



PREVENCIÓN DE RIESGOS EN CAMPAÑAS COMERCIALES Y PICOS DE AFLUENCIA



REBAJAS • NAVIDAD • BLACK FRIDAY

Las campañas comerciales como el Black Friday, las rebajas y la campaña de Navidad suponen un aumento significativo de clientes, ventas y ritmo de trabajo.

Este incremento puede generar riesgos laborales adicionales que deben prevenirse mediante planificación, organización y buenas prácticas preventivas.

Por ello, la prevención es clave para evitar accidentes, garantizar la seguridad y mantener la calidad del servicio.

El objetivo del presente folleto es garantizar la seguridad y salud del personal durante periodos de alta demanda.

PRINCIPALES RIESGOS EN CAMPAÑAS COMERCIALES

Riesgos físicos

- Caídas al mismo nivel (suelos mojados, cajas, cables, mercancías en tránsito)
- Golpes y choques en zonas congestionadas y con circulación rápida
- Sobreesfuerzos por manipulación de cargas
- Fatiga por jornadas prolongadas
- Aglomeraciones en zonas de caja.
- Bloqueo de salidas de emergencia.



Riesgos psicosociales

- Estrés por presión de ventas
- Sobrecarga de trabajo
- Atención simultánea a múltiples clientes
- Conflictos con público
- Incremento de reclamaciones.
- Jornadas ampliadas.

Riesgos ergonómicos

- Manipulación repetitiva de productos.
- Sobreesfuerzos en reposición.
- Posturas forzadas en cajas registradoras.
- Movimientos repetitivos (escaneado continuo).

Riesgos organizativos

- Falta de personal
- Desorden en almacén
- Exceso de horas extraordinarias

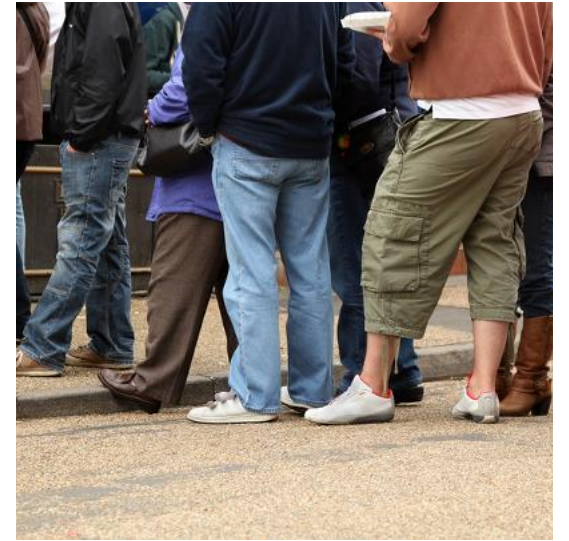
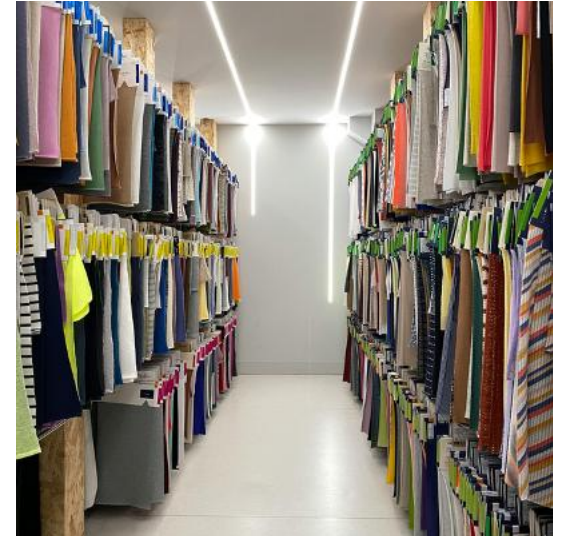


BUENAS PRÁCTICAS PARA TRABAJAR CON SEGURIDAD

Organización del espacio y del flujo de clientes

Una distribución adecuada minimiza caídas, bloqueos y conflictos.

- Mantener accesos libres y señalizados: garantizar entradas y salidas despejadas. Verificar diariamente que las salidas de emergencia no estén obstruidas.
- Diseñar recorridos claros y cómodos para la clientela: establecer flujos de circulación definidos y evitar cruces en zonas estrechas.
- Organizar colas para minimizar empujones o bloqueos: delimitar zonas de espera y supervisar momentos críticos (aperturas y promociones).
- Redistribuir productos para evitar acumulaciones en pasillos: no colocar mercancía en vías de evacuación ni reducir la anchura mínima de paso.
- Reforzar la señalización durante campañas especializadas: señalización temporal visible para promociones, cajas, devoluciones y ofertas.



Priorización de tareas para evitar sobrecarga

La organización del trabajo es clave para prevenir fatiga y riesgos psicosociales.

- Identificar tareas esenciales y concentrarse primero en ellas: priorizar atención en la caja, reposición crítica y mantenimiento del orden.
- Alternar funciones para reducir fatiga acumulada: rotar entre tareas de atención al público y reposición para evitar sobrecarga física y mental.
- Simplificar procedimientos temporales en horas punta: aplazar tareas administrativas no urgentes y aplicar protocolos simplificados autorizados.
- Planificar reposición en momentos con menor afluencia: realizar reposiciones masivas fuera de horas punta siempre que sea posible.
- Evitar simultanear tareas críticas bajo presión: no asignar simultáneamente caja y reposición o tareas que requieran alta concentración.

Prevención de incidentes por prisas y saturación.

- Evitar desplazarse rápidamente con objetos en las manos que limiten la visibilidad.
- Mantener el suelo libre de obstáculos, cajas, embalajes o perchas.
- Revisar zonas de paso antes de cada cambio de turno.
- Evitar improvisaciones en la colocación de expositores o mercancía.
- Reforzar el orden en mostrador y zonas de caja para garantizar movilidad segura.

El objetivo final es reducir caídas, golpes y situaciones de riesgo derivadas del exceso de velocidad o desorganización.



Comunicación interna en momentos de alta demanda

- Coordinar tareas mediante mensajes breves, claros y priorizados.
- Establecer turnos de descanso rotativos para mantener el rendimiento.
- Informar de incidencias relevantes (acumulación en cajas, falta de stock, conflictos).
- Asegurar que todo el personal conoce las prioridades de cada tramo horario.

Se debe evitar errores, duplicidades y sobrecarga organizativa en horas punta



RECOMENDACIONES FINALES

Una correcta prevención reduce accidentes, mejora el bienestar del personal y ofrece una mejor experiencia al cliente. La seguridad debe formar parte de la planificación de cualquier campaña comercial.



VERIFICACIÓN DIARIA

- Orden general del espacio
 - Zona de ventas despejada y organizada.
 - Mercancía correctamente colocada.
 - Ausencia de embalajes o materiales en el suelo.
- Revisión de pasillos, accesos y puntos críticos
 - Pasillos con anchura suficiente.
 - Accesos y salidas libres de obstáculos.
 - Zonas de mayor afluencia bajo supervisión.
- Valoración de carga de trabajo y prioridades
 - Identificación de tareas esenciales del tramo horario.
 - Distribución equilibrada de funciones.
 - Ajuste del personal según previsión de afluencia.
- Comprobación del estado de zonas de caja y probadores
 - Mostradores despejados.
 - Espacio suficiente para la movilidad del personal.
 - Probadores ordenados y sin acumulación de prendas.
- Preparación de equipos y materiales necesarios
 - TPV y sistemas de cobro operativos.
 - Bolsas, etiquetas y material de reposición disponibles.
 - Carros y medios auxiliares en buen estado.
- Comunicación interna previa a la apertura del establecimiento
 - Información clara sobre objetivos y prioridades del día.
 - Recordatorio de pautas preventivas.
 - Confirmación de turnos y pausas programadas.

MATERIAL ADICIONAL AL PROYECTO

Escanea los QR y accede a los videos de prevención desarrollados en el proyecto.



“Prevención de robos, hurtos y violencia externa en el comercio”



“Trabajo en solitario en el comercio: medidas de prevención y autoprotección”



“Esta actuación se financia con fondos públicos. El Instituto Regional de Seguridad y Salud en el Trabajo colabora económicamente en la elaboración de este material, no haciéndose responsable de los contenidos del mismo ni de las valoraciones e interpretaciones de sus autores. El material elaborado recoge exclusivamente la opinión de su autor como manifestación de su derecho de libertad de expresión”



PREVENCIÓN DE RIESGOS EN CAMPAÑAS COMERCIALES Y PICOS DE AFLUENCIA