

Fatos e contradições do varejo

Varejistas devem buscar soluções que diminuam crescimento de índices de perdas no setor

24 de Janeiro de 2014

Escrito por *Luiz Fernando Sambugaro

O número de shopping centers cresceu em 2013, e fechou com um total de 495 unidades. Para este ano, a previsão é que sejam inaugurados outros 41 empreendimentos. De acordo com a Serasa Experian, o volume de consultas aumentou em relação a 2012, o índice de inadimplência caiu 4% e os pedidos de falência e recuperação de empresas, idem. O movimento de clientes cresceu 5,2% no ano passado, principalmente nos supermercados (primeiro lugar) e na área de têxtil, calçados e acessórios.

Por outro lado, os dados publicados recentemente por um estudo realizado pelo Ibevar, Nielsen e Provar demonstram que as perdas continuam a crescer. Elas passaram de 1,76% em 2011 para 1,83% em 2012, e nossa experiência diz que o índice relativo a 2013, a ser divulgado neste ano, será ainda maior.

Pela primeira vez, levantou-se o estágio das perdas no segmento de pequenas empresas, com uma amostragem de 1.025 lojas, a maioria delas (96,5%) dentro do Estado de São Paulo. Ou seja, numa área onde o processo de comunicação, a disponibilidade de tecnologia e de técnicos é muito superior a qualquer outra região do país. O que mais nos chamou a atenção foram os absurdos índices de perdas encontrados nesse segmento e a quase total desatenção aos princípios e recursos à disposição desses varejistas para a redução das perdas e ganhos adicionais para o negócio. Cito alguns exemplos: o médio e grande varejo supermercadista registrou índice de 1,95% (6,6% a mais que a média do mercado) de perdas na pesquisa anual, já entre os supermercados de pequeno e médio porte o índice foi muito além, chegando a 6,7%. Imagine o quanto isso representa no bolso do varejista.

No setor de drogarias e afins, o índice de perdas dos grandes players foi de 0,33%, que contrasta com o absurdo 4,6% registrado entre os pequenos e médios estabelecimentos.

Na área de materiais de construção, então, a situação é das piores. Enquanto os grandes varejistas registraram um índice de 1,2%, os demais acumularam inimagináveis 11,4% em perdas. Isso mesmo quase dez vezes mais.

Um dos segmentos mais ativos, principalmente em shopping centers e grandes centros comerciais, a área de confecções (vestuário) fechou com um índice de 1,02% entre as lojas dos grandes grupos, ou seja, aproximadamente 45% menor que a média registrada. E para as pequenas empresas pela primeira vez pesquisadas? Um susto. Perdas de 7,8%. Não é possível entender como convivem com resultados tão significativos.

Por todos esses fatores é que nas pesquisas realizadas em 2013 com membros da maioria das associações varejistas, ao responderem sobre os temas prioritários para

contribuir para a melhoria do setor, apareceram três itens de muita relevância, nem sempre nessa ordem de prioridade: gestão financeira, gestão administrativa e perdas

Com isso, era de se esperar que o volume de novas lojas com proteção contra furtos e outros tipos de perdas crescesse mais que a média dos últimos anos, mas o que vimos, na realidade, foi uma desconfortável estagnação. Os bandidos agradecem.

Senhores varejistas, despertem para a realidade da situação, busquem parceiros que possam lhes ajudar a diminuir esses elevados e crescentes índices de perdas, independentemente do seu tamanho.

*Luiz Fernando Sambugaro é diretor de Comunicação da Gunnebo Gateway Brasil

Disponível em: <http://www.clientesa.com.br/artigos/52900/fatos-e-contradicoes-do-varejo/ler.aspx>