

La pérdida desconocida y conocida le cuesta 3.645 millones de euros a los *retailers* españoles

La delincuencia y la merma le cuestan a los *retailers* europeos 49.500 millones al año, lo que equivale al 1,44 % de su cifra de ventas entre 2015 y 2017; aunque al sumar las medidas de seguridad este porcentaje se eleva al 2,1 %, según se desprende del informe “Retail Security in Europe”, realizado por [Crime&tech](#) con el patrocinio de [Checkpoint Systems](#), que ha analizado la seguridad en 11 países europeos. España se sitúa en el primer lugar el *ranking* con un 2 % de medida y un impacto económico de 3.645 millones de euros.

Rosa Martín

El informe “[Retail Security in Europe](#)” ha analizado el impacto económico, las medidas de seguridad y los factores que desencadenan la pérdida tanto la conocida como la desconocida en el *retail* en España

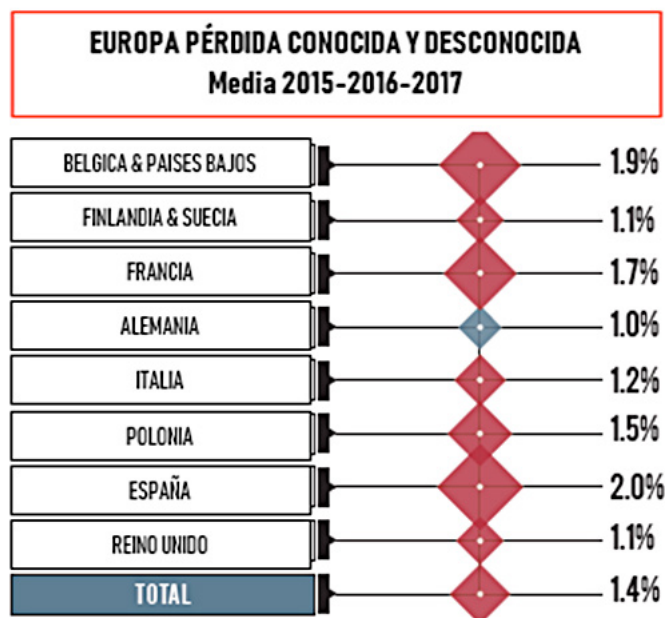


y otros diez países europeos —Alemania, Bélgica, España, Finlandia, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Suecia, Reino Unido y Rusia— a través de una metodología que incluye una encuesta a 22.557 tiendas, los datos sobre la merma de 3.474 comercio, el análisis de noticias sobre la delincuencia en comercios y entrevistas con más de 50 directores de seguridad.

El estudio señala que la pérdida conocida y desconocida representó de media el 1,44 % de la cifra de ventas de los *retailers* europeos entre 2015 y 2017 y un 2,1 % si se añade el gasto en medidas de seguridad y prevención contra el hurto (0,61 %).

Nuestro país encabeza el *ranking* con un 2 %

de la cifra de ventas de los *retailers*, seguido de Bélgica y los Países Bajos con un 1,9 % y de Francia con un 1,7 %. En el lado de los países que tienen un porcentaje menor se sitúan



Italia, con un 1,2 %, Finlandia, Suecia y Reino Unido, con un 1,1 %, y Alemania, con un 1,0 %. En términos europeos, el sector que acapara el porcentaje mayor de pérdida tanto conocida como desconocida es el de la alimentación, con un 2 % de las ventas, seguido de textil y moda, con un 1,4 %, mascotas, con un 1,4 %, y calzado y accesorios, con un 1,3 %.

España

En nuestro país, las pérdidas y la merma le cuestan a los minoristas 2.542 millones de euros, aunque al sumar el coste de las medidas de seguridad en las que invierten este porcentaje se eleva a 3.645 millones.

Los artículos más hurtados por precio son los vinos y los licores, el queso y la carne en alimentación, junto con los cosméticos y los perfumes, lo que supone que la pérdida conocida y desconocida representa en España el 2,6 % de la cifra de ventas en alimentación, frente al 1,3 % de media en otras categorías de artículos.

El sector que acapara el porcentaje mayor de pérdida tanto conocida como desconocida es el de la alimentación

En Europa, los artículos que más pérdidas registran son en electrónica los auriculares y discos duros, en moda los pantalones, en artículos de deporte las prendas deportivas, en belleza los productos de cosmética y en alimentación los licores.

Atracos y hurtos

La causa más frecuente de la pérdida desconocida en la distribución comercial es el hurto externo por parte de los consumidores. El 28,2 % es cometido por individuos que actúan en solitario y el 71,8 % por grupos compuestos por 2 y 3 personas.

El informe revela también que los atracos suponen el 60 % de la delincuencia, aunque en el 52 % de los casos no se utiliza arma alguna. En el 22,2 % de los casos se utiliza armas blancas, en el 16,7 % armas de fuego y el 8,3 % violencia física. Además, se ha notado que el hurto interno y el que se produce en la cadena de suministro sigue siendo significativo.

Junto a la apropiación indebida se ha detectado fraude por la manipulación de los datos de ventas y KPIs, por el uso desleal de tarjetas de fidelización y de regalo, en los falsos reembolsos y devoluciones, y en sobrepagos de artículos. Un factor que explica que el hurto interno siga siendo importante es el hecho de que

los *retailers* solo analizan los perfiles en el momento de la contratación.

Los empleados de la sala de ventas y de caja son los más involucrados en los fraudes, así como los encargados de tienda sobre todo en establecimientos de moda y de belleza y cosmética.

ESTIMACIÓN IMPACTO ECONÓMICO EN ESPAÑA POR SECTOR

SECTOR	VALOR DE LA PÉRDIDA (Estimación millones de Euros)	VALOR DE LA INVERSIÓN (Estimación millones de Euros)
ALIMENTACIÓN Y CASH AND CARRY	1,132	328.7
GRANDES SUPERFICIES	341	145.5
GASOLINERAS/ESTACIONES DE SERVICIO	189	171.6
ELECTRÓNICA	9	18.7
BRICOLAJE	91	96.4
ARTÍCULOS DEPORTIVOS	22	7.1
APPAREL	204	98.8
CALZADO Y ACCESORIOS	23	2.7
BELLEZA Y COSMÉTICOS	15	12.7
ARTÍCULOS PARA MASCOTAS	21	9.1
OTROS	496	211.4
TOTAL VALOR DE LA PÉRDIDA	2,542	-
TOTAL INVERSIÓN	-	1,102.7
COSTE TOTAL DE LA PÉRDIDA	3,645	-

Source: Elaboration of survey and Bureau van Dijk's data

Otro problema que se observa es el fraude en la cadena de suministro por los servicios logísticos de limpieza y por parte del personal de seguridad subcontratado.

En cuanto a los periodos en los que se producen mayores pérdidas, el informe revela que son los que coinciden con el lanzamiento de colecciones o nuevos productos, las épocas vacacionales —sobre todo Na-

vidad— y los fines de semana. En la primavera se produce un mayor hurto en porcentaje sobre ventas y en invierno en valor absoluto. Las zonas en las que se producen mayores hurtos son las urbanas con alta densidad de población y rentas más bajas. Y el tipo de tienda en el que con más frecuencia se producen hurtos es el que tiene un tamaño mayor que abre más horas al público.



El fraude más elevado se produce en los establecimientos próximos a estaciones de tren o de metro, en los situados en calles de gran afluencia de público y en aquellas tiendas que disponen de cajas de auto-pago, según recoge el informe.

Medidas de protección

Los minoristas europeos están invirtiendo y

tomando medidas de protección para combatir los hurtos. El coste de las medidas de protección tomadas por los *retailers* asciende al 0,6 % de su facturación total. Por ámbitos es mayor la inversión en seguridad en bricolaje y gasolineras (1%), textil (0,7%) y alimentación (0,6%). Las herramientas que más utilizan para protegerse son las cámaras de vigilancia, los

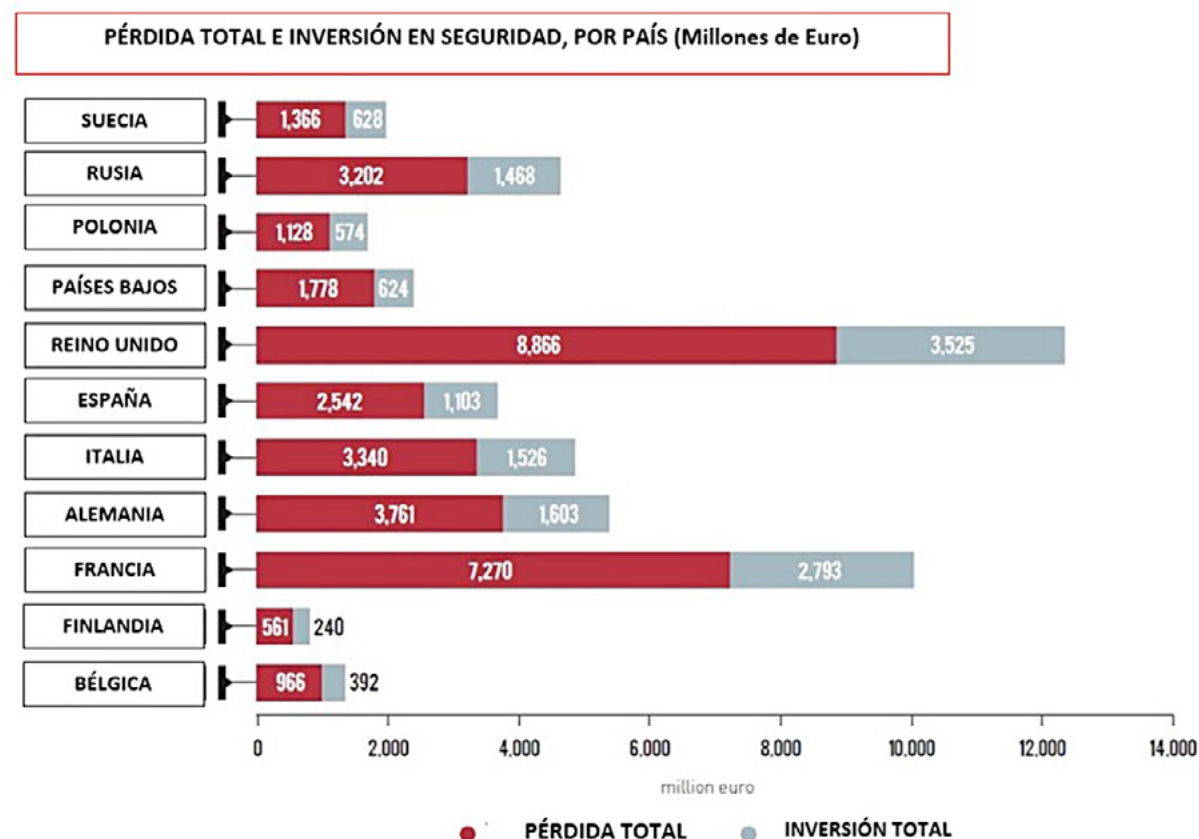
sistemas antihurto (EAS), las alarmas conectadas a la central receptora, los vigilantes de seguridad y los contadores de personas.

Para la gestión del inventario utilizan las etiquetas de código de barras, que representan el 71,7 %. La radiofrecuencia de identificación digital (RFID) ya representa el 7,6 %, instalada de forma independiente o junto al código de barras.

La combinación de medidas supone una inversión de 14.500 millones de euros en Europa —en nuestro país este importe asciende a 1.103 millones de euros—, lo que implica que sumado al coste de la delincuencia y la merma deja un impacto económico de 49.500 millones de euros en el sector *retail*.

Enersto Savona, director de Crime&tech, explicó que “la investigación re-

vela que los minoristas de toda Europa utilizan una combinación de técnicas para medir la merma, término en el que se incluye una variedad de pérdidas tanto delictivas como no delictivas. Todos estos diferentes enfoques deberán tenerse en cuenta a la hora de



interpretar los resultados presentados”.

Por su parte, David Pérez del Pino, director general de Checkpoint Systems para España y Portugal, comentó que “este estudio aporta nuevas visiones que seguro ayudarán a los *retailers* a evaluar y definir mejor sus propias

estrategias de prevención de pérdidas, a reducir los hurtos y mejorar de la experiencia de compra de sus clientes. Creemos que la lucha contra el fraude es más importante que nunca. El hecho de que la cuantía de la delincuencia y la merma sean equiparables al volumen de negocio del cuarto mayor *retailer* de Europa es algo que no debe tomarse a la ligera”.

De cara al futuro, los autores del informe explicaron que es necesario analizar con mayor profundidad todos los elementos que inciden en este problema para decidir que medidas son las más eficaces para luchar contra el hurto.