58,5%	8,0%	16,8%
Alemania	35,4%	37,6%	4,9%	22,1%
Italia	22,0%	53,4%	8,3%	16,3%
Países Bajos	25,7%	47,8%	7,3%	19,2%
Noruega	27,6%	30,2%	2,6%	39,5%
Polonia	33,9%	46,5%	14,4%	5,2%
Portugal	17,0%	50,0%	4,3%	28,7%
Rusia	33,3%	32,9%	7,6%	26,1%
España	23,5%	30,9%	20,6%	25,0%
Suecia	16,7%	27,5%	44,9%	10,8%
Turquía	33,7%	42,6%	5,0%	18,6%
Reino Unido	15,9%	25,3%	22,3%	36,5%

Figura 4.6

Edad de los delincuentes externos en Europa (2013-2014)



Casi el 65% de los delincuentes externos tiene entre 18 y 45 años. Unos ingresos bajos y el deseo de llevar un tren de vida que no se pueden permitir es lo que les mueve a cometer este tipo de delitos. El grupo de los delincuentes externos de más de 60 años tiene menos peso, pues solo se le atribuye alrededor del 7% de las pérdidas por hurto externo.

En Finlandia (30%) y en Rusia (23%), los delincuentes externos de menos de 18 años representan buena parte de las pérdidas. En Austria, en cambio, gran parte de la pérdida desconocida (50%) se atribuye a los delincuentes externos mayores de 60 años. La mayoría de los delincuentes externos de Italia (34%) y los Países Bajos (31%) tiene entre 30 y 45 años.

Aproximadamente el 39% de los entrevistados contestaron que la mayoría de los delincuentes externos son varones.

Figura 4.7

Causas de la pérdida desconocida en Europa por tipos de establecimientos minoristas (2013-2014)

	Hurto interno	Hurto externo	Fraude de proveedores	Errores administrativos y factores no relacionados con la delincuencia
Supermercados/establecimientos de distribución alimentaria	20%	31%	19%	29%
Hipermercados	24%	49%	8%	18%
Tiendas de conveniencia	27%	49%	9%	14%
Tiendas de descuento o hard discount	30%	60%	5%	5%
Megatiendas	10%	70%	5%	15%
Autoservicios mayoristas	29%	43%	0%	28%
Grandes almacenes	25%	50%	5%	20%
Minoristas especializados en moda	24%	50%	6%	19%
Tiendas especializadas en joyería y relojería	6%	21%	63%	10%
Tiendas de deporte	35%	33%	5%	27%
Minoristas especializados en electrónica/electrodomésticos/ productos multimedia	37%	41%	5%	17%
Jugueterías tradicionales	26%	37%	5%	32%
Minoristas especializados en belleza	16%	82%	1%	1%
Establecimientos especializados en productos farmacéuticos y cosméticos	31%	50%	1%	18%
Tiendas de bricolaje y jardinería	6%	43%	3%	48%
Tiendas de animales	25%	25%	25%	25%
Establecimientos de distribución no alimentaria	24%	44%	13%	19%

Figura 4.8

Relación entre el índice de pérdida desconocida, la visibilidad de las existencias y el tiempo dedicado por el personal de tienda a hacer inventario por países europeos (2013-2014)

Región	Índice de pérdida desconocida	Tiempo medio dedicado a hacer inventario por empleado en minutos (en un turno de 8 horas)	Visibilidad de las existencias (imposible localizar un producto que creían tener en existencias)
Austria	1,05%	144,0	Casi nunca
Bélgica	1,16%	30,0	Alguna que otra vez
Dinamarca	1,14%	24,0	A menudo
Finlandia	1,39%	48,0	Alguna que otra vez
Francia	1,09%	24,0	Casi nunca
Alemania	1,10%	24,0	Casi nunca
Italia	1,09%	38,6	Alguna que otra vez
Países Bajos	1,23%	26,7	Casi nunca
Noruega	0,83%	48,0	Alguna que otra vez
Polonia	1,09%	24,0	Alguna que otra vez
Portugal	1,18%	39,0	Alguna que otra vez
Rusia	1,35%	24,0	A menudo
España	1,36%	37,7	Casi nunca
Suecia	1,00%	24,0	Alguna que otra vez
Turquía	0,99%	44,6	A menudo
UK	0,97%	28,8	Alguna que otra vez

Casi nunca
Alguna que otra vez
A menudo
Muy a menudo

Frecuencia

■ CAUSAS DE LA PÉRDIDA DESCONOCIDA POR TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS

El hurto externo, al que se atribuye más del 70% de la pérdida desconocida, fue la principal causa de este tipo de pérdidas en las megatiendas y establecimientos minoristas especializados en belleza. En los establecimientos minoristas especializados en electrónica y artículos deportivos, la pérdida desconocida se debió fundamentalmente al hurto interno. El fraude de proveedores, que representa el 63% de la pérdida desconocida, fue el factor clave de este tipo de pérdidas en las joyerías y relojerías. Entre los establecimientos en los que la principal causa de la pérdida desconocida fueron los errores administrativos se cuentan las tiendas de bricolaje (48%), las jugueterías tradicionales (32%) y los supermercados (29%).

■ VISIBILIDAD DE LAS EXISTENCIAS

El tiempo medio que se dedica a hacer inventario (34,6 minutos) en Europa es inferior a la media mundial de 37,8 minutos.

Entre los países que menos tiempo dedican a hacer inventario (24 minutos) se cuentan Francia y Alemania; aunque el personal casi nunca tiene dificultades para localizar las existencias. Sin embargo, a pesar de que, en Rusia y en Dinamarca, el personal de tienda también dedica 24 minutos por turno a hacer inventario, a menudo se pierden o desaparecen artículos.

En Austria es donde más tiempo se dedica a hacer inventario (el 30% del turno); de ahí la gran visibilidad de las existencias.

■ COSTE DE LA DELINCUENCIA PARA LA DISTRIBUCIÓN

El coste de la delincuencia para la distribución (como porcentaje de los ingresos) se incrementó en la mayor parte de Europa. No obstante, el coste medio de la delincuencia para la distribución (como porcentaje de los ingresos) correspondiente a la región fue ligeramente inferior a la media mundial de 1,81%. Los países en los que el coste de la delincuencia para la distribución representó el mayor porcentaje de los ingresos del sector fueron Finlandia (2,47%), España (2,39%) y Rusia (2,29%). En Rusia (11 300 millones de dólares), Alemania (9400 millones de dólares) y el Reino Unido (8000 millones de dólares) el coste de la delincuencia para la distribución alcanzó las cifras más altas de la región.

En el período de 2013-2014, Rusia (6400 millones de dólares) y el Reino Unido (5300 millones de dólares) fueron los países con mayor gasto en prevención de pérdidas. De los países europeos analizados, Turquía fue el que menos gastó (200 millones de dólares).

Los países en los que el gasto en prevención de pérdidas representó el mayor porcentaje de los ingresos fueron España (1,38%), Finlandia (1,37%), Noruega (1,30%) y Rusia (1,30%). En Italia, el gasto en prevención de pérdidas aumentó ostensiblemente en comparación con el año anterior.

Figura 4.9

Coste de la delincuencia para la distribución por países (2013-2014)

	Pérdida desconocida (%)	Coste de la delincuencia para la distribución (como porcentaje de los ingresos)	Coste de la delincuencia para la distribución (en miles de millones de dólares)	Por países: Coste de la delincuencia por persona (en dólares)
Austria	1,05	1,99	1,6	189
Bélgica	1,16	1,75	1,8	169
Dinamarca	1,14	2,04	1,0	182
Finlandia	1,39	2,47	1,2	223
Francia	1,09	1,40	7,5	114
Alemania	1,10	1,68	9,4	116
Italia	1,09	1,90	7,3	119
Países Bajos	1,23	1,80	2,1	127
Noruega	0,83	1,80	1,2	240
Polonia	1,09	1,26	1,3	33
Portugal	1,18	1,84	1,0	89
Rusia	1,35	2,29	11,3	79
España	1,36	2,39	6,0	127
Suecia	1,00	1,85	1,7	174
Turquía	0,99	0,92	1,5	19
Reino Unido	0,97	1,79	8,0	126
Europa	1,07	1,80	63,8	98

SOLUCIONES DE PREVENCIÓN DE PÉRDIDAS

Los principales factores que influyen en la implantación de soluciones de prevención de pérdidas son el coste y el tamaño del establecimiento. La decisión de los minoristas de implantar soluciones de prevención de pérdidas está condicionada a la rentabilidad de la inversión. Las antenas antihurto EAS y las etiquetas (49%) son las soluciones de prevención de pérdidas más comunes en Europa y a escala mundial. Las cajas cerradas, las arañas o *spiders* y las vitrinas cerradas gozan de mayor popularidad en países como Austria, Francia, Suecia y el Reino Unido. Bélgica y Dinamarca son los países con más artículos en vitrinas o expositores cerrados con llave, mientras que en Polonia se utilizan sobre todo los accesorios de tres alarmas.

Los *keepers* o las cajas protectoras, las cajas cerradas con llave, las alarmas ajustables, las alarmas de lazo y los detectores de metales son más frecuentes en Europa que en el resto del mundo.

Si bien es cierto que se han instalado más cámaras de videovigilancia, a los minoristas les inquieta que este sistema solo sirva para obtener información una vez que se ha cometido el fraude. El indicador clave del rendimiento de la RFID es la rentabilidad de la inversión, ya que puede reducir la incidencia de la rotura de *stock*.

Figura 4.10

Gasto en prevención de pérdidas en la distribución por países (2013-2014)

	Gasto en prevención de pérdidas en la distribución como porcentaje de los ingresos (2013-2014)	Gasto en prevención de pérdidas en la distribución 2013-2014 (en miles de millones de dólares)
Austria	1,15	0,90
Bélgica	0,71	0,72
Dinamarca	1,03	0,51
Finlandia	1,37	0,65
Francia	0,49	2,62
Alemania	0,82	4,60
Italia	1,01	3,90
Países Bajos	0,81	0,97
Noruega	1,30	0,88
Polonia	0,23	0,22
Portugal	1,03	0,53
Rusia	1,30	6,39
España	1,38	3,45
Suecia	0,97	0,87
Turquía	0,12	0,20
Reino Unido	1,18	5,29

Figura 4.11

Prácticas de prevención de pérdidas más comunes en Europa (2013-2014)

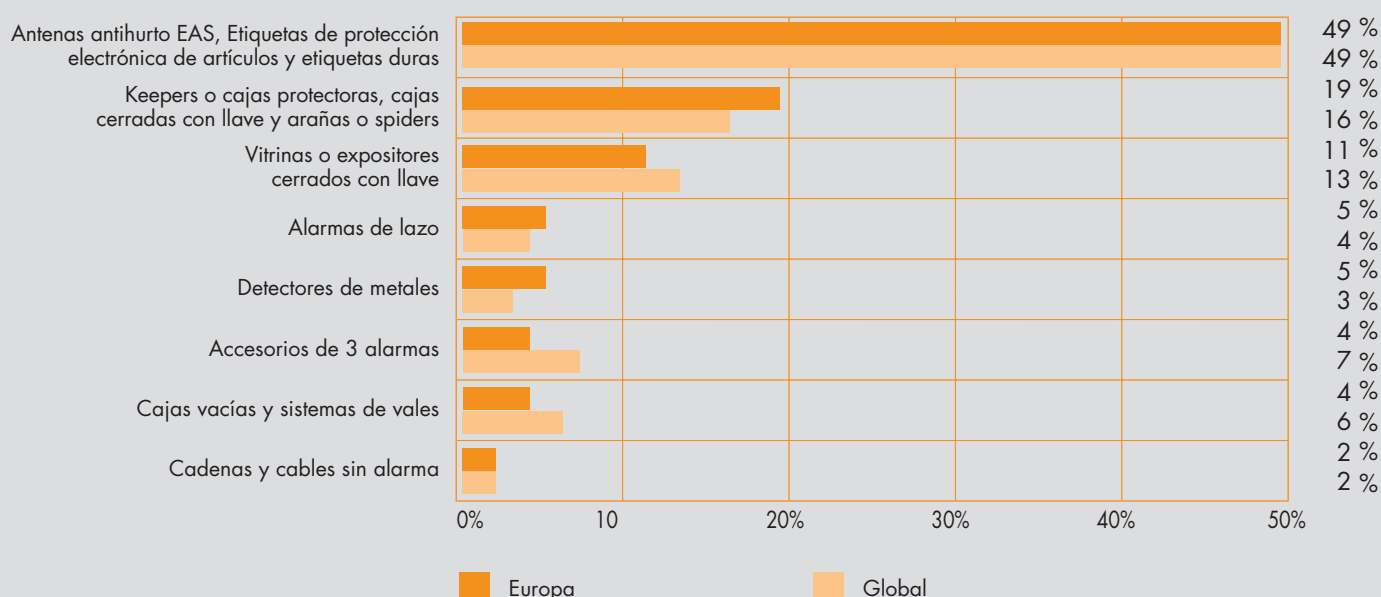


Figura 4.12

Porcentaje de referencias etiquetadas en origen en Europa (2013-2014)

País	0,0-10,0% de referencias etiquetadas en origen	10,1-20,0% de referencias etiquetadas en origen	20,1-30,0% de referencias etiquetadas en origen	30,1-40,0% de referencias etiquetadas en origen	40,1-50,0% de referencias etiquetadas en origen	>50% de referencias etiquetadas en origen
Austria	100%	-	-	-	-	-
Bélgica	50%	25%	-	-	-	25%
Dinamarca	100%	-	-	-	-	-
Finlandia	100%	-	-	-	-	-
Francia	80%	-	-	20%	-	-
Alemania	62%	-	-	-	13%	25%
Italia	83%	8%	-	-	-	9%
Países Bajos	56%	11%	11%	-	11%	11%
Noruega	-	-	100%	-	-	-
Polonia	75%	-	-	-	25%	-
Portugal	67%	11%	-	-	-	22%
Rusia	100%	-	-	-	-	-
España	72%	14%	-	-	14%	-
Suecia	100%	-	-	-	-	-
Turquía	72%	-	-	-	14%	14%
Reino Unido	80%	-	20%	-	-	-

Más del 20% de los minoristas de países como Bélgica, Alemania y Portugal etiquetan en origen más de la mitad de las referencias.

En el período de 2013-2014, los minoristas de Francia incrementaron la cantidad de referencias de electrónica, belleza, moda, alimentación y bebidas, etc. etiquetadas en origen.

En Europa, el 50% de los minoristas tiene previsto aumentar la cantidad de referencias etiquetadas en origen.

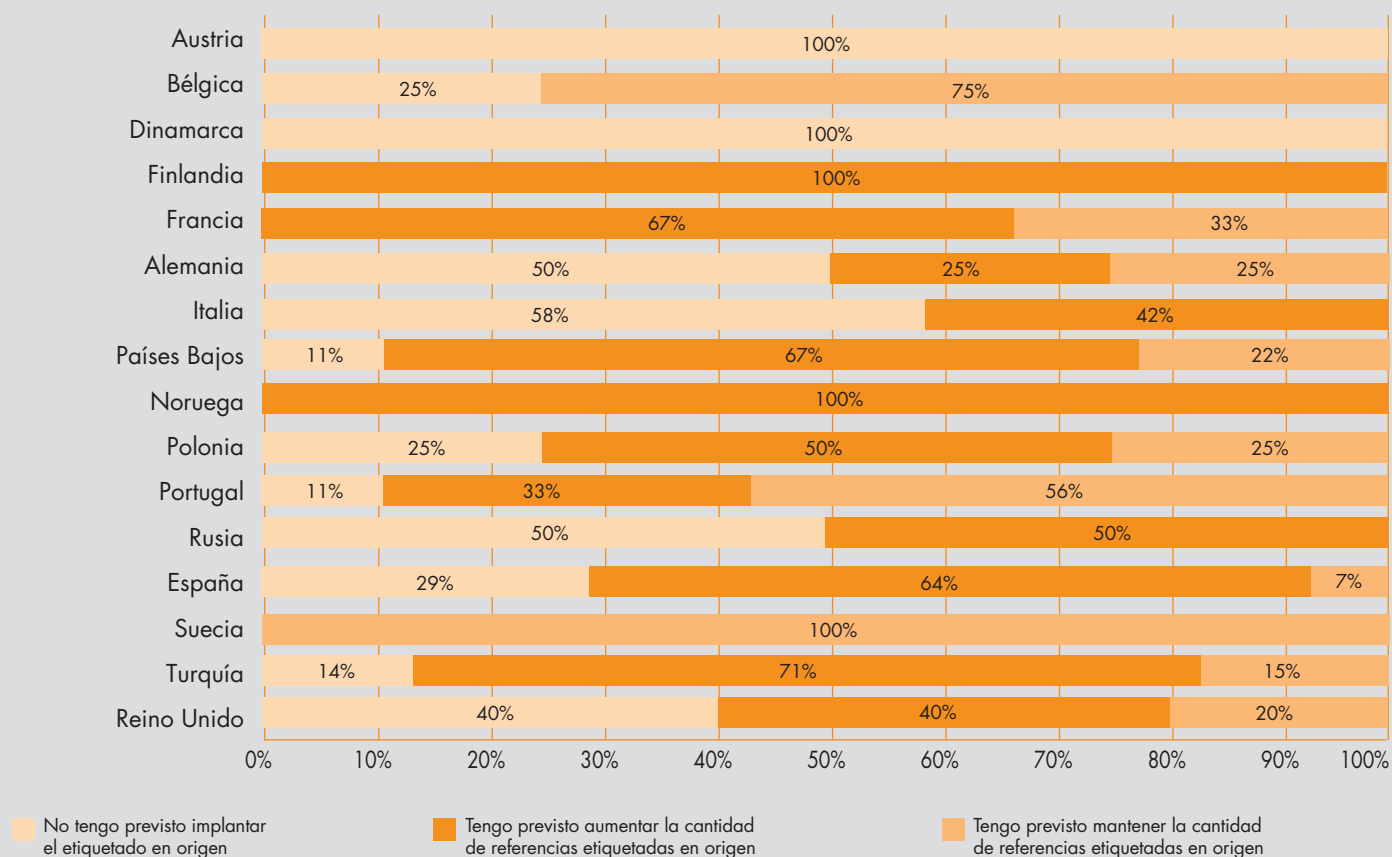
Los minoristas cada vez procuran obtener más información sobre la incidencia de la pérdida desconocida en sus establecimientos para analizar las tendencias, saber cuáles son las causas, cómo lidiar con ellas y detectar los principales problemas para implantar las soluciones oportunas. Este planteamiento supone un gran cambio

con respecto a la práctica de hace un par de años, cuando las soluciones de prevención de pérdidas se implantaban en todo el establecimiento sin tener en cuenta el tipo de productos; de modo que el gasto era mayor y la rentabilidad, escasa. Actualmente, en países como España, los minoristas no solo son conscientes de que la pérdida desconocida constituye un problema, sino que también saben exactamente cuáles son los artículos con mayor índice de hurto y tratan de encontrar una solución idónea para cada uno de ellos.

En Europa, la prevención de pérdidas se considera un aspecto clave de los negocios. De hecho, en algunos países, como España, se han empezado a ofrecer cursos universitarios especiales destinados a impartir formación sobre el tema. Los minoristas también son conscientes de la necesidad de formar al personal de tienda y han comenzado a invertir en cursos de forma-

Figura 4.13

Planes de implantación del etiquetado en origen en Europa (2013-2014)



ción por Internet que se imparten a los empleados en el punto de venta (por ejemplo, en los supermercados). En Francia, los minoristas dedican más tiempo a controlar los procedimientos y a formar al personal de los establecimientos.

El uso del etiquetado en origen ha aumentado en algunos tipos de establecimientos, como los especializados en alimentación, ya que esta práctica conlleva un ahorro (en comparación con la contratación de personal para poner etiquetas en el establecimiento). En este sentido, merece una mención especial el caso de Italia, donde el etiquetado en origen se ha incrementado considerablemente en la industria alimentaria. En algunos países, las entradas de los establecimientos son cada vez más amplias, lo que dificulta el control de la zona, incluso desde el punto de vista técnico. En estos casos, se suelen destinar más em-

pleados para realizar un control manual, con el consiguiente incremento del coste de la delincuencia para la distribución.

Algunos proveedores colaboran con los minoristas en la ampliación de los conocimientos sobre prevención de pérdidas y participan en programas conjuntos para gestionarla eficazmente.

Cada vez se implantan más soluciones de prevención de pérdidas de toda índole: tecnología EAS, cámaras de videovigilancia, formación de personal y etiquetado en origen. No obstante, los minoristas cada vez prestan más atención a la rentabilidad de la inversión y procuran elaborar estrategias de prevención de pérdidas que les permitan encontrar un equilibrio entre las diversas soluciones disponibles.

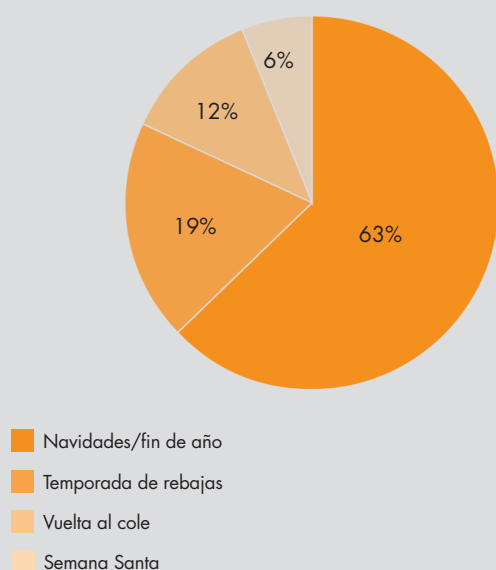
Figura 4.14

Artículos con mayor índice de hurto en Europa (2013-2014)

	Ropa y complementos de moda	Bricolaje	Electrónica	Alimentación y bebidas	Salud y belleza
Primeros	Complementos de moda	Herramientas eléctricas	Accesorios para móviles	Vinos y licores	Productos de maquillaje
Segundos	Joyas	Pilas	iPhone/teléfonos inteligentes Smartphones	Cárnicos frescos	Cremas faciales
Terceros	Calzado	Cerraduras	iPad/tabletas Tablettes	Queso y Productos gourmet/delicatessen	Cuchillas de afeitar

Figura 4.15

Temporadas con mayor índice de pérdida desconocida en Europa (2013-2014)



■ ARTÍCULOS CON MAYOR ÍNDICE DE HURTO

Los artículos con mayor índice de hurto son los que resultan fáciles de ocultar y tienen buena acogida en el mercado de reventa. Los complementos de moda, las herramientas eléctricas, los vinos y licores y los productos de maquillaje son los artículos con mayor índice de hurto de toda Europa.

Francia, entre otros países, se enfrenta a una delincuencia más profesional a la que el maquillaje, la moda, los complementos y los licores están especialmente expuestos.

En Alemania, así como en otros muchos países, los artículos con mayor índice de hurto son los productos que acaban de salir al mercado, mientras que, en Turquía, el blanco de los delincuentes externos son los artículos de joyería y los complementos de moda, debido a su gran valor de reventa. Entre los productos con mayor índice de hurto en la distribución italiana se cuentan los abrigos de piel, el calzado, los vestidos y las bebidas alcohólicas.

■ TEMPORADAS CON MAYOR ÍNDICE DE PÉRDIDA DESCONOCIDA

Más del 60% de los minoristas de Europa manifestó que, de las tres temporadas principales del año, la de Navidades y fin de año es en la que se registra el mayor índice de pérdida desconocida. La gran afluencia de transeúntes, los clientes que tienen que comprar regalos, las tiendas repletas de existencias y el personal temporal son las principales causas de este fenómeno. Únicamente el 6% de los encuestados respondió que la Semana Santa es una temporada con un índice de pérdida desconocida elevado.

El **Nuevo** Barómetro

Un estudio sobre el **efecto económico del hurto** y la **disponibilidad de la mercancía** en el sector del comercio minorista mundial

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

A custom report compiled by

The Smart Cube



Sponsored by



www.CheckpointSystems.com

Este informe está disponible en:
Inglés, Español, Francés, Alemán,
Italiano, Portugués, Polaco, Ruso,
Turco, Chino, y Japonés.

Para participar en el próximo estudio
2014-2015, puede registrarse en:

www.GlobalRetailTheftBarometer.com



BARÓMETRO MUNDIAL DEL HURTO
EN LA DISTRIBUCIÓN