



ABCFARMA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO COMÉRCIO FARMACÊUTICO

Prevenindo a mão leve

02 dez '13



© antpkr - Fotolia.com

Furtos e perdas por desvio geram prejuízos colossais nas farmácias e drogarias brasileiras - a estimativa é de mais de 6 bilhões de reais por ano. Mas é possível prevenir, ou pelo menos dificultar bastante, as ações dos amigos do alheio em sua loja. Nesta matéria, acompanhe as recomendações de um superespecialista no tema: **Luiz Fernando Sambugaro**, diretor da **Gunnebo Gateway Brasil**, líder nacional em soluções tecnológicas para a proteção eletrônica de mercadorias no varejo e uma das maiores companhias do mundo na área da segurança

O Brasil ainda é um dos países com baixíssimo nível de prevenção antifurtos perdas. **Sambugaro** calcula de 15 a 20% o índice de empresas que adotaram medidas de proteção eficientes. Com a venda crescente de cosméticos e produtos de higiene no canal farma, aumentam também os riscos de furto – nesse contexto, produtos com alto valor agregado precisam de mais proteção. Às vezes, o simples redesenho da disposição dos produtos nas prateleiras e uma mudança de foco na iluminação conseguem prevenir

atitudes mais furtivas de falsos clientes. Mas, de qualquer forma, as farmácias precisam adotar uma estratégia consciente de segurança, sem confiar nas soluções improvisadas ou instintivas. Tudo começa com uma postura corporativa que encare furtos e perdas como uma realidade a ser encarada de frente. Essa cultura antiperdas vem de cima para baixo, mas passa, necessariamente, por uma sinergia que, dentro da empresa, congrega pessoas, processos e tecnologia para se tornar uma oportunidade de ganho. Analistas estimam em 1,75% o índice de furtos e perdas no varejo.

No caso do mercado farmacêutico, estimado em 40 bilhões de reais/ano, isso representaria a espantosa cifra de 7 bilhões/ano. Só por isso se tem uma ideia do retorno financeiro de um investimento em segurança. “O investimento para prevenir furtos em farmácias é de suma importância para diminuir os prejuízos e, conseqüentemente, aumentar a margem de lucro”, diz **Luiz Fernando Sambugaro**. Segundo ele, o primeiro passo no roteiro da prevenção é conseguir o comprometimento da equipe para a meta de reduzir perdas. Uma das formas mais simples de se obter a adesão da equipe é estabelecer uma mentalidade de prevenção e um sistema de bônus para premiar os colaboradores quando a meta de redução é alcançada. “Quanto mais conceitual for a empresa, mais cedo o roubo é percebido”, diz **Sambugaro**. Esse conceito envolve, por exemplo, prateleiras bem arrumadas, cujo design facilita a percepção das perdas. Ele cita um exemplo bem prático: a farmácia costuma vender três kits de lâminas de barbear por dia. Se o setor do produto de repente se esvazia, algo anormal aconteceu. Ok, o furto foi detectado. É hora de prevenir, para evitar a continuidade do delito. Segundo estatísticas internacionais, é impossível eliminar o risco de furtos – mas uma redução para 0,5%, que é o que geralmente se alcança com as medidas de proteção.

Medidas de segurança

Expor produtos de pequeno tamanho e alto valor agregado e, ao mesmo tempo, mantê-los protegidos dos “furtantes” tem sido um dos grandes desafios dos varejistas de farmácias e drogarias. A resposta a essa realidade, segundo Luiz Fernando, passa por mudanças de projetos de design e arquitetura, além de investimentos em soluções tecnológicas, hoje acessíveis e comprovadamente eficazes. E integrar essas medidas já no projeto da loja é sempre mais simples do que reformar. “Os projetos padrões das lojas geralmente levam em conta apenas a estética e a forma de exposição das mercadorias, deixando de lado, na planta, aspectos importantes, como iluminação e previsão de instalação de equipamentos antifurto, o que evitaria transtornos, como a remoção de gôndolas e pisos para a passagem de cabos”, explica ele. “A integração das soluções arquitetônicas e de segurança pode reduzir em até 80% os furtos nas farmácias. Para isso, é importante que, desde o planejamento até a execução do projeto, sejam levantados e analisados os problemas mais comuns enfrentados pela empresa e fatores que podem reduzir os riscos iminentes”, esclarece o executivo da **Gunnebo**. Por exemplo, colunas e mobiliário em posição inadequada ou iluminação deficiente bloqueiam a visão dos produtos e criam cantos “mortos” ou escuros.

Evitar colunas e instalar gôndolas baixas são soluções simples e baratas, por permitir ao lojista melhor visão do que está acontecendo em todo o estabelecimento. Quando o imóvel já está pronto, essas providências são mais difíceis de serem adotadas e a segurança deve ser redobrada. “Os equipamentos relacionados ao sistema de prevenção não devem interferir e, sim, integrar-se ao ambiente e harmonizar-se com o layout da loja”, esclarece **Sambugaro**. Além disso, a entrada da farmácia deve ser dimensionada a partir de aspectos relacionados ao marketing e aos conceitos do estabelecimento, mas

sem perder de vista os aspectos econômicos que envolvem a instalação das antenas. Quanto maior a entrada, mais equipamentos serão necessários.

Equipamentos

Há hoje cerca de 15 modelos de antenas verticais, de preços diversos, que detectam etiquetas não processadas no caixa. A escolha por uma delas é apenas uma questão de estética, já que, eletronicamente, todas têm a mesma eficiência. Da mesma forma, existem câmeras e câmeras – de 50 a 5 mil dólares. E o investimento deve ser proporcional às dimensões e ao conceito da loja. Câmeras de segurança, independentemente de sua configuração, são hoje fundamentais para um esquema de prevenção de perdas entre os produtos colocados na seção de autosserviço. “Se você enxerga a câmera, a câmera te vê”, diz **Luiz Fernando Sambugaro**, para ilustrar o papel inibidor das câmeras. Um terceiro item muito importante da tecnologia antifurto são as etiquetas adesivas de proteção, seja por radiofrequência ou modo acústico-magnético, estas as mais usadas em produtos vendidos em farmácias, pois permitem uma grande área de informação. Mas a colocação das etiquetas, de modo geral, ainda não pertence à alçada dos comerciantes. Produtos com etiquetas de proteção geralmente já vêm de fábrica ou agregam o dispositivo nas distribuidoras.

Esse recurso é aplicado, prioritariamente, em produtos com maior risco de furto – como certos protetores solares. Restará aí uma última medida de segurança: se a antena captar a saída de um cliente com produtos que não passaram pelo caixa, e disparar o alarme, como abordá-lo? Aliás, o alarme é sempre necessário, causando constrangimento? Há alternativas? E a quem cabe essa abordagem – e de que modo? Tratar o cliente como ladrão, a não ser em situações muito ostensivas, certamente não é a estratégia mais indicada.

Aí se destaca, mais uma vez, a importância do treinamento e da cultura antiperdas que deve ser adotada pelas farmácias.

Passo a passo para instaurar uma cultura de prevenção de furtos e perdas na empresa

1. O primeiro passo é definir a hierarquia. O cargo responsável pela área nunca deve ter ligação com setores operacionais
2. Preparação dos funcionários:
 - a. Muito treinamento e atualizações.
 - b. Programas motivacionais.
 - c. Campanhas de esclarecimento para todas as áreas.
 - d. Em reuniões internas, o responsável por prevenção e perdas deve ter destaque, já que todo valor que ele consiga reduzir é lucro adicional.
3. Tecnologias adequadas ao segmento em que opera (de câmeras, antenas, cadeados eletrônicos a softwares específicos).
4. Normas e procedimentos para todas as áreas da empresa.

Mais informações: www.gateway-security.com.br

Disponível em: <http://www.abcfarma.org.br/noticias/prevenindo-a-mao-leve.html>