

Previna-se CONTRA AS PERDAS

Em todo o mundo, o total de perdas no varejo em 2010 foi de US\$ 107 bi. Para discutir alternativas e soluções para o problema, a Alshop promove este mês a segunda edição do Fórum Alshop – Segurança em Shopping e Prevenção de Perdas no Varejo

por Renata Gallo

O Brasil é um dos países que mais sofrem com as perdas no varejo. Esta é a conclusão de uma pesquisa do Centro de Pesquisa do Varejo, da Inglaterra, intitulada Barômetro Global de Furtos no Varejo. De acordo com o estudo, elaborado a partir de dados de 1.103 dos maiores varejistas de 42 países, o Brasil figura ao lado da Índia e Marrocos como os países que tiveram mais perdas no setor.

Para discutir o assunto, a Alshop promove no próximo dia 31 de agosto, no Grand Hyatt Hotel São Paulo, o II Fórum Alshop – Segurança em Shopping e Prevenção de Perdas no Varejo, que irá discutir com especialistas alternativas e soluções para o problema.

Problema que não é só nosso. Segundo o relatório britânico, em todo o mundo, o gasto de prevenção em perda por varejistas em 2010 foi de US\$ 26,5 bilhões e o total de perdas no varejo de US\$ 107,3 bilhões, o equivalente a 1,36% do valor das vendas. A taxa de encolhimento no Brasil entre junho de 2009 a junho de 2010 foi de 1,64% (sendo encolhimento o termo que define a diferença entre a receita que a empresa deveria ter e a receita que, de fato, ela teve). ▶



O consultor Mauricio Fiss, sócio da ICTS Global, empresa de consultoria e serviços em gestão de riscos de negócios, ressalta algumas diferenças entre os problemas de perdas no Brasil e no exterior. Segundo ele, no exterior, as perdas e seu combate estão centrados nos roubos e furtos de consumidores e funcionários, enquanto que no País há outras variantes. "No Brasil, as perdas são causadas não só devido à má intenção (furtos e roubos), mas também a erros como, por exemplo, deixar produtos estragar, compras erradas ou passar da validade. Além disso, temos o componente de 'degustação', em que consumidores abrem os produtos nas lojas para usar ou analisar melhor, estragando-os", diz.

De acordo com a pesquisa mais recente realizada pelo Programa de Administração de Varejo (Provar) da Fundação Instituto de Administração (FIA), as principais causas de perdas no varejo no Brasil são: quebra operacional (30,9%); furto externo (20,4%); furto interno (20,1%); erros administrativos (14,5%); fornecedores (9%); e outros (5,2%). Os dados, relativos ao ano de 2009, foram coletados com base nas informações de 79 empresas brasileiras e apontam que as perdas no varejo nacional somaram, em média, 1,77% da receita operacional das empresas, uma queda em relação ao ano anterior (2008) quando estas contabilizaram 2,05%.



A boa integração entre fator humano, tecnologia e gestão tem como objetivo, sempre, não prender o oportunista, mas evitar que ele entre no estabelecimento

Os produtos mais visados no mercado são os chamados Produtos de Alto Risco (PAR). E, segundo Mauricio Fiss, da ICTS Global, há casos de perdas significativas em itens tão diversos, como eletrônicos ou peças inteiras de carne. “Para alguns públicos pode ser uma pilha ou um DVD, porém os produtos mais visados são principalmente aqueles que têm um mercado consumidor, seja porque têm liquidez no mercado paralelo ou determinado valor absoluto”, explica.

Monitoramento

Não por acaso a indústria de segurança no Brasil tem crescido de 10% a 15% ao ano. “A cada reportagem que passa na TV sobre flagrantes de assaltos, acidentes de trânsito ou aéreos, feitos por câmeras de circuito interno, aumenta a procura pela instalação de monitoramento”, diz o **diretor de Marketing da Gateway Security, Luiz Fernando Dias Sambugaro.**

A maioria dos projetos de shoppings e de centros comerciais, segundo ele, já nasce com um projeto de segurança definido, mas, enquanto 90% dos varejistas da Europa instalam algum tipo de sistema de segurança, no Brasil esse número ainda é tímido, de cerca de 15%, sendo que 80% destes são de grandes corporações e lojas âncoras. “No aspecto preventivo, um dos instrumentos de contribuição mais efetivos é o circuito fechado de TV. E, quanto maior a integração de todo o sistema de segurança, maior será o índice de eficiência”, explica o diretor da Gateway, empresa que atua no desenvolvimento de soluções técnicas e de design para proteção eletrônica de mercadorias.

A instalação de um sistema de segurança é capaz de diminuir as perdas em cerca de 70%, avalia Sambugaro. Um dos cases de maior sucesso da Gateway, no entanto, a Fnac Brasil, conseguiu que seu índice de perdas caísse de 4,3% há cinco anos para 0,33%. “Resultado da boa integração entre fator humano, tecnologia e gestão”, explica.

Manter esse tripé forte e interdependente é a chave do sucesso na prevenção de perdas. “Não basta investir somente em boa tecnologia ou em processos, sistemas ou capacitação, mas sim trazer uma solução integrada, pois é necessário não só uma solução para os roubos, mas também para garantir que erros não aconteçam”, explica Mauricio Fiss.

Para o diretor de Operações da Gocil Segurança e Serviços, Cezar Valverde, a tecnologia deve servir apenas de apoio ao trabalho. “A tecnologia não é o fim. O começo e o fim é o homem que vai conduzir a ação”, explica. De acordo com o diretor da empresa, que conta com um contingente de 15 mil funcionários, os profissionais que atuam na segurança de shoppings recebem treinamento a cada trimestre e têm como objetivo principal identificar uma ação se formando. O objetivo, sempre, não é prender o oportunista, mas evitar que ele entre no estabelecimento.

Os especialistas são unânimes em apontar que é preciso maior integração entre shoppings e lojistas para discutir estratégias de segurança e até mesmo para a identificação de quadrilhas. “Segurança não é só responsabilidade de um, mas de todos que fazem parte daquele empreendimento. O grande objetivo é que o cliente saia satisfeito e seguro de seu momento de lazer”, conclui Valverde, da Gocil. ■

Produtos de Alto Risco (PAR)	
Farmácia	
1.	PROTETOR SOLAR
2.	LÂMINA DE BARBEAR
3.	DESODORANTE
Eletrônicos	
1.	APARELHO CELULAR
2.	CÂMERA DIGITAL
3.	NOTEBOOK
Vestuário	
1.	CALÇADOS
2.	BOLSAS
3.	CAMISAS DE FUTEBOL

*Fonte: Prosegur