



Federação das Câmaras de
Dirigentes Lojistas do
Estado de São Paulo

VAREJO & TECNOLOGIA

Ano 2 / Nº 9



**Compras de fim de ano,
a preparação do varejo para as datas festivas.**

Roubos e Furtos

O Brasil, juntamente com Índia e Marrocos, é um dos países que mais sofre com as perdas no varejo, segundo estudo do Centro de Pesquisa do Varejo, da Inglaterra, elaborado a partir de dados de 1.103 dos maiores varejistas de 42 países. No exterior, as perdas estão centradas nos roubos e furtos de consumidores e funcionários. No Brasil, decorrem não só da má intenção (furtos e roubos) como de erros - deixar estragar produtos ou passar da validade e fazer compras erradas. Além disso, há a degustação, em que consumidores abrem os produtos para usá-los ou analisá-los melhor, estragando-os.

De acordo com o Programa de Administração de Varejo (Provar) da Fundação Instituto de Administração (FIA), as perdas no varejo somam 1,77% da receita operacional das empresas, que foi de R\$ 635 bilhões em 2009, segundo estimativas da Confederação Nacional do Comércio (CNC).

Com essas significativas perdas, o varejo deixa de embolsar R\$ 11,2 bilhões no ano. Segundo o Provar, 40,5% desse total, o equivalente a pouco mais de R\$ 4,6 bilhões, são perdidas com furtos. Os funcionários das empresas respondem por metade desse valor.

Há algum tempo o varejo promove grandes mudanças no formato de suas lojas e busca se adequar aos novos hábitos e comportamentos dos consumidores. No entanto, os projetos geralmente levam em conta apenas a estética e forma de exposição dos produtos, deixando de lado aspectos importantes em relação à prevenção de furtos, por equipamentos antifurto já na planta (evitando transtornos de remover gôndolas e pisos para passagem de cabos). A principal e mais notória mudança ocorrida no varejo nos últimos anos foi a evolução do Autosserviço, decorrente dessa necessária mudança que visa uma maior interação do cliente com o produto e vem atrelada a natural disponibilidade, do produto, para quem quer furtar. Sendo assim a prevenção de perdas se faz cada vez mais necessária e o varejista começa a perceber que esse é um caminho sem volta.

É importante lembrar que, ao contrário do que muitos pensam, não é o tamanho do estabelecimento que define o índice de furto. Alguns fatores não são levados em conta pelos varejistas, por exemplo, descontar os prejuízos decorrentes de eventuais furtos de funcionários da loja é o mesmo que criar "novos furtantes". Tratar mal funcionários é um dos caminhos do furto interno. A falta de visão de controle e gestão de

estoque, descuido na arrumação da loja, itens relevantes e mais constantes nas lojas menores, estes é que definem ou contribuem para um elevado índice de perdas e não o tamanho da loja, lembra Luiz Fernando Sambugaro, diretor de comunicação da Gateway Security, empresa especializada em prevenção de perdas.

Existem ainda medidas tecnológicas que podem minimizar o problema tais como: cadeados eletrônicos com multimídia, etiquetas rígidas ou os pinos de segurança com a nova tecnologia RFID, os aspectos de modernização das antenas e equipamentos de CFTV, entre outros.

É importante a conscientização de que o varejista tem perdas. De acordo com Sambugaro, ações conjuntas, como a integração de soluções arquitetônicas e de segurança podem reduzir em até 80% os furtos no varejo.

"No planejamento, os arquitetos também devem considerar os riscos eminentes de furto e roubo, como a presença de colunas, mobiliário ou iluminação inadequados, que bloqueiam a visão dos produtos pelo lojista, e criam cantos mortos e escuros, com sombras de iluminação", explica.

"É importante que, ao desenvolver o projeto, também se estudem os problemas mais comuns de furtos e perdas enfrentados pela empresa".

Cada segmento tem sua lista de produtos identificados seu setor identificá-los. As mercadorias mais visadas são roupas e acessórios, jeans, lingerie e roupas infantis; em cosméticos são bronzeadores, perfumes e cremes especiais; alimentos, CDs, DVDs e produtos eletrônicos como celulares, lap tops e memórias. Nos supermercados, o quadro é ainda mais crítico. As perdas somam 2,33% do faturamento das empresas. O cuidado é maior com os produtos de alto risco (como celulares, notebooks, câmeras digitais e pen drives), de tamanhos pequenos e de alto valor agregado suscetível ao furto como, por exemplo, bebidas alcoólicas.

Em 2009, os prejuízos causados por roubos ao comércio varejista no Brasil aumentaram 6,6% em comparação com 2008, segundo levantamento global do Centro de Pesquisas do Varejo, na Grã-Bretanha. O país aparece em sétimo lugar no ranking de perdas provocadas por esses crimes, atrás apenas de Índia, Marrocos, México, África do Sul, Turquia e Tailândia.