

Sandra Tobar MADRID.

Los hurtos cada vez son más complejos, de ahí que las fórmulas para atrapar a las personas que los llevan a cabo también se especialicen. Esta es una de las labores que gestionará David Pérez del Pino, recientemente nombrado director general de la compañía **Checkpoint** en España.

¿Cuál es la historia de Checkpoint?

Somos una empresa con más de 45 años de vida. Empezó como una solución para prevenir el hurto en las librerías de EEUU y fue progresando al mundo del *retail*. Hoy en día, somos líderes a nivel mundial en soluciones para la disponibilidad de mercancía a través de sistemas anti-hurto y herramientas para la gestión de inventario.

¿En qué se diferencia del resto de competidores?

En la especialización. Trabajamos codo con codo con nuestros clientes para buscar las soluciones más idóneas.

Por otro lado, ¿cuáles son las conclusiones del 'Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución' que han publicado?

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China. El estudio cifra en 2.487 millones de euros las pérdidas ocasionadas por el hurto en España en las ventas del sector minorista.

¿En qué época se producen más robos?

El periodo donde más hurtos se producen es en invierno, porque hay mayor producto disponible por un repunte de las ventas. Además, el personal es temporal, las prendas de abrigo facilitan el ocultamiento de objetos...

“España pierde 2.487 millones de euros por hurtos”



CARLOS PÉREZ LORENZO

David Pérez del Pino

Director general de Checkpoint en España

Carrera: Estudió Turismo.

Trayectoria: Tiene más de 20 años de experiencia en las industrias de la tecnología y la hotelera, habiendo ocupado puestos de dirección relacionados con ventas, jefatura de proyectos y consultoría para empresas. Recientemente, ha sido nombrado director general de **Checkpoint**.

Personal: Le gusta jugar al pádel y al golf, montar en bicicleta y viajar.

¿Cuáles son los productos más robados?

Depende de los mercados. En alimentación, los más sustraídos son los licores; en moda, los complementos; en electrónica, los accesorios para el móvil, *smartphones* y tabletas; en bricolaje y jardinería, las herramientas eléctricas; y, en cuidado personal, las cuchillas de afeitar. A nivel global, se concluye que el tipo de artículo que se hurta suele ser de formato pequeño y de un alto valor, ya que se pueden distribuir fácilmente en el mercado de la reventa.

Al igual que se sofistican los ladrones, también lo hacen los dispositivos de seguridad...

Sí. El 78 por ciento de los minoristas usa etiquetas adhesivas y arcos de detención. También existe la tecnología RFID, que permite detectar en cada momento dónde está el artículo, desde el origen. Además, puede controlar el inventario y las fechas de caducidad de los alimentos.

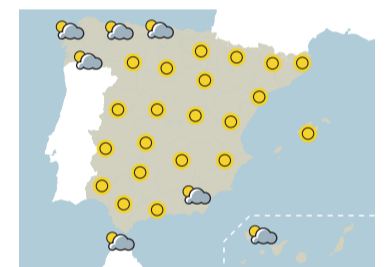
¿Qué previsiones de futuro tienen?

Creemos en la senda del crecimiento basada en la especialización. También queremos impulsar la tienda inteligente, a través de una mayor visibilidad de determinada información, y potenciar la experiencia de compra.

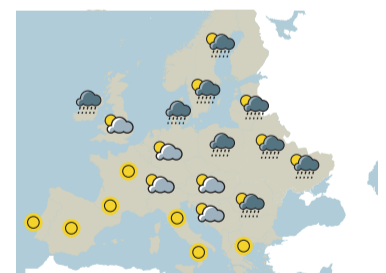
Indicadores

0,8%	-0,7%	+4,4%
Producto Interior Bruto IIIº Trim. 2015	Índice de Precios de Consumo Octubre 2015	Ventas minoristas Septiembre 2015 Tasa anual
21,18%	3,5%	16.071,1
Paro EPA IIIº Trim. 2015	Interés legal del dinero 2015	Déficit Comercial Millones Agosto 2015
0,96	1,0765	47,25
Euribor Doce meses	Euro/Dólar Dólares	Petróleo Brent Dólares
2,7%	0,4%	1.089,10
Producción industrial Agosto 2015 Tasa interanual	Costes Laborales 2º Trimestre 2015	Oro Dólares por onza

El tiempo



España	MIN	MAX	PREV	Europa	MIN	MAX	PREV
Madrid	12	19	Sol	Amsterdam	13	17	Llu
Barcelona	13	20	Sol	Atenas	9	22	Sol
Valencia	14	23	Sol	Berlín	11	15	Nub
Sevilla	15	25	Sol	Bruselas	15	18	Nub
Zaragoza	12	22	Sol	Fráncfort	13	16	Nub
Bilbao	17	24	Sol	Ginebra	8	15	Sol
Tenerife	20	25	Nub	Lisboa	15	24	Sol
La Coruña	17	21	Nub	Londres	15	18	Llu
Granada	9	22	Sol	Moscú	-4	5	Sol
Mallorca	12	22	Sol	París	14	18	Nub
Pamplona	11	21	Sol	Varsovia	2	7	Nub
Valladolid	12	19	Sol	Helsinki	6	9	Nub



Mercedes-Benz Empresas
Una completa gama de servicios para tu negocio.

Nuevo Clase C Estate Sportive AMG.

Vívelo todo por 295€/mes*.

Vivirlo todo supone no tener que renunciar a nada. No renunciar a la tecnología, al diseño, a la deportividad, a la compañía, a las risas compartidas. Ahora puedes tenerlo todo por 295€* al mes en 48 cuotas (entrada 9.315,53€, cuota final 21.680,64€**, TIN 6,95%, TAE 7,70%). Y disfruta de un contrato de mantenimiento gratuito***.

Consumo 3,8-8,6 (l/100 km) y emisiones de CO₂ 108-122 (g/km).

*Ejemplo de Leasing para un Clase C 220d Estate Paquete SPORTIVE AMG PVP 38.150€ (Impuestos, transporte y Bonificación Mercedes-Benz incluidos. Gastos de preentrega no incluidos) con las facilidades del programa Alternative Lease de Mercedes-Benz Financial Services España, E.F.C., S.A. -Avda. Bruselas 30- 28108 Madrid. Válida para solicitudes aprobadas hasta el 31/12/2015 con contratos activados y vehículos matriculados hasta el 29/02/2016. Importe a financiar 28.834,47€. Por 295€ al mes en 48 cuotas y una cuota final de 21.680,64€, entrada 9.315,53 €, TIN 6,95%, comisión de apertura 432,52€ (1,50%), TAE 7,70%. Precio total a plazos 45.588,69€. Oferta válida para 15.000 kms/año. **Existen 3 posibilidades para la última cuota: cambiar el vehículo, devolverlo (siempre que se cumplan las condiciones del contrato), o adquirirlo pagando la última cuota. ***Oferta de Servicio Excellent gratuito válido hasta el 30/11/2015 (3 años de mantenimiento o hasta 45.000 km). Modelo visualizado no corresponde con modelo ofertado. Más información en www.mercedes-benz.es

Mercedes-Benz

The best or nothing.



8 437007 260014 5 1 1 1 0

Los hurtos suponen al comercio pérdidas de más de 2.400 millones

Según el Barómetro Mundial del Hurto, esta cantidad significa un 1,33% de las ventas del año

JAIME DE LAS HERAS MADRID
España ha reducido el impacto de los robos en comercio minorista en el período 2014-2015, disminuyendo en tres centésimas los resultados del año anterior. Sin embargo, hay otros motivos que no invitan tanto al optimismo. Tras comprobar los datos anuales publicados por The Smart Cube y **Checkpoint Systems**, España se sitúa sexta a nivel mundial entre los países con mayor pérdida desconocida en comercio minorista. Siendo sólo superada por México, Holanda, Finlandia, China y Japón. Datos que preocupan al sector minorista en España que comprueba como sólo el año pasado, las pérdidas generadas por los hurtos ascendieron a 2.487 millones de euros y que a pesar de marcar una tendencia bajista desde 2010 pero que sigue manteniendo a España en las posiciones más destacadas de un ránking en el que figuran 24 países de América, Europa, Asia y Oceanía.

Unos resultados que contrastan además con la inversión que el comercio realiza en nuestro país para protegerse de estos ataques.

Hasta 1.657 millones gastaron en 2014 las empresas españolas para limitar en la medida de lo posible que los hurtos influyan de manera determinante en sus balances. De esta manera, España encabeza la lista de países en la suma de coste de prevención más hurto, alcanzando el 2,21% de la facturación del *retail*, 4.144 millones de euros entre ambas inversiones.

Los motivos para la esperanza se encuentran en la reducción de hurtos respecto a 2013, bajando el 5,16% según el Ministerio del Interior hasta los 183.573 hurtos. Porcentajes donde los hurtos externos suponen un 52% del total de los ataques mientras las pérdidas administrativas alcanzan un 25% de éstos. Sin embargo, uno de los resultados más positivos del Barómetro es el de hurtos internos, con sólo

un 18%. El 5% restante pertenece al fraude de proveedores.

Sin embargo los españoles sí concentran más los movimientos al elegir sus piezas. Cremas faciales, pilas, vinos, objetos de telefonía o complementos de moda son los objetos más demandados por los es-

pañoles es muy acusada, concentrándose la mayor parte de ellos entre los meses de noviembre y enero, coincidiendo con las campañas de Navidad. Los motivos, según David Pérez del Pino, director general de **Checkpoint Systems**, el aumento de las contrataciones temporales y un mayor afluencia de clientes. Por el contrario las temporadas con menor merma registrada son las de otoño y verano.

Respecto a los sectores que más sufren estos hurtos encontramos el de las tiendas especializadas en moda (1,86% de pérdida desconocida), el de las joyerías y relojerías con un 1,66% y los establecimientos de bricolaje con un 1,44%. Porcentajes que se mantienen invariables a pesar de la entrada en vigor el pasado julio de la reforma del Código Penal que convertía en delito leve los hurtos y aquellos que supusieran más de 400 euros sustraídos podrían acarrear penas de prisión de entre seis y 18 meses.



A nivel mundial.
Posición de España entre los países con más índice de pérdida desconocida

pañoles cuando deciden no pasar por caja con el bolsillo lleno.

Productos con tres denominados comunes. Pequeños, fáciles de ocultar y con una fácil salida en la reventa ilegal. Pero no son las únicas características comunes dentro de estas pérdidas desconocidas.

La estacionalidad del hurto tam-

2.487 millones de pérdidas en hurtos

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa en la pérdida desconocida en el comercio minorista según el Barómetro Mundial que promueve **Checkpoint** Systems

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China. Es una de las conclusiones del Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint** Systems, la compañía multinacional cuya sede para Europa del Sur se encuentra en Terrassa.

El estudio cifra en 2.487 millones de euros las pérdidas ocasionadas por el hurto en España, lo que equivale al 1,33% de las ventas del sector minorista. Esto supone una ligera mejoría respecto al 1,36% de 2014. En un contexto mundial de reducción de la pérdida desconocida, el estudio señala que las cadenas españolas se encuentran entre las más concienciadas del mundo sobre la necesidad de invertir en soluciones antihurto. El coste de la delincuencia y de su prevención ya representa el 2,21% de la facturación del retail en España y asciende a 4.144 millones de euros, lo que supone 238 euros para cada familia española.

REDUCCIÓN

La información aportada por el Ministerio del Interior confirma la tendencia a la baja del hurto en España. Según datos de las unidades policiales españolas, en 2014 se denunciaron 183.753 hurtos en establecimientos y recintos, un 5,16% menos que el año anterior.

Con la reforma del Código Penal español que entró en vigor el pasado 1 de julio, el hurto en tiendas ha pasado a ser considerado un delito leve. Si el valor del hurto excede los 400 euros, la pena puede ser de entre 6 y 18 meses de prisión. Por otro lado, romper alarmas u otros dispositivos de seguridad conlleva penas superiores, por lo que el Barómetro Mundial del Hurto concluye que la nueva ley permite a los minoristas proteger tanto sus sistemas de protección electrónica de artículos como las demás inversiones en seguridad.

En España, el hurto externo es, con diferencia, la principal causa de la pérdida desconocida, representando el 52% de las mermas. Pese a que a nivel mundial el hurto interno, perpetrado por los trabajadores, es la principal fuente de pérdidas, en España solo representa un 18%. Los errores administrativos suponen el 25% de las pérdidas en la misma línea que el año pasado, pero la incidencia del fraude de proveedores baja del 20% al 5%, ya que los minoristas están in-



Las pérdidas ocasionadas por el hurto en España equivalen al 1,33% de las ventas del sector minorista.

crementando las medidas para combatirlo, como camiones sellados, control de alarmas, vigilantes de seguridad, cámaras de vigilancia y RFID en origen para lograr una trazabilidad de los productos a lo largo de toda la cadena de suministro. De hecho, el estudio señala que el 20% de las pérdidas se producen antes de que los artículos lleguen a las tiendas, ya sea en los centros de distribución o durante el transporte.

Los comercios con mayor índice de pérdida desconocida en España han sido las tiendas especializadas

Más de 92 mil millones en el mundo

> A nivel mundial, la pérdida desconocida en los 24 países analizados se estima en 92.987 millones de euros y representa el 1,23% de las ventas minoristas, lo que supone un ligero descenso respecto al 1,29% del año pasado. La pérdida ha mejorado en todas las regiones excepto en Latinoamérica. Con una pérdida desconocida del 1,05%, Europa es el continente que registra mejores resultados. México, Holanda y Finlandia son los países con más pérdidas, mientras que Noruega, Suiza y Francia son los países con una menor incidencia de esta problemática que afecta a los comercios. En países como Suecia, Turquía y Japón la pérdida desconocida ha empeorado el último año. Los retailers dicen que las medidas de austeridad implementadas en el entorno minorista han provocado una reducción de las inversiones en prevención de pérdidas. Este hecho, junto al alto desempleo en algunas zonas y la ausencia de herramientas para controlar tanto el hurto por parte de empleados como la precisión de inventario, son factores de riesgo en zonas donde el hurto crece.

de las tiendas usan antenas y etiquetas antihurto y un 28% utilizan cajas de policarbonato y arañas que envuelven el producto. También son comunes las estrategias avanzadas para el control de inventario como, por ejemplo, los dispositivos de cable (un 22%) y las herramientas de análisis de los datos recopilados por las antenas antihurto (un 22%).

INVENTARIO PRECISO

Por otro lado, un 11% de los minoristas españoles ya ha incorporado la identificación por radiofrecuencia (RFID) en sus procesos. La importancia de tener un inventario preciso para evitar situaciones de desabastecimiento se refleja en que un 76% de los participantes en el Barómetro realizaron recuentos mensuales de su inventario.

Según David Pérez del Pino, Director General de **Checkpoint** Systems en España y Portugal, "con los datos del Barómetro Mundial del Hurto en la mano, podemos decir con orgullo que los comercios españoles están en la vanguardia europea de la prevención contra el hurto. La profundización en la precisión de inventario con RFID, la protección en origen y el análisis de datos para conocer lo que pasa en las tiendas determinará el éxito de las políticas empresariales para vender más, perder menos y ofrecer una experiencia de compra excelente al consumidor final".

R

EL REPORTAJE

en moda (1,86%), joyerías y relojerías (1,66%) y establecimientos de bricolaje (1,44%), según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución. Smartphones y tablets, complementos de moda, vinos y cuchillas de afeitar se encuentran entre los artículos más hurtados. El

objetivo de los delincuentes son los productos fáciles de ocultar, atractivos para el consumidor y con salida en el mercado de reventa. Noviembre y diciembre son los meses que registraron un mayor número de hurtos a causa del incremento en la afluencia de clientes por la campaña de Navidad.

A NIVEL DE 2010

La pérdida desconocida en los comercios españoles se sitúa en el índice más bajo desde 2010. Entre 2001 y 2007, el hurto descendió pasando de un 1,47% sobre el total de ventas al 1,28%. El inicio de la crisis económica mundial supuso un repunte de la pérdida desconocida alcanzando el nivel más elevado en

2011 (1,40%). La recuperación económica de los últimos ejercicios, combinada con la optimización de soluciones para prevenir la pérdida desconocida, ha provocado una mejora entre 2012 y 2014.

A la hora de combatir la pérdida desconocida con medidas de prevención, España invierte el 1,37% sobre el total de las ventas del sector minorista, por encima del 1,07% de la media europea.

El 67% de los minoristas combaten el hurto con cámaras de videovigilancia. Otras soluciones comunes de prevención de pérdidas son el control de alarmas (56%), los vigilantes de seguridad (50%) y las soluciones logísticas (50%).

Para proteger artículos, un 78%

Los hurtos provocan pérdidas de 2.487 millones en los comercios

▄▄ **D. VALERA**

MADRID. Los hurtos suponen un agujero para las cuentas de los establecimientos afectados. Y es que estos robos, de procedencia interna (los propios empleados) o externa, junto a los errores administrativos hicieron perder a los comercios españoles la friolera de 2.487 millones de euros en el último año. Es decir, el equivalente al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube con apoyo de Checkpoint Systems. La cifra supone un leve descenso frente al 1,36% del año anterior.

La denominada 'pérdida desconocida' que engloba estos hurtos y errores de caja afectan de manera más seria a las tiendas especializadas en moda (1,86%), seguidas de joyerías y relojerías (1,66%) y locales dedicados al bricolaje (1,44%). España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con mayor índice de pérdida desconocida en el comercio minorista.



Los comercios españoles pierden 2.500 millones al año por hurtos y errores de gestión

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con más pérdidas por este motivo

Agencias
MADRID

Los comercios españoles pierden 2.487 millones de euros la año como consecuencia de la denominada *pérdida desconocida*—los hurtos externos e internos y errores administrativos—, lo que equivale al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint** Systems.

Los comercios con mayor índice de *pérdida desconocida* en España son las tiendas de moda (1,86%), joyerías y relojerías (1,66%) y establecimientos de bricolaje (1,44%). *Smartphones* y *tablets*, complementos de moda, vinos y cuchillas de afeitar están entre los artículos más hurtados por ser fáciles de ocultar, atractivos para el consumidor y con salida en el mercado de reventa.

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de *pérdida desconocida* en los comercios minoristas, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China.



DAVID PÉREZ DEL PINO
CHECKPOINT SYSTEMS

Los smartphones, las tablets y las cuchillas son los artículos más robados

EP MADRID

Los comercios españoles pierden 2.487 millones de euros como consecuencia de la denominada "pérdida desconocida", es decir, por hurtos externos e internos y errores administrativos, lo que equivale al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint** Systems.

Los comercios con mayor índice de pérdida desconocida en España fueron las tiendas especializadas en moda (1,86%), joyerías y relojerías (1,66%) y establecimientos de bricolaje (1,44%). Smartphones y tablets, complementos de moda, vinos y cuchillas de afeitar se están entre los artículos más hurtados.

Según el estudio, el objetivo de los delincuentes son los productos fáciles de ocultar, atractivos para el consumidor y con salida en el mercado de reventa. Noviembre y diciembre son los meses que registraron un mayor número de hurtos a causa del incremento en la afluencia de clientes por la campaña de Navidad.

PÉRDIDAS

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, solo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China.

Las pérdidas ocasionadas por el hurto en España equivalen al 1,33% de las ventas del sector minorista, lo que supone una ligera mejoría respecto al 1,36% de 2014. El coste de la delincuencia y de su prevención ya representa el 2,21% de la facturación del "retail" en España y asciende a 4.144 millones de euros, lo que supone 238 euros para cada familia española.

La información aportada por el Ministerio del Interior confirma la tendencia a la baja del hurto en España. Según datos de las unidades policiales españolas, en 2014 se denunciaron 183.753 hurtos en establecimientos y recintos, un 5,16% menos que el año anterior. ■

Telemadrid 7



HURTOS EN COMERCIOS

El perfil: hombre de mediana edad

TITULARES

...s de 50 conciertos, ciclos de conferencias y cine se reunirán. REDIFUSIÓN

Los hurtos provocan pérdidas de 2.487 millones en los comercios españoles

:: DAVID VALERA

MADRID. Los hurtos suponen un verdadero agujero para las cuentas de los establecimientos afectados. Y es que estos robos, de procedencia interna (los propios empleados) o externa, junto a los errores administrativos hicieron perder a los comercios españoles la friolera de 2.487 millones de euros en el último año. Es decir, el equivalente al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube con el apoyo de Checkpoint Systems. En cualquier caso, esta cifra supone un leve descenso respecto al 1,36% del año anterior.

La denominada 'pérdida desconocida' que engloba estos hurtos y errores de caja afectan de manera más seria a las tiendas especializadas en moda (1,86%), seguidas de joyerías y relojerías (1,66%) y locales dedicados al bricolaje (1,44%). España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo superado por México, Holanda, Finlandia, Japón y China.

Pero ¿qué productos se roban? El estudio señala que los delincuentes optan por objetos que sean fáciles de ocultar y con una buena salida en el mercado de reventa. En este sentido, los smartphones y las tablets son los principales objetivos, pero también complementos de moda, vinos e incluso cuchillas de afeitar.

Asimismo, el hurto externo representa la principal causa de la pérdida desconocida, al suponer el 52% del total. El robo realizados por los propios trabajadores apenas representa un 18%, mientras que los errores administrativos suman el 25% de estas pérdidas.



DAVID PÉREZ DEL PINO
SECRETARIO GRAL. CHECKPOINT ESPAÑA

CASTILLA-LA MANCHA

Los smartphones, las tablets y las cuchillas son los artículos más robados

■ EP MADRID

Los comercios españoles pierden 2.487 millones de euros como consecuencia de la denominada "pérdida desconocida", es decir, por hurtos externos e internos y errores administrativos, lo que equivale al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint** Systems.

Los comercios con mayor índice de pérdida desconocida en España fueron las tiendas especializadas en moda (1,86%), joyerías y relojerías (1,66%) y establecimientos de bricolaje (1,44%). Smartphones y tablets, complementos de moda, vinos y cuchillas de afeitarse están entre los artículos más hurtados.

Según el estudio, el objetivo de los delincuentes son los productos fáciles de ocultar, atractivos para el consumidor y con salida en el mercado de reventa. Noviembre y diciembre son los meses que registraron un mayor número de hurtos a causa del incremento en la afluencia de clientes por la campaña de Navidad.

PÉRDIDAS

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, solo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China.

Las pérdidas ocasionadas por el hurto en España equivalen al 1,33% de las ventas del sector minorista, lo que supone una ligera mejoría respecto al 1,36% de 2014. El coste de la delincuencia y de su prevención ya representa el 2,21% de la facturación del "retail" en España y asciende a 4.144 millones de euros, lo que supone 238 euros para cada familia española.

La información aportada por el Ministerio del Interior confirma la tendencia a la baja del hurto en España. Según datos de las unidades policiales españolas, en 2014 se denunciaron 183.753 hurtos en establecimientos y recintos, un 5,16% menos que el año anterior. ■



cen las pérdidas por tos en comercios

2.487 MILLONES

Los robos en comercios aumentaron un 15,4% en el mundo en 2014, para alcanzar en los 24 países analizados 111.710 millones de euros, según un estudio de Checkpoint Systems que señala a México como el país con más pérdidas. En España fueron de 7 millones, el 18% atribuidas a sus ciudadanos: ocupa el sexto lugar en el

Los hurtos provocan pérdidas de 2.487 millones en los comercios

Esta cantidad equivale al 1,3% de sus ventas y la mayor parte de las sustracciones vienen del exterior frente a un 18% de sus trabajadores

■ D. VALERA

MADRID. Los hurtos suponen un verdadero agujero para las cuentas de los establecimientos afectados. Y es que estos robos, de procedencia interna (los propios empleados) o externa, junto a los errores administrativos hicieron perder a los comercios españoles la friolera de 2.487 millones de euros en el último año. Es decir, el equivalente al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube con el apoyo de **Checkpoint** Systems. En cualquier caso, esta cifra supone un

leve descenso respecto al 1,36% del año anterior.

La denominada 'pérdida desconocida' que engloba estos hurtos y errores de caja afectan de manera más seria a las tiendas especializadas en moda (1,86%), seguidas de joyerías y relojerías (1,66%) y locales dedicados al bricolaje (1,44%). España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas.

Pero ¿qué productos se roban? El estudio señala que los delincuentes

Smartphones, tablets, vinos, los complementos de moda o cuchillas de afeitar, los productos más sustraídos

optan por objetos que sean fáciles de ocultar y con una buena salida en el mercado de reventa. En este sentido, los smartphones y las tablets son los principales objetivos, pero también complementos de moda, vinos e incluso cuchillas de afeitar. Asimismo, el hurto externo representa la principal causa de la pérdida desconocida, al suponer el 52% del total. El robo realizados por los propios trabajadores apenas representa un 18%, mientras que los errores administrativos suman el 25% de estas pérdidas.

Asimismo, el coste de la delincuencia y de su prevención alcanza los 4.144 millones y ya representa el 2,21% de la facturación del comercio. Y es que el sector cada vez invierte más en medidas de seguridad como camiones sellados, control de alarmas, vigilantes o cámaras de vigilancia. El objetivo es lograr identificar en qué momento exacto de la cadena de suministros se produce la pérdida.

mediaenvio
connecting your media

Los hurtos provocan pérdidas de 2.487 millones en los comercios

Esta cantidad equivale al 1,3% de sus ventas y la mayor parte de las sustracciones vienen del exterior frente a un 18% de sus trabajadores

■ D. VALERA

MADRID. Los hurtos suponen un verdadero agujero para las cuentas de los establecimientos afectados. Y es que estos robos, de procedencia interna (los propios empleados) o externa, junto a los errores administrativos hicieron perder a los comercios españoles la friolera de 2.487 millones de euros en el último año. Es decir, el equivalente al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube con el apoyo de **Checkpoint** Systems. En cualquier caso, esta cifra supone un

leve descenso respecto al 1,36% del año anterior.

La denominada 'pérdida desconocida' que engloba estos hurtos y errores de caja afectan de manera más seria a las tiendas especializadas en moda (1,86%), seguidas de joyerías y relojerías (1,66%) y locales dedicados al bricolaje (1,44%). España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas.

Pero ¿qué productos se roban? El estudio señala que los delincuentes

Smartphones, tablets, vinos, los complementos de moda o cuchillas de afeitar, los productos más sustraídos

optan por objetos que sean fáciles de ocultar y con una buena salida en el mercado de reventa. En este sentido, los smartphones y las tablets son los principales objetivos, pero también complementos de moda, vinos e incluso cuchillas de afeitar. Asimismo, el hurto externo representa la principal causa de la pérdida desconocida, al suponer el 52% del total. El robo realizados por los propios trabajadores apenas representa un 18%, mientras que los errores administrativos suman el 25% de estas pérdidas.

Asimismo, el coste de la delincuencia y de su prevención alcanza los 4.144 millones y ya representa el 2,21% de la facturación del comercio. Y es que el sector cada vez invierte más en medidas de seguridad como camiones sellados, control de alarmas, vigilantes o cámaras de vigilancia. El objetivo es lograr identificar en qué momento exacto de la cadena de suministros se produce la pérdida.

mediaenvio
connecting your life

Los comercios españoles pierden 2.487 millones de euros por robos internos y externos

● Esta cantidad equivale al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución

MADRID. Los hurtos suponen un verdadero agujero para las cuentas de los establecimientos afectados. Y es que estos robos, de procedencia interna (los propios empleados) o externa, junto a los errores administrativos hicieron perder a los comercios españoles la friolera de 2.487 millones de euros en el último año. Es decir, el equivalente al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube con el apoyo de **Checkpoint** Systems. En cualquier caso, esta cifra supone un leve descenso respecto al 1,36% del año anterior.

La denominada 'pérdida desconocida' que engloba estos hurtos y errores de caja afectan de manera más seria a las tiendas especializadas en moda (1,86%), seguidas de joyerías y relojerías (1,66%) y locales dedicados al bricolaje (1,44%).

España es el sexto país del

mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, solo superado por México, Holanda, Finlandia, Japón y China.

Pero ¿qué productos se roban? El estudio señala que los delincuentes optan por objetos que sean fáciles de ocultar y con una buena salida en el mercado de venta. En este sentido, los smartphones y las tablets son los principales objetivos, pero también complementos de moda, vinos e incluso cuchillas de afeitador.

Asimismo, el hurto externo representa la principal causa de la pérdida desconocida, al suponer el 52% del total. El robo realizado por los propios trabajadores apenas representa un 18%, mientras que los errores administrativos suman el 25% de estas pérdidas.

El estudio también destaca que noviembre y diciembre son los meses que registraron un mayor

SEXTO DEL MUNDO

España es, según el barómetro, el sexto país del mundo y tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas. No obstante, el comercio español mejora su posición tras un año ya que, en 2013, figuraba como quinto del mundo y segundo europeo en el volumen de pérdidas desconocidas. Por delante de España están México, Holanda, Finlandia, Japón y China de los 24 países que recoge el estudio.

HA DICHO

David Pérez del Pino

DIRECTOR GENERAL DE **CHECKPOINT**

«El volumen de hurtos está ligado a los ciclos económicos»

número de hurtos por la enorme afluencia de clientes en la campaña de Navidad.

Medidas de seguridad

El coste de la delincuencia y de su prevención alcanza los 4.144 millones y ya representa el 2,21% de la facturación del comercio. Y es que el sector cada vez invierte más en medidas de seguridad como camiones sellados, control de alarmas, vigilantes de seguridad o cámaras de vigilancia. El objetivo es lograr una trazabilidad de los productos a lo largo de toda la cadena de suministro para identificar el momento de la pérdida. De hecho, el estudio señala que el 20% de las pérdidas se producen antes de que los artículos lleguen a las tiendas, ya sea en los centros de distribución o durante el transporte.

En los últimos 14 años la evolución de la pérdida desconocida ha oscilado desde su nivel máximo del 1,47% en 2001 –el mínimo fue en 2007 con un 1,28%– hasta el 1,33% del último barómetro de 2014. En este sentido, el director general de **Checkpoint**, David Pérez del Pino, dijo ayer que el volumen de hurtos «está ligado a los ciclos económicos». En su opinión, los periodos críticos en los que el desempleo es mayor «ayudan de forma negativa» a que ese índice de robos en los comercios sea superior que en tiempos de bonanza o recuperación.

D. VALERA/EFE

Los comercios españoles pierden 2.487 millones por hurtos internos y externos

■ Esta cantidad equivale al 1,33% de sus ventas y en su mayor parte provienen del exterior

D. VALERA | MADRID

Los hurtos suponen un verdadero agujero para las cuentas de los establecimientos afectados. Y es que estos robos, de procedencia interna (los propios empleados) o externa, junto a los errores administrativos hicieron perder a los comercios españoles la friolera de 2.487 millones de euros en el último año. Es decir, el equivalente al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube con el apoyo de Checkpoint Systems.

En cualquier caso, esta cifra supone un leve descenso respecto al 1,36% del año anterior.

La denominada 'pérdida desconocida' que engloba estos hurtos y errores de caja afectan de manera más seria a las tiendas especializadas en moda (1,86%), seguidas de joyerías y relojerías (1,66%) y locales dedicados al bricolaje (1,44%). España es el sexto país del mundo y el terce-

ro de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo superado por México, Holanda, Finlandia, Japón y China.

Lo que buscan

Pero ¿qué productos se roban? El estudio señala que los delincuentes optan por objetos que sean fáciles de ocultar y con una buena salida en el mercado de reventa. En este sentido, los smartphones y las tablets son los principales objetivos, pero también complementos de moda, vinos e incluso cuchillas de afeitar. Asimismo, el hurto externo representa la principal causa de la pérdida desconocida, al suponer el 52% del total. El robo realizado por los propios trabajadores apenas representa un 18%, mientras que los errores administrativos suman el 25% de estas pérdidas.

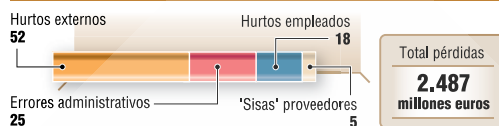
El estudio también destaca que noviembre y diciembre son los meses que registraron un mayor número de hurtos por la enorme afluencia de clientes en la campaña de Navidad. Asimismo, el coste de la delincuencia y de su prevención alcanza los 4.144 millones y ya representa el 2,21% de la facturación del comercio. Y es que el sector cada vez invier-

Hurtos en comercios 2014-15

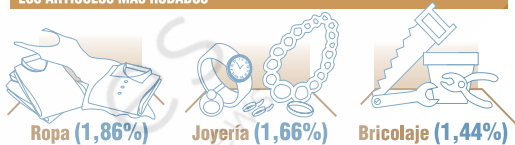
PAÍSES CON MÁS PÉRDIDAS (% sobre ventas totales)



LA SITUACIÓN EN ESPAÑA (%)



LOS ARTÍCULOS MÁS ROBADOS



Fuente: Global Retail Theft Barometer

Infografía: INFOGRÁFICA DISEÑO Y COMUNICACIÓN

te más en medidas de seguridad como camiones sellados, control de alarmas, vigilantes de seguridad o cámaras de vigilancia. El objetivo es lograr una trazabilidad de los productos a lo largo de toda la cadena de suministro

para identificar el momento de la pérdida. De hecho, el estudio señala que el 20% de las pérdidas se producen antes de que los artículos lleguen a las tiendas, ya sea en los centros de distribución o durante el transporte.

El comercio español pierde al año 2.487 millones por hurtos, errores y fraudes

► El 52% de la factura corresponde a robos de personas ajenas al negocio

AGENCIAS

MADRID. Los errores administrativos, el fraude de proveedores, los hurtos de trabajadores y, sobre todo, los cometidos por personas ajenas al negocio convierten en una tarea harto complicada cuadrar la caja de los comercios españoles, que solo en 2014 perdieron unos 2.487 millones de euros por esas vías. La cuantía es tan elevada que equivale a un 1,33% de su facturación y sitúa a España con el tercer mayor índice de lo que se llama «pérdida desconocida» y en la sexta posición a nivel mundial, tras estudiar 24 estados. Y eso a pesar de que se aprecia una «ligera mejoría».

Esa «tendencia a la baja» se constata en el último barómetro del hurto en la distribución elaborado por The Smart Cube con el apoyo de **Check-point** Systems, que detecta los principales problemas en México, Holanda, Finlandia, Japón y China. Son los que están por delante de España, que ha mejorado una po-

sición con respecto al año anterior porque entonces las pérdidas valían tanto como un 1,36% de las ventas. El máximo, cerca del 1,5%, se alcanzó en 2001.

Vis-
tos los
números,
los

responsables del estudio creen que el volumen de hurtos está ligado a los ciclos económicos —de modo que la recuperación debería reducirlos—, aunque hay más factores que influyen, como el control. Al final, si se suma lo perdido y el coste de las medidas de prevención la factura para el sector minorista se eleva a 4.144 millones.

Los comercios que más pierden con hurtos, errores y fraudes son las tiendas de moda (un 1,86% de la facturación), joyerías y relojerías y establecimientos de bricolaje. Entre todos, lo que más

desaparece son accesorios para móvil, pilas, calzado, complementos, licores, tabaco o perfumes, y hasta smartphones, tablets o cuchillas de afeitarse.

La principal causa de que desaparezcan existencias en los negocios españoles son los hurtos externos, que provocan un 52% de las pérdidas, mientras que a nivel mundial se imponen los robos de trabajadores. En el país, sin embargo, solo representan un 18%. Otro 25% se atribuye a errores administrativos y un 5%, a fraudes de proveedores.



El hurto en tiendas suma el 1,133 de las ventas en 2014

La cifra alcanzada es de 2.487 millones de euros

EFE

Madrid

El coste de la pérdida desconocida y de la delincuencia en las tiendas españolas alcanzó los 2.487 millones de euros en 2014, lo que representa el 1,33 % de la facturación, según el último barómetro mundial del hurto en la distribución elaborado por The Smart Cube y patrocinado por **Checkpoint**.

Sumado a este fenómeno el coste de las medidas de prevención, el sector minorista en España perdió 4.144 millones durante el pasado ejercicio, que en el conjunto del volumen de negocio supuso un 2,21 %.

La situación actual del hurto en España, comparado con las cifras de 2013, es de "tendencia a la

baja" y de "ligera mejoría", precisa el informe. El hurto y las pérdidas desconocidas (errores administrativos y fraude de proveedores) descendieron en 3 centésimas en un año, ya que en 2013 representaron el 1,36 % de las ventas del sector minorista, frente al 1,33 % que refleja el último barómetro. Las cifras sitúan a España como el sexto país del mundo y tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida de los artículos en las tiendas, que no obstante mejora su posición tras un año ya que, en 2013, figuraba como quinta del mundo y segunda europea.

México, Holanda, Finlandia, Japón y China figuran por delante de España en cuanto a volumen de pérdidas desconocidas de los 24 países que recoge el es-

tudio, elaborado mediante encuestas "online" a cadenas de distribución y entrevistas, en las que han participado 203 minoristas y 113.000 tiendas, que globalmente suman una facturación de 750.677 millones de euros.

En España, la principal causa de la pérdida desconocida es el hurto externo, responsable del 52 % de las mermas.

El hurto interno perpetrado por trabajadores representa el 18 % de esas pérdidas, mientras que los errores administrativos suponen el 25 % y el fraude a proveedores desciende en un año, del 20 % al 5 %, gracias a la mayor inversión en medidas de prevención. España invierte el 1,37 % sobre el total de las ventas del sector minorista, por encima del 1,07 % de la media europea.

mediaenvio.com
connecting your new

El hurto en tiendas sumó 2.487 millones en 2014, el 1,3 % de las ventas

Madrid. El coste de la pérdida desconocida y de la delincuencia en las tiendas españolas alcanzó los 2.487 millones en 2014, lo que representa el 1,33 % de la facturación, según el último barómetro mundial del hurto en la distribución elaborado por *The Smart Cube* y patrocinado por **Checkpoint**.

Sumado a este fenómeno el coste de las medidas de prevención, el sector minorista en España perdió 4.144 millones durante el pasado ejercicio, que en el

conjunto del volumen de negocio supuso un 2,21 %.

La situación actual del hurto en España, comparado con las cifras de 2013, es de "tendencia a la baja" y de "ligera mejoría", precisa el informe.

El hurto y las pérdidas desconocidas (errores administrativos y fraude de proveedores) descendieron en 3 centésimas en un año, ya que en 2013 representaron el 1,36 % de las ventas del sector minorista, frente al 1,33 % que refleja el último barómetro. **EFE**

El hurto en las tiendas sumó 2.487 millones en 2014, el 1,33% de las ventas

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdidas

MADRID – El coste de la pérdida desconocida y de la delincuencia en las tiendas españolas alcanzó los 2.487 millones de euros en 2014, lo que representa el 1,33% de la facturación, según el último barómetro mundial del hurto en la distribución elaborado por The Smart Cube y patrocinado por **Checkpoint**.

Sumado a este fenómeno el coste de las medidas de prevención, el sector minorista en España perdió 4.144 millones durante el pasado ejercicio, que en el conjunto del volumen de negocio supuso un 2,21%.

La situación actual del hurto en España, comparado con las cifras de 2013, es de "tendencia a la baja" y de "ligera mejoría", precisó el informe.

El hurto y las pérdidas desconocidas (errores administrativos y fraude de proveedores) descendieron en 3 centésimas en un año, ya que en 2013 representaron el 1,36% de las ventas del sector minorista, frente al 1,33% que refleja el último barómetro.

Las cifras sitúan a España como el sexto país del mundo y tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida de los artículos en las tiendas, que no obstante mejora su posición tras un año ya que, en 2013, figuraba como quinta del mundo y segunda europea.

México, Holanda, Finlandia, Japón y China figuran por delante de España en cuanto a volumen de pérdidas desconocidas de los 24 países que recoge el estudio, elaborado mediante encuestas *online* a cadenas de distribución y entrevistas, en las que han participado 203 minoristas y 113.000 tiendas, que globalmente suman una facturación de 750.677 millones de euros.

En España, la principal causa de la pérdida desconocida es el hurto externo, responsable del 52% de las

perdidas. El hurto interno perpetrado por trabajadores representa el 18% de esas pérdidas, mientras que los errores administrativos suponen el 25% y el fraude a proveedores desciende en un año, del 20% al 5%, gracias a la mayor inversión en medidas de prevención.

España invierte el 1,37% sobre el total de las ventas del sector minorista, por encima del 1,07% de la media europea, según indica el estudio. Camiones sellados, control de alarmas, vigilantes de seguridad, cámaras de vigilancia y control por radiofrecuencia en origen son las medidas para combatir las pérdidas desconocidas que más se han incrementado durante 2014.

El 67% de los minoristas combate el hurto con cámaras; el 56% usa, además, alarmas; mientras que la mitad de ellos emplea vigilantes de seguridad y otras soluciones logísticas.

PROTECCIÓN ELECTRÓNICA La protección electrónica de los artículos está presente en el 78% de las tiendas españolas, mediante etiquetas y antenas antihurto; y el 28% ya usa cajas de policarbonato y arañas que envuelven el producto.

En los últimos 14 años la evolución de la pérdida desconocida ha oscilado desde su nivel máximo del 1,47% en 2001 –el mínimo logrado en 2007 con un 1,28%– hasta el 1,33% del último barómetro de 2014.

En este sentido, el director general de **Checkpoint**, David Pérez del Pino, comentó que el volumen de hurtos "está ligado a los ciclos económicos".

De tal manera que, en su opinión, los períodos críticos en los que el desempleo es mayor "ayudan de forma negativa" a que ese índice de hurtos en los comercios sea superior que en tiempos de bonanza. –Efe



Un hombre mira las estanterías de un supermercado. Foto: J. Chávarri

LOS PRODUCTOS MÁS ROBADOS

TABLETAS, MÓVILES, GAFAS Y BOLSOS

●●● **Moda, joyería y relojería.** Por comercios, los de mayor índice de lo que llaman pérdida desconocida del material en nuestro país son las tiendas especializadas en moda (objetivo del 1,86% de los robos). Joyerías y relojerías también están en la mirilla de los ladrones (un 1,66% del global de hurtos) y, en tercer lugar, se roba en establecimientos de bricolaje, lo que suma un 1,44% de los hurtos. *Smartphones* y tabletas también forman parte de los deseos de quienes no pueden pagarlos o quieren hacer un negocio con ellos. Tabletas, móviles, complementos de moda (gafas, bolsos o lencería), vinos y cuchillas de afeitar son los artículos preferidos para el hurto.

España es el sexto país del mundo en pérdidas por hurtos en tiendas con 2.500 millones

EFE

MADRID

El coste de la pérdida desconocida y de la delincuencia en las tiendas españolas alcanzó los 2.487 millones de euros en 2014, lo que representa el 1,33 % de la facturación, según el último barómetro mundial del hurto en la distribución elaborado por The Smart Cube y patrocinado por [Checkpoint](#).

Sumado a este fenómeno el

coste de las medidas de prevención, el sector minorista en España perdió 4.144 millones durante el pasado ejercicio, que en el conjunto del volumen de negocio supuso un 2,21 %.

La situación actual del hurto en España, comparado con las cifras de 2013, es de "tendencia a la baja" y de "ligera mejoría", precisa el informe.

El hurto y las pérdidas desconocidas (errores administrativos y fraude de proveedores) descen-

dieron en 3 centésimas en un año, ya que en 2013 representaron el 1,36 % de las ventas del sector minorista, frente al 1,33 % que refleja el último barómetro.

Las cifras sitúan a España como el sexto país del mundo y tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida de los artículos en las tiendas, que no obstante mejora su posición tras un año ya que, en 2013, figuraba como quinta del

mundo y segunda europea.

México, Holanda, Finlandia, Japón y China figuran por delante de España en cuanto a volumen de pérdidas desconocidas de los 24 países que recoge el estudio, elaborado mediante encuestas "online" a cadenas de distribución y entrevistas, en las que han participado 203 minoristas y 113.000 tiendas, que globalmente suman una facturación de 750.677 millones de euros. □



Las zapaterías, como esta de la imagen de archivo, son de las que más hurtos sufren. C.SÁNCHEZ

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con más hurtos en tiendas

► Los comercios del país pierden 2.487 millones de euros cada año por pequeños robos y errores de gestión y de inventario, el 1,33% de sus ventas

EFE MADRID

■ España es el sexto país del mundo y tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, según el último barómetro mun-

dial del hurto en la distribución elaborado por 'The Smart Cube' y patrocinado por Checkpoint, México, Holanda, Finlandia, Japón y China figuran por delante de España en cuanto a volumen de pér-

didas desconocidas de los 24 países que recoge el estudio.

No obstante, el comercio español mejora su posición tras un año ya que, en 2013, figuraba como quinto del mundo y segundo eu-

El objetivo de los delincuentes son los productos fáciles de ocultar, atractivos y con salida en el mercado de reventa

ropeo en el volumen de pérdidas desconocidas.

El estudio, elaborado mediante encuestas online a cadenas de distribución y entrevistas, en las que han participado 203 minoristas y 113.000 tiendas, indica que los comercios con mayor índice de hurtos en España son, también en 2014, las tiendas de moda (1,86%), seguidas por las joyerías y relojerías (1,66%) y los establecimientos de bricolaje (1,44%). La información aportada por el ministerio del Interior confirma la tendencia a la baja del hurto en España. Según datos de las unidades policiales españolas, en 2014 se denunciaron 183.753 hurtos en establecimientos y recintos, un 5,16% menos que el año anterior.

Telefonía y moda, a la cabeza

Tablets, móviles y sus accesorios; complementos de moda (gafas, bolsos, calzado o lencería); pilas, vinos y licores, cuchillas de afeitar o perfumes son los artículos preferidos para el hurto en España. El coste de la pérdida desconocida y de la delincuencia en las tiendas españolas alcanzó los 2.487 millones de euros en 2014, lo que representa el 1,33% de la facturación. Sumado a este fenómeno el coste de las medidas de prevención, el sector minorista en España perdió 4.144 millones durante el pasado ejercicio, que en el conjunto del volumen de negocio supuso un 2,21%.

Las tiendas pierden 2.500 millones por robos

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con mayor impacto de los hurtos en las ventas

MADRID – El coste de la pérdida desconocida (errores administrativos y fraude de proveedores) y de la delincuencia en las tiendas españolas alcanzó los 2.487 millones

de euros en 2014, lo que representa el 1,33% de la facturación, según el barómetro mundial del hurto en la distribución de The Smart Cube y **Checkpoint**.

Las cifras sitúan a España como el sexto país del mundo y tercero de Europa con un mayor índice de pérdidas, pero mejora su posición tras un año ya que, en 2013, figuraba como quinta del mundo y segunda europea. – Efe

España, tercer país europeo y sexto del mundo en índice de hurtos en tiendas

EFE

España es el sexto país del mundo y tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, según el último barómetro mundial del hurto en la distribución elaborado por The Smart Cube y patrocinado por **Checkpoint**.

México, Holanda, Finlandia, Japón y China figuran por delante de España en cuanto a volumen de pérdidas desconocidas de los 24 países que recoge el estudio.

No obstante, el comercio español mejora su posición tras un año ya que, en 2013, figuraba como quinto del mundo y segundo europeo en el volumen de pérdidas desconocidas.

El estudio, elaborado mediante encuestas 'online' a cadenas de distribución y entrevistas, en las que han participado 203 minoristas y 113.000 tiendas, indica que los comercios con mayor índice de hurtos en España son, también en 2014, las tiendas de moda (1,86 %), seguidas por las joyerías y relojerías (1,66 %) y los establecimientos de bricolaje (1,44 %).

Tablets, móviles y sus accesorios; complementos de moda (gafas, bolsos, calzado o lencería); pilas, vinos y licores, cuchillas de afeitar o perfumes son los artículos preferidos para el hurto en España.

El coste de la pérdida desconocida y de la delincuencia en las tiendas españolas alcanzó los 2.487 millones de euros en 2014, lo que representa el 1,33 % de la facturación.

Sumado a este fenómeno el coste de las medidas de prevención, el sector minorista en España perdió 4.144 millones durante el pasado ejercicio, que en el conjunto del volumen de negocio supuso un 2,21 %.

AGENCIAS / MADRID

Los españoles tenemos fama de ser un poco pícaros, pero de ahí a ser uno de los países que más hurtos y pequeños robos realiza en el comercio hay un recorrido. Sin embargo, el último barómetro mundial de la sustracción en la distribución elaborado por The Smart Cube, empresa dedicada a la realización de investigaciones y análisis, y patrocinado por **Checkpoint**, firma proveedora a nivel global de distintas soluciones de seguridad en las tiendas, revela que España es el sexto país del mundo y tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas.

México, Holanda, Finlandia, Japón y China figuran por delante de la *piel de toro* en cuanto a volumen de pérdidas desconocidas de los 24 países que recoge el estudio.

No obstante, el comercio español mejora su posición tras un año, ya que, en 2013, figuraba como quinto del mundo y segundo europeo en el volumen de pérdidas desconocidas.

El estudio, elaborado mediante encuestas *online* a cadenas de distribución y entrevistas, en las que han participado 203 minoristas y 113.000 tiendas, indica que los comercios con mayor índice de hurtos en España son, también en 2014, los establecimientos de moda (1,86 por ciento), seguidos por las joyerías y relojerías (1,66 por ciento) y los puestos de bricolaje (1,44 por ciento).

Tablets y móviles; complementos de moda (gafas, bolsos, calzado o lencería); pilas, vinos y licores, cuchillas de afeitar o perfumes son los artículos preferidos para el hurto en el país.

El coste de la pérdida desconocida y de la delincuencia en las

España es el sexto país con más robos en los comercios

México, Holanda, Finlandia, Japón y China son los lugares donde más hurtos se realizan y los productos que más sustraen los españoles son 'tablets', móviles, complementos y pilas



Las tiendas de moda son los establecimientos donde más se roba. / VALDIVIELDO

tiendas españolas alcanzó los 2.487 millones de euros en 2014, lo que representa el 1,33 por ciento de la facturación.

Sumado a este fenómeno el coste de las medidas de prevención, el sector minorista en España perdió 4.144 millones durante el pasado ejercicio, que en el conjunto del volumen de negocio supuso un 2,21 por ciento.

A pesar de estas cifras, la situación actual del robo minorista en España, comparado con las cifras de 2013, es de «ligera mejoría», precisa el informe.

El hurto y las pérdidas desconocidas (errores administrativos y fraude de proveedores) descendieron en tres centésimas en un año, ya que en 2013 representaron el 1,36 por ciento de las ventas del sector minorista, frente al 1,33 que refleja el último barómetro.

TIPOS DE FRAUDE. En España, la principal causa de la pérdida desconocida es el hurto externo, responsable del 52 por ciento de las mermas en las tiendas.

Por su parte, el robo interno perpetrado por trabajadores re-

Cómo protegerse

El comercio minorista intenta adaptarse a estas elevadas cifras de pequeños hurtos en sus establecimientos con todas las medidas disponibles en el mercado. Camiones sellados, control de alarmas, vigilantes de seguridad, cámaras de vigilancia e inspección por radiofrecuencia en origen son las medidas para combatir las pérdidas desconocidas que más se han incrementado durante 2014.

El 67 por ciento de los minoristas combate el hurto con cámaras; el 56 por ciento usa, además, alarmas; mientras que la mitad de ellos emplea vigilantes de seguridad, así como otro tipo de soluciones logísticas sobre la mercancía.

La protección electrónica de los artículos está presente en el 78 por ciento de las tiendas, mediante etiquetas y antenas antihurto; y el 28 por ciento ya usa cajas de policarbonato y arañas que envuelven el producto.

presenta el 18 por ciento de esas sustracciones, mientras que los errores administrativos supone uno de cada cuatro casos y el fraude a proveedores desciende en un año, del 20 al cinco por ciento, gracias a la mayor inversión en medidas de prevención.

El país invierte el 1,37 por ciento sobre el total de las ventas del sector minorista, por encima del 1,07 por ciento de la media europea, según indica el estudio.

En los últimos 14 años, la evolución de la pérdida desconocida ha oscilado desde su nivel máximo del 1,47 por ciento en 2001 -el

mínimo se logró en 2007 con un 1,28 por ciento- hasta el 1,33 por ciento del último barómetro de 2014.

En este sentido, el director general de **Checkpoint**, David Pérez del Pino, comenta que el volumen de hurtos «está ligado a los ciclos económicos».

De tal manera que, en su opinión, los períodos críticos en los que el desempleo es mayor «ayudan de forma negativa» a que ese índice de hurtos en los comercios sea superior que en tiempos de bonanza o recuperación.

España es el sexto país con más robos en los comercios

México, Holanda, Finlandia, Japón y China son los lugares donde más hurtos se realizan y los productos que más sustraen los españoles son 'tablets', móviles, complementos y pilas

• El coste de la pérdida desconocida y de la delincuencia en las tiendas nacionales alcanza los 2.487 millones en 2014, lo que representa el 1,33 por ciento de la facturación.

AGENCIAS / MADRID

Los españoles tenemos fama de ser un poco pícaros, pero de ahí a ser uno de los países que más hurtos y pequeños robos realiza en el comercio hay un recorrido. Sin embargo, el último barómetro mundial de la sustracción en la distribución elaborado por The Smart Cube, empresa dedicada a la realización de investigaciones y análisis, y patrocinado por **Checkpoint**, firma proveedora a nivel global de distintas soluciones de seguridad en las tiendas, revela que España es el sexto país del mundo y tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas.

México, Holanda, Finlandia, Japón y China figuran por delante de la piel de toro en cuanto a volumen de pérdidas desconocidas de los 24 países que recoge el estudio.

No obstante, el comercio español mejora su posición tras un año, ya que, en 2013, figuraba como quinto del mundo y segundo europeo en el volumen de pérdidas desconocidas.

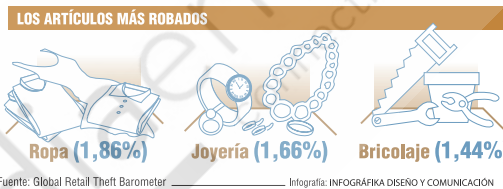
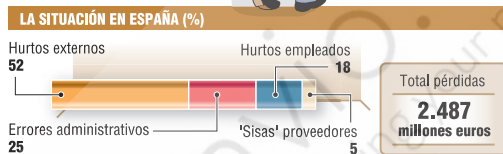
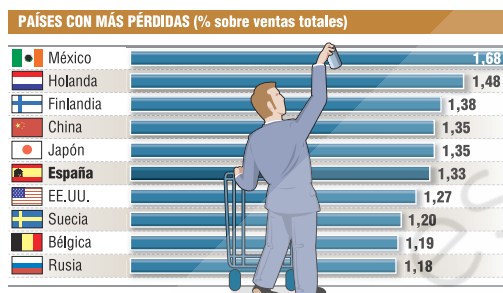
El estudio, elaborado mediante encuestas *online* a cadenas de distribución y entrevistas, en las que han participado 203 minoristas y 113.000 tiendas, indica que los comercios con mayor índice de hurtos en España son, también en 2014, los establecimientos de moda (1,86 por ciento), seguidos por las joyerías y relojerías (1,66 por ciento) y los puestos de bricolaje (1,44 por ciento).

Tablets y móviles; complementos de moda (gafas, bolsos, calzado o lencería); pilas, vinos y licores, cuchillas de afeitar o perfumes son los artículos preferidos para el hurto en el país.

El coste de la pérdida desconocida y de la delincuencia en las tiendas españolas alcanzó los 2.487 millones de euros en 2014, lo que representa el 1,33 por ciento de la facturación.

Sumado a este fenómeno el coste de las medidas de prevención, el sector minorista en España perdió 4.144 millones durante el pasado ejercicio, que en el con-

Hurtos en comercios 2014-15



Fuente: Global Retail Theft Barometer. Infografía: INFOGRÁFKA DISEÑO Y COMUNICACIÓN



Las tiendas de moda son los establecimientos donde más se roba. / VALDIVIELDO

Cómo protegerse

El comercio minorista intenta adaptarse a estas elevadas cifras de pequeños hurtos en sus establecimientos con todas las medidas disponibles en el mercado. Camiones sellados, control de alarmas, vigilantes de seguridad, cámaras de vigilancia e inspección por radiofrecuencia en origen son las medidas para combatir las pérdidas desconocidas que más se han incrementado durante 2014.

El 67 por ciento de los minoristas combate el hurto con cámaras; el 56 por ciento usa, además, alarmas; mientras que la mitad de ellos emplea vigilantes de seguridad, así como otro tipo de soluciones logísticas sobre la mercancía.

La protección electrónica de los artículos está presente en el 78 por ciento de las tiendas, mediante etiquetas y antenas antihurto; y el 28 por ciento ya usa cajas de policarbonato y arañas que envuelven el producto.

junto del volumen de negocio supuso un 2,21 por ciento.

A pesar de estas cifras, la situación actual del robo minorista en España, comparado con las cifras de 2013, es de «ligera mejoría», precisa el informe.

El hurto y las pérdidas desconocidas (errores administrativos y fraude de proveedores) descendieron en tres centésimas en un año, ya que en 2013 representaron el 1,36 por ciento de las ventas del sector minorista, frente al 1,33 que refleja el último barómetro.

TIPOS DE FRAUDE. En España, la principal causa de la pérdida desconocida es el hurto externo, responsable del 52 por ciento de las mermas en las tiendas.

Por su parte, el robo interno perpetrado por trabajadores representa el 18 por ciento de esas sustracciones, mientras que los errores administrativos supone uno de cada cuatro casos y el fraude a proveedores desciende en un

Los **errores administrativos** suponen uno de cada cuatro extravíos totales del **negocio**

año, del 20 al cinco por ciento, gracias a la mayor inversión en medidas de prevención.

El país invierte el 1,37 por ciento sobre el total de las ventas del sector minorista, por encima del 1,07 por ciento de la media europea, según indica el estudio.

En los últimos 14 años, la evolución de la pérdida desconocida ha oscilado desde su nivel máximo del 1,47 por ciento en 2001 -el mínimo se logró en 2007 con un 1,28 por ciento- hasta el 1,33 por ciento del último barómetro de 2014.

En este sentido, el director general de **Checkpoint**, David Pérez del Pino, comenta que el volumen de hurtos «está ligado a los ciclos económicos».

De tal manera que, en su opinión, los períodos críticos en los que el desempleo es mayor «ayudan de forma negativa» a que ese índice de hurtos en los comercios sea superior que en tiempos de bonanza o recuperación.

Las grandes superficies denuncian hurtos reiterados durante la campaña micológica

● Las sustracciones arrebatan al comercio entre un 0,5% y un 1% de su facturación anual

SORIA. Todo robo repercute en el margen de beneficios. Los pequeños hurtos arrebatan a pequeñas, medianas y grandes superficies de Soria «entre un 0,5% y un 1%» de su facturación, porcentaje que se traduce en cantidades que, en total, superan los 740.000 euros anuales. Los picos se registran en «épocas puntuales» como los meses de noviembre y diciembre, ya que «la afluencia es mayor». También «durante la temporada micológica». Camaretas, por ejemplo, puso «entre seis y ocho denuncias» entre septiembre y octubre. «Hubo algún problema más elevado», admitió Félix Sanz, gerente del centro comercial, a HERALDO.

Los delincuentes acuden, sobre todo, «a los supermercados». «Roban comida, perfumes, bebidas alcohólicas, móviles y tabletas», detalló Sanz. En estos casos, los infractores, la mayoría de nacionalidad rumana, entran «en grupos grandes». «Distraían al personal y a los vigilantes», explicó. Situaciones como esta se repiten «todos los años». «Las fuerzas de seguridad están muy pendientes, pero es muy difícil», afirmó.



Panorámica de E.Leclerc en una imagen de archivo. LUIS ÁNGEL TEJEDOR

Muchos supermercados optan por poner los productos más sustraídos «cerca de caja» para que estén «más controlados». Las «pequeñas prendas de vestir» tampoco escapan de las oleadas. «Hay gente que, simplemente, prefiere no pagar», indicó. En semanas de mucha afluencia «aumentan los hurtos». Soria, no obstante, «no llega a los porcentajes de mermas de otras capitales». Para atajar los problemas, muchas cadenas han reforzado las medidas de seguridad del etiquetado. «Hay etiquetas que no se ven o no son fáciles de arrancar», aseveró.

E.Leclerc no ha tenido que interponer denuncia alguna durante la campaña micológica, pero «hay robos. La mayoría son pequeños, pero también los hay grandes», confirmaron fuentes del establecimiento.

Entre los objetos más «codiciados» están «los frascos de colonias y los desodorantes». «Han llegado a llevarse jamones enteros en carritos de bebé y carros de la compra llenos», admitieron. Quienes quieren robar «conocen métodos para distraer al personal». «Saben cómo hacerlo», dijeron. Aunque a muchos se les pilla in fraganti, otros delinquen y repiten. «Sabemos, por ejemplo, de dos personas que dicen ser tía y sobrino. Se dedican a robar televisores por toda España. Suelen aparecer en verano. La preparan pero bien», señalaron.

Ante la presencia de grupos «sospechosos» durante la temporada micológica, la plantilla de E.Leclerc sigue un protocolo que, muchas veces, garantiza el éxito. «Al verles bajan jefes de sección y otros compañeros y se ponen al lado de ellos», expusieron. El hecho de que los hurtos se concentren en «momentos puntuales» hace imposible reforzar la seguridad. Por el contrario, la imagi-

nación de los infractores «va en aumento». A nivel nacional, el porcentaje de «pérdida desconocida» aumentó un 0,25% en el último año, de acuerdo con el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución de The Smart Cube y Checkpoint Systems. El dato actual (1,22%) está 0,26 puntos por encima de la media europea. En 2014-2015, «el mayor índice de pérdida desconocida lo registraron las tiendas de moda, con un 1,86%». La cifra es superior a la de los índices mundiales y europeos, que anotan un 1,80% y un 1,35%, respectivamente. El hurto externo, revela el informe, «representó la principal causa de pérdida desconocida en el país para las tiendas de moda (un 50%), perfumerías (un 40%) o en productos electrónicos (un 53%), así como tiendas de bricolaje y jardinería (un 60%), tiendas de joyería y relojería (un 45%) y supermercados y establecimientos de distribución alimentaria (un 68%)».

«La principal motivación de una persona para cometer un hurto en el ámbito de la distribución minorista es el beneficio económico que puede obtener con la venta de los productos», añade el estudio. Un 67% de los minoristas utilizó «cámaras de videovigilancia y sistemas de grabación digital». Asimismo, «entre el 50% y el 56% declararon haber utilizado vigilantes de seguridad, control de alarmas u otras soluciones logísticas».

Los datos, de acuerdo con las superficies sorianas consultadas, son «similares» a los registrados a nivel provincial. El barómetro asegura que, a nivel nacional, «el coste de la delincuencia y el hurto para la distribución se situó en el 2,21%», lo que se traduce en pérdidas de más de cinco millones de euros.

JORGE LISBONA



Unas cámaras de seguridad sorprenden a dos individuos hurtando botellas de güisquí. :: IDEAL

En Granada se registra una media de treinta hurtos cada día

Los comercios granadinos pierden de media 25 millones de euros por culpa de los amigos de lo ajeno

:: J. R. V.

GRANADA. Las estadísticas del Ministerio del Interior, recogidas en su último anuario, señalan que en la provincia de Granada, incluida la capital, se registraron el pasado año 10.907 hurtos, lo cual supone una media de treinta hurtos al día. Una cifra importante, pero inferior a la del ejercicio 2013 cuando la cantidad de sustracciones al descuido en los centros comerciales fueron 12.279. Entre ambos años, 2013 y 2014, hubo un descenso del 11,2%.

Respecto a la cuantía de lo sustraído en Granada, hay un estudio con más de cinco años de la Federación granadina de Comercio que cuantifica en más de 25 millones de euros el dinero que se evapora de los comercios en Granada por culpa de los hurtos.

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de Méjico, Holanda, Finlandia, Japón y China. Es una de las conclusiones del Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de Checkpoint Systems.

El estudio cifra en 2.487 millones de euros las pérdidas ocasionadas por el hurto en España, lo que equivale al 1,33% de las ventas del sector minorista. Esto supone una ligera mejoría respecto al 1,36% de 2014. En un contexto mundial de reducción de la pérdida desconocida, el estudio señala que las cadenas españolas se encuentran entre las más concienciadas del mundo sobre la necesidad de invertir en soluciones antihurto. El coste de la delincuencia y de su prevención ya representa el 2,21% de la facturación del retail en España y asciende a 4.144 millones de euros, lo que supone 238 euros para cada familia española.

La información aportada por el Ministerio del Interior confirma la tendencia a la baja del hurto en España. Según datos de las unidades policiales españolas, en 2014 se denunciaron 183.753 hurtos en establecimientos y recintos, un 5,16% menos que el año anterior.

Con la reforma del Código Penal español que entró en vigor el pasado 1 de julio, el hurto en tiendas ha pasado a ser considerado un delito leve. Si el valor del hurto excede los 400 euros, la pena puede ser de entre 6 y 18 meses de prisión. Por otro lado, romper alarmas u otros dispositivos de seguridad conlleva penas superiores, por lo que el Barómetro Mundial del Hurto concluye que la nueva ley permite a los minoristas proteger tanto sus sistemas de protección electrónica de artículos como las demás inversiones en seguridad.

En España, el hurto externo es, con diferencia, la principal causa de la pérdida desconocida, representando el 52% de las mermas. Pese a que a nivel mundial el hurto interno, perpetrado por los trabajadores, es la principal fuente de pérdidas, en España solo representa un 18%. Los errores administrativos suponen el 25% de las pérdidas en la misma línea que el año pasado, pero la incidencia del fraude de proveedores baja del 20% al 5%, ya que los minoristas están incrementando las medidas para combatirlo, como camiones sellados, control de alarmas, vigilantes de seguridad y cámaras.



ISTOCK

TECNOLOGÍA INTELIGENTE QUE DETECTA ROBOS EN TIENDAS

España es el sexto país del mundo con mayor índice de hurtos en comercios minoristas. Así, la tecnología RFID es una de las más empleadas, incluso a la hora de descubrir robos de empleados

SANDRA TOBAR

La campaña de Navidad y las rebajas de enero son épocas de gran intensidad comercial, en las que se produce una gran afluencia de clientes en los establecimientos. Hay muchos artículos en exposición, una amplia movilidad del inventario y mucho personal con contratos temporales. Así, se trata de un periodo de tiempo excepcional para las ventas, pero también para los hurtos. “Los minoristas explican que, en Navidad, se producen factores como la facilidad para ocultar artículos bajo las prendas de abrigo. Asimismo, oscurece mucho más temprano y eso facilita la huida de los ladrones”, apunta el director general de **Checkpoint** Systems en España y Portugal, David Pérez del Pino.

Además, nuestro país es el sexto del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China, según el *Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución* realizado por esta compañía.

Los comercios con mayor índice de pérdida desconocida en España son las tiendas especializadas en moda (1,86 por ciento), joyerías y relojerías (1,66 por ciento) y establecimientos de bricolaje (1,44 por ciento). “Los productos más robados -por mercados- son en alimentación, los licores; en moda, los complementos; en electrónica, los accesorios de móvil, *smartphones* y tabletas; en bricolaje y jardinería, herramientas eléctricas; y, en cuidado personal, las cuchillas de afeitar”, explica el director general de Pérez del Pino.

Ante esto, cualquier método para evitar este tipo de hurtos es imprescindible, tanto para negocios minoristas como tiendas de grandes firmas. No obstante, recurrir a las fórmulas tradicionales, tales como guardias de seguridad, cámaras de vigilancia o detectores de metal, ya no es tan fiable como lo era antes, pues los ladrones se han sofisticado. En este sentido, las medidas para atraparlos también se han adaptado a los tiempos gracias a la tecnología.

Productos con DNI propio

Una de las técnicas más novedosas -aunque de lenta implantación-, es la tecnología RFID (*Radio Frequency Identification*, en inglés). Se trata de unas etiquetas o dispositivos pequeños, similares a una pegatina, que pueden ser adheridas o incorporadas a un producto y que realizan la función identificadora propia de un DNI, gracias a que incluyen un *microchip* y una antena, para permitirles recibir y responder a peticiones por radiofrecuencia

desde un lector RFID. "Podemos identificar de forma única cada artículo, es decir, conocer en qué momento se fabricó, se distribuyó o se vendió. Si nos roban el producto y se recupera, se puede saber que es nuestro el artículo. No sólo permite descubrir que están robando, sino que tipo de características tiene ese artículo", indica Pérez.

Además, estas etiquetas permiten gestionar de forma inteligente el inventario y mejorar el servicio que ofrecen a los clientes. En el caso de los productos alimenticios, se puede controlar la disponibilidad de mercancía para conocer las fechas de caducidad de los alimentos. Una medida que evita el desperdicio de este tipo de productos.

Asimismo, también permite prevenir el robo incluso antes de que llegue a la propia tienda, es decir, ése que se produce dentro de la cadena de distribución. De hecho, el 20 por ciento de las pérdidas se producen antes de que los artículos lleguen a las tiendas, ya sea en los centros de distribución o durante el transporte.

Una gran mayoría de empresas y comercios emplean esta tecnología, tanto en sus puntos de venta como en la cadena de distribución. Un ejemplo de ello es imperio creado por Amancio Ortega. En Indítex, la tecnología RFID se encuentra en estos momentos implantada en un total de 1.417 tiendas en 64 países, y 47 países tienen completamente incorporada la tecnología. Por otro lado, el año terminará con 53 regiones con la tecnología completamente incorporada.

Por otro lado y, siendo fiel al refrán que dice "más vale prevenir que curar", existen métodos que permiten anticiparse al momento en el que se produzca el robo. Algunos delincuentes intentan evitar la detección electromagnética protegiendo los productos robados dentro de una bolsa que contenga una lámina de papel de aluminio. En este sentido, ya hay disponibles tecnologías que puede detectar a aquellos usuarios que entran a las tiendas con bolsas que contienen una cantidad de metal excesiva o fuera de lo normal. En estos casos, una alarma silenciosa advierte al personal y los clientes son controlados muy de cerca impidiendo así, que roben mercadería.

Además de estas innovadoras soluciones, también destacan productos como collarines de botella, que se ajustan a los envases de vino y licores más caras; *spiders*, arañas con cables expandibles que abrazan todo el envase de la mercancía; o *keepers*, cajas transparentes de policarbonato que se adaptan a cada producto, explican desde **Checkpoint**. Todos estos métodos valen, con tal de evitar las pérdidas económicas de productos robados.

Los licores, las cuchillas de afeitar y los 'smartphones' son los productos más robados en España



ISTOCK

DISTRIBUCIÓN

ESPAÑA ES EL SEXTO PAÍS DEL MUNDO CON MÁS HURTO

Su coste y el de su prevención representan el 2,21% de la facturación del *retail*, según **Checkpoint** System, que acaba de nombrar nuevo director general en España

GEMA BOIZA

Pese a los esfuerzos del comercio por reducirlo y a pesar de que su número se ha reducido en un 5,15 por ciento en los establecimientos comerciales, según datos del Ministerio del Interior, España sigue siendo el sexto país del mundo en el que más episodios de hurtos se registran. Tanto es así que

el coste del hurto y de su prevención ya representa el 2,21 por ciento de la facturación del *retail* en España y asciende a 4.144 millones de euros. Es más, la pérdida desconocida equivale al 1,33 por ciento de las ventas del sector minorista en nuestro país y asciende a 2.487 millones de euros, según los datos extraídos del último barómetro de **Checkpoint** System.

Una compañía que acaba de nombrar a David Pérez del Pino su nuevo director general para España y Portugal. Diplomado en Empresas y Actividades Turísticas por la Escuela Oficial de Turismo, David Pérez cuenta con más de 20 años de experiencia



ISTOCK

en el sector de la tecnología aplicada a las industrias del *retail* y el sector hotelero.

De hecho, durante los últimos quince años Pérez ha ocupado puestos directivos en Oracle y dirigido planes estratégicos de desarrollo de negocios en el ámbito de la tecnología para *retailers* y hostelería.

David Pérez ha logrado durante su trayectoria especializarse en soluciones para la venta omnicanal, e-commerce, *business intelligence* y gestión de la pérdida desconocida, entre otros.

También aportará su experiencia en la gestión de ventas estratégicas, gestión de equipos y jefatura de proyectos.



EE

ALIMENTACIÓN

LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS, EN CAÍDA LIBRE

El incremento impositivo y el aumento de la rivalidad en precio han penalizado la evolución del mercado

G. BOIZA

El valor de las ventas en España de bebidas alcohólicas de graduación superior o igual a 15 grados experimentó un descenso del 4,1 por ciento en 2014, hasta los 1.415 millones de euros, en un contexto en el que se mantuvo la disminución del volumen de demanda interna y la fuerte competencia en precio. Esta cifra supuso un 37 por ciento menos que el máximo registrado en 2007, según los datos más recientes del observatorio sectorial DBK.

Por segmentos, el whisky destaca como la principal bebida espirituosa consumida en el

ámbito nacional, agrupando el 30 por ciento del valor total. A continuación se sitúan el ron, con el 20 por ciento, y la ginebra (18 por ciento). Todos los segmentos registraron caídas en su facturación, a excepción de la ginebra, que registró un crecimiento del 6 por ciento en términos de valor, gracias al éxito de los combinados con variedades de ginebra *premium*.

Las exportaciones de bebidas espirituosas disminuyeron un 3 por ciento, mientras que las importaciones cayeron un 7 por ciento. El déficit comercial del sector se cifró en 279 millones de euros, un 14,4 por ciento por debajo del contabilizado en 2013. El brandy es la bebida más exportada, al concentrar el 43 por ciento de la cifra total de ventas en el exterior, unos 248 millones de euros.

Por países, Alemania y Francia son los principales destinos dentro de la Unión Europea, reuniendo de forma conjunta el 20 por ciento del valor total exportado. Por su parte, Filipinas constituye el primer comprador extracomunitario, con una cuota de exportación del 20 por ciento.

Checkpoint reúne a todos sus distribuidores "premium"

Las sextas jornadas del canal indirecto de ventas se celebraron en Terrassa

Redacción

Checkpoint Systems, compañía especializada en servicios de disponibilidad de la mercancía para el sector retail y con sede española en Terrassa, ha presentado a sus distribuidores "premium" las innovaciones previstas para este 2015 en el marco de las Sextas Jornadas de Canal Indirecto celebradas en su oficina central en nuestra ciudad.

Una de las innovaciones para las tiendas presentadas en el encuentro ha sido la nueva antena EAS Evolve iRange P30, cuya conectividad permite realizar informes de gestión y telemantenimiento remoto. Otra innovación para los distribuidores este año es el Counter-Point iD, que ofrece lo último en soluciones de desactivación con altas prestaciones y conectividad para diferentes tipos de operaciones de cobro en las tiendas.

"Las innovaciones de Checkpoint Systems para este 2015 están centradas en diversificar las soluciones antihurto según las necesidades y



Varios de los distribuidores de Checkpoint Systems en la jornada desarrollada en Terrassa.

la estética de cada tipo de tienda. Con este objetivo, trabajaremos conjuntamente con nuestros distribuidores premium para hacer llegar al sector retail estas novedades", señala Ricard Gordo, director de ventas de cuentas nacionales y canal indirecto de Checkpoint Systems. En este sentido, la compañía participará junto a ellos en las prin-

cipales ferias del sector de la distribución y potenciará la comunicación online, entre otras acciones de marketing. Checkpoint Systems es el líder

mundial en soluciones para la disponibilidad de la mercancía en el sector minorista que abarca la prevención de la pérdida desconocida y la gestión del inventario. Checkpoint suministra soluciones integrales que permiten a los minoristas conseguir un control de inventario preciso y en tiempo real, acelerar el ciclo de reposición (time to shelf), prevenir las roturas de stock y reducir el hurto, mejorando así la disponibilidad de la mercancía y la experiencia de compra del cliente.

LARGA TRAYECTORIA

Las soluciones de Checkpoint han sido desarrolladas a lo largo de 45 años de experiencia en tecnología de radiofrecuencia, innovadoras soluciones de prevención del hurto y de la pérdida desconocida, hardware RFID líder del mercado, software y servicios globales de etiquetado, para marcar, proteger y trazar la mercancía desde el centro de producción hasta el lineal. Los clientes de Checkpoint se benefician de un incremento de las ventas y los beneficios mediante la implementación de soluciones de disponibilidad de la mercancía para asegurar que el producto correcto está disponible en el lugar y el momento adecuados cuando los clientes están listos para comprar. Checkpoint está presente en todos los mercados geográficos, donde da empleo a 4.700 personas. ▶

Un total de 95 empresas catalanas, en el MWC

Un total de 167 empresas y entidades españolas participarán este año en el Congreso Mundial de Móviles (MWC, en sus siglas en inglés), un 7,7% más que el año anterior (155), de las que más de la mitad, concretamente 95, serán catalanas, cuatro más que en 2014. Las firmas españolas, tanto grandes multinacionales como medianas y pequeñas compañías del sector TIC, ganan peso en este salón, que se celebrará del 2 al 5 de marzo en el recinto ferial de Gran Via, en el término municipal de L'Hospitalet de Llobregat.

Del total de empresas y centros de investigación y tecnología de Catalunya que estarán presentes en el MWC, 60 lo harán bajo el paraguas de la Generalitat, tanto a través del pabellón catalán Estand Catalonia (44) como del área App Planet (16), destinada al desarrollo de aplicaciones móviles. El MWC prevé superar este año la cifra récord de 90.000 visitantes y 2.000 expositores, por lo que la presencia catalana se acerca al cinco por ciento. ▶

Congelats La Sirena inaugura la campaña de bacalao con la visita del presidente de Islandia

Ólafur Ragnar Grímsson ha conocido uno de los establecimientos de la cadena

Redacción

El presidente de Islandia, Ólafur Ragnar Grímsson, ha visitado uno de los establecimientos de Congelats La Sirena, cadena de tiendas especializada en congelados, con el objetivo de conocer de cerca la operativa y el negocio de la compañía y muy especialmente sus referencias de bacalao, más del 95% de las cuales proceden de este país nórdico.

En la visita, el presidente de Islandia estuvo acompañado de su esposa Dorrit Moussaieff, entre otros representantes del país. Por parte de La Sirena han asistido Francesc Casabella, director General de la compañía, y varios miembros del equipo directivo. Durante el acto Casabella destacó que "para La Sirena es un honor recibir en nuestras instalaciones al máximo representante de Islandia. Poder compartir y que se reconozca nuestra labor nos congratula. En La Sirena cuidamos mucho del producto y nos aseguramos de que el origen de los productos y su procesamiento sean los óptimos para garantizar la mejor calidad a nuestros clientes. Islandia es siempre un valor seguro en el tratamiento del pescado y especialmente en pro-



Francesc Casabella, director general de La Sirena, junto al presidente de Islandia, Ólafur Ragnar.

ductos vinculados al bacalao, por eso la práctica totalidad del bacalao de La Sirena procede de allí. Desde el día que abrimos la primera tienda que trabajamos directamente con proveedores islandeses y, a fecha de hoy, son nuestros grandes aliados para que, como líderes del sector en este producto, nuestro bacalao sea de la mejor calidad".

Durante el acto, enmarcado en un viaje para promocionar los productos islandeses y fortalecer la actividad comercial entre ambos países, el presidente islandés aseguró que se siente "muy orgulloso de ver como La Sirena, una cadena de establecimientos de referencia en Catalunya, ofrece bacalao de calidad procedente de nuestro país en distintos formatos", y añadió que "el

bacalao forma parte de la cultura de Islandia y me ha sorprendido gratamente conocer como se integra en la cultura catalana".

Con esta visita, La Sirena inaugura su campaña de bacalao (febrero-marzo-abril) durante la cual la cadena centra su oferta en este sabroso y nutritivo producto y comercializa una cuarta parte del total de ventas de bacalao del año. ▶

Checkpoint amplía la plataforma Check-Net para imprimir y codificar un millón de etiquetas RFID en 24 horas

Potencia la capacidad para producir rápidamente etiquetas RFID precisas y de alta calidad orientadas a los proyectos de etiquetado en origen de los retailers de moda

Checkpoint Systems, proveedor global de soluciones de disponibilidad de la mercancía para la industria retail, ha anunciado que los centros de impresión de su plataforma Check-Net® han implementado nuevas capacidades para imprimir, codificar y verificar etiquetas RFID de forma rápida con el objetivo de reforzar los proyectos de etiquetado en origen de las cadenas minoristas de moda.

El nuevo y exclusivo sistema Check-Net es ocho veces más rápido que las impresoras estándar de transferencia térmica y ofrece una alta precisión (99,9%) y calidad, incluyendo la impresión de etiquetas RFID multicolor. Esto hace que los programas de etiquetado en origen de Checkpoint resulten ideales para los retailers de moda que realizan operaciones globales y requieren un gran número de etiquetas para sus tiendas de todo el mundo. De hecho, ahora Check-Net puede imprimir y codificar un millón de etiquetas RFID en 24 horas.

Check-Net incrementa la eficiencia operativa proporcionan-

do a los minoristas un valor sin precedentes en sus procesos de etiquetado en origen. Desde la gestión de los programas de Hard Tag @ Source hasta la reposición de etiquetas autoadhesivas de radiofrecuencia (RF) en rollo y las soluciones de etiquetas para la industria textil tejidas o impresas, el servicio facilita la totalidad del proceso del pedido y asegura que los productos correctos se entreguen en el momento adecuado.

Junto con los nuevos sistemas de impresión, Check-Net ofrece nuevos procesos y controles de calidad, incluyendo la reserialización individual para códigos EPC. Las impresoras cuentan con dispositivos de control EPC y Checkpoint sigue estrictos procesos de fabricación para asegurar que las etiquetas RFID no usadas sean destruidas. Además, Checkpoint utiliza una solución de embalaje anti-estática para evitar que se dañen los chips de RFID.

Según James Wrigley, Presidente y COO de Apparel Labeling Solutions de Checkpoint, "los retailers de moda se encuentran en

un ambiente altamente competitivo y deben tener acceso a los artículos correctos en el tiempo adecuado para entregar a las tiendas la mercancía lista para vender tan rápido como sea posible. Check-Net ayuda a realizar esta tarea de grandes dimensiones de forma simple y eficiente mientras mantiene una alta calidad".

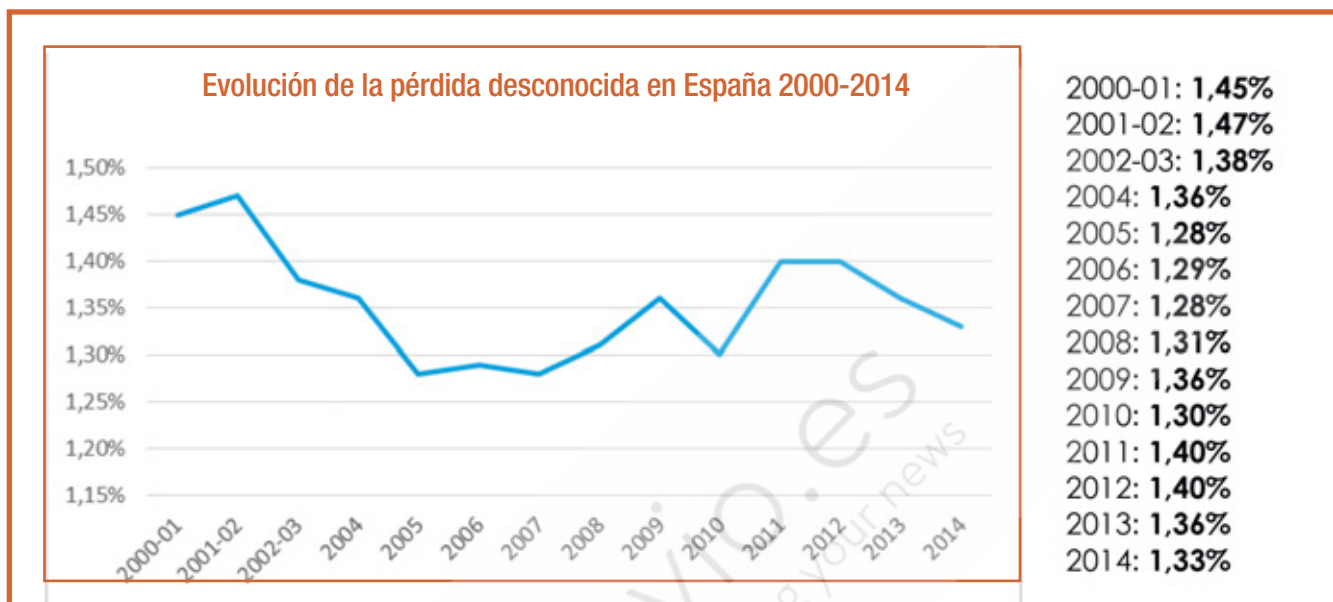
Además de las capacidades mejoradas de impresión, codificación y prueba, Check-Net también ha perfeccionado la usabilidad de su sistema online de pedidos, permitiendo a los minoristas y fabricantes realizar sus pedidos en sólo cuatro clics. Otras mejoras incluyen previsualizaciones de las etiquetas y visibilidad completa de los datos, incluyendo pedidos y facturas de todas las marcas para cada tienda alrededor del mundo.

Los nuevos sistemas de impresión ya han sido implementados en varias de las 19 localizaciones mundiales @source y se están desplegando en imprentas de Asia, Europa y Norteamérica.



BARÓMETRO MUDIAL DEL HURTO EN LA DISTRIBUCIÓN 2014-2015

España, sexto país del mundo con mayor número de hurtos en los comercios



Fuente: Barómetro Mundial del Hurto 2014-2015

Según las conclusiones del Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint** Systems, España se sitúa como sexto país a nivel mundial y el tercero dentro de Europa con mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de países como México, Holanda, Finlandia, Japón y China. El 52% de estas pérdidas corresponden a hurtos externos, mientras que los errores administrativos suponen el 25% de los hurtos dentro del sector retail español.

El "Barómetro Mundial de Hurto en la Distribución 2014-2015" cifra en 2.487 millones de euros las pérdidas ocasionadas por esta práctica en España, lo que equivale al 1,33% de las ventas del sector minorista, mejorando ligeramente respecto al 1,36% de 2014. En un contexto mundial, el estudio señala que las cadenas españolas se encuentran entre las más concienciadas del mundo sobre la necesidad de invertir en soluciones antihurto. El coste de la delincuencia y de su prevención ya representa el 2,21% de la facturación del retail en España y asciende a 4.144 millones de euros, lo que supone 238 euros para cada familia española.

Este informe, patrocinado por **Checkpoint** Systems, ha sido desarrollado por The Smart Cube y Ernie Deyle, analista de prevención de la pérdida en el sector retail, a partir de encuestas online y entrevistas en profundidad a 203 retailers de 24 países que suman unas ventas de 750.677 millones de euros. La información aportada por el Ministerio

del Interior confirma la tendencia a la baja del hurto en España. Según datos de las unidades policiales españolas, en 2014 se denunciaron 183.753 hurtos en establecimientos y recintos, un 5,16% menos que el año anterior. Con la reforma del Código Penal español que entró en vigor el pasado 1 de julio, el hurto en tiendas ha pasado a ser considerado un delito leve. Si el valor del hurto excede los 400 euros, la pena puede ser de entre 6 y 18 meses de prisión. Por otro lado, romper alarmas u otros dispositivos de seguridad conlleva penas superiores, por lo que el Barómetro Mundial del Hurto concluye que la nueva ley permite a los minoristas proteger tanto sus sistemas de protección electrónica de artículos como las demás inversiones en seguridad.

La pérdida desconocida en los comercios españoles se sitúa en el índice más bajo desde 2010. El inicio de la crisis económica mundial supuso un repunte de la pérdida desconocida alcanzando el nivel más elevado en 2011 (1,40%). La

recuperación económica de los últimos ejercicios, combinada con la optimización de soluciones para prevenir la pérdida desconocida, ha provocado una mejora entre 2012 y 2014. En España, el hurto externo es, con diferencia, la principal causa de la pérdida desconocida, representando el 52% de las mermas. Pese a que a nivel mundial el hurto interno, perpetrado por los trabajadores, es la principal fuente de pérdidas, en España solo representa un 18%. Los errores administrativos suponen el 25% de las pérdidas, en la misma línea que el año pasado, pero la incidencia del fraude de proveedores baja del 20% al 5%, ya que los minoristas están incrementando las medidas para combatirlo, como camiones sellados, control de alarmas, vigilantes de seguridad, cámaras de vigilancia y RFID en origen para lograr una trazabilidad de los productos a lo largo de toda la cadena de suministro. El estudio señala que el 20% de las pérdidas se producen antes de que los artículos lleguen a las tiendas, ya sea en los centros de distribución o durante el transporte.

Los comercios con mayor índice de pérdida desconocida en España han sido las tiendas especializadas en moda (1,86%), joyerías y relojerías (1,66%) y establecimientos de bricolaje (1,44%). Smartphones y tablets, complementos de moda, vinos y cuchillas de afeitar se encuentran entre los artículos más hurtados. El objetivo de los delincuentes son productos fáciles de ocultar, atractivos para el consumidor y con salida en el mercado de reventa. Noviembre y diciembre son los meses que registraron un mayor número de hurtos, ligados a la campaña de Navidad.

Análisis internacional

A nivel mundial, la pérdida desconocida en los 24 países analizados se estima en 92.987 millones de euros y representa el 1,23% de las ventas minoristas, descendiendo respecto al 1,29% del año pasado. La pérdida desconocida ha mejorado en todas las regiones excepto en Latinoamérica. Con una pérdida desconocida del 1,05%, Europa es el continente que registra mejores resultados. México, Holanda y Finlandia son los países con más pérdidas, mientras que Noruega, Suiza y Francia son los países con una menor incidencia de esta problemática. Por otro lado, en países como Suecia, Turquía y Japón la pérdida desconocida empeoró en el último año. La principal causa de la pérdida desconocida a nivel mundial es el hurto interno (39%), seguido del hurto externo (38%), errores administrativos (16%) y fraude de proveedores (7%).

Sistemas para la prevención de la pérdida

A la hora de combatir la pérdida desconocida con medidas de prevención, España invierte el 1,37% sobre el total de las ventas del sector minorista, por encima del 1,07% de la media europea. El 67% de

Índice de hurtos por categorías

SECTOR	PRODUCTOS CON MAYOR ÍNDICE DE HURTO
Ropa y complementos de moda	Complementos de moda Calzado Lencería Gafas de sol Bolsos
Bricolaje	Herramientas eléctricas Pilas Cerraduras Tornillos y arandelas Cables
Electrónica	Accesorios para móviles iPhone / Teléfonos inteligentes / Smartphones / iPad / Tabletas Conectores Videojuegos, películas y música
Alimentación y bebidas	Vinos y licores Queso Cárnicos frescos Pescado Productos gourmet / delicatessen
Salud y belleza	Cuchillas de afeitar Productos de maquillaje Perfumes y fragancias Cremas de protección solar Productos de cuidado bucal

los establecimientos combaten el hurto con cámaras de videovigilancia. Otras soluciones comunes son el control de alarmas (56%), los vigilantes de seguridad (50%) y las soluciones logísticas (50%). Para proteger artículos, un 78% de las tiendas usan antenas y etiquetas antihurto y un 28% utilizan cajas de policarbonato y arañas que envuelven el producto, así como estrategias avanzadas para el control de inventario como los dispositivos de cable (un 22%) y herramientas de análisis de los datos recopilados por las antenas antihurto (un 22%).

Por otro lado, un 11% de los minoristas españoles ya ha incorporado la identificación por radiofrecuencia (RFID) en sus procesos. Según David Pérez del Pino, director General de Checkpoint Systems en España y Portugal, “con los datos del Barómetro Mundial del Hurto en la mano, podemos decir con orgullo que los comercios españoles están en la vanguardia europea de la prevención contra el hurto. La profundización en la precisión de inventario con RFID, la protección en origen y el análisis de datos para conocer lo que pasa en las tiendas determinará el éxito de las políticas empresariales para vender más, perder menos y ofrecer una experiencia de compra excelente al consumidor final”.

NO ALIMENTACIÓN



1

■ **FABRICANTE**
RENOVA

■ **PRODUCTO**
 Renova

■ **VARIEDADES**

Renova lanza un papel higiénico vintage, reeditando el primero que existió 100% portugués, Renova Súper. "Respeto al máximo los materiales originales, pero tiene la suavidad de hoy", detallan fuentes de la compañía. Los rollos, envueltos uno a uno, manualmente y de manera artesanal, como se hacía en los 60, llevan en el packaging el logotipo original, con un caballo rampante sobre un castillo almenado.

2

■ **FABRICANTE**
HENKEL

■ **PRODUCTO**
 Power-Mix Caps

■ **VARIEDADES**

WiPP Express, marca de Henkel, lanza su detergente en cápsula Power-Mix Caps. Se trata de unas cápsulas predosificadas que están compuestas por dos cámaras: una cámara contiene gel quitamanchas para una limpieza total, mientras que la otra cuenta con polvo activo súper concentrado, que garantiza una eficacia superior contra manchas difíciles.

INDUSTRIA AUXILIAR



1

1

■ **FABRICANTE**
EPSON

■ **PRODUCTO**
 Moverio Pro BT-2000

■ **VARIEDADES**

Epson lanza las nuevas 'smartglasses' Moverio Pro BT-2000, diseñadas para revolucionar las comunicaciones visuales de los profesionales en ambientes de trabajo. Se presentan como un dispositivo de alta gama que combina la visión binocular y la capacidad de interactuar con manos libres de Moverio BT-200. Además, cuentan con cámara estereoscópica de alta resolución.

2

■ **FABRICANTE**
CHECKPOINT SYSTEMS

■ **PRODUCTO**
 Evolve-Store

■ **VARIEDADES**

Checkpoint Systems presenta Evolve-Store, una 'app' para smartphones y tablets diseñada para gestionar en tiempo real los sistemas de prevención antihurto y de lucha contra el crimen organizado en los comercios minoristas. La aplicación permite además medir y mejorar la tasa de conversión de ventas mediante una visibilidad en tiempo real del número de compradores de las tiendas.

Checkpoint Systems lanza sus soluciones avanzadas en el EuroCIS de Alemania

Checkpoint Systems ha presentado hoy sus últimas soluciones en EuroCIS, el salón líder en tecnología para comercios minoristas que se celebra en Dusseldorf (Alemania). Ante los más de 7.000 visitantes previstos en el evento de este año, Checkpoint Systems busca consolidarse como partner de referencia en sistemas de disponibilidad de la mercancía basados en RFID y protección electrónica de artículos (EAS). El objetivo es ayudar a los retailers de todo el mundo a incrementar ventas y beneficios ofreciendo una experiencia de compra satisfactoria para el consumidor.

El stand E40 del salón 9 del EuroCIS alberga las principales apuestas de Checkpoint Systems para este 2015. Destaca una versión

actualizada del iMAP (Programa de Disponibilidad Inteligente de la Mercancía), una plataforma que combina hardware, software, consumibles, servicios y procesos para asegurar la disponibilidad de la mercancía en las tiendas y evitar las roturas de stock.

Entre las soluciones incluidas en el nuevo iMAP despuntan algunas novedades como las S3i, etiquetas duras inteligentes que permiten anticiparse a los intentos de robo gracias a la información en tiempo real sobre cuándo un artículo de lujo protegido está abandonando su zona habitual en la tienda. También destaca la Shoe Compliance Demo, solución específica para las tiendas de calzado, así como las antenas Evolve E10 y Over-

head 2.0. Ambas antenas combinan la visibilidad de inventario y la prevención de la pérdida desconocida en los puntos de salida de los comercios minoristas.

Según Mariano Tudela, Vicepresidente de Ventas de Checkpoint Systems en Europa, Oriente Medio y África, "eventos como el de Dusseldorf nos permiten estar en contacto con nuestros clientes. Precisamente conociendo sus necesidades hemos desarrollado soluciones para maximizar beneficios en los comercios minoristas. Los clientes que nos están visitando en el EuroCIS se interesan especialmente por el etiquetado en origen, los proyectos RFID y las soluciones antihurto personalizadas".

Carreras Grupo Logístico convencido con la interfaz de TimoCom

Lealtad, experiencia y desarrollo. Estos son tres factores importantes sobre los que se basa el éxito del líder logístico español Carreras. Aunque también es necesario contar con buenas "conexiones", en todos los sentidos. La empresa colabora desde hace muchos años ya con el proveedor de la bolsa de cargas TimoCom. Pero ahora, con la interfaz TC Connect, mantienen otra conexión de éxito. Gracias a esta, las muchas ofertas de cargas y camiones del sistema propio de Carreras se transfieren en un solo paso a la bolsa de cargas líder del mercado. Para los agentes de transporte, esto implica sobre todo una clara simplifica-

ción del trabajo diario, un ahorro de tiempo y así una mayor productividad.

El grupo logístico español Carreras no solo ofrece un amplio espectro de servicios en torno al transporte. La empresa también desarrolla soluciones para optimizar los procesos logísticos, como el sistema propio de gestión del transporte COMET donde se publican solo a nivel interno las ofertas propias de cargas y camiones. Al mismo tiempo, Carreras también lleva muchos años usando la bolsa de cargas de TimoCom que, gracias a la interfaz TC Connect, ahora se conecta al sistema propio COMET. Según el equipo de desarrollo

de software en Carreras, se trata sin duda de la interfaz más efectiva hasta la fecha: "Gracias a TC Connect, las ofertas de cargas y camiones de nuestro sistema pasan en un solo clic a TC Truck&Cargo®. Así podemos, por un lado, publicar más ofertas y, por otro, llegar a muchos más socios potenciales. La carga se asignan rápido. De este modo abarcamos más encargos y aumentamos la facturación." Con la vinculación, la empresa mejora asimismo la visión de las actividades propias. La productividad se puede medir mejor y la empresa puede seguir optimizándose.

Checkpoint Systems: nuevo kit para actualizar sus antenas EVOLVE iRange a la tecnología RFID

Checkpoint Systems, proveedor de soluciones de disponibilidad de la mercancía para la industria minorista, ha anunciado el lanzamiento de un kit de actualización de su antena antihurto EVOLVE iRange P10, que ofrece a los retailers una transición sencilla a la RFID, permitiendo el uso de una sola etiqueta para visibilizar el inventario y prevenir la pérdida desconocida.

EVOLVE iRange P10 RFID aprovecha todas las ventajas de la tecnología RFID y a la vez es una poderosa solución para prevenir la pérdida en entradas / salidas y un elemento visual de disuasión ante potenciales hurtadores. La antena es compatible con la nueva etiqueta One Tag™, que permite a los retailers usar una sola etiqueta RFID para la visibilidad de inventario y la prevención de la pérdida. También ofrece alarmas diferenciadas en función de la cantidad y el valor de la mercancía que está abandonando la tienda. Asimismo, con el lector Wi-rama Radar™ se consigue una precisión de lectura, direccionalidad y ubicación muy superior. Esto permite a los retailers colocar la mercancía cerca de las puertas de salida, minimizando el riesgo de falsas alarmas.





3



4

3

■ **FABRICANTE**
SPOTLESS IBERIA

■ **PRODUCTO**
CebraLin

■ **VARIEDADES**
CebraLin amplía su gama de productos de cuidado de la ropa con la presentación de dos nuevas referencias: Quitamanchas Gel Concentrado, con una fórmula con enzimas ultra-eficaces, y CebraLin Renovador Textil, que elimina las pelusas de las prendas, al tiempo que restaura los tejidos de algodón, lino o viscosa.

4

■ **FABRICANTE**
KIMBERLY-CLARK

■ **PRODUCTO**
Scottex

■ **VARIEDADES**
Scottex amplía su gama de soluciones con el lanzamiento de su variedad Jumbo en pack de dos. Fabricado 100% celulosa virgen, Jumbo es el papel más largo de Scottex caracterizado por su gran absorción y larga duración. Se trata de un nuevo formato de mayor carga con el objetivo de aprovechar al máximo todas sus ventajas.

INDUSTRIA AUXILIAR

1



2



1

■ **FABRICANTE**
CHEP

■ **PRODUCTO**
Portfolio+Plus

■ **VARIEDADES**
CHEP lanza un sistema online de seguimiento de entregas que permitirá a sus clientes conocer el Tiempo Estimado de Recepción (TER) de sus equipos. El nuevo proceso online facilita respuestas más rápidas a las consultas del cliente, reduce el trabajo administrativo y optimiza los procesos de planificación y logística. El programa lo conforman Portfolio+Plus, la plataforma online de CHEP, junto con el Sistema de Gestión de Transporte de la compañía LeanLogistics.

2

■ **FABRICANTE**
CHECKPOINT

■ **PRODUCTO**
iS AutoPeg Tag y 4210 EP Food Label

■ **VARIEDADES**
Checkpoint Systems presenta dos soluciones (iS AutoPeg Tag y 4210 EP Food Label) para los comercios de alimentación que están específicamente diseñadas para reducir la pérdida desconocida y aumentar la disponibilidad de la mercancía en artículos difíciles de proteger. Este lanzamiento se ha realizado en la Asset Protection Conference 2015 celebrada en Memphis



DSV ha participado en la feria BTA celebrada en Barcelona.

DSV exhibe sus soluciones de transporte para el sector alimentario

Las divisiones de transporte terrestre y aéreo & marítimo de la multinacional danesa del transporte y la logística DSV, con sede en Rubí, han participado en BTA, la feria dedicada a tecnologías de la alimentación ubicada en Fira Gran Vía de Barcelona.

Con un stand de empresas danesas organizado por el Consejo Danés de Exportación y la Delegación Comercial de Dinamarca en Barcelona, DSV ha presentado sus soluciones de transporte con especial atención a las necesidades de las empresas alimentarias. El stand recibió la visita de la Embajadora de Dinamarca en España, Lone Dencker Wisborg, quien se interesó sobre el papel de las empresas

danasas en el sector y en particular sobre la evolución de DSV en España desde su implantación en 2006 y en el mundo, entrando recientemente dentro de las cinco primeras posiciones del ranking 2014 a nivel mundial de empresas de transporte y logística.

75 PAÍSES

Cabe recordar que DSV ofrece servicios globales de transporte terrestre, aéreo & marítimo y soluciones logísticas. La organización ibérica forma parte del grupo danés DSV. La compañía, con más de 22.000 profesionales, cuenta con 500 oficinas en 75 países y presencia en más de 110 países gracias a su red de partners y agentes. ▶

Checkpoint aplica el código QR a las etiquetas antihurto

▶ Dice que la protección no debe hacerlos menos atractivos

Redacción

Checkpoint Systems, con sede española en Terrassa, ha anunciado el lanzamiento de la solución antihurto iQR Label, que incluye un código QR único para cada empresa, a través del cual los clientes de las tiendas tienen acceso a un nuevo canal de información web hecho a medida. **Checkpoint** Systems es líder mundial en soluciones de disponibilidad de la mercancía para la industria minorista.

La web a la que se dirige el código QR pertenece al fabricante o retailer que protege el producto, con lo que puede modificar el contenido según sus necesidades y ofrecer desde información de artículos o de tienda hasta descuentos y campañas promocionales.

El retorno económico de la etiqueta se puede medir fácilmente a través de los clics acumulados por la página web. "Protección antihurto, impulso de las ventas y fomento de una experiencia de compra agradable e interactiva son los signos de identidad del nuevo producto", según indican desde la compañía.

MARKETING

Para Jorge Aragón, director general de **Checkpoint** Systems en España y Portugal, "la iQR Label demuestra que la protección de los productos frente al hurto no tiene que hacerlos menos atractivos por tapan la imagen de marca o encerrarlos en vitrinas". "Al contrario, junto a la industria minorista estamos investigando constantemente para que las etiquetas antihurto sean el me-



Una botella de vino que incorpora las nuevas etiquetas.

Por aliado del marketing y aporten un valor añadido al consumidor final, que tendrá más alicientes para comprar al disfrutar de una experiencia de compra atractiva e interactiva", ha añadido Aragón.

La nueva etiqueta responde a los

hábitos de vida y de consumo actuales, ya que los códigos QR son un lenguaje que, al ser leído de forma casi instantánea por la cámara de un Smartphone o tablet, abre automáticamente un enlace web en el dispositivo. ▶

La B30 define tres ámbitos para impulsar la competitividad

▶ Industria e innovación, ejes básicos

Redacción

La reunión de la comisión ejecutiva de la asociación Àmbit B30 validó los trabajos presentados en el documento sobre "Estrategias para una mejora en la competitividad de la industria en el Àmbit B30", donde se aporta una visión desde tres ópticas complementarias: la industria, la innovación y la manufactura avanzada, alrededor del ámbito B30 pero con un elemento central y común: el territorio y sus singularidades, retos y oportunidades.

Este nuevo encuentro de la comisión, encabezada por Josep Mon-

ràs, presidente de la asociación y alcalde de Mollet, tuvo lugar en Sabadell y contó, también, con la asistencia de Ramón Alberich, vicepresidente de la Cambra de Comerç de Sabadell, quien, como representante de la vicepresidencia del bloque de organizaciones de la propia asociación fue el coordinador del grupo Foro B30, encargado de dirigir estos trabajos.

La reunión contó también con la asistencia de los diferentes integrantes de la comisión ejecutiva. A partir de ahora, estas conclusiones se llevarán a debate con otros colectivos en un trabajo participativo



Reunión de la comisión ejecutiva de la asociación Àmbit B30, en Sabadell.

que busca el consenso y la implicación de todos para hacer posible la ejecución de las acciones resultantes y promover, así, medidas para

dinamizar y revitalizar toda la zona de la B30. Es en este sentido, que la comisión ha aprobado también la propuesta para la elaboración del

plan de viabilidad que defina los objetivos, las estrategias, la gobernanza y los recursos necesarios, entre otros aspectos. ▶

Axis Communications presenta cámaras robustas para vehículos

AXIS P3905-RE es una cámara preparada para exterior que se une a la compacta, robusta y discreta serie de cámaras en red P39-R de Axis Communications. El dispositivo ha sido diseñado para la videovigilancia en el interior y exterior de autobuses, tranvías, vagones de metro y otros vehículos.

Este modelo se puede instalar en el exterior del vehículo para aumentar la seguridad abordo o para simplificar la investigación de incidentes. Por ejemplo, la cámara puede vigilar la parte trasera del vehículo o instalarse sobre las puertas. También puede colocarse en la parte frontal.

La cámara AXIS P3905-RE ha superado las pruebas IP6K9K. Resiste condiciones difíciles, como vibraciones, golpes o cambios de temperatura, así como el mantenimiento habitual de los vehículos, como por ejemplo los lavados.

“La serie AXIS P39-R ha sido diseñada para usarse en diversos vehículos. Ofrece imagen en alta calidad con resolución HDTV y almacenamiento local, para satisfacer la demanda de los clientes más exigentes. Además cuenta con una alarma antimanipulación para detectar golpes o pintadas con *spray*”, comenta Roberto de los Santos, Sales Engineer en Axis Communications.

Todas las cámaras de las serie AXIS P39-R están disponibles con conector macho RJ45 o con conector ruge-rizado M12.



iS AutoPeg Tag.

Checkpoint desarrolla dos soluciones de etiquetado en origen o tienda para 'retailers'

Checkpoint Systems ha presentado dos nuevas soluciones para los comercios de alimentación, que están específicamente diseñadas para reducir la pérdida desconocida y aumentar la disponibilidad de la mercancía en artículos difíciles de proteger.

Por un lado se encuentra iS AutoPeg Tag, una protección para mercancías con alto riesgo de ser hurtadas, como pilas, cuchillas de afeitar o cartuchos de tinta. Esta solución se ajusta de forma rápida y segura a envases con agujeros simples y dobles, y puede retirarse fácilmente en el punto de venta para su reutilización. Es un tag ligero y fuerte, respeta la imagen de marca del producto, puede ser colocado en origen y es actualizable para usar con RFID y garantizar la visibilidad del inventario.

Por otro lado, Checkpoint ha creado la etiqueta 4210 EP Food Label, que está certificada para usarse en microondas y ofrece seguridad para retailers que necesitan proteger alimentos frescos y congelados. Es una de las etiquetas de radiofrecuencia para alimentos más pequeñas del mercado y puede ser integrada fácilmente en las etiquetas de precio para lograr la máxima protección, permitiendo a los retailers de alimentación mejorar la disponibilidad en las estanterías. Además, al ser una etiqueta muy delgada, maximiza el espacio en el planograma de los minoristas.

Al igual que iS AutoPeg, la etiqueta 4210 EP Food Label puede aplicarse tanto en la tienda como en origen. Además, Checkpoint ofrece a los usuarios diferentes opciones de impresión personalizada para imprimir mensajes, incluyendo la marca, si así lo desean.


Nueva cámara modular 2K de Dallmeier con alta sensibilidad lumínica

Dallmeier completa su serie 5200 Nightline con otro modelo adicional: MDF5200HD-DN. La serie 5200 Nightline ha sido desarrollada para una videovigilancia de 24 horas, haciendo hincapié en las condiciones de luz variable. Destaca especialmente por su rendimiento *low-light*. La sensibilidad lumínica extremadamente alta del sensor y el sofisticado procesamiento de imagen permiten, incluso en la oscuridad, obtener imágenes a color ricas en detalles. En modo noche, las cámaras ofrecen grandes resultados gracias a su excelente sensibilidad infrarroja.

La cámara modular MDF5200HD-DN está montada en una carcasa de sensor pequeña y en una de codificador independiente. Gracias a su diseño compacto, el dispositivo es idóneo para la instalación en cajeros automáticos, mesas de juego y tableros indicadores. Adicionalmente, está equipada con una rosca fotográfica de un cuarto de pulgada en la parte superior e inferior.

Además, este nuevo dispositivo proporciona imágenes de vídeo de hasta 2K Full-HD con una tasa de imágenes de hasta 30 ips con resolución completa (1080p/30). Dispone de un objetivo varifocal megapíxel motorizado que está perfectamente adaptado al sensor de imagen. El ajuste de *zoom*, enfoque y diafragma se realiza cómodamente a través de un navegador web.





modo de ejemplo. La atención se centra en la industria electrónica, grandes centros de distribución, y el sector de servicio y mantenimiento con los retos asociados a la manipulación de piezas de repuesto.

La aplicación de gestión de Kardex Remstar ofrecido por su propio software de manejo de almacenes Power Pick Global controla el suministro preciso de reposiciones en cada estación. El objetivo de Kardex Remstar es

ofrecer, a los clientes de sectores minoristas y producción, soluciones de intralogística simples para tareas cada vez más complejas.

Checkpoint Systems lanza sus soluciones avanzadas en el EuroCIS de Alemania

Checkpoint Systems ha presentado hoy sus últimas soluciones en EuroCIS, el salón líder en tecnología para comercios minoristas que se celebra en Dusseldorf (Alemania). Ante los más de 7.000 visitantes previstos en el evento de este año, Checkpoint Systems busca consolidarse como partner de referencia en sistemas de disponibilidad de la mercancía basados en RFID y protección electrónica de artículos (EAS). El objetivo es ayudar a los retailers de todo el mundo a incrementar ventas y beneficios ofreciendo una experiencia de compra satisfactoria para el consumidor.

El stand E40 del salón 9 del EuroCIS alberga las principales apuestas de Checkpoint Systems para este 2015. Destaca una versión actualizada del iMAP (Programa

de Disponibilidad Inteligente de la Mercancía), una plataforma que combina hardware, software, consumibles, servicios y procesos para asegurar la disponibilidad de la mercancía en las tiendas y evitar las roturas de stock.

Entre las soluciones incluidas en el nuevo iMAP despuntan algunas novedades como las S3i, etiquetas duras inteligentes que permiten anticiparse a los intentos de robo gracias a la información en tiempo real sobre cuándo un artículo de lujo protegido está abandonando su zona habitual en la tienda. También destaca la Shoe Compliance Demo, solución específica para las tiendas de calzado, así como las antenas Evolve E10 y Overhead 2.0. Ambas antenas combinan la visibilidad de inventario y la prevención

de la pérdida desconocida en los puntos de salida de los comercios minoristas.

Según Mariano Tudela, Vicepresidente de Ventas de Checkpoint Systems en Europa, Oriente Medio y África, *“eventos como el de Dusseldorf nos permiten estar en contacto con nuestros clientes. Precisamente conociendo sus necesidades hemos desarrollado soluciones para maximizar beneficios en los comercios minoristas. Los clientes que nos están visitando en el EuroCIS se interesan especialmente por el etiquetado en origen, los proyectos RFID y las soluciones antihurto personalizadas”*.

Carreras Grupo Logístico convencido con la interfaz de TimoCom

Mayor alcance para las cargas nacionales gracias a TC Connect

Lealtad, experiencia y desarrollo. Estos son tres factores importantes sobre los que se basa el éxito del líder logístico español Carreras. Aunque también es necesario contar con buenas “conexiones”, en todos los sen-

tidos. La empresa colabora desde hace muchos años ya con el proveedor de la bolsa de cargas TimoCom. Pero ahora, con la interfaz TC Connect, mantiene otra conexión de éxito. Gracias a esta, las muchas ofertas de cargas

y camiones del sistema propio de Carreras se transfieren en un solo paso a la bolsa de cargas líder del mercado. Para los agentes de transporte, esto implica sobre todo una clara simplificación del trabajo diario, un ahorro de tiem-



La multinacional Ccheckpoint, con sede en Terrassa, ha publicado un estudio sobre hurtos en comercios.

El riesgo de hurtos en los comercios minoristas aumentó en Semana Santa

► Crece la protección de artículos en el punto de fabricación

Redacción

La Semana Santa es el periodo del año con un mayor riesgo de hurto en los comercios para el 6% de los minoristas españoles. Así lo indica el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2013-2014 de **Checkpoint** Systems, con sede en Terrassa. Tras la campaña de Navidad, las temporadas de rebajas y la vuelta al cole, la Semana Santa es la época del año que más medidas de prevención exige a los minoristas para proteger su mercancía, evitar situaciones de desabastecimiento y, en definitiva, aumentar las ventas ofreciendo una experiencia de compra agradable a los clientes que visitan las tiendas aprovechando el tiempo libre.

“Los distribuidores están tomando medidas para fomentar sus ventas durante esta Semana Santa mientras protegen las mercancías

más sensibles al hurto”, manifestó ayer Jorge Aragón, director general de **Checkpoint** Systems en España y Portugal.

DIVERSOS SISTEMAS

Cada vez más, los distribuidores protegen productos en el punto de fabricación para que lleguen a la tienda con una solución antihurto ya instalada, lo que permite a los empleados de tienda concentrarse en la experiencia de compra del consumidor. En función de cada tipo de producto y de establecimiento, la prevención de la pérdida desconocida también pasa por la combinación de distintas soluciones como alarmas, etiquetas antihurto, keepers (cajas de policarbonato), y “spiders” que se adaptan a cada envase, entre otros.

La lucha del sector comercial contra el hurto se verá reforzada a partir del próximo 1 de julio con la

entrada en vigor de la reforma del Código Penal. El nuevo marco legislativo pasa a calificar los hurtos de delitos en vez de faltas. Además, considera como agravantes la rotura de los dispositivos de seguridad y prevención de la pérdida, la reincidencia y los actos cometidos por bandas de crimen organizado. **Checkpoint** Systems es el líder mundial en soluciones para la disponibilidad de la mercancía en el sector minorista que abarca la prevención de la pérdida desconocida y la gestión del inventario. **Checkpoint** suministra soluciones integrales que permiten a los minoristas conseguir un control de inventario preciso y en tiempo real, acelerar el ciclo de reposición (time to shelf), prevenir las roturas de stock y reducir el hurto, mejorando así la disponibilidad de la mercancía y la experiencia de compra del cliente. ►



Agentes de Ahorro Corporación, grupo encargado de la subasta.

España cierra una subasta histórica y se financia gratis

► Capta 4.646 millones en letras

Redacción

España consiguió ayer después de varios intentos, por primera vez en su historia, financiarse con intereses negativos, tras captar 4.646 millones de euros en letras a seis y doce meses, que en el primer caso han salido con un interés marginal del 0%, con lo que el tipo medio es negativo en el 0,02%.

Se trata de una colocación histórica, con la que España se une al selecto club de países que se financian gratis o con intereses negativos, como Alemania, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia y Holanda, aunque en el mercado secundario, donde se negocian los títulos una vez emitidos, la deuda española a tres meses ya cotizaba con una rentabilidad negativa del 0,25%.

o obstante, esto no significa que los pequeños ahorradores que inviertan en letras del Tesoro no obtengan rendimientos de su inversión, ya que en agosto de 2014 se introdujeron cambios para proteger a los inversores más vulnerables.

De este modo, las solicitudes de letras del Tesoro que se realicen en modalidad de suscripción no com-

petitiva, que es en la que el comprador dice la cantidad que quiere adquirir pero no la rentabilidad mínima que espera, se declaran automáticamente como no presentadas si el tipo medio, que es el que sirve como referencia para estas adjudicaciones, es negativo.

VALORACIÓN

Desde XTB, Javier Urones calificó de “histórica”, ya que España ha conseguido por fin adjudicar deuda con tasas negativas. De los 4.645,9 millones de euros adjudicados ayer, 725 salieron a seis meses con una rentabilidad del 0%, que en tipo medio es negativa al 0,02%, en tanto que los 3.920,97 restantes se han colocado a doce meses con un interés del 0,010%, el menor de la serie histórica para este plazo.

La buena evolución de los datos macroeconómicos de España, indicaba Urones, unido a la “ayuda en la sombra” del Banco Central Europeo (BCE) con su programa de compra de deuda “es suficiente aliado para que los inversores de renta fija prefieran nuestros bonos por encima de gran parte de los países europeos”. ►

El empleo en los servicios crece al ritmo más fuerte desde 2007

El sector servicios español ha registrado en marzo el incremento de empleo más fuerte desde noviembre de 2007 empujado por el alza de los pedidos pendientes, según revela el índice PMI elaborado por Markit, cuyas conclusiones fueron difundidas ayer. El índice refleja un fuerte aumento de la actividad en el sector servicios al final del primer trimestre relacionado con el mayor incremento de nuevos pedidos desde julio

de 2000. Así, los nuevos pedidos encadenan 19 meses consecutivos de crecimiento desde agosto de 2013 y, por cuarto mes consecutivo, han aumentado los pedidos pendientes de realización.

ACELERACIÓN

Esto ha estimulado la nueva contratación, que se ha acelerado por cuarto mes consecutivo y en todos los sectores analizados por Markit, con el del Transporte y Almacena-

miento a la cabeza. El índice de actividad comercial ha aumentado hasta situarse en 57,3 respecto al resultado de febrero, 56,2, y supone el aumento de actividad del sector más fuerte desde agosto de 2014.

El PMI es un indicador elaborado a partir de encuestas a empresarios que incluye varios parámetros. Cuando es superior a 50, indica una expansión del sector, como es el caso. ►



Un camarero trabaja en una terraza.

CCTV CENTER: radar para protección perimetral y grandes áreas

El radar de estado sólido SpotterRF comercializado por CCTV CENTER ha sido diseñado para contrarrestar los inconvenientes de los radares giratorios, ofreciendo una solución de detección por radar flexible, económica y muy eficaz.

El resultado es un sensor de radar compacto, de apenas 25cm, con un peso que oscila entre 700g y 2.3kg, dependiendo del modelo y que puede instalarse en un poste o infraestructura existente sin necesidad de realizar obra civil.

El radar compacto SpotterRF es la solución ideal para aplicaciones de pro-



tección perimetral y grandes áreas con una capacidad para detectar objetivos del tamaño de una persona a más de 950m de distancia, tanto de día como de noche, en prácticamente cualquier condición meteorológica, sin los inconvenientes y los costes añadidos de los radares giratorios 360°. Además, es fácil de configurar y puede integrarse con otros radares y cámaras PTZ de la instalación.

A diferencia de los radares giratorios que son pesados, complejos de configurar y muy sensibles a los desniveles del terreno y a los obstáculos, los radares de estado sólido SpotterRF destacan por reducido tamaño y pueden instalarse a gran altura para aprovechar mejor el campo de visión y evitar obstáculos y ángulos muertos. El radar SpotterRF es resistente al agua (incluso al agua a presión), está catalogado como IP67 y puede funcionar en rangos de temperatura de -30° a +65°. Frente a otros sistemas de radar complejos de calibrar, el

radar de estado sólido SpotterRF puede configurarse en apenas 10 minutos sin necesidad de conocimientos especializados a través de intuitiva interfaz web.

Los radares de estado sólido SpotterRF generan un área de cobertura elíptica con un ángulo de apertura de 90°, de modo que resulta muy fácil combinar varias unidades para cubrir eficazmente grandes áreas y perímetros.

Un sensor de radar SP-C40 puede detectar y seguir un objetivo en movimiento del tamaño de una persona en cualquier punto de la zona de detección a 350m de distancia. Y puede hacerlo en tiempo real, tanto de día como de noche, con lluvia, niebla y nieve.

El modelo SP-C550 puede detectar un objetivo del tamaño de una persona a una distancia de 850m y del tamaño de un coche a 1500m. Con el modelo SP-C550-EXT la distancia de detección se amplía hasta los 950m (para personas).

Checkpoint Systems: soluciones para comercios de alimentación

Checkpoint Systems, especialista mundial en soluciones de disponibilidad de la mercancía para la industria minorista, ha presentado dos nuevas soluciones para los comercios de alimentación que están específicamente diseñadas para reducir la pérdida desconocida y aumentar la disponibilidad de la mercancía en artículos difíciles de proteger.

iS AutoPeg Tag ofrece a las tiendas de alimentación una alta protección de la mercancía con alto riesgo de ser hurtada como pilas, cuchillas de afeitarse y cartuchos de tinta con un etiquetado que se aplica con un solo paso y sin agujas. Esta solución se ajusta de forma rápida y segura en envases con agujeros simples y dobles, y puede retirarse fácilmente en el punto de venta para su reutilización. La 4210 EP Food Label es una de las pocas soluciones del mercado certificadas

para usarse en microondas y ofrece un rendimiento mejorado de seguridad para retailers que necesitan proteger alimentos frescos y congelados, productos cada vez más codiciados por los hurtadores. Es una de las etiquetas de radiofrecuencia para alimentos más pequeñas del mercado y puede ser integrada fácilmente en las etiquetas de precio para lograr la máxima protección.



Checkpoint presenta sus nuevas soluciones antihurto

▶ La multinacional, con sede en Terrassa, participó en EuroCis, en Alemania

Redacción

Checkpoint Systems, líder mundial en soluciones antihurto y con sede española en Terrassa, ha presentado sus últimas soluciones en EuroCIS, el salón líder en tecnología para comercios minoristas que se celebra en Dusseldorf (Alemania). Ante los más de 7.000 visitantes previstos en el evento de este año, **Checkpoint** Systems busca consolidarse como partner de referencia en sistemas de disponibilidad de la mercancía basados en RFID y protección electrónica de artículos (EAS). El objetivo es ayudar a los retailers de todo el mundo a incrementar ventas y beneficios ofreciendo una experiencia de compra satisfactoria para el consumidor.

Destaca una versión actualizada del iMAP (Programa de Disponibilidad Inteligente de la Mercancía), una plataforma que combina hard-

ware, software, consumibles, servicios y procesos para asegurar la disponibilidad de la mercancía en las tiendas y evitar las roturas de stock.

Entre las soluciones incluidas en el nuevo iMAP despuntan algunas

novedades como las S3i, etiquetas duras inteligentes que permiten anticiparse a los intentos de robo gracias a la información en tiempo real sobre cuándo un artículo de lujo protegido está abandonando su zona habitual en la tienda.

También destaca en estas propuestas la Shoe Compliance Demo, solución específica para las tiendas de calzado, así como las antenas Evolve E10 y Overhead 2.0. Ambas antenas combinan la visibilidad de inventario y la prevención de la

pérdida desconocida en los puntos de salida de los comercios minoristas.

Según Mariano Tudela, vicepresidente de ventas de Checkpoint Systems en Europa, Oriente Medio y África, "eventos como el de Dusseldorf nos permiten estar en contacto con nuestros clientes. Precisamente conociendo sus necesidades hemos desarrollado soluciones para maximizar beneficios en los comercios minoristas. Los clientes que nos están visitando en el EuroCIS se interesan especialmente por el etiquetado en origen, los proyectos RFID y las soluciones antihurto personalizadas". ▶

Grifols marca un récord de beneficios

La multinacional de hemoderivados Grifols ganó 470,3 millones de euros el año pasado, lo que supone un 36, % más que el ejercicio anterior y un récord de beneficios para la compañía, gracias principalmente a la adquisición a Novartis de su negocio de diagnóstico transfusional. Grifols ha dado cuenta de sus resultados en una comunicación a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el regulador bursátil, en la que ha precisado que sus ingresos crecieron en 2014 un 22,4%, hasta los 3.355,4 millones, y que el beneficio bruto de explotación o Ebitda superó por primera vez los 1.000 millones, y sumó en concreto 1.047,2 millones (+ 21,1%). La compañía ya obtiene del extranjero el 93,4% de sus ventas, y de hecho los ingresos recurrentes de la compañía en los mercados exteriores aumentaron un 21,7% en relación con 2013 y sumaron 3.013,8 millones.

NORTEAMERICA

EEUU y de Canadá aportan el 60,9% de los ingresos totales del grupo y el año pasado las ventas en esos países crecieron un 20,6%, un porcentaje que incluye los ingresos procedentes de la unidad de diagnóstico adquirida a Novartis. Por negocios, la división de Bioscience aumentó sus ingresos un 2,6%, hasta los 2.513,5 millones, y Grifols se mantiene como una de las compañías líderes. ▶



Nit de l'Esportista

Terrassa 2014

Trofeu Lluís Francino i Riera



Ajuntament de Terrassa



Diari de Terrassa

EL MÓN DE L'ESPORT ES REUNEIX PER RECONÈIXER EL MILLORS DE L'ANY 2014

Divendres 13 de març a les 18:45h
al Teatre Principal de Terrassa, cerimònia de lliurament de guardons del certament Esportista 2014

PRESENTAT PER PEP PLAZA
#esportistaterrassa2014



RESTAURANT LA MOLA • MILAR PALOMA • RESTAURANT EL CELLER DE MATADEPERA • BONNAIRE GARDEN • MIC SABATES • RESTAURANT LA BALMA DE BLANES
PERE BERENGUER JOIER • RACC • HOTEL DON CÀNDIDO • CAMP MUNICIPAL DE MATADEPERA • RESTAURANT CAN VINYERS

Per la reserva d'invitacions per a particulars: al Servei d'Esports de l'Ajuntament de Terrassa | 93 783 27 11 o per email a: servei.esports@terrassa.cat
Les invitacions estaran condicionades a la disponibilitat d'aforament.

BANDAS ORGANIZADAS Y MERCADO NEGRO

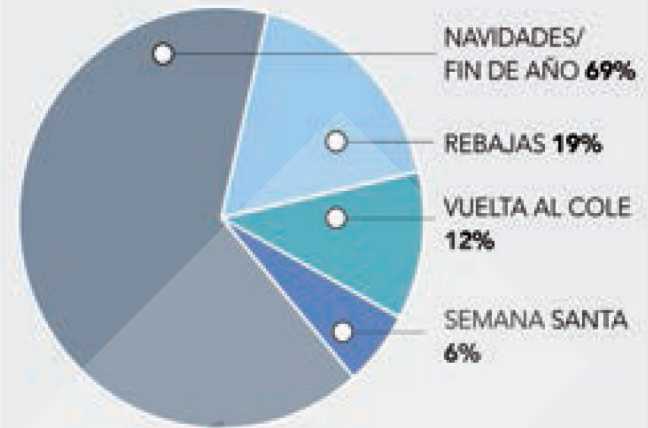
Según un estudio realizado por Aecoc sobre la pérdida en la distribución comercial, el 81% de las empresas del gran consumo indica que la mayoría de los hurtos se llevan a cabo en los comercios por bandas organizadas y profesionales del robo, y además un 88% de ellos se derivan a la venta en mercados paralelos. El ranking de los productos más sustraídos en los puntos de venta españoles confirman que se trata de artículos de alto precio y con clara salida en el "mercado negro": bebidas de alta graduación, maquinillas de afeitar, perfumes o cosméticos. En el caso de los productos de alimentación, lejos de ser de primera necesidad, son elaborados cárnicos loncheados y conservas de alto precio. Hasta ahora solo un 15% de los hurtos comerciales son llevados a denuncia, lo que obedece a diversos factores, entre los que destacan la falta de tiempo, el incremento de los costes económicos o la dificultad para aportar pruebas.

Aecoc lleva años trabajado para trasladar la visión y preocupación del sector ante los hurtos comerciales y siempre ha mantenido el criterio de que lo principal era buscar la eficiencia del sistema penal, sin proponer una agravación de penas y procurando que todas las propuestas estuvieran presididas por el principio de proporcionalidad. En este sentido, el catedrático de derecho procesal y asesor de Aecoc en materia jurídica, Jesús Zarzalejos ha indicado que "nuestro objetivo principal no es que los delincuentes entren en la cárcel es que no entren en las tiendas". La reforma del Código Penal beneficia a todo el sector comercial, "creando un sistema eficiente y disuasorio", según Zarzalejos.

Según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2013-2014 de Checkpoint, tras la campaña de Navidad, las tempora-

del Pino, presidente y director general de Aces, han destacado los elevados costes que tienen para las empresas combatir este tipo de acciones. A los más de 1.600 millones de euros que anualmente se pierden a causa de los hurtos hay que sumar las inversiones para protegerse de los hurtos comerciales, la dedicación de recursos humanos a gestionarlos, etc... Se trata de un problema que resta competitiv-

TEMPORADAS CON MAYOR ÍNDICE DE PÉRDIDA DESCONOCIDA EN EUROPA



Periodo 2013-2014. Fuente: Checkpoint

das de rebajas y la vuelta al cole, la Semana Santa es la época del año que más medidas de prevención exige a los minoristas para proteger su mercancía.

Cada vez más, los distribuidores protegen productos en el punto de fabricación para que lleguen a la tienda con una solución antihurto ya instalada, lo que permite a los empleados de tienda concentrarse en la experiencia de compra del consumidor. En función de cada tipo de producto y de establecimiento, la prevención de la pérdida desconocida también pasa por la combinación de distintas soluciones como alarmas, etiquetas antihurto, "keepers" (cajas de policarbonato), spiders que se adaptan a cada envase, etc. ■

dad a las empresas y reduce, por tanto, su capacidad de crecer y crear empleo.

De forma conjunta alimentación y gran consumo ven como anualmente el 1% de su facturación se pierde por los hurtos comerciales, tanto internos como externos. Así, el director general de Asedas, que ha concretado que sus empresas asociadas, de forma conjunta, pierden anualmente 500 millones de euros en sustracciones de productos, destacó "el esfuerzo conjunto del sector para reducir este tipo de prácticas y el hecho de que, con la reforma, todo el hurto comercial se considere un delito y no una falta como sucedía hasta ahora".

Por su parte, Aurelio del Pino, ha apelado a la importancia de que el sector sepa transmitir al consumidor lo reprobable de estas prácticas para la sociedad, ya que perjudican al conjunto de los ciudadanos. El presidente de Aces también destacó, además, el hecho de que con la reforma del Código Penal el millón y medio de trabajadores españoles del comercio tienen ahora un mayor respaldo jurídico cuando se enfrentan a estas situaciones en los establecimientos. ●

LAS CLAVES

- Las nuevas medidas incluidas en la **reforma del Código Penal** ayudarán al sector a combatir la **sustracción de productos** de los puntos de venta
- Este tipo de prácticas ocasiona a las empresas pérdidas anuales de **1.600 millones de euros**
- El sector siempre se ha mostrado **favorable a un sistema penal** más disuasorio que represivo
- Las **nuevas medidas** permitirán mejorar las condiciones laborales de los empleados ofreciéndoles **mayor seguridad jurídica**

EVOLVE-Store App: la gestión de la tienda en la palma de la mano

Jorge Aragón,
Director General de **Checkpoint** Systems
en España y Portugal

www.checkpointsystems.com

Actualmente las tiendas tienen una gran presión para alcanzar sus objetivos dentro de la estrategia de las empresas minoristas: incrementar las ventas, atender a los clientes, evitar las colas frente a la caja, garantizar la reposición de los productos para evitar roturas de stock, atender los pedidos realizados por Internet, prevenir el hurto, organizar el equipo de trabajo, etc. Afortunadamente, los responsables de las tiendas cuentan con numerosas soluciones para afrontar estos retos, como contadores de personas, antenas antihurto, detectores de herramientas de hurto, etc. **Checkpoint** Systems, empresa especializada en soluciones para la disponibilidad de la mercancía, acaba de lanzar EVOLVE-Store, una aplicación para smartphones y tablets que conecta los distintos dispositivos de seguridad y muestra en tiempo real la información de todo lo que está sucediendo en la tienda en ese momento.

INTERACTUAR EN TIEMPO REAL

Hasta ahora, las tiendas recibían informes diarios de los hechos acontecidos en el establecimiento durante la jornada: alarmas, flujo de personas, entrada de materiales sospechosos para hurtar, etc. Con estos datos, el personal de la tienda podía tomar medidas en diferido, pero no responder en tiempo real a las alarmas. EVOLVE-Store supone una importante evolución porque los empleados pueden interactuar en directo con los sistemas EAS (protección electrónica de artículos) desde el lugar de la tienda en el que se encuentran y tomar decisiones acertadas en tiempo real. Esta característica mejora la eficiencia de la tienda, ya que los distintos dispositivos de seguridad combinan sus fortalezas y facilitan una buena experiencia de compra para el cliente.

La App ha sido diseñada mediante el trabajo diario con las cadenas minoristas que implementaban ambiciosas estrategias de prevención del hurto y fomento de las ventas pero encontraban dificultades a la hora de utilizar de forma homogénea la tecnología en todas sus tiendas y de implicar a todos los trabajadores. Los retailers necesitaban aplicaciones para ganar fiabilidad en la gestión de las tiendas por parte de los empleados. De esta manera surgió la App EVOLVE-Store.

CONEXIÓN ENTRE TECNOLOGÍAS ANTIHURTO

EVOLVE-Store es una herramienta intuitiva y fácil de usar que pone en la palma de la mano los datos y alarmas de múltiples tecnologías que conviven en el entorno comercial de una tienda: las antenas EVOLVE iRange, los contadores de personas VisiPlus, el sistema MetalPoint Hyperguard para detectar la entrada en la tienda de herramientas como bolsas de aluminio o imanes que usan las bandas de crimen organizado para inhibir los mecanismos antihurto, etc.

Con toda la información recogida en un único dispositivo, el usua-



rio de EVOLVE-Store puede pedir ayuda a otros empleados, saber si un compañero ya está gestionando un problema surgido en el establecimiento, probar una alarma EAS, saber cuánta gente hay en la tienda, etc. Además, la aplicación activa de forma automática el modo noche para reducir la potencia de todos los sistemas EAS una vez el establecimiento ha cerrado sus puertas.

En definitiva, EVOLVE-Store da el poder a la tienda, ya que otorga a los empleados una visibilidad total de los casos de hurto que se están produciendo en el establecimiento y les permite interactuar en tiempo real con los sistemas de protección electrónica y de prevención de delitos de bandas de crimen organizado. La aplicación da las herramientas al personal de la tienda para que pueda tomar decisiones correctas en el menor tiempo posible con el objetivo de evitar hurtos, garantizar una experiencia de compra satisfactoria a los clientes y, en definitiva, aumentar ventas.

Con toda la información al alcance de su mano, los empleados pueden moverse libremente por la tienda y centrar sus esfuerzos en las ventas y la atención al cliente, puesto que no tienen que ir a buscar la información sobre lo que está ocurriendo, sino que la información llega a su smartphone o tablet. Además, el sistema está asociado a un nuevo servicio de informes que se comparten en la nube para que todos los usuarios tengan acceso a los datos.

PERSONAL DE LA TIENDA COMPROMETIDO

Que los trabajadores dispongan de información en tiempo real de los hechos que ocurren en la tienda influirá en su compromiso con la compañía y los sistemas antihurto. Según un estudio del ECR Shrink & On-Shelf Availability Group, los minoristas europeos de alimentación pueden ahorrar hasta 380 millones de euros al año mejorando el compromiso de los trabajadores de las tiendas. Ésta es una tarea que las empresas minoristas llevan realizando desde hace años junto a **Checkpoint** Systems con iniciativas como una plataforma e-learning para formar a los empleados en la protección de la mercancía. Ahora EVOLVE-Store implica a toda la plantilla en la prevención del hurto.

Éstos son los productos que más se roban en España

original

LOS PRODUCTOS MÁS ROBADOS EN ESPAÑA

Sector	Productos con mayor índice de hurto	
Ropa y complementos de moda	Complementos de moda	
Bricolaje	Pilas	
Electrónica	Accesorios para móviles	
Alimentación y bebidas	Vinos y licores	
Salud y belleza	Productos de maquillaje	

FUENTE: The Smart Cube y Checkpoint Systems.

Aurora Santos-Olmo / EL MUNDO

El hurto en el retail supuso en 2014 un coste de 4.144 millones de euros

El 53% de los hurtos fueron obra de personas ajenas a la organización

Cuchillas de afeitar, productos de cosmética, accesorios para móviles o complementos de moda son los artículos favoritos para aquellos que deciden salir con los bolsillos llenos pero sin pasar por caja. **Así son los productos que los españoles prefieren no pagar al salir de compras**, según los datos que se extraen del Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por *The Smart Cube* y Ernie Dayle con el apoyo de **Checkpoint** Systems.

Denominador común: pequeños, fáciles de camuflar, de alto valor añadido y de uso frecuente. El hurto en nuestro país ha significado en el período 2014-2015 unas pérdidas de 2.487 millones de euros, un 1,33% de las ventas del sector minorista. **Datos que se disparan hasta los 4.144 millones de euros cuando sumamos el coste de la delincuencia con los gastos en prevención que deben hacer las empresas.** Un total que supone el 2,21% de la facturación del *retail* español.

Sin embargo, a pesar del mal dato, las cosas parece que **están empezando a cambiar al rebajar en tres centésimas los datos del anterior ejercicio**, suponiendo en este año 'sólo' el 1,36% de las ventas. Unos datos que en este ejercicio nos sitúan entre los diez primeros de países con más hurtos en comercios del mundo, concretamente sextos, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China.

CAUSAS DEL HURTO EN EL RETAIL ESPAÑOL

En %



FUENTE: The Smart Cubre y Checkpoint Systems.

Aurora Santos-Olmo / EL MUNDO

Aunque también hay motivos para el optimismo. Según datos del Ministerio del Interior se confirma la tendencia bajista del hurto en nuestro país. **Ya que en 2014 se denunciaron 183.753 menos**, un 5,16% menor que en 2013. Datos que según el Barómetro Mundial del Hurto tienen que ver con la reforma del Código Penal que entró en vigor el pasado julio. Con aquella modificación, el hurto en tiendas pasaba a considerarse delito leve, donde aquellos hurtos que superasen los 400 euros de importe podrían acarrear penas de prisión de entre 6 y 18 meses.

Pero no todo son buenas noticias dentro de nuestras fronteras. A pesar del sexto puesto global, **España es líder mundial en hurtos externos**, esto es, de clientes o personas ajenas a la organización, que cometen el 52% del total, frente al 38% a nivel mundial. A pesar de esto, fuera de nuestras fronteras es más común el hurto interno -de los propios trabajadores- de la empresa, llegando al 39% del total, dato que en España baja hasta un 18%.

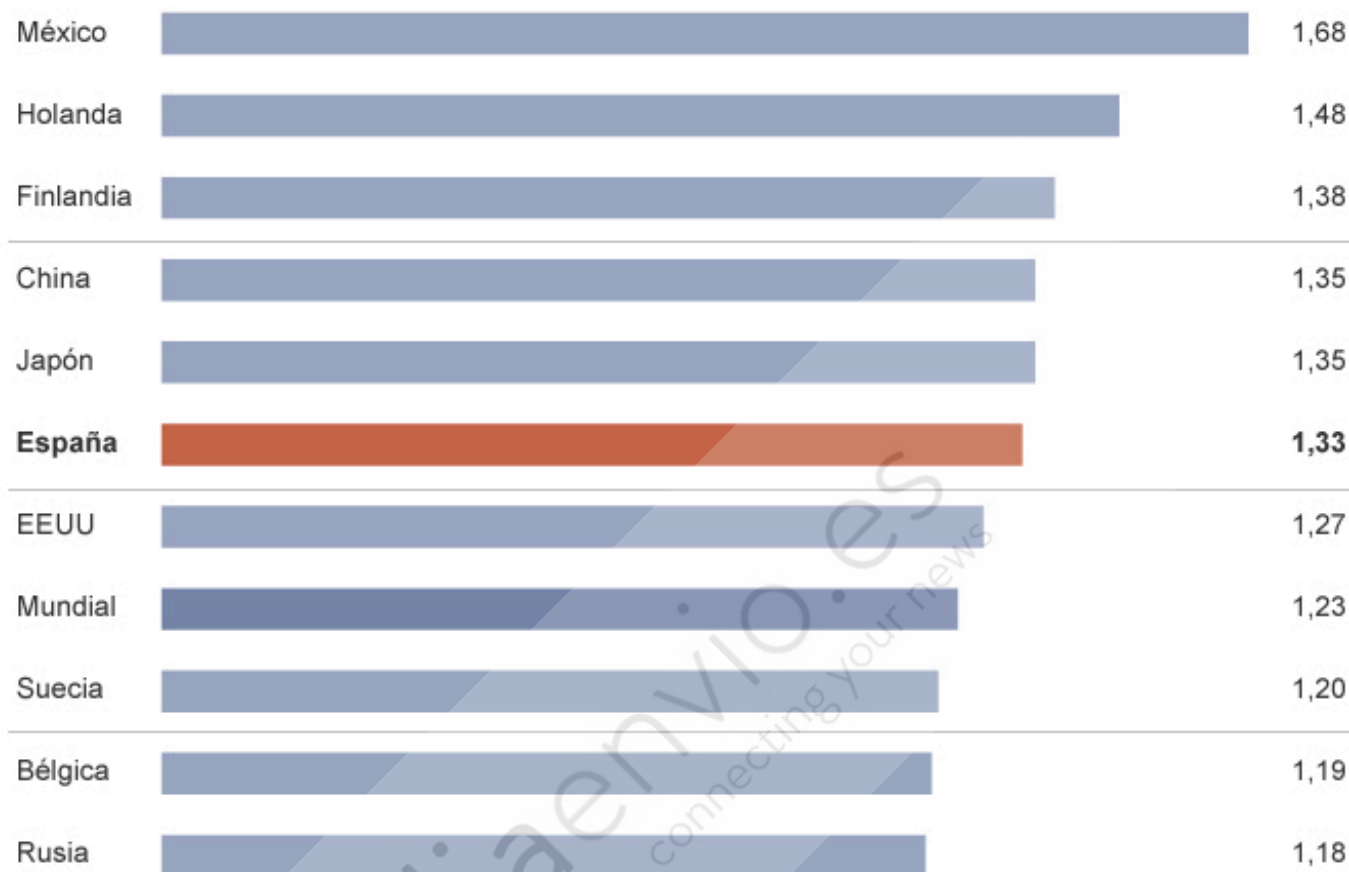
Cifras y porcentaje que además se trasladan a las cuentas de la empresa, ya que debe destinar parte de sus recursos a mejorar sus sistemas de seguridad. En el caso de España, un 1,37% del total de ventas se dedican a combatir la denominada 'pérdida desconocida' **cuando en Europa ese porcentaje baja hasta el 1,07%**.

Sistemas como la videovigilancia o el control de alarmas **siguen siendo los favoritos para controlar que las mercancías** no acaben suponiendo un coste para la empresa. En lo referido a la protección de artículos, la palma se la sigue llevando el uso de antenas o etiquetas antihurto, **presentes en un 78% de comercios**, mientras que las cajas de policarbonato o las típicas *arañas* llegan a un 28% de tiendas.

Móviles, vino y cuchillas de afeitar

RÁNKING DE PÉRDIDA DESCONOCIDA A NIVEL MUNDIAL

En %



FUENTE: The Smart Cube y Checkpoint Systems.

Aurora Santos-Olmo / EL MUNDO

Dentro de los comercios que mayor índice de pérdida desconocida presentan están las tiendas de moda (1,86%), las joyerías y relojerías (1,66%) y los establecimientos de bricolaje (1,44%). Sin embargo, **a la hora de escoger objetos el español se decanta por vinos, cuchillas de afeitar y productos de alta tecnología, como smartphones y tablets.** Los motivos, fáciles de ocultar y fáciles de revender. Además, este tipo de productos alcanzan su pico de hurtos durante los meses de noviembre y diciembre, haciendo su particular agosto dentro de la campaña de Navidad.

España es el tercer país de la UE que sufre más robos en las tiendas

El País • original



España está 10 puntos porcentuales por encima de la media europea en **robos perpetrados por clientes**. Las pérdidas que provocan los robos en nuestro país —más de 2.400 millones de euros— solo son superadas por Finlandia y Holanda, según el estudio que este miércoles ha presentado en Madrid la empresa **Checkpoint Systems**, en el que se incluye a las principales economías europeas.

En cambio, los dependientes son de los más honestos de la UE, si se tiene en cuenta el valor de lo **defraudado por los propios empleados de las empresas**, lo que en el argot se denomina como "hurto interno". España se encuentra 7 puntos por debajo de sus vecinos europeos.

El director General de **Checkpoint Systems** en España y Portugal, David Pérez del Pino, asegura que la época del año en la que más hurtos se producen es el invierno, concretamente en las fechas navideñas. Las principales causas son que la gran afluencia de compradores en este período dificulta las labores de vigilancia, y que los que roban encuentran dentro de sus abrigos un buen lugar donde ocultar lo que no quieren pagar. Los zapatos y las botellas de vino están entre los artículos que más "desaparecen" de las tiendas.

La evolución de las pérdidas desconocidas en España mejora, aunque muy ligeramente, del 1,36% de 2013 al 1,33% del último año. Pérez del Pino dice esperar un mayor avance en los próximos ejercicios gracias a la reforma del Código Penal, que entró en vigor en verano de 2015 y que endurece las consecuencias para aquellos que deciden llevarse algo sin pagar.

Los hurtos de los clientes en España superan en 10 puntos a la media europea

original



España está **10 puntos porcentuales por encima** de la media europea en robos perpetrados por clientes. Las pérdidas de más de **2.400 millones de euros** que provocan los robos en nuestro país solo son superadas por Finlandia y Holanda, según el estudio que ha presentado hoy en Madrid la empresa **Checkpoint Systems**, en el que se incluye a las principales economías del viejo continente.

En cambio, si se tiene en cuenta el valor de lo defraudado **por los propios empleados de la empresa**, lo que en el argot se denomina como hurto interno, **España se encuentra 7 puntos por debajo** de sus vecinos europeos.

El Director General de **Checkpoint Systems** en España y Portugal, David Pérez del Pino, asegura que **la época del año en la que más hurtos se producen es el invierno**. Las principales causas son que la gran afluencia de compradores en este período dificulta las labores de vigilancia, y que los que roban encuentran dentro de sus abrigos un buen lugar donde ocultar lo que no quieren pagar. **Zapatos y vinos están entre los productos que más desaparecen de las tiendas.**

La evolución de las pérdidas desconocidas en España mejoran aunque muy ligeramente, del 1,36% de 2013 al 1,33% del último año. Pérez del Pino espera un mayor avance en los

Bla Bla Car
Viaja en coche compartido



Encuentra
tu viaje

Iniciar sesión

Registro

Links

Agenda

Buscador

Quiénes Somos

Webs de EFE



Búsqueda Avanzada

buscar ...



EFE EMPRESAS

SECTORES

FINANZAS

CONSTRUCCIÓN

ENERGÍA

TURISMO

TECNOLOGÍA

RSC

NOMBRAMIENTOS

DEFENSA

ENTREVISTAS

Última hora

El mercado contempla la vi

UE CRISIS

Miembros de eurozona y la CE deben cumplir criterios de Maastricht, ex

Home > Navidad y rebajas son los periodos con más hurtos en tiendas, según **Checkpoint**

Navidad y rebajas son los periodos con más hurtos en tiendas, según **Checkpoint**

La Navidad y las rebajas de invierno son los periodos del año con más hurtos en tiendas, según un estudio elaborado por la empresa de control de mercancía **Checkpoint**.

EFEEMPRESAS | MADRID | SÁBADO 24.01.2015



Feria de Joyería Cordobesa. EFE/OLGA LABRADOR

La etapa de **compras navideñas** y las **rebajas de invierno** son los momentos en los que se producen **más hurtos en los comercios minoristas**, según el estudio Barómetro Mundial del Hurto encargado por la compañía de control de mercancías **Checkpoint Systems**.

Según este estudio realizado entre vendedores minoristas europeos, **la Navidad está a la cabeza de los robos**, ya que un **63%** la señalan como la época del año más proclive a estas situaciones.

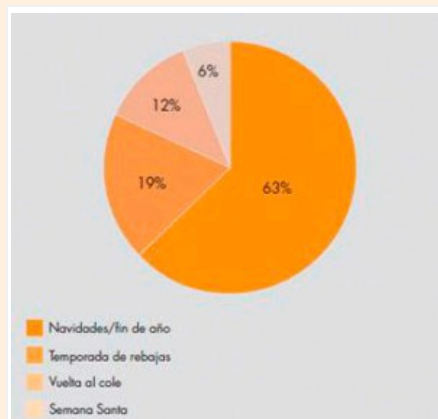
Los periodos de **rebajas** como el actual se colocan a la zaga, como **el peor momento para el 19%** de los encuestados.

Moda, joyas y calzado son los más hurtados

Entre los productos más hurtados están **la moda, las joyas y el calzado**; por tipos de establecimiento los principales índices de hurto por el valor de las ventas están en **los grandes almacenes (1,98%), las joyerías y relojerías (1,55%), y los autoservicios mayoristas (1,42%)**.

Los periodos como Navidades o rebajas suponen **"picos estacionales"** en los que el riesgo de hurtos se dispara, según indicó en un comunicado **Mariano Tudela, vicepresidente de Ventas de Checkpoint Systems** en Europa, Oriente Medio y África.

"El índice del hurto en España se sitúa en el **1,36%** sobre el valor de las ventas, pero durante el año nos encontramos con **picos estacionales asociados a un mayor riesgo: Navidades, rebajas, vuelta al cole...** Los vendedores se preparan durante todo el año para aprovechar al máximo las oportunidades de negocio de las grandes campañas comerciales sin sufrir un incremento excesivo del hurto", declaró.



Gráfica de periodos con más hurtos según vendedores.

EFE/Checkpoint

CONTRATACIÓN DE PRODUCTOS EFE



tenvinilo.com -50%

HOY ES UN BUEN DÍA PARA SONREIR

Después de TODO ha sido nada a pesar de que un día lo fue TODO. Después de nada, lo después de TODO supe que TODO no era más que nada.

LIVING IS easy WITH THE eyes CLOSED

Diseño personalizado

canal de vídeos



ver más vídeos

Para reproducir este vídeo es necesario tener instalado Adobe Flash Player o un navegador compatible con HTML5. [Descarga la última versión de Flash Player](#) Más información sobre [cómo actualizar a un navegador compatible con HTML5](#)



Búsqueda Avanzada

buscar...



- SECTORES
- FINANZAS
- CONSTRUCCIÓN
- ENERGÍA
- TURISMO
- TECNOLOGÍA
- RSC
- NOMBRAMIENTOS
- DEFENSA
- ENTREVISTAS

Última hora

CRISIS GRECIA | Sarkozy critica a Tsipras, un "irresponsable" que ha mentado a su

Home > Un tercio de los hurtos en tiendas se producen en verano

Un tercio de los hurtos en tiendas se producen en verano

Un tercio de los hurtos en tiendas se producen en verano y el índice podría incrementarse en este año, según la compañía **Checkpoint Systems**.

EFEEMPRESAS | MADRID | SÁBADO 27.06.2015



EFE/Checkpoint Systems

Un tercio de los hurtos que se producen en las tiendas minoristas tienen lugar entre julio y septiembre, según reflejan los datos del pasado año, 2014, del Ministerio de Interior. Estos hurtos suponen el **1,36% de las ventas**, pero la empresa de mercancías **Checkpoint Systems** asegura que podrían incrementarse un **30% durante este verano**, según una encuesta interna que la compañía realiza periódicamente a sus clientes.

Productos como **gafas de sol, cremas bronceadoras e hidratantes, toallas, trajes de baño, chancletas, calzado de playa o preservativos** son los que tienen un

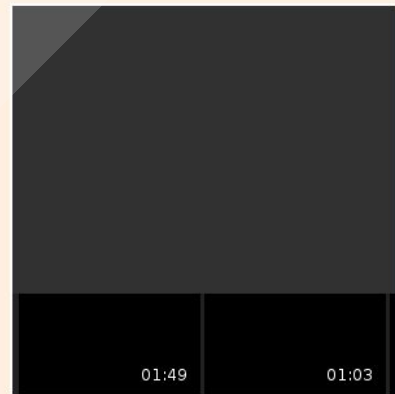
mayor riesgo de hurto en las zonas turísticas. Todo esto en un verano en el que se plantea que la afluencia turística puede seguir creciendo, como ya lo hizo en 2014, cuando subió un 7,1%.

"El incremento en la afluencia de compradores, una mayor movilidad de los clientes y la exposición accesible de los artículos en la tienda para captar la atención de los visitantes son factores que en verano ayudan a **incrementar las ventas**, pero sin una estrategia de prevención de la pérdida, también pueden provocar un **aumento del hurto**", apunta a través de un comunicado **Jorge Aragón, director general de Checkpoint Systems** en España y Portugal.

Tagged with: Comercio., hurtos, robos, tiendas, vacaciones, verano
Posted in Sectores

Tweet

CONTRATACIÓN DE PRODUCTOS EFE



Ver más videos

S'ha produït un error.

No s'ha pogut executar javascript.



Blogs EFE



El buen gobierno desde la convicción
en - Blog de KPMG



Precios de los carburantes (mayo 2015)
en - Blog de la CNMC

Los comercios pierden 2.487 millones por hurtos y errores de gestión, el 1,33% de sus ventas

EUROPA PRESS | MADRID • [original](#)

Smartphones y tablets, complementos de moda, vinos y cuchillas de afeitar, los artículos que más se roban

Los comercios españoles pierden 2.487 millones de euros como consecuencia de la denominada 'pérdida desconocida', es decir, por hurtos externos e internos y errores administrativos, lo que equivale al 1,33% de sus ventas, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint** Systems.

Los comercios con mayor índice de pérdida desconocida en España han sido las tiendas especializadas en moda (1,86%), joyerías y relojerías (1,66%) y establecimientos de bricolaje (1,44%). Smartphones y tablets, complementos de moda, vinos y cuchillas de afeitar se encuentran entre los artículos más hurtados.

Según el estudio, el objetivo de los delincuentes son los productos fáciles de ocultar, atractivos para el consumidor y con salida en el mercado de reventa. Noviembre y diciembre son los meses que registraron un mayor número de hurtos a causa del incremento en la afluencia de clientes por la campaña de Navidad.

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China.

Las pérdidas ocasionadas por el hurto en España equivalen al 1,33% de las ventas del sector minorista, lo que supone una ligera mejoría respecto al 1,36% de 2014. El coste de la delincuencia y de su prevención ya representa el 2,21% de la facturación del 'retail' en España y asciende a 4.144 millones de euros, lo que supone 238 euros para cada familia española.

La información aportada por el Ministerio del Interior confirma la tendencia a la baja del hurto en España. Según datos de las unidades policiales españolas, en 2014 se denunciaron 183.753 hurtos en establecimientos y recintos, un 5,16% menos que el año anterior.

En España, el hurto externo es, con diferencia, la principal causa de la pérdida desconocida, representando el 52% de las mermas. Pese a que a nivel mundial el hurto interno, perpetrado por los trabajadores, es la principal fuente de pérdidas, en España solo representa un 18%.

Los errores administrativos suponen el 25% de las pérdidas en la misma línea que el año pasado, pero la incidencia del fraude de proveedores baja del 20% al 5%, ya que los minoristas están incrementando las medidas para combatirlo, como camiones

España, tercer país de Europa con mayor índice de hurtos en tiendas

original



Las

tiendas de ropa son las que registran un mayor porcentaje de pérdidas de origen desconocido en España

Los **comercios** españoles pierden 2.487 millones de euros como consecuencia de la denominada 'pérdida desconocida', es decir, por **hurtos** externos e internos y errores administrativos, lo que equivale al 1,33% de sus ventas, según el [Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015](#), elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint** Systems.

Los comercios con mayor índice de pérdida desconocida en España son las **tiendas de ropa** (1,86% sobre el total de ventas), las **joyerías y relojerías** (1,66%) y los establecimientos de **bricolaje y jardinería** (1,44%). Los negocios que menos pérdidas desconocidas sufren son las tiendas de deportes (el 1,09% de lo que venden) y las perfumerías (0,95%).

A nivel mundial, España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de **México, Holanda, Finlandia, Japón y China**. Las pérdidas ocasionadas por el hurto en España equivalen al 1,33% de las ventas del sector minorista, lo que supone una ligera mejoría respecto al 1,36% de 2014.

Las estadísticas sobre hurtos en comercios muestran una particularidad en el caso español. A diferencia del resto del mundo, donde el hurto interno -perpetrado por los trabajadores- es la principal fuente de pérdidas, en España solo representa un 18%. En España, en cambio, el **hurto externo** es con una notable diferencia la principal causa de la pérdida desconocida (el 52% del total).

Los errores administrativos suponen el 25% de las pérdidas, en la misma línea que el año pasado, mientras que la incidencia del fraude de proveedores baja del 20% al 5%. Esto se debe a que los minoristas están incrementando las medidas para combatirlo: camiones sellados, control de alarmas, vigilantes de seguridad, cámaras de

Los cosméticos más robados en España

original



El Barómetro Mundial del Hurto, elaborado por The Smart Cube y **Checkpoint Systems**, acaba de señalar a España como el sexto país del mundo y tercero en Europa en número de hurtos. Por delante, solo nos superan México, Holanda, Finlandia, Japón y China.

En el sector cosmético, el hurto en perfumerías alcanza el 0,95% de las ventas, pero no supera otros sectores más castigados como la moda (1,86%), joyerías y relojerías (1,66%) y establecimientos de bricolaje (1,44%). ¿Los cosméticos favoritos de los cacos? **Cuchillas de afeitar, maquillaje, perfumes, cremas de protección solar y productos de cuidado bucal.**

Pero no todos los hurtos se producen en las tiendas. En éstas se prepetra el 52% del total, pero un 25% se debe a errores administrativos. El hurto interno (perpetrado por los trabajadores) representa en España solo un 18%, pese a que a nivel mundial es la principal fuente de pérdidas.

A pesar de los datos, la información del Ministerio del Interior confirma la tendencia a la baja del hurto en España. Según datos de las unidades policiales españolas, en 2014 se denunciaron 183.753 hurtos en establecimientos y recintos, un 5,16% menos que el año anterior. Por productos, el 'top 3' de lo más sustraído lo conforman los



Checkpoint Systems celebra Jornadas de Canal Indirecto

PUBLICADO POR MARTIN GUERRERO 24 FEBRERO, 2015 EMPRESAS VISITAS 62 COMPARTIR

Like 0 Tweetear 1 g+ 0



Checkpoint Systems, compañía especializada en servicios de disponibilidad de la mercancía para el sector retail, ha celebrado las Jornadas de Canal Indirecto en su oficina central en Terrassa (Barcelona).

En esta sexta edición de las Jornadas, Checkpoint Systems ha presentado a sus distribuidores premium las innovaciones previstas para este 2015.

Una de las innovaciones para las tiendas presentadas en el encuentro ha sido la nueva antena EAS Evolve iRange P30, cuya conectividad permite realizar informes de gestión y telemantenimiento remoto.

Otra innovación para los distribuidores este año es el CounterPoint iD, que ofrece lo último en soluciones de desactivación con altas prestaciones y conectividad para diferentes tipos de operaciones de cobro en las tiendas.

“Las innovaciones de Checkpoint Systems para este 2015 están centradas en diversificar las soluciones antihurto según las necesidades y la estética de cada tipo de tienda. Con este objetivo, trabajaremos conjuntamente con nuestros distribuidores premium para hacer llegar al sector retail estas novedades”, señala Ricard Gordo, director de Ventas de Cuentas Nacionales y Canal Indirecto de Checkpoint Systems.

En este sentido, la compañía participará junto a ellos en las principales ferias del sector de la distribución y potenciará la comunicación online, entre otras acciones de marketing.

Mariano Tudela fue nombrado vicepresidente de Ventas de la región EMEA (Europa, Oriente Medio y África) de Checkpoint Systems a mediados de septiembre.

¡Comparte!



Boletín de noticias

SUSCRÍBETE A NUESTRA NEWSLET

Suscribirse

Noticias Más Vistas Noticias Más Comentadas Etiquetas



Grand Celebration Cancela Su Viaje Inaugural

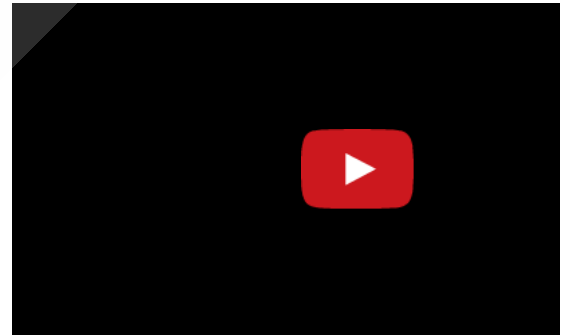


Robots Sustituirán Al 50% De Personal De Almacen



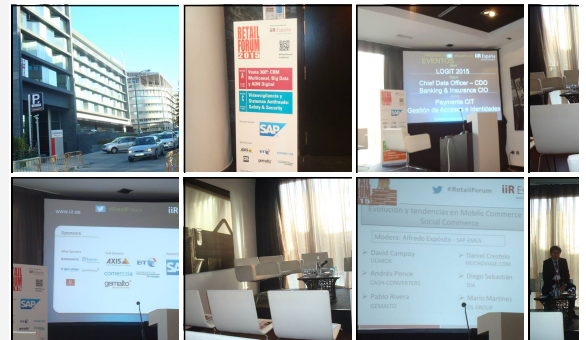
Director De Seguridad De Transportes Azkar Explic Externos En Transporte

Vídeo



Álbum de fotos

Forum retail 2015



Síguenos en Twitter

Hazte fan en Fac

Portal PinkerModa.com · Revista Pinker Moda · Contacte con nosotros



Portal profesional del textil y de la moda

pink moda
PORTAL PROFESIONAL DEL TEXTIL Y DE LA MODA

Mercados · Textil de cabecera · Textil técnico · Manufacturas · Cultura textil · Equipamiento · Distribución · Ferias y pasarelas · Creadores · Piel y calzado · Accesorios

ZONA PREMIUM » Pasarelas · Base de datos · Tablón de anuncios · Tendencias · Selección de empresas · ACCESO WEBMAIL » usuario

Boletín gratuito: e-mail Buscar noticia Sector Todos los sectores

COMPARTIR

Equipamiento

Checkpoint Systems lanza sus soluciones avanzadas en el EuroCIS de Alemania

24/02/2015

Destaca una versión actualizada del iMAP (Programa de Disponibilidad Inteligente de la Mercancía), una plataforma que combina hardware, software, consumibles, servicios y procesos para asegurar la disponibilidad de la mercancía en las tiendas y evitar las roturas de stock.

Checkpoint Systems ha presentado estos días sus últimas soluciones en EuroCIS, el salón líder en tecnología para comercios minoristas que se celebra en Dusseldorf (Alemania). Ante los más de 7.000 visitantes previstos en el evento de este año, Checkpoint Systems busca consolidarse como partner de referencia en sistemas de disponibilidad de la mercancía basados en RFID y protección electrónica de artículos (EAS). El objetivo es ayudar a los retailers de todo el mundo a incrementar ventas y beneficios ofreciendo una experiencia de compra satisfactoria para el consumidor.

Destaca una versión actualizada del iMAP (Programa de Disponibilidad Inteligente de la Mercancía), una plataforma que combina hardware, software, consumibles, servicios y procesos para asegurar la disponibilidad de la mercancía en las tiendas y evitar las roturas de stock.



MODERNA Y ELEGANTE

Ediciones

AMANN GROUP

ISA
EMBROIDER THREADS

Ahora disponible en AMANN Spain.
Hilos de bordar ISA: ISACORD, ISAMET & ISA TEXTLIGHT

Intelligent threads.

www.amanngroup.com

347-2014 moda pinker

RENO UNDO PROMETE UN PROGRESO

SECRETOS DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL. SERIES OF COMERCIAL PRACTICE

LA MODA NUNCA DEBE PERDONARSE A SI MISMO

Descargar Pinker Moda 347 en PDF

ÚLTIMAS EDICIONES >>

Acceso Premium

Pasarelas
Nacionales e Internacionales

Bases de datos por sector

Tablón de anuncios
Publique sus anuncios de compraventa

Comunidad Pinker (a)

Síguenos en **facebook**



Noticias
DEL SECTOR

Hemeroteca
DIGITAL

Sobre
NOSOTROS

Formatos
PUBLICITARIOS

SUSCRÍBETE A NUESTRO BOLETÍN

Noticias del Sector

Martes 24 de Febrero de 2015

PUBLICADO EL 24/02/2015



Checkpoint Systems muestras sus novedades en EuroCIS

Destaca una versión actualizada del iMAP

infoRETAIL.- **Checkpoint** Systems ha presentado sus últimas soluciones en EuroCIS, el salón líder en tecnología para comercios minoristas que se celebra en Dusseldorf (Alemania) y al que se prevé la asistencia de más de 7.000 visitantes.

El stand E40 del salón 9 de EuroCIS alberga la principal apuesta de **Checkpoint** Systems para este 2015: una versión actualizada del iMAP (programa de disponibilidad inteligente de la mercancía), una plataforma que combina hardware, software, consumibles, servicios y procesos para asegurar la disponibilidad de la mercancía en las tiendas y evitar roturas de stock.

Entre las soluciones incluidas en el nuevo iMAP destacan algunas novedades como las S3i, etiquetas duras inteligentes que aportan información en tiempo real sobre cuándo un artículo de lujo protegido está abandonando su zona habitual en la tienda. También incluye la Shoe Compliance Demo, solución específica para las tiendas de calzado, así como las antenas Evolve E10 y Overhead 2.0, que combinan la visibilidad de inventario y la prevención de la pérdida desconocida en los puntos de salida de los comercios.

Según Mariano Tudela, Vicepresidente de Ventas de **Checkpoint** Systems en Europa, Oriente Medio y África, "eventos como el de Dusseldorf nos permiten estar en contacto con nuestros clientes. Quienes nos están visitando en EuroCIS se interesan especialmente por el etiquetado en origen, los proyectos RFID y las soluciones antihurto personalizadas".



Mantente informado de toda la actualidad del sector con nuestro boletín de noticias diario.

Nombre:

Email:

Empresa:

Acepto política privacidad*

ENVIAR

SÍGUENOS EN TWITTER

SÍGUENOS EN GOOGLE PLUS

Publicidad

Noticias anteriores

Buscador de noticias:

buscar

PUBLICADO EL 24/02/2015

Crecen un 5% las ventas en los centros comerciales

PUBLICADO EL 24/02/2015

Zumosol amplía su negocio

PUBLICADO EL 24/02/2015

PUBLICADO EL 24/02/2015


[Equipamiento Comercial](#) 25 de Febrero de 2015

Checkpoint presenta sus novedades en EuroCIS

Alimarket Alimentación

La especialista en soluciones de prevención de la pérdida desconocida y disponibilidad de la mercancía para el sector minorista **Checkpoint Systems ha presentado**, durante la celebración de la feria EuroCIS (Dusseldorf, Alemania), **sus últimas soluciones. Entre ellas, una versión actualizada del iMAP** (Programa de Disponibilidad Inteligente de la Mercancía), una plataforma que combina hardware, software, consumibles, servicios y procesos para asegurar la disponibilidad de la mercancía en las tiendas y evitar las roturas de stock.

Dentro de las soluciones incluidas en el nuevo iMAP destacan **las nuevas etiquetas duras inteligentes 'S3i'**, que permiten anticiparse a los intentos de robo gracias a la información en tiempo real sobre cuándo un artículo de lujo protegido está abandonando su zona habitual en la tienda. Asimismo, la compañía ha lanzado **'Shoe Compliance Demo', una solución específica para las tiendas de calzado**, así como las antenas **'Evolve E10'** y **'Overhead 2.0'**, que **combinan la visibilidad de inventario y la prevención de la pérdida desconocida** en los puntos de salida de los comercios minoristas.

Según Mariano Tudela, Vicepresidente de Ventas de **Checkpoint Systems** en Europa, Oriente Medio y África, "eventos como el de Dusseldorf nos permiten estar en contacto con nuestros clientes. Precisamente conociendo sus necesidades hemos desarrollado soluciones para maximizar beneficios en los comercios minoristas. Los clientes que nos están visitando en el EuroCIS se interesan especialmente por el etiquetado en origen, los proyectos RFID y las soluciones antihurto personalizadas".



R Acceso últimos reportajes sectoriales sobre: **Equipamiento Comercial**

Alimarket Store



Compartir



Translate

Seleccionar idioma

Con la tecnología de



Información Relacionada

NOTICIAS

- 12/01/2015 Jorge Aragón, nuevo director general de **Checkpoint** en España y Portugal
- 12/11/2014 **Checkpoint** y Bizerba dan a conocer sus novedades
- 07/11/2014 El hurto en la distribución española desciende ligeramente hasta el 1,36%
- 10/10/2014 Una plantilla comprometida ayuda a reducir las roturas de stock
- 07/10/2014 Labradero protege sus productos con los sistemas de **Checkpoint Systems**

REPORTAJES / ANÁLISIS

- 18/11/2014 Equipamiento comercial: La renovación y nuevas fórmulas marcan el paso
- 18/11/2014 Frío comercial: La innovación dinamiza el sector
- 15/11/2013 Equipamiento comercial: A expensas de los cambios

Para más información visite nuestra web: ey.com/es

[Titulares Última Edición Impresa](#)
[Últimas noticias del sector](#)

Empresas Relacionadas

Vinculación Directa **CHECKPOINT SYSTEMS ESPAÑA, S.L.U.**
Ir a web

Le puede interesar

Soluciones únicas de envasado e higiene

Sealed Air Re-imagine
CRYOVAC **Diversify**



► Equipamiento Comercial 12 de Marzo de 2015

Checkpoint lanza nuevas protecciones para comercios de alimentación

Alimarket Alimentación

La especialista en soluciones de prevención de la pérdida desconocida y disponibilidad de la mercancía para el sector minorista **Checkpoint Systems** ha presentado dos nuevas soluciones para los comercios de alimentación, específicamente diseñadas para reducir la pérdida desconocida y aumentar la disponibilidad de la mercancía en artículos difíciles de proteger. Por un lado, ha presentado **'iS AutoPeg Tag'**, dirigida a **mercancía con alto riesgo de ser hurtada** como pilas, cuchillas de afeitar y cartuchos de tinta, que estará disponible en el segundo trimestre de 2015. Se trata de una etiqueta **ligera y fuerte que se ajusta de forma rápida en envases con agujeros simples y dobles y puede retirarse fácilmente en el punto de venta para su reutilización**. Puede colocarse en origen, respeta la imagen de marca del producto, y puede actualizarse para su uso con RFID



R Acceso últimos reportajes sectoriales sobre: **Equipamiento Comercial**

Por otra parte, ha lanzado **'4210 EP Food Label'**, indicada para la **protección de alimentos frescos y congelados, certificada para usarse en microondas**. Se trata, según la empresa, de una de las etiquetas de radiofrecuencia para alimentos más pequeñas del mercado, y **puede ser integrada fácilmente en las etiquetas de precio**, lo que mejora la disponibilidad en las estanterías. Además, al ser muy delgada, maximiza el espacio en el planograma de los minoristas y también puede aplicarse en la tienda o en origen. Finalmente, **Checkpoint** ofrece opciones de impresión personalizada para incluir mensajes en la nueva etiqueta, así como la marca si se desea.

Por último, **Checkpoint** complementa esta última etiqueta con el sistema de **desactivación 'Counterpoint iD RF (CPiD)'**, que se integra fácilmente con el escáner bióptico en el punto de venta. Gracias a una zona de desactivación más grande, 'CPiD' reduce la probabilidad de falsas alarmas que pueden perjudicar la experiencia de compra y aumenta la percepción de que cuando salta la alarma en la salida de la tienda es realmente a causa de un intento de hurto.

Titulares Última Edición Impresa

Últimas noticias del sector

Alimarket Store



Compartir



Translate

Seleccionar idioma

Con la tecnología de Google Traductor



Información Relacionada

NOTICIAS

- 25/02/2015 **Checkpoint** presenta sus novedades en EuroCIS
- 12/01/2015 Jorge Aragón, nuevo director general de **Checkpoint** en España y Portugal
- 12/11/2014 **Checkpoint** y Bizerba dan a conocer sus novedades
- 07/11/2014 El hurto en la distribución española desciende ligeramente hasta el 1,36%
- 10/10/2014 Una plantilla comprometida ayuda a reducir las roturas de stock

REPORTAJES / ANÁLISIS

- 18/11/2014 Equipamiento comercial: La renovación y nuevas fórmulas marcan el paso
- 18/11/2014 Frío comercial: La innovación dinamiza el sector
- 15/11/2013 Equipamiento comercial: A expensas de los cambios

Para más información visite nuestra web: ey.com/es

Empresas Relacionadas

- Vinculación Directa**
 - CHECKPOINT SYSTEMS ESPAÑA, S.L.U.**
Ir a web
- Le puede interesar**

Nuevos caminos hacia el consumidor

AFORO COMPLETO

12 de marzo de 2015 Auditorio Mapfre - MADRID



Lanzan la primera etiqueta para vino antihurto con código QR

LEÍDO: 454 VECES

V

2

f

4

t

10

g+

2



Checkpoint Systems, líder mundial en soluciones de disponibilidad de la mercancía para la industria minorista, ha anunciado el lanzamiento de una solución antihurto pionera en el mercado: la iQR Label. Protección antihurto, impulso de las ventas y fomento de una experiencia de compra agradable e interactiva son los signos de identidad del nuevo producto. La etiqueta abre una ventana de comunicación con el cliente final.

Diseñada para prevenir la pérdida desconocida e impresa sobre la



Etiquetas | 15 Abril 2015

Checkpoint innova en antihurto

Alimarket Envase

Checkpoint Systems, especialista mundial en soluciones de disponibilidad de la mercancía para la industria minorista, ha anunciado el lanzamiento de una **solución antihurto pionera en el mercado: la iQR Label**. Protección antihurto, impulso de las ventas y fomento de una experiencia de compra agradable e interactiva son los signos de identidad del nuevo producto. La etiqueta abre una ventana de comunicación con el cliente final.

Diseñada para prevenir la pérdida desconocida e **impresa sobre la etiqueta 410 ECO**, la iQR Label **incluye un código QR único para cada empresa**, a través del cual los clientes de las tiendas tienen acceso a un nuevo canal de información web hecho a medida. La web a la que se dirige el código QR pertenece al fabricante o retailer que protege el producto, con lo que puede modificar el contenido según sus necesidades y ofrecer desde información de artículos o de tienda hasta descuentos y campañas promocionales. El retorno económico de la etiqueta se puede medir fácilmente a través de los clicks acumulados por la página web.

Según Jorge Aragón, Director General de **Checkpoint** Systems en España y Portugal, "la iQR Label demuestra que la protección de los productos frente al hurto no tiene que hacerlos menos atractivos por tapar la imagen de marca o encerrarlos en vitrinas. Al contrario, **junto a la industria minorista estamos investigando constantemente para que las etiquetas antihurto sean el mejor aliado del marketing y aporten un valor añadido al consumidor final**, que tendrá más alicientes para comprar al disfrutar de una experiencia de compra atractiva e interactiva".

La nueva etiqueta responde a los hábitos de vida y de consumo actuales, ya que los códigos QR son un lenguaje que, al ser leído de forma casi instantánea por la cámara de un Smartphone o tablet, abre automáticamente un enlace web en el dispositivo. Gracias a este sistema aprovechado por la iQR Label, los comercios se convierten en edificios llenos de ventanas por las que el posible comprador puede asomarse para interactuar con el retailer, ver información sobre productos complementarios, aprovecharse de promociones y gozar de una experiencia de compra más activa y satisfactoria.

Este lanzamiento supone un paso adelante en el mercado antihurto en el que, tal y como analizó Alimarket en su último informe sobre el sector, las principales compañías continúan trabajando para encontrar nuevas soluciones que reduzcan la pérdida desconocida sin que ello repercuta en una experiencia de compra satisfactoria.



Titulares Última Edición Impresa

Últimas noticias del sector

Gracias a la colaboración de todos
ya reciclamos el **71,9%** de los envases que gestionamos.

GTPmailings.com
Grupo TecniPublicaciones

Lunes, 27 de abril de 2015 | Grupo TecniPublicaciones | Quiénes somos | Legislación Alimentaria | GTPcomunicación | GTPtelevisión | GTPmailings | Publicidad | Contactar | RSS

ARAL
REVISTA DEL GRAN CONSUMO



INICIAR
SESIÓN

SUSCRÍBASE

Buscar



PORTADA | REVISTAS | DISTRIBUCIÓN | GRAN CONSUMO | **INDUSTRIA AUXILIAR** | FOOD SERVICE | CONSUMIDOR | OPINIÓN | ARAL_EVENTOS | AGENDA

Ud. está en: [Portada](#) | [Proveedores industria auxiliar](#) | Nuevas soluciones para controlar los procesos de la industria alimentaria

► [Proveedores industria auxiliar](#) 27/04/2015 Revista ARAL

Nuevas soluciones para controlar los procesos de la industria alimentaria



Checkpoint presenta su nueva etiqueta antihurto 4210 EP.

Coincidiendo con el Salón Internacional del Embalaje, **Hispack 2015**, **Checkpoint Systems**, junto a **Bizerba**, especializada en soluciones de pesaje, información, comunicación y food service, **presentan nuevas soluciones destinadas al sector de la**

alimentación.

El **sector alimentario se ve cada vez más afectado por la pérdida desconocida**. Según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014, la pérdida desconocida como porcentaje de las ventas en los Supermercados/Hipermercados y Grandes superficies de Alimentación es una de las más representativas, algo que puede reducirse implementando algunas soluciones. Con este fin, **Checkpoint** presenta su **nueva etiqueta antihurto 4210 EP**, específica para este segmento de mercado, ya que puede estar en contacto con los alimentos tanto frescos como congelados y está certificada para uso en microondas.

Otra de las novedades que **Checkpoint** presenta para el mercado alimentario es su **antena de nueva generación inteligente Evolve iRANGE P20**, una antena idónea, por su diseño, para supermercados e hipermercados. Estas antenas ofrecen la ventaja del mantenimiento a distancia, ahorro energético y se complementan con una gama de software y accesorios como por ejemplo conteo de visitantes integrado, detección de inhibidores de frecuencia, servicio de reporting y paneles de publicidad.

Bizerba, por su parte, presentará entre otras novedades el **nuevo concepto de Industry 4.0**, **la fábrica inteligente con el GLM-Levo**, primer tren de etiquetado automático según 4.0.

MÁS NOTICIAS SOBRE ► [Checkpoint Systems](#), [Bizerba](#), [Hispack](#)

COMPARTIR ►



OPINE SOBRE ESTA NOTICIA

Nombre *

Correo electrónico *

Comentario *

* Campos obligatorios

BORRAR

ENVIAR

LO MÁS VISTO

LO MÁS COMENTADO

Galletas Gullón inaugura su nueva planta industrial VIDA

El Corte Inglés lanza su marca propia de hogar y decoración

1

Makro abre las puertas de su nuevo centro en Barajas

TresAguas celebra el primer festival de Street Food en un centro comercial

Los españoles son los compradores que menos aguantan la espera en las tiendas

"La honda tecnológica de David"

Quesería Lafuente cierra la adquisición de Central Quesera Montesinos

REVISTA ARAL



NÚMERO 1623

PACKAGING EN GRAN CONSUMO

> Ver revista

> Suscríbese

> Números anteriores

FENAVIN

Feria Nacional del Vino
Spanish Wine Fair

Ciudad Real, 12-14 de Mayo de 2015

Organiza



Distribución

Distribución especializada

Redacción | 06.05.2015

Para la EVOLVE iRange P10

Checkpoint lanza un kit para actualizar su antena antihurto

Consigue una precisión de lectura, direccionalidad y ubicación superior, con lo que se minimizan las falsas alarmas aunque esté cerca de la puerta.



Checkpoint Systems presenta un kit para actualizar su antena antihurto EVOLVE iRange P10. De esta forma, los retailers podrán pasar de forma sencilla y segura a la tecnología RFID, llena de ventajas.

Con la actualización la etiqueta gana en visibilidad, pero también en precisión de lectura, direccionalidad y ubicación. Así se minimiza el riesgo de falsas alarmas cuando la antena queda demasiado cerca de la puerta. Además, permite que los comerciantes hagan inventario más rápido; algo que también beneficia a los consumidores ya que el tendero podrá abastecer y reponer los productos agotados con mayor celeridad.

Entre las ventajas de la nueva etiqueta antihurto de Checkpoint System hay que destacar también que ofrece alarmas diferenciadas en función de la cantidad y el valor que está abandonando la tienda.

“La tecnología debe hacer la vida más sencilla para consumidores y retailers”, señala Jorge Aragón, Director General de Iberia de Checkpoint Systems. “Los kits de actualización a la RFID de Checkpoint cumplen esta función mediante una sencilla implementación y unos beneficios probados en prevención de la pérdida y disponibilidad de la mercancía que ayudan a todo el mundo”.

Noticias relacionadas:

- [Las bebidas alcohólicas son los artículos más robados en los comercios](#)
- [Los comercios pierden 1.600 millones de euros anuales por hurtos](#)
- [El sector se muestra satisfecho con el tratamiento penal de los hurtos comerciales](#)



enviar imprimir



¿Quieres recibir noticias como ésta? ¡Suscríbete gratis a nuestros eNewsletters!

Más información sobre:

antena antihurto etiqueta hurto robo

Comentarios

Tu nombre: *

Correo electrónico: *

El contenido de este campo se mantiene privado y no se mostrará públicamente.

Escribe tu comentario: *

* Las direcciones de las páginas web y las de correo se convierten en enlaces automáticamente.



Especiales

- ▶ Distribución
- ▶ Fabricantes
- Consumidor
- Internacional
- Internet
- Márketing y Publicidad
- MDD
- Nombramientos y Ceses
- Tendencias e Ideas de negocio

Etiquetas

Kantar Worldpanel Nestlé Navidad DIA
Mercadona Unilever exportaciones
Barcelona Madrid Lidl Covirán ventas Fiab
Campofrio Caprabo Carrefour
Pescanova facturación expansión Coca-Cola
Aecoc ecommerce Resultados
empleo franquicia El Corte Inglés
Angeled Juan Roig Eroski Magrama

VER + TAGS

BLOGS > El Club del Gran Consumo



Coaching para gran consumo

Gestión por coaching. Haz coach a tus mandos intermedios

▶ Javier González



El arte de vender

¿Es el supermercado online rentable?

¿Por qué no acaba de funcio...

▶ Juan Olmedo



Mercadeando

¿Están los discounters preparados para el ecommerce?

▶ Francisco Fernández Reguero



Siguiendo la cadena

El Mundo Islámico: más oportunidades para el mercado español

▶ Horacio González Alemán



Con mi marca blanca

Frases de Juan Roig en la presentación de resultados 2014 de Me...

▶ Carlos Azofra

VER + BLOGS

eNewsletters > GranConsumo.tv

> Gran Consumo

Boletín electrónico general para los profesionales del sector

> Alimentación / Bebidas / Droguería / Perfumería

Información segmentada por categorías de producto

> Industria auxiliar

Envases, logística y transporte, tecnología y equipamiento...



8 de Mayo de 2015

[Portada](#) | [Edición Mensual](#) | [Moda](#) | [América](#) | [Calzado](#) | [Intima](#) | [Hogar](#) | [Visual](#) | [Distribución](#) | [Economía](#) | [Cabecera](#) | [Logística](#) | [+ Secciones](#) | [Suscripción](#) | [English](#) | [Directorio](#)

Enviar | Imprimir | Generar PDF | Opinar | [Comparte](#)

Distribución

Por: Francesc Almena

Checkpoint lanza un kit para actualizar sus antenas Evolve iRange a la tecnología RFID

6/5/2015

La compañía ha anunciado el lanzamiento de un kit de actualización de su antena antihurto Evolve iRange P10 que ofrece a los retailers una transición sencilla a la RFID permitiendo el uso de una sola etiqueta para visibilizar el inventario y prevenir la pérdida desconocida.

Evolve iRange P10 RFID aprovecha todas las ventajas de la tecnología RFID y, a la vez, es una poderosa solución para prevenir la pérdida en entradas / salidas y un elemento visual de disuasión ante potenciales hurtadores.

La antena es compatible con la nueva etiqueta One Tag, que permite a los retailers usar una sola etiqueta RFID para la visibilidad de inventario y la prevención de la pérdida.

También ofrece alarmas diferenciadas en función de la cantidad y el valor de la mercancía que está abandonando la tienda. Asimismo, con el lector Wirama Radar se consigue una precisión de lectura, direccionalidad y ubicación muy superior. Esto permite a los retailers colocar la mercancía cerca de las puertas de salida, minimizando el riesgo de falsas alarmas.

Además de las ventajas para los minoristas, los consumidores también obtienen beneficios de la antena porque las tiendas pueden supervisar el inventario de forma más precisa y reabastecer los productos realmente agotados, de manera que los artículos siempre estén disponibles en las estanterías para los consumidores que compran online y recogen en la tienda, o para los que compran directamente en el establecimiento.



Anna Mora **BRUNELL**
Moda Femenina

CentricSoftware

Esta web utiliza cookies propias y de terceros que son necesarias para el proceso de registro y el análisis de la navegación de los usuarios. Si continúas navegando, consideramos que aceptas su uso. [Ver política de cookies](#)

moda creativo

acepto las cookies Fornitures Accesorios

Freudenberg Tejidos técnico

Enlaces relacionados

web de **Checkpoint**
[¿Conoces la edición virtual multimedia de Noticiero Textil?](#)



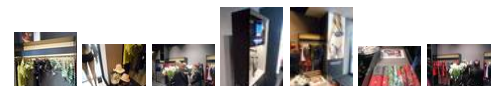
Videos

Noticiero Textil TV



Fotogalerías

Apertura de la tienda de Andres Sarda en Barcelona. Marzo 2015





el primer **snack cocido** que **no necesita frío**

www.quimicasoro.com
[¿Quiénes somos?](#) - [Contacto](#)

Revista
inforetail****
Información de retail & consumo del siglo XXI

[Noticias DEL SECTOR](#)
[Hemeroteca DIGITAL](#)
[Sobre NOSOTROS](#)
[Formatos PUBLICITARIOS](#)
[SUSCRÍBETE A NUESTRO](#)

Noticias del Sector

Miércoles 06 de Mayo de 2015



PUBLICADO EL 06/05/2015

Control de stocks y prevención de pérdida en una sola etiqueta

Checkpoint presenta un kit de actualización de su antena antihurto EVOLVE iRange P10

infoRETAIL.- **Checkpoint** Systems ha lanzado un kit de actualización de su antena antihurto EVOLVE iRange P10, que ofrece a los retailers una transición sencilla a la RFID, permitiendo el uso de una sola etiqueta para visibilizar el inventario y prevenir la pérdida desconocida, ya que es compatible con -One Tag-.

EVOLVE iRange P10 RFID une las posibilidades de la RFID para control de inventario y a la vez previene la pérdida en entradas/salidas, además de ser un elemento visual de disuasión ante potenciales hurtadores. El sistema ofrece alarmas diferenciadas en función de la cantidad y el valor de la mercancía; asimismo, con el lector Wirama Radar se consigue una mayor precisión de lectura, direccionalidad y ubicación, lo que permite colocar la mercancía cerca de las puertas de salida, minimizando el riesgo de falsas alarmas.

Jorge Aragón, director general de Iberia de **Checkpoint** Systems, apunta que 'los kits de actualización a la RFID de **Checkpoint** cuentan con una sencilla implementación y unos beneficios probados en prevención de la pérdida y disponibilidad de la mercancía que ayudan a todo el mundo,'.



Noticias anteriores

Buscador de noticias:

PUBLICADO EL 06/05/2015

Metro mantiene ventas en el segundo trimestre

PUBLICADO EL 06/05/2015

El comercio catalán continúa su escalada

PUBLICADO EL 06/05/2015

Sainbury's desciende levemente en

PUBLICADO EL 06/05/2015

La compra directa durante un spot,

Mantente informado de toda la actualidad del sector con nuestro boletín de noticias diario.

Nombre:

Email:

Empresa:

 Acepto política privacidad*

[SÍGUENOS EN TWITTER](#)

[SÍGUENOS EN GOOGLE PLUS](#)


Publicidad



Zespri
Kiwifruit
www.zespri.es

LA Felicidad
TIENE un COLOR





Jueves 7 de mayo de 2015



Búsqueda

OK

Portada

Canal Horeca

Bases de datos

INDISA

Tienda

Empresas Recomendadas

Editorial

Actualidad

Aperturas

Internacional

Perfumería y Droguería

Protagonistas

Fabricantes

Distribución

Hemeroteca

Usuario nuevo

Login

Nombre de usuario

Contraseña

OK

Inicio > Al día

Checkpoint lanza un kit para actualizar sus antenas EVOLVE iRange a la tecnología RFID



Checkpoint Systems (NYSE:CKP), proveedor líder de soluciones de disponibilidad de la mercancía para la industria minorista, ha anunciado el lanzamiento de un kit de actualización de su antena antihurto EVOLVE iRange P10 que ofrece a los retailers una transición sencilla a la RFID permitiendo el uso de una sola etiqueta para visibilizar el inventario y prevenir la pérdida desconocida.

EVOLVE iRange P10 RFID aprovecha todas las ventajas de la tecnología RFID y a la vez es una poderosa solución para prevenir la pérdida en entradas / salidas y un elemento visual de disuasión ante potenciales hurtadores. La antena es compatible con la nueva etiqueta One Tag™, que permite a los retailers usar una sola etiqueta RFID para la visibilidad de inventario y la prevención de la pérdida. También ofrece alarmas

diferenciadas en función de la cantidad y el valor de la mercancía que está abandonando la tienda. Asimismo, con el lector Wirama Radar™ se consigue una precisión de lectura, direccionalidad y ubicación muy superior. Esto permite a los retailers colocar la mercancía cerca de las puertas de salida, minimizando el riesgo de falsas alarmas.

Además de las ventajas para los minoristas, los consumidores también obtienen beneficios de la antena porque las tiendas pueden supervisar el inventario de forma más precisa y reabastecer los productos realmente agotados, de manera que los artículos siempre estén disponibles en las estanterías para los consumidores que compran online y recogen en la tienda, o para los que compran directamente en el establecimiento.

"La tecnología debe hacer la vida más sencilla para consumidores y retailers", señala Jorge Aragón, Director General de Iberia de Checkpoint Systems. "Los kits de actualización a la RFID de Checkpoint cumplen esta función mediante una sencilla implementación y unos beneficios probados en prevención de la pérdida y disponibilidad de la mercancía que ayudan a todo el mundo".

Checkpoint ofrece a los retailers una amplia variedad de opciones de mantenimiento y de mejora a través de sus programas de servicio de mantenimiento, incluyendo la capacidad de conectarse rápidamente a cualquier tienda a través de las soluciones EVOLVE iRange, además de permitir importantes revisiones y reajustes del sistema de forma rápida para causar el mínimo impacto en el establecimiento. También ofrece apoyo remoto reactivo y proactivo con indicadores claves de rendimiento y la realización de informes de rendimiento del sistema. El kit de actualización RFID ya está disponible.

Sobre **Checkpoint Systems, Inc.** (www.checkpointsystems.es)

Checkpoint Systems es el líder mundial en soluciones para la disponibilidad de la mercancía en el sector minorista que abarca la prevención de la pérdida desconocida y la gestión del inventario. Checkpoint suministra soluciones integrales que permiten a los minoristas conseguir un control de inventario preciso y en tiempo real, acelerar el ciclo de reposición (time to shelf), prevenir las roturas de stock y reducir el hurto, mejorando así la disponibilidad de la mercancía y la experiencia de compra del cliente. Las soluciones de Checkpoint han sido desarrolladas a lo largo de 45 años de experiencia en tecnología de radiofrecuencia, innovadoras soluciones de prevención del hurto y de la pérdida desconocida, hardware RFID líder del mercado, software y servicios globales de etiquetado, para marcar, proteger y trazar la mercancía desde el centro de producción hasta el lineal. Los clientes de Checkpoint se benefician de un incremento de las ventas y los beneficios mediante la implementación de soluciones de disponibilidad de la mercancía para asegurar que el producto correcto está disponible en el lugar y el momento adecuados cuando los clientes están listos para comprar. Con cotización de la Bolsa de Nueva York (NYSE: CKP), Checkpoint está presente en todos los mercados geográficos, donde da empleo a 4.700 personas.

Entre Empresas (3)

Agenda

Recibir Boletín

BUSCAR EN ESTA SECCIÓN

Introduzca unas palabras para realizar la búsqueda en la sección "Al día". Si lo desea puede limitar los resultados por periodos de tiempo.

Búsqueda

OK

Desde:

MES

AÑO

Hasta:

MES

AÑO

Síguenos en

facebook



Checkpoint facilita el antihurto con RFID

[VOLVER A INICIO](#)
[SUSCRIBIRSE AL FEED](#)

Síguenos en:



07 mayo 10:48 2015

0 Comentarios

[Imprimir este artículo](#)
[Compártelo](#)

Checkpoint Systems ha lanzado un kit de actualización de su antena antihurto Evolve iRange P10 para aprovechar las ventajas de la tecnología RFID y disponer en una sola etiqueta la función de control del inventario y prevenir la pérdida desconocida.

Esta antena, que es compatible con la etiqueta One Tag que tiene esta doble función, ofrece alarmas diferenciadas en función de la cantidad y el valor de la mercancía que está abandonando la tienda. Y si se utiliza el lector Wirama Radar se consigue precisión de lectura y direccionalidad; lo que permite ubicar la mercancía cerca de las puertas de salida, minimizando el riesgo de falsas alarmas. Jorge Aragón, Director General de Iberia de Checkpoint Systems, comentó que "la tecnología debe hacer la vida más sencilla para consumidores y retailers. Los kits de actualización a la RFID de Checkpoint cumplen esta función"

Temas [Checkpoint Systems](#) [info-tienda](#)

Compartir [f COMPARTIR 0](#) [TWEET 0](#) [g+ +1 0](#) [COMPARTIR 0](#) [in COMPARTIR 0](#)

Contenidos relacionados

[VOLVER ARRIBA](#)



Orange Cash ofrece el pago móvil sin contacto

Orange Cash es una nueva app gratuita que permite el pago por el smartphone en comercios que acepten Visa "sin contacto" o en tiendas on-line. Esta app es fruto de

0 comentarios [Leer más...](#)



Canon amplía su oferta de multifuncionales A3

Con el fin de hacer que las empresas gestionen mejor sus costes totales de impresión, Canon ha lanzado su nueva gama de equipos multifunción A3 en color de gama alta:

0 comentarios [Leer más...](#)



Samsung amplía su oferta de monitores curvos

Samsung ha presentado cinco nuevos monitores curvos. Se trata de los modelos E790C de 29", SE590C de 31,5" y SE591C de 27" y los nuevos SE510C de 23,5" y 27".

TP-LINK



Tecnología WiFi AC, Routers y Extensión de Cobertura WiFi

LO MÁS LEIDO



El banco Sabadell facilita la apertura de tiendas holaMOBI

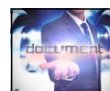
0 comentarios [Leer más...](#)



EMC pone el acento en los servicios y el salto a

la nube en su nuevo programa de canal

1 comentario [Leer más...](#)



Los servicios, presente y futuro de la gestión documental

1 comentario [Leer más...](#)

ESPECIAL NEGOCIOS



ESPECIAL AIDC
 MÁS ESPECIALES EN



Lunes 11 de mayo de 2015



- Portada
- Canal Horeca
- Bases de datos
- INDISA
- Tienda
- Empresas Recomendadas

- Editorial
- Actualidad
- Aperturas
- Internacional
- Perfumería y Droguería
- Protagonistas
- Fabricantes
- Distribución
- Hemeroteca

Inicio > **Al día**

Login

[¿Has olvidado tu clave?](#)

Checkpoint ayuda a los comerciantes a obtener datos clave e inteligencia analítica con la nueva solución S3i



Checkpoint Systems, proveedor mundial de soluciones de disponibilidad de la mercancía en el sector minorista, ha lanzado **S3i**, una red inalámbrica para tiendas con un sistema de localización en tiempo real que trabaja con los dispositivos de alarma de **Alpha High Theft Solutions®** para obtener datos clave e inteligencia analítica. Esta solución ayuda a aumentar ventas, mejorar la disponibilidad de la mercancía y reducir la pérdida desconocida en la mercancía de alto valor, especialmente en las tiendas de lujo y departamentales.

Los dispositivos inteligentes de S3i registran hechos como la colocación y sustracción del tag S3i, así como el robo. Mediante una visibilidad de inventario y reducción del hurto en tiempo real, los directores de la tienda disponen de herramientas para incrementar las ventas. Una visibilidad de inventario optimizada ayuda a los comerciantes a saber en tiempo real dónde están los productos, y además ofrece una visión clara y precisa de la cantidad de artículos disponibles. En paralelo, el uso de llaves inteligentes reduce el hurto interno y externo.

S3i ofrece a la dirección de la cadena minorista y a los departamentos de operaciones y prevención de la pérdida datos clave sobre cantidad de inventario, localización y movimiento de artículos de alto valor dentro de la tienda. Por ejemplo, un director de tienda puede tener visibilidad inmediata de toda la mercancía de alto valor protegida con los dispositivos S3i.

Cuando un comprador pregunta por un artículo específico, el empleado de la tienda puede encontrarlo rápidamente mediante una interfaz gráfica fácil de usar. Cualquier intento de hurto en la tienda para quitar el dispositivo S3i crea una alarma inmediata que permite al personal actuar según la política del establecimiento. Además, si se retira un dispositivo S3i con una llave autorizada, la acción queda registrada, lo que ayuda a reducir los casos de hurto interno.

Según **Jorge Aragón, Director General de Checkpoint Systems en España y Portugal**, "con S3i, la posibilidad de reducir el hurto de mercancía de alto valor y la recopilación de datos clave es ahora más fácil. Estamos llevando la seguridad a un nuevo nivel, más allá de la prevención de pérdidas, para reducir las roturas de stock, mejorar la experiencia de compra y generar eficiencias operativas".

Dispositivos S3i

Las contrastadas soluciones S3 de Alpha (**CableLoks®**, etiquetas duras y **Spider Wraps®**) han sido mejoradas con la tecnología S3i, que las hace inteligentes para permitir saber a los retailers dónde y qué está pasando con su mercancía de alto valor. Los minoristas pueden exponer de forma accesible artículos electrónicos, ropa de diseño y bolsos de lujo, entre otros, mejorando la experiencia de compra y aumentando la probabilidad de venta.

Algunos grandes retailers ya están comprobando los beneficios de esta tecnología, puesto que han empezado a aplicarla en mercancía de alto valor y zonas de alto riesgo como trastiendas, probadores, baños y salidas. Con las soluciones S3i, pueden detectar y detener el hurto, el crimen organizado y el hurto por parte de empleados. Los dispositivos se pueden personalizar para proporcionar notificaciones en tiempo real cuando la mercancía entra o sale de sus zonas habituales o cuando hay un intento de retirar el dispositivo de forma no autorizada. Usa alertas auditivas o visuales que saltan en los smartphones, tablets, auriculares o sistemas de megafonía de los empleados. Esto permite a los comerciantes realizar un seguimiento en tiempo real de la mercancía con alto riesgo de hurto y responder más rápidamente ante casos potenciales de hurto.

- Entre Empresas (3)
- Agenda
- Recibir Boletín

BUSCAR EN ESTA SECCIÓN

Introduzca unas palabras para realizar la búsqueda en la sección "Al día". Si lo desea puede limitar los resultados por periodos de tiempo.

Desde:

Hasta:





Tu marca en los medios HOY 20% DE DESCUENTO



Boletín de noticias TIC

NOTICIAS

Dónde estoy > Portada > Noticias > Nota

Inteligencia analítica para el retail

12 de mayo 2015

La nueva solución S3i **Checkpoint** mejora la disponibilidad de los productos y reduce la pérdida de la mercancía de alto valor.



Checkpoint Systems, proveedor mundial de soluciones de disponibilidad de la mercancía en el sector minorista, ha lanzado S3i, una red inalámbrica para tiendas con un sistema de localización en tiempo real que trabaja con los dispositivos de alarma de Alpha High Theft Solutions® para obtener datos clave e inteligencia analítica. Esta solución ayuda a aumentar ventas, mejorar la disponibilidad de la mercancía y reducir la pérdida

desconocida en la mercancía de alto valor, especialmente en las tiendas de lujo y departamentales.

Los dispositivos inteligentes de S3i registran hechos como la colocación y sustracción del tag S3i, así como el robo. Mediante una visibilidad de inventario y reducción del hurto en tiempo real, los directores de la tienda disponen de herramientas para incrementar las ventas. Una visibilidad de inventario optimizada ayuda a los comerciantes a saber en tiempo real dónde están los productos, y además ofrece una visión clara y precisa de la cantidad de artículos disponibles. En paralelo, el uso de llaves inteligentes reduce el hurto interno y externo.

S3i ofrece a la dirección de la cadena minorista y a los departamentos de operaciones y prevención de la pérdida datos clave sobre cantidad de inventario, localización y movimiento de artículos de alto valor dentro de la tienda. Por ejemplo, un director de tienda puede tener visibilidad inmediata de toda la mercancía de alto valor protegida con los dispositivos S3i.

Cuando un comprador pregunta por un artículo específico, el empleado de la tienda puede encontrarlo rápidamente mediante una interfaz gráfica fácil de usar. Cualquier intento de hurto en la tienda para quitar el dispositivo S3i crea una alarma inmediata que permite al personal actuar según la política del establecimiento. Además, si se retira un dispositivo S3i con una llave autorizada, la acción queda registrada, lo que ayuda a reducir los casos de hurto interno.

Según Jorge Aragón, director general de **Checkpoint** Systems en España y Portugal, "con S3i, la posibilidad de reducir el hurto de mercancía de alto valor y la recopilación de datos clave es ahora más fácil. Estamos llevando la seguridad a un nuevo nivel, más allá de la prevención de pérdidas, para reducir las roturas de stock, mejorar la experiencia de compra y generar eficiencias operativas".

Tu marca en los medios

HOY 20% DE DESCUENTO



Lo más visto

1. Microsoft facilita a los desarrolladores llegar a miles de millones de clientes
2. Las redes sociales se postulan como el canal del futuro para mejorar la experiencia de cliente
3. Datasa incluye nuevas funcionalidades en su módulo de gestión para PDA

Ranking 2015 del canal TIC en España

Antihurto E.A.S.
Fabricante



España el sexto país del mundo en hurto en comercios

original



España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China, según el Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint** Systems.

España es el tercer país de la UE que sufre más robos en las tiendas

El País • original



España está 10 puntos porcentuales por encima de la media europea en **robos perpetrados por clientes**. Las pérdidas que provocan los robos en nuestro país —más de 2.400 millones de euros— solo son superadas por Finlandia y Holanda, según el estudio que este miércoles ha presentado en Madrid la empresa **Checkpoint** Systems, en el que se incluye a las principales economías europeas.

En cambio, los dependientes son de los más honestos de la UE, si se tiene en cuenta el valor de lo **defraudado por los propios empleados de las empresas**, lo que en el argot se denomina como "hurto interno". España se encuentra 7 puntos por debajo de sus vecinos europeos.

El director General de **Checkpoint** Systems en España y Portugal, David Pérez del Pino, asegura que la época del año en la que más hurtos se producen es el invierno, concretamente en las fechas navideñas. Las principales causas son que la gran afluencia de compradores en este período dificulta las labores de vigilancia, y que los que roban encuentran dentro de sus abrigos un buen lugar donde ocultar lo que no quieren pagar. Los zapatos y las botellas de vino están entre los artículos que más "desaparecen" de las tiendas.

La evolución de las pérdidas desconocidas en España mejora, aunque muy ligeramente, del 1,36% de 2013 al 1,33% del último año. Pérez del Pino dice esperar un mayor avance en los próximos ejercicios gracias a la reforma del Código Penal, que entró en vigor en verano de 2015 y que endurece las consecuencias para aquellos que deciden llevarse algo sin pagar.

Vinos y licores entre los artículos más robados en el sector alimentario español

original

Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015. El hurto en supermercados alcanza el 1,32% de las ventas. La pérdida desconocida equivale al 1,33% de las ventas del sector minorista en España y asciende a 2.487 M€. La pérdida desconocida repercute a cada familia española en 238 euros al año

□

España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China. Es una de las conclusiones del Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint** Systems.

El estudio cifra en 2.487 M€ las pérdidas ocasionadas por el hurto en España, lo que equivale al 1,33% de las ventas del sector minorista. Esto supone una ligera mejoría respecto al 1,36% de 2014. El hurto en supermercados alcanza el 1,33% de las ventas, y vinos, licores, queso y cárnicos frescos son los artículos más sustraídos del sector alimentario.

En un contexto mundial de reducción de la pérdida desconocida, el estudio señala que las cadenas españolas se encuentran entre las más concienciadas del mundo sobre la necesidad de invertir en soluciones antihurto. El coste de la delincuencia y de su prevención ya representa el 2,21% de la facturación del retail en España y asciende a 4.144 M€, lo que supone 238 euros para cada familia española.

La información aportada por el Ministerio del Interior confirma la tendencia a la baja del hurto en España. Según datos de las unidades policiales españolas, en 2014 se denunciaron 183.753 hurtos en establecimientos y recintos, un 5,16% menos que el año anterior.

Con la reforma del Código Penal español que entró en vigor el pasado 1 de julio, el hurto en tiendas ha pasado a ser considerado un delito leve. Si el valor del hurto excede los 400 euros, la pena puede ser de entre 6 y 18 meses de prisión. Por otro lado, romper alarmas u otros dispositivos de seguridad conlleva penas superiores, por lo que el Barómetro Mundial del Hurto concluye que la nueva ley permite a los minoristas proteger tanto sus sistemas de protección electrónica de artículos como las demás inversiones en seguridad.

En España, el hurto externo es, con diferencia, la principal causa de la pérdida desconocida, representando el 52% de las mermas. Pese a que a nivel mundial el hurto interno, perpetrado por los trabajadores, es la principal fuente de pérdidas, en

El hurto en las tiendas supone el 1,33% de las ventas minoristas

original

En España la pérdida desconocida y el hurto en el comercio minorista se cifran en 2.487 millones de euros, lo que equivale al 1,33% de las ventas del sector y supone una ligera mejora respecto a 2014, cuando la tasa alcanzaba el 1,36.



Couple stealing meat

Estos porcentajes sitúan la pérdida desconocida en su índice más bajo desde 2010. **Nuestro país es el sexto del mundo y el tercero de Europa con una mayor incidencia del problema entre los minoristas**, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China. Son datos del **Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015**, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el patrocinio de **Checkpoint Systems**. David Pérez del Pino, director de la compañía en España y Portugal, ha presentado las principales conclusiones del informe en Madrid.

Los robos en comercios aumentaron en 2014 en todo el mundo

original

0



Los robos en comercios aumentaron un 15,4% en el mundo en 2014, debido principalmente a los hurtos de los propios empleados, desvela este miércoles un estudio de **Checkpoint** Systems, que señala a México como el país con más porcentaje de pérdidas en este sentido.

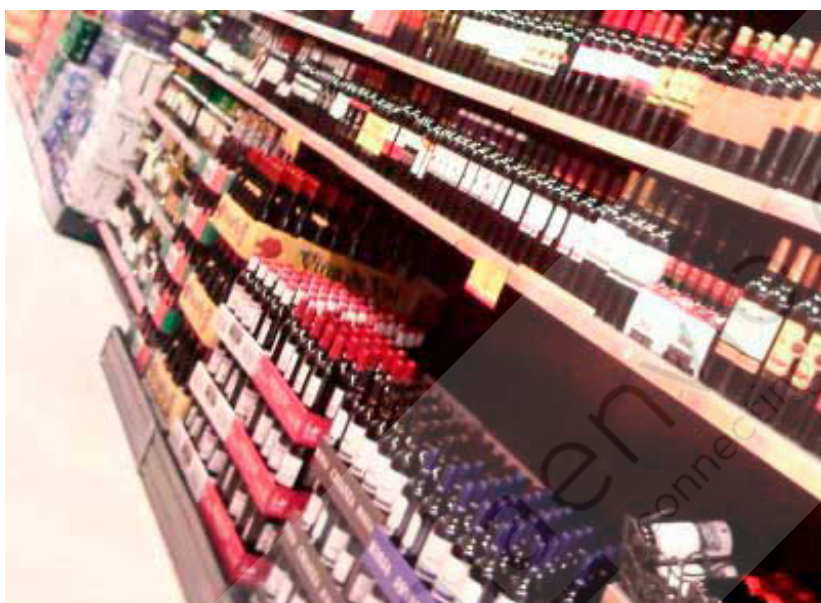
Según este barómetro anual establecido a partir de los datos recogidos en más de 200 distribuidores (supermercados, tiendas de ropa, joyeros, etc.) de 24 países, la "pérdida desconocida" -diferencia entre el stock teórico y el inventario real de la mercancía- representó el año pasado una pérdida de 111.710 millones de euros (123.390 millones de dólares), frente a los 96.800 millones de euros en 2013. La suma del año pasado representa el 1,23% de la facturación total.

El país con mayor porcentaje de pérdida desconocida es México, con un 1,68% de la suma total de ventas, mientras que Noruega registra el nivel más bajo, con un 0,75%. El importe de pérdidas más importante se encuentra en Estados Unidos (36.790 millones de dólares), a quien siguen China (26.060 millones de dólares) y Japón (14.900 millones de dólares).

Vinos y licores, entre los artículos alimentarios más hurtados en los comercios

TecnoVino • [original](#)

España es el sexto país del mundo con más hurto en los comercios. Entre los productos más “golosos” están los vinos y licores, queso y cárnicos frescos. La pérdida desconocida equivale al 1,33% de las ventas del sector minorista en España y asciende a 2.487 millones de euros y repercute a cada familia española en 238 euros al año. Son algunos de los datos del Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015.



Tecnovino Interprofesional del Vino

[consumo España](#)

Los vinos y licores son los productos que más se hurtan en el apartado de **alimentación** junto al queso y cárnicos frescos. España es el sexto país del mundo y el tercero de Europa con un mayor índice de pérdida desconocida en los comercios minoristas, sólo por detrás de México, Holanda, Finlandia, Japón y China. Es una de las conclusiones del **Barómetro Mundial del Hurto en la Distribución 2014-2015**, elaborado por The Smart Cube y el analista Ernie Deyle con el apoyo de **Checkpoint Systems**.

El estudio cifra en 2.487 millones de euros las pérdidas ocasionadas por el hurto en España, lo que equivale al 1,33% de las ventas del sector minorista. Esto supone una ligera mejoría respecto al 1,36% de 2014. El hurto en supermercados alcanza el 1,33% de las ventas, y **vinos, licores**, queso y cárnicos frescos son los artículos más sustraídos del sector alimentario.

En un contexto mundial de reducción de la pérdida desconocida, el estudio señala que las cadenas españolas se encuentran entre las más concienciadas del mundo sobre la necesidad de invertir en **soluciones antihurto**. El coste de la delincuencia y de su prevención ya representa el 2,21% de la facturación del retail en España y

**Si desea ver más noticias publicadas de nuestros clientes
contáctenos**

mediaenvio.es
connecting your news