

# Natal pede mais segurança na loja

Os furtos, principais causas das perdas do varejo, são favorecidos, no fim de ano, pelo maior fluxo de pessoas e de volume de produtos expostos na área de venda.

Fátima Lourenço

As perdas do varejo chegam a triplicar no Natal e os cuidados para evitá-las devem ser redobrados por todos, alerta o presidente do Programa de Administração de Varejo, da Fundação Instituto de Administração (Provar/FIA), Claudio Felisoni de Angelo. Os eventos do gênero tendem a se concentrar nesse período, impulsionados pelo crescimento do volume de vendas, de uma maneira geral 48% maior no quarto trimestre, na comparação com o desempenho dos primeiros três meses do ano, calcula o especialista. "A demanda é maior, mas a estrutura do lojista não se dilata com a mesma amplitude", ressalva.

Os furtos internos e externos, apontados como as principais causas das perdas do varejo, são favorecidos, no período de Natal, pelo aumento do fluxo de pessoas na loja e pelo maior volume de produtos expostos na área de venda.

Há variações, conforme o segmento de atuação (veja algumas delas no quadro ao lado). Em números médios, os furtos internos e externos respondem por 41,18% das perdas totais do varejo, aponta estudo anual do Provar sobre o tema.

**Prevenção** – A prevenção é o melhor caminho. Na Caedu, rede de moda masculina, feminina e infantil, com 35 anos de mercado e 25 lojas em operação acontecem, por semana, até três episódios com potencial de gerar perdas em cada uma das unidades. "A nossa vivência nos mostra que no Natal esse número é três vezes maior", conta o gerente de auditoria e prevenção de perdas, Carlos Landi.

Antes da criação, há cinco meses, do departamento de prevenção, a empresa desconhecia esses detalhes, explica o executivo. "O que não havia

era uma gestão para medir resultados. Os equipamentos ajudavam a inibir os furtos, mas não se conheciam as perdas", afirma Landi.

"A instalação da tecnologia pode ser feita rapidamente, mas a montagem de um departamento de prevenção de perdas não se faz de um dia para o outro", diz o executivo da Caedu, com a experiência de quem atua há 13 anos na área.

Ele ensina que o processo requer, além de equipamentos, conhecimentos sobre a região e a clientela; definição de procedimentos (onde e por quem será feita a etiquetagem de segurança nos produtos, por exemplo); estudo das áreas de maior risco no ponto de venda (para instalação de câmaras); tipos de abordagem, no caso de situações potenciais de furto; e treinamento da equipe (vendedores, fiscais, seguranças), entre outras providências.

"Tudo tem que estar escrito. Quando a gente cria regras, é o processo que acaba denunciando as fraudes, na hora da

Fotos: Vivi Andreoni/LUZ



Uma loja de shopping center com porta de até 1,8 metro pode gastar entre R\$ 2 mil e R\$ 20 mil com a antena para a entrada do estabelecimento

## Avaliação das perdas no varejo brasileiro

Confira a participação das causas por segmento de negócio (em %)

Segmentos	Atacado	Eletrô eletrônico	Farma	Material de construção	Vestuário	Super mercado	Média do varejo
<b>Causas</b>							
Furto externo	10,50	28,39	28,32	20,33	17,68	17,68	20,75
Furto interno	40,12	20,22	20,05	19,33	36,33	18,17	20,43
Erros administrativos	15	28,53	12,55	22,67	14,33	13,57	14,75
Fornecedores	5	6,87	7,13	13	4,67	10,01	9,16
Quebra operacional	29	6,09	21,64	19,67	8,33	39,55	31,46
Outros ajustes	49,77	10	5	15	12	3,04	5,06

Fonte: Programa de Administração do Varejo (Provar)

auditoria", recomenda. Mundialmente, afirma Landi, os furtos internos são maiores que os externos.

Ao comerciante pouco familiarizado com o tema, ele recomenda que não sejam feitas, nesta época do ano, mudanças radicais de procedimentos em função do Natal. "A equipe não conseguirá absorver a tempo". Para quem já tem

equipamentos instalados, é hora de verificar se a manufatura está em dia, alerta. Ele assegura que a Caedu já tomou essas providências e neste momento cuida do treinamento dos funcionários extras, recrutados para suprir as demandas da época.

**Custos** – O diretor de comunicação da operação brasileira da Gateway Security, Luiz Fer-

nando Sambugaro, afirma que atualmente até o pequeno comerciante consegue instalar equipamentos de segurança.

Uma loja de shopping center com porta de até 1,8 metro, gastaria entre R\$ 2 mil e R\$ 20 mil com a antena para o local (variáveis conforme design e tipo de material), além dos custos unitários de etiqueta de proteção entre R\$ 0,60 e



A montagem de um departamento de prevenção de perdas não se faz de um dia para o outro

CARLOS LANDI, CAEDU

R\$2 (material rígido), e do desativador. Há a possibilidade de locação dos equipamentos necessários, ao custo mensal aproximado de R\$ 400, no caso de uma loja.

Sambugaro estima que no Brasil 15% dos varejistas façam prevenção de perdas. Nos Estados Unidos, Suíça, Argentina e Uruguai esse percentual varia de 60% a 70%, compara

No quarto trimestre, o empresário contabiliza crescimento das vendas da Gateway entre 50% e 60%. Além dos lojistas que buscam se prevenir para o Natal, há uma concentração de abertura de negócios no segundo semestre. São necessários pelo menos 15 dias para orçar e fazer a instalação de equipamentos de segurança em uma loja.