

UNITAT 3. Col·locació d'etiquetes i dispositius de seguretat

3.1. Tecnologia al servei del marxandatge

S'anomenen *TIC* les noves tècniques (generalment, totes digitals) que s'usen i s'apliquen en la informació i la comunicació. Aquestes tècniques són unes de les bases en les que es sosté l'actual progrés dels éssers humans en tots els àmbits de la vida social, entre els quals l'àmbit comercial no podia ser una excepció.

És evident que el sector de la distribució comercial ha assumit des de fa uns anys un important procés de renovació de les estructures i de les relacions comercials tradicionals, gràcies a la introducció d'aquest tipus de tecnologies. Per a això, pareix lògic que aquesta adaptació tecnològica s'hagi convertit en un factor absolutament essencial per a que tant les cadenes de distribució com els petits comerços detallistes s'adaptin als nous temps, millorin la seva capacitat de servei al client i propiciïn un desenvolupament sostenible i rentable als seus negocis.

Seria impossible pensar avui en qualsevol tipus de venda al detall sense la concurrència activa d'aquest tipus de tecnologies, ja que es troben presents tant en la gestió de les existències i de l'assortiment com en les activitats de reposició i implantació del lineal i, pràcticament, en totes les operacions del procés de compravenda dels productes que en el lineal d'aquests punts de venda es mostren. Sense oblidar clar, la important aplicació d'aquestes tecnologies en el cobrament final de les compres realitzades per els clients o en la gestió general de l'establiment.

Aquestes tècniques avançades permeten que el comerç que les incorpora pugui gestionar amb precisió i rapidesa el seu establiment en totes les àrees de la seva activitat. Des del control dels seus magatzems i la gestió de la qualitat dels productes de les diferents marques venedores fins els diferents agrupaments, per tamany, pes o volum de cada referència. Així mateix, aquestes tècniques permeten que el comerciant pugui evaluar en temps real els resultats de les ofertes i de les promocions i estimar amb exactitud la rendibilitat dels distints esforços de màrqueting i marxandatge que aquest realitzi en cada pas del procés comercial.

Sense aquestes tècniques, ni el màrqueting ni el marxandatge tindrien l'eficàcia que els fabricants desitgen i que el comerciant detallista espera per a la seva empresa; ni el client es beneficiaria tampoc de la comoditat en la compra, de les importants reduccions en els temps d'espera a les coles de sortida o de l'abundant informació sobre les característiques dels productes, sobre els detalls del preu pagat o sobre l'aplicació d'ofertes i promocions, que gràcies a elles obté.

Exemples de TIC

- Correu electrònic  
- Comerç electrònic  
- Pagament instantanis  
- Accés a informació  
- Edició d'imatges  
- Xarxes socials  
- Gestió de dades  

3.2. Instruments de vigilància, avís i protecció davant del furt



En l'estudi realitzat fa uns anys sobre el furt en els comerços detallistes denominat *Global Retail Theft Barometer* (Baròmetre mundial sobre el furt en el comerç detallista), s'utilitza l'expressió *pèrdua desconeguda* per a definir el cost i les circumstàncies d'aquest tipus de delinqüència, tant en les superfícies de venda com en els demés passos del procés comercial. En aquest estudi, s'analitza a fons la situació del furt comercial (el que es du a terme en els establiments detallistes de

venda en règim d'autoservei) i es suggereixen algunes mesures per a lluitar contra aquest important problema.

A més, en aquest estudi, es mostren que els comerciants son conscients del cost que els hi suposen aquestes conductes delictives, per lo que molts han posat en marxa mesures de protecció contra el furt i sistemes i elements que afavoreixen el control de les seves existències i la seva seguretat: camions segellats, alarmes, càmeres de televisió, elements de seguiment de la traça logística, sistemes de radiofreqüència (RFID), vigilància amb seguretat personal experta, etc.

Els furts, els robatoris i els atracaments son uns dels majors assumptes que preocupen als comerciants perquè suposen riscos personals i pèrdues materials i d'imatge considerables. **Vigilar**, rebre **advertències** i avisos de furt i **protegir** degudament l'establiment son les tres mesures clau. Les noves tecnologies poden, a més, ajudar molt a allò.

En tot cas, no està de més que, per a aplicar aquestes tres mesures, es comenci per:

- Posar a punt i activar a diari tots els bloquejos (resistència, panys, etc.) de les portes i finestres per on els lladres poden entrar.
- Mantenir un permanent estat d'alerta davant la presència d'estranyes. Si s'està atent, es pot observar que la *conducta compradora* de determinades persones és sempre distinta a la habitual.
- No tenir diners en metàl·lic a la caixa ni en compartiments estranys. Els lladres les saben totes.
- No mantenir rutines fixes de transport de fons de l'establiment al banc.
- Instalar un sistema d'alarma, però posant atenció a les empreses d'aquest sector i els compromisos temporals que s'adquireixen. S'ha de llegir molt a fons i en detall la lletra petita de lo que es firma. El discurs comercial que els venedors esgrimen és "No es preocupi, senyor/senyora, no hi ha problema", però el discurs posterior al sinistre demostra que, en molts casos, sí que n'hi ha.
- Comprovar de tant en quan que el sistema antirobatori funciona. S'evitaran sorpreses innecessàries i també situacions no desitjades que, per desgracia, seran ja irreversibles.
- Els aparadors son per atreure compradors i no per dificultar la visió als comerciants. Posar molts elements en un aparador no serveix per aconseguir el primer i, de fet, és un factor clau per ajudar els lladres a robar.
- Les càmeres de televisió (internes i externes) ajuden a lluitar davant el furt i protegir. Sobre tot, perquè, en cas de que es produeixi el robatori, serveixen per presentar les imatges com a prova, a efectes de la denuncia davant la policia o davant la companyia de seguros.
- Utilitzar càmeres i altres elements de vigilància, avis i protecció fictícies serveix per a espantar als interessats en crear un problema que és molt temut

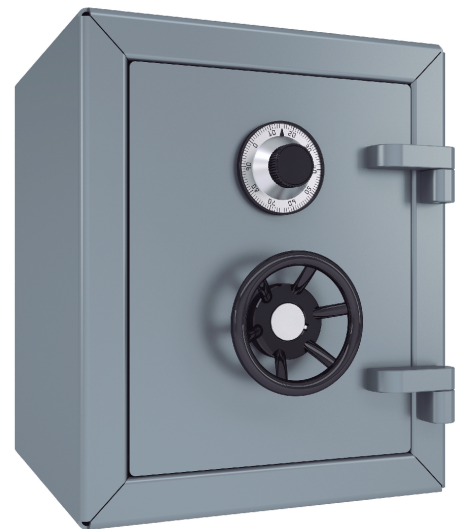
(entre el concepte de furt o robatori, la diferència està sobre tot en la violència de les accions delictives i en l'import econòmic d'allò robat).



- Instalar miralls (d'adorn o control) que permetin observar racons i llocs d'accés visual complex. Els clients seriosos no tenen cap tipus de pressió per veure aquests tipus d'elements, mentres que els lladres sí.
- Controlar el flux de clients mitjançant dispositius d'avís d'entrada i sortida de persones en l'establiment. Aquests ajuden a evitar alguns robatoris i tenen un cert efecte dissuasiu per els lladres.
- Cuidar molt la il·luminació de l'establiment. Un local fosc propicia i fa molt més còmodes les activitats delictives dels lladres.



Les caixes fortes constitueixen el millor sistema per a dipositar els diners en metàl·lic obtinguts en la recaudació diària de l'establiment d'un mode segur fins que aquests diners siguin recollits per l'empresa de seguretat per al seu posterior trasllat a l'entitat financiera o bancaria, on seran ingressats convenientment en compte.



3.2.1. Mesures de protecció davant el furt comercial

Inicialment, la principal mesura és que el comerciant sàpiga que el furt dels productes que tracta de vendre en el seu establiment és la font directa d'un important percentatge dels seus costos i la causa real de moltes de les seves pèrdues econòmiques, així com dels seus problemes de gestió. Una vegada s'assumeixi aquesta circumstància bàsica, i cuidant sempre que la instal·lació de solucions no suposi ni incomoditat per als clients ni excessiva aparatositat estètica

per la imatge de l'establiment, serà quan es comenci a posar en marxa de veritat una sèrie de mesures com les següents:

- Presència visible de múltiples elements de control i de sistemes de prevenció i seguretat dissuasius que expressen la clara voluntat de l'establiment de lluitar contra el furt. Per exemple: antenes i arcs de protecció electrònica, caixes de policarbonat, etiquetes intel·ligents, impresores tèrmiques, etc.
- Que aquesta presència sigui apreciada de manera patent per clients, empleats, col·laboradors i proveïdors.
- Especial atenció tendran les zones més vulnerables (siguin calentes o fredes), evitant punts sense control que impedeixin la identificació prèvia de conductes sospitoses.
- Identificació de productes que siguin de valor per als lladres i instal·lació de sistemes antiintrusos (conectats a centrals d'alarma) i de sistemes de detecció de circumstàncies dubtoses, tant en l'interior de l'establiment (intents de modificació del preu real per un canvi en les etiquetes, per exemple) com en l'entrada i en la sortida del punt de venda.
- Selecció òptima de les persones que treballen en l'establiment i contractes laborals no precaris, el que farà que millorin els nivells de vigilància i que disminueixin les possibilitats de revenda.
- Formació especialitzada i conscienciació antifurt de clients, empleats i col·laboradors.
- Instal·lació d'un *software* de gestió àgil que controli a temps les situacions de risc, com són els canvis d'articles, l'aplicació de reemborsaments i descomptes, etc.

3.2.2. Regulació legal del furt comercial en Espanya

La legislació existent sobre aquest tipus de conductes delictives també és una mesura de protecció, no obstant això, les lleis no són sempre uniformes i cada país pot establir la seva pròpia normativa (sempre dins el marc posat per la Unió Europea).

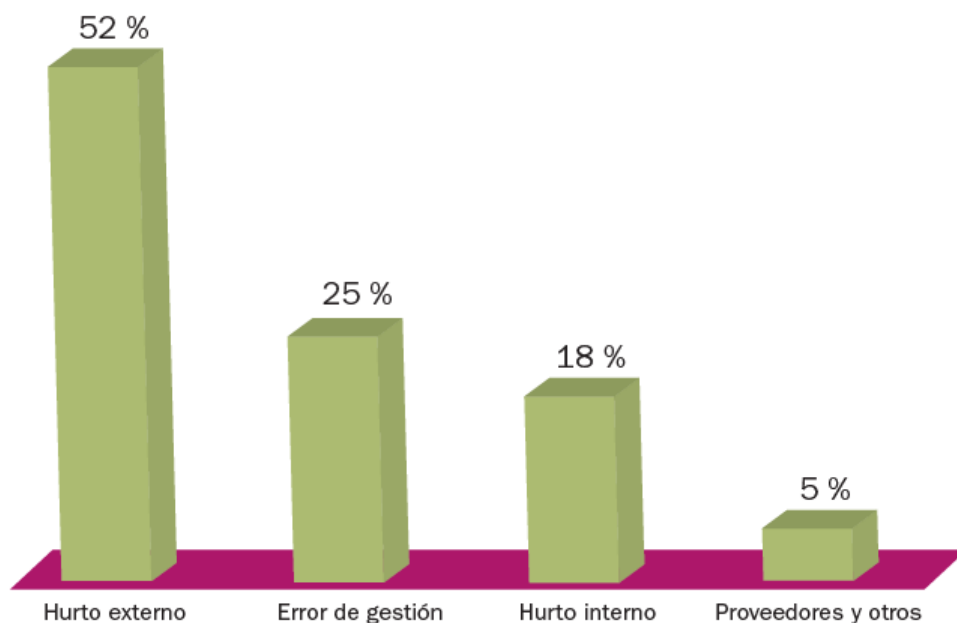
En aquest sentit, després d'haver desaparegut la figura de la falta lleu, el nou Codi Penal espanyol que va entrar en vigor l'1 de juliol del 2015 regula dos supòsits de furt en establiments comercials (atenent al criteri del valor d'allò robat):

1. Que el valor del furtat sigui menor a 400 euros.
2. Que el valor del sostret sigui major de 400€.

La qualificació de la conducta delictiva és similar en ambdós casos, però les conseqüències penals son bastant diferents. En el primer cas, la llei penal especifica que “el que amb ànim de lucre prengué coses alienes sense voler-ho el seu amo serà reu de furt i castigat amb presó de 6 a 18 mesos, si la quantia del sostret excedís 400 euros”. I aclara que “si el furtat no excedís d’aquella quantitat la pena seria de multa de un a tres mesos”, lo que equivaldria al pagament de la quantitat en euros que el jutge fixés per cada dia de multa. En ambdós casos, això sí, la conducta delictiva sancionada amb aquestes penes suposaria sempre el registre posterior dels antecedents penals de l’infractor.

3.2.3. Diferents tipus de furt comercials, segons circumstàncies en la que es produeix

- **Externs:** Duts a terme pels clients i persones alienes a l'establiment. Aquesta és la causa principal (més del 50% del total) de les pèrdues per furt en les superfícies de venda d'Espanya.
- **Interns:** Comeses per empleats i persones de confiança de l'establiment.
- **De gestió administrativa:** Degut a errors intencionats en el tractament de la administració del punt de venda.
- **De proveïdors:** Per frau directe i per descontrol conscient del procés.
- **Logístics:** Durant el transport i les operacions de reposició i emmagatzematge, en diferents sectors i per diferents causes.



Percentatge de tipus de furt en establiments detallistes

3.3. L'escàner