



# Distribució comercial



## *Capítol 9* *Aspectes ètics i legals* *del comerç detallista*





## Capítol 9

# Aspectes ètics i legals del comerç detallista

### OBJECTIU DEL CAPÍTOL

#### **Quan acabes aquest capítol hauràs de ser capaç de:**

Reconèixer si és ètic per als detallistes carregar un “extra” per permetre els fabricants que venguen el seu producte en l'establiment.

Saber si és legal per a un detallista atraure els consumidors al seu establiment si anuncia un producte a un preu més reduït de l'usual per a després induir el consumidor que canvie a un altre producte més car.

- 3.1. Normes ètiques
- 3.2. Raons que ampren la necessitat d'articular una ètica detallista: els codis ètics
- 3.3. Normes legals



1.

## Normes ètiques

- L'**ètica** fa referència a la sèrie de normes morals que regeixen la conducta humana.

Aquestes normes de comportament arriben a ser el ***codi ètic*** o la moral d'aquella societat.

- Les *normes ètiques* implicades en la pràctica del **comerç detallista** són sovint molt personals i subtils, encara que defineixen les regles de conducta que governen els detallistes i els seus empleats.





1.

## Normes ètiques

- Per a qualsevol empleat d'una organització detallista és important tenir un *codi ètic* personal. En els apartats següents s'introdueixen una sèrie de qüestions amb implicacions ètiques que afecten:

**1.1** Qüestions ètiques en la compra de mercaderies

**1.2** Qüestions ètiques en la venda de mercaderies

**1.3** Qüestions ètiques en la direcció comercial d'un comerç detallista



1.

## Normes ètiques



### 1.1 Qüestions ètiques en la compra de mercaderies

- L'ètica afecta de diverses formes el mode en què els minoristes compren gènere.

Dos dels més importants temes dins de la funció de compra de mercaderies són:

**1.1.1** *Quotes d'implantació (peatge o impost revolucionari)*

**1.1.2** *Suborn comercial*





1.

## Normes ètiques

### 1.1.1 *Quotes d'implantació (peatge o impost revolucionari)*

Les quotes d'implantació consisteixen en drets que paga el venedor per un "tros d'espai" en un comerç detallista.

L'import d'aquest pagament **varia** en funció de la naturalesa del **producte** i del **poder** relatiu del detallista:

- Els productes amb marques que disposen d'una lleialtat relativament baixa per part del consumidor paguen les quotes d'implantació més altes.
- Tal vegada, les grans cadenes poden exigir majors quotes.





1.

## Normes ètiques

- El tema de les quotes d'implantació és una **qüestió polèmica** que enfronta detallistes i fabricants:

### **Detallistes**

Les quotes d'implantació són part de l'activitat normal de *màrqueting*.

### **Fabricants**

Hom l'anomena "extorsió": incrementa el cost del producte, redueix marges i limita el dret del client a disposar de la mercaderia en un sistema de lliure mercat.

- Molts fabricants eludeixen les quotes mitjançant l'**actuació conjunta** amb els magatzems detallistes, ja que comparteixen el risc financer del llançament de nous productes.



1.

## Normes ètiques



### 1.1.2 *Suborn comercial*

- Un proveïdor o el seu agent comercial ofereixen donar o pagar alguna cosa de valor al detallista per instar els seus clients que se'n decidisquen per comprar els productes d'aquest proveïdor.
- Aquest tipus de premis podrien ser presos com a **suborns** i serien **il·legals**. De fet, Hisenda no admet com a despesa deduïble els diners pagats en concepte de suborn com una despesa del negoci.
- Punt de vista ètic; hi ha una **línia molt fina** entre el que és la **cortesia social** i el **suborn**.







1.

## Normes ètiques

### 1.2 Qüestions ètiques en la venda de mercaderies

- Alguns comportaments èticament qüestionables en el desenvolupament de les activitats de venda detallista són:

**1.2.1** *Qualitat de la mercaderia venuda*

**1.2.2** *"Push Money"*

**1.2.3** *Pràctiques relacionades amb els clients i els coneguts*



1.

## Normes ètiques



### 1.2.1 Qualitat de la mercaderia venuda

- Un tema bàsic per al **detallista** quan elegeix un assortiment de productes és que els seus productes acomplisquen les espectatives dels seus clients.
  
- Entre els **factores que els clients esperen trobar** en els productes que compren destaquen els següents:
  - 1 **Fiabilitat, confiança, seguretat i seriositat.** El client espera que el producte siga fiable, i que funcione tal com funciona en la publicitat o quan li ho explica personalment el venedor.





1.

## Normes ètiques

- 2 ***Vida raonable-durabilitat.*** Els clients esperen que el producte dure raonablement.
- 3 ***Reparacions i manteniment.*** El client espera poder gaudir d'un bon servei postvenda.
- 4 ***Seguretat.*** El client espera que el producte siga segur. Els defectuosos o perillosos han de ser retirats de la venda. En tot cas es crea la controvèrsia amb productes com ara el tabac, l'alcohol o la pornografia.





1.

## Normes ètiques

### 1.2.2 "Push Money"

- Consisteix en incentius pagats pel proveïdor als venedors d'un comerç detallista perquè incentiven la venda de certs productes.
- És una **tècnica de promoció de vendes** ("push") normalment legítima i potencialment útil i valuosa ja que se li dóna una "espenteta" al producte en el punt de venda.
- No** serà **ètica** si el proveïdor ofereix l'incentiu al detallista sense el coneixement de la direcció comercial de l'establiment o si aquell mateix incentiu pot oferir-se a tot el personal de vendes. Encara és més il·legal si el rerefons és arruïnar els competidors.



1.

## Normes ètiques



### 1.2.3 Pràctiques relacionades amb els clients i coneguts

Aquest tipus de pràctiques recull diverses activitats:

**a** **Respecte al client.** S'inclouen accions en contacte directe amb el client:

1. Carregar un *plus* al preu total de la venda.
2. Retornar deliberadament un canvi incorrecte.
3. No contar tota la veritat sobre el producte.
4. Donar als clients rebaixes en productes que ells mateixos han danyat.



1.

## Normes ètiques



**b** *Respecte a companys, amics i familiars.* Són pràctiques desenvolupades en situacions amb empleats, amics o familiars.

1. No informar de furts de companys de treball,
2. Ser pressionats per amics i familiars per deixar-los aprofitar-se dels descomptes de què poden beneficiar-se únicament els empleats.

**c** *Respecte al treball.* Es refereix a la pràctica normal de l'empresa o al mateix lloc de treball:

1. Fer trampa amb les fitxes horàries dels empleats.
2. Donar a un empleat sense experiència una injusta quantitat de treball.





1.

## Normes ètiques

### 1.3 Qüestions ètiques en la direcció comercial d'un comerç detallista

- Les pràctiques ètiques dels detallistes s'estenen a normes generals dels directius, i se n'arreglen les següents:

**1.3.1** *Conflicte d'interessos*

**1.3.2** *Revelació d'informació confidencial*

**1.3.3** *Usar els fons de l'empresa*

**1.3.4** *Canviar de treball*





2.

## Els codis ètics

- Es poden enumerar quatre **problemes** que bloquegen el funcionament de l'empresa actual i **als quals l'ètica empresarial dóna solucions**.

Aquestes solucions es converteixen en l'objectiu dels ***codis ètics***, instruments de què es val l'ètica empresarial per a la gestió ètica dels problemes.

**2.1** La proliferació de les pràctiques empresarials dolentes

**2.2** La hiperjuridificació de la vida empresarial

**2.3** La credibilitat social de l'empresa

**2.4** La reducció de costos de coordinació







3.

## Normes legals

- La **lleï** formalitza els assumptes ètics de la societat i dicta *què, quan, per què, i com* es venen les coses i *qui* pot vendre-les.

Els **detallistes** que adopten un paper positiu i actiu en pro d'aquestes normes poden beneficiar-se, tant financera com psicològicament, de saber que fan el que és correcte.

- Quant al **e-tailing**, l'Associació Espanyola de Comerç Electrònic (AECE) i Autocontrol (Associació Autoreguladora del Sector Publicitari) han creat el sistema "*Confianza on line*", que s'encarrega de l'autorregulació integral per a la publicitat interactiva i el comerç electrònic ([www.confianzaonline.org](http://www.confianzaonline.org)).



## 3.

## Normes legals

3.1.1 *Llei de Defensa de la Competència*

- Descriu els drets bàsics dels consumidors, les *obligacions* dels fabricants, distribuïdors i *minoristes* (oferta, publicitat, promoció enganyosa o falsa) i les condicions que ha de complir el producte (ingredients, dades de producció, número de lot, data de producció, data de caducitat i d'altres).



## 3.

## Normes legals

3.1.2 *Llei de Competència Deslleial*

Els supòsits de competència deslleial es divideixen en:

- 1 Actes que es dirigeixen a un **competidor** determinat
  - a) De denigració o difusions de manifestacions sobre l'activitat d'un tercer.
  - b) De comparació pública de l'activitat amb la d'un tercer que no siguin anàlegs, rellevants ni comprovables.
  - c) D'imitació de les prestacions o de les iniciatives d'un tercer quan els consumidors pugen associar aquella activitat amb la d'un tercer.
  - d) D'inducció als treballadors, proveïdors o clients a la ruptura del seu contracte amb un tercer.

## 3.

## Normes legals

3.1.3 *Llei General de Publicitat*

- Publicitat comercial:** "tota forma de comunicació realitzada per una persona física o jurídica, pública o privada, en l'exercici d'una activitat comercial, industrial, artesanal o professional fi de promoure de forma directa o indirecta la contractació de béns mobles o immobles, serveis, drets i obligacions"
  
- Aquesta llibertat de publicitat té els seus límits en la **publicitat il·lícita:**
  - a) Atenta contra la *dignitat* de la persona
  - b) Publicitat *enganyosa*
  - c) Publicitat *deslleial*
  - d) Publicitat subliminal
  - e) *Infringeix la normativa* de determinats *productes*





3.

## Normes legals

### 3.2 Lleis sobre la protecció de consumidors i usuaris

*Llei General per a la **Defensa** de Consumidors i Usuaris*

3.2.1

*Llei **Venda a Terminis** de Béns Mobles*

3.2.2





## 3.

## Normes legals

## 3.3 Lleis relacionades amb el comerç detallista

3.3.1 *Llei d'**Ordenació** del Comerç Detallista*

3.3.2 *Llei **Complementària** de l'Ordenació del Comerç Detallista*

3.3.3 *Reial Decret de Mesures Urgents d'Intensificació de la **Competència** en Mercats de Béns i Serveis*

3.3.4 ***Altres lleis***

3.3.5 ***Observatori de la distribució comercial***





## 3.

## Normes legals

3.3.1 *Llei d'Ordenació del Comerç Detallista* \*

- Defineix què és *establiment comercial*, l'obligació del venedor a respondre davant el comprador de la qualitat dels seus articles mitjançant una *garantia i servei postvenda i emmarca*, alhora, la *llibertat de preus*, així com la *prohibició de la venda amb pèrdua* (llevat de casos puntuals), i les *activitats de promoció*.



3.

## Normes legals

- Hi preveu, a més:
  - La prohibició de vendes en piràmide.
  - La venda en rebaixes (dos temporades a l'any: al gener i al juliol).
  - La venda de saldos (productes invenuts per deteriorament, desperfectes o obsolescència).
  - Les vendes en liquidació (de caràcter excepcional, cal extingir les existències per: cessament total o parcial de l'activitat).
  - Les vendes amb obsequis (per promoure les vendes).
  - Les vendes especials: a distància ("Internet"), automàtica i ambulant.







## 3.

## Normes legals

### 3.3.2 *Llei Complementària de l'Ordenació del Comerç Detallista*

- Horari d'obertura i de tancament dels establiments comercials de venda i distribució de mercaderies, així com els dies festius o laborals, i el nombre d'hores diàries o setmanals, en què es durà a terme l'activitat.

### 3.3.3 *Reial Decret de Mesures Urgents d'Intensificació de la Competència en Mercats de Béns i Serveis*

- Introdueix reformes en el sector de la distribució comercial i flexibilitza els horaris comercials.



## 3.

## Normes legals



### 3.3.4 *Altres lleis*

- Hi ha en la legislació espanyola una altra sèrie de lleis particulars per a cada comunitat.

### 3.3.5 *Observatori de la Distribució Comercial*

- L'Observatori de la Distribució Comercial es va crear gràcies al Pla Marc de Modernització del Comerç Interior. Té la seua missió principal de realitzar un adequat seguiment de l'evolució del sistema de distribució comercial a Espanya i, alhora, elaborar-ne un estudi, avaluar la informació existent i valorar l'evolució del sector.





## Capítol 9

# Aspectes ètics i legals del comerç detallista

### RESUM DEL CAPÍTOL

#### Ara has de ser capaç de:

Reconèixer si és ètic per als detallistes carregar un "extra" per permetre als fabricants que venguen el seu producte en l'establiment.

Saber si és legal per a un detallista atraure els consumidors al seu establiment si anuncia un producte a un preu més reduït de l'usual per a després induir el consumidor que canvie a un altre producte més car.





De Juan Vigaray, M.D. (2004),  
***Comercialización y retailing:  
Distribución comercial aplicada***, Ed.  
Pearson Educación-Prentice Hall.  
[ISBN: 84-205-4372-1]

