

9^a

Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro



abras[®]
Associação Brasileira de Supermercados


FELISONI
EXCELÊNCIA ASSOCIADA

GPP
Grupo de Empresas em
Prevenção de Perdas


PROVAR

nielsen
.....

Introdução

A Prevenção de Perdas é uma prática que integra diversos processos no varejo, tanto em nível operacional, quanto estratégico, visando a melhoria do resultado da empresa, através da redução e da prevenção de perdas.

Com o aumento da competitividade no mercado, a prática efetiva de Prevenção de Perdas vem se tornando não somente um fator diferenciador, mas um pré-requisito de negócios para empresas varejistas.

A apuração freqüente e a identificação das causas das perdas são fatores críticos para que os esforços de Prevenção de Perdas sejam eficazes.

Mudanças no mercado, como as recentes alterações no perfil do consumidor que tem acesso ao varejo, bem como as ampliações de alternativas de crédito para consumo, fazem com que seja fundamental um constante estudo do perfil das perdas, das alternativas para reduzi-las e um direcionamento de programas efetivos para preveni-las.

Contexto

A origem da Prevenção de Perdas no varejo brasileiro esteve focada nas perdas físicas oriundas das diferenças de estoques apuradas em inventários. A relevância das perdas físicas continua sendo importante, sendo que as mesmas têm sua origem em:

- (1) Quebras referentes a produtos danificados ou inadequados para venda ao consumidor final (exemplos: embalagens danificadas, aparas de carnes, produtos vencidos, etc.);
- (2) Furto interno (ações cometidas por colaboradores ou equipe terceirizada);
- (3) Furto externo (ações realizadas por clientes);
- (4) Erros administrativos (por exemplo, de erros no registro de notas fiscais);
- (5) Fraudes ou furtos cometidos por fornecedores.

Com o aumento do crédito e ampliação da base consumidora, perdas relacionadas a fraudes de meios de pagamento aumentam sua relevância e merecem atenção.

Objetivo

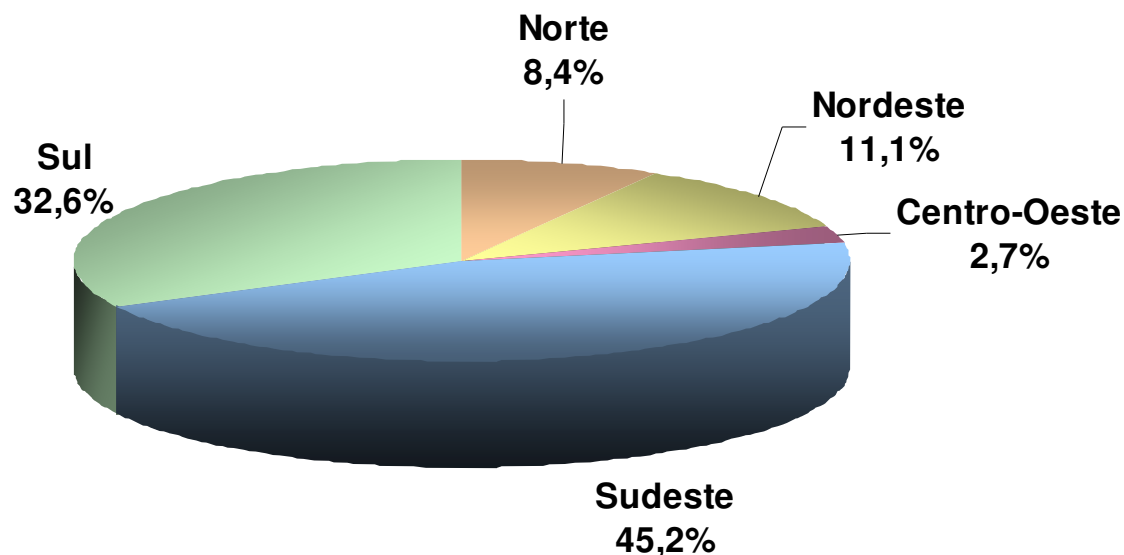
Neste contexto, este estudo tem como objetivo fornecer aos executivos indicadores de perdas e parâmetros para a comparação com os programas de prevenção de perdas adotados por suas empresas, bem como apresentar as tendências do setor.

Características da Amostra

Setor	Atacado	Eletrô eletrônico	Farma	Material de construção	Vestuário	Super mercado	Total
Nº de empresas	3	4	8	5	6	51	77
Nº de colaboradores	11.867	11.077	14.917	8.786	12.283	210.584	269.514
Área total de vendas (m ²)	364.415	264.702	70.427	325.752	247.359	3.384.460	4.657.115
Nº de check-outs	1136	1.439	2.125	535	19.226	24.186	48.647
Nº de lojas	87	386	857	71	260	1.448	3.109
Nº de CDs	3	15	11	10	6	101	146
Receita operacional bruta de 2008 (R\$ mi)	6.537,23	2.812,53	3.259,23	2.742,24	2.153,82	49.108,87	66.613,92

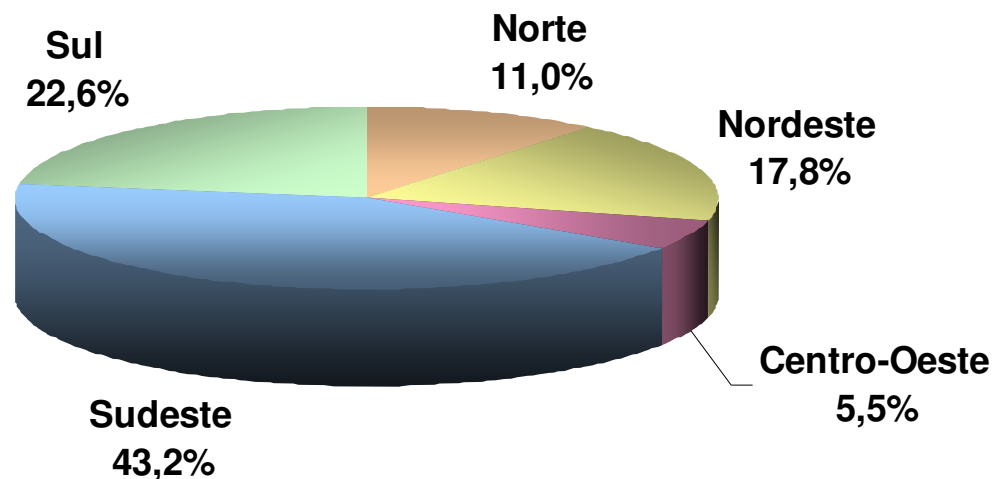
As empresas pesquisadas este ano possuem em conjunto um faturamento de mais de 66,6 bilhões; 16 bilhões a mais em relação a 2007, quando foram consultadas 47 empresas.

Distribuição Geográfica das Lojas da Amostra por Região do Brasil



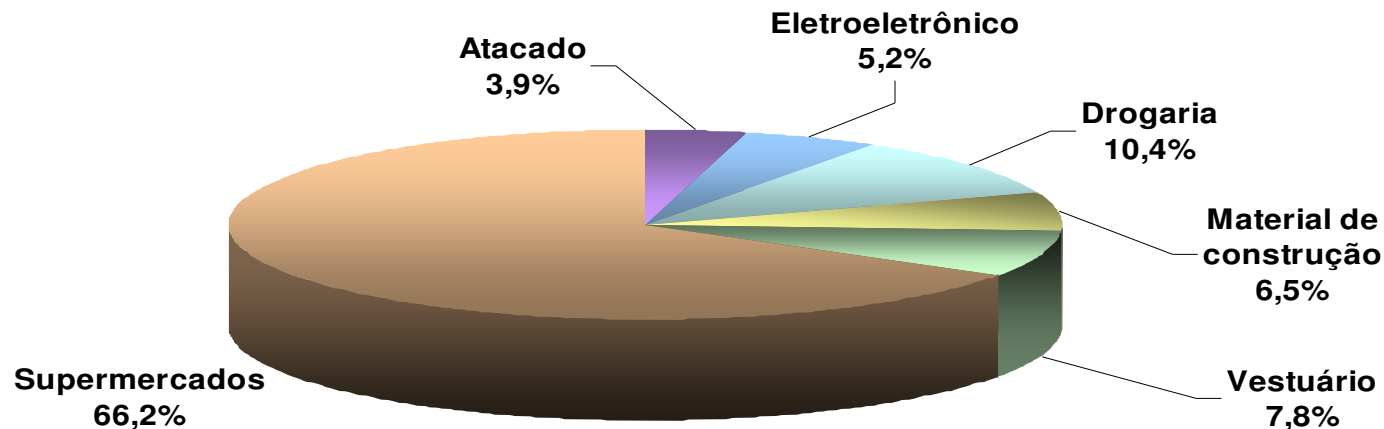
Em comparação a 2007, houve um aumento significativo do número de lojas no Sul, de 15% para 32,6%. Por outro lado, o número de lojas da região Sudeste diminuiu de 63% para 45,2%.

Distribuição Geográfica dos CDs/Depósitos da amostra por Região do País



Destaca-se a participação inferior das regiões Sul e Sudeste na amostra de CDs, comparativamente a sua participação na amostra de lojas. As demais regiões possuem maior participação na amostra de CDs em relação a amostra de lojas.

Distribuição da amostra por Segmento



Destaca-se a participação do varejo supermercadista. Houve um aumento desta participação comparativamente ao ano de 2007, quando este segmento representou 59% da amostra de empresas. O setor atacadista participou pela primeira vez da Avaliação de Perdas.

Conteúdo

Indicadores de Perdas

Índice Geral de Perdas

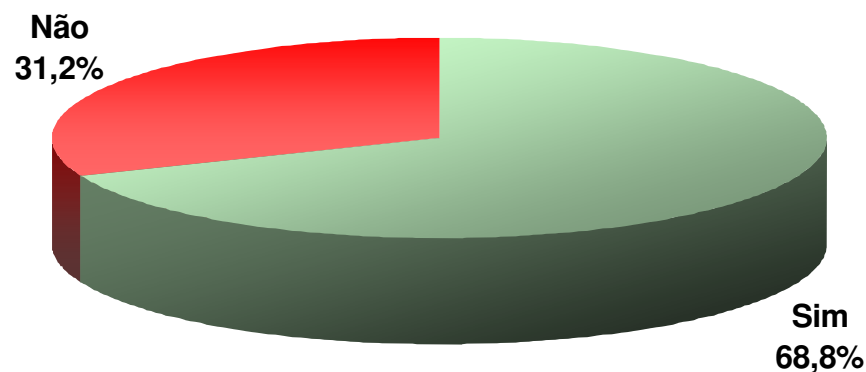
Perda Identificada X Perda Não Identificada

Perecíveis X Não Perecíveis

Causas das Perdas

Investimentos em Prevenção de Perdas

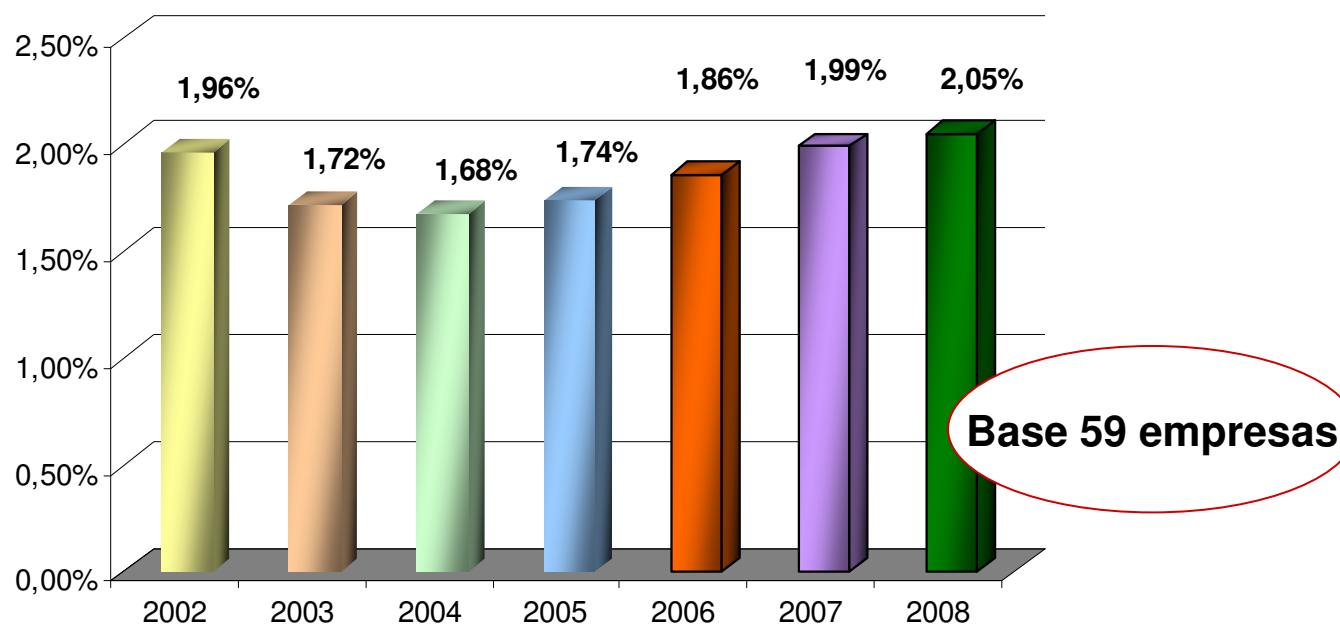
Indagados se a empresa possui área de Prevenção de Perdas, os executivos participantes responderam que:



Das empresas respondentes, 30% informaram não possuir uma área estruturada de Prevenção de Perdas e 22% não informaram o valor das perdas totais. Em 2007, 19% da amostra responderam negativamente à esta questão.

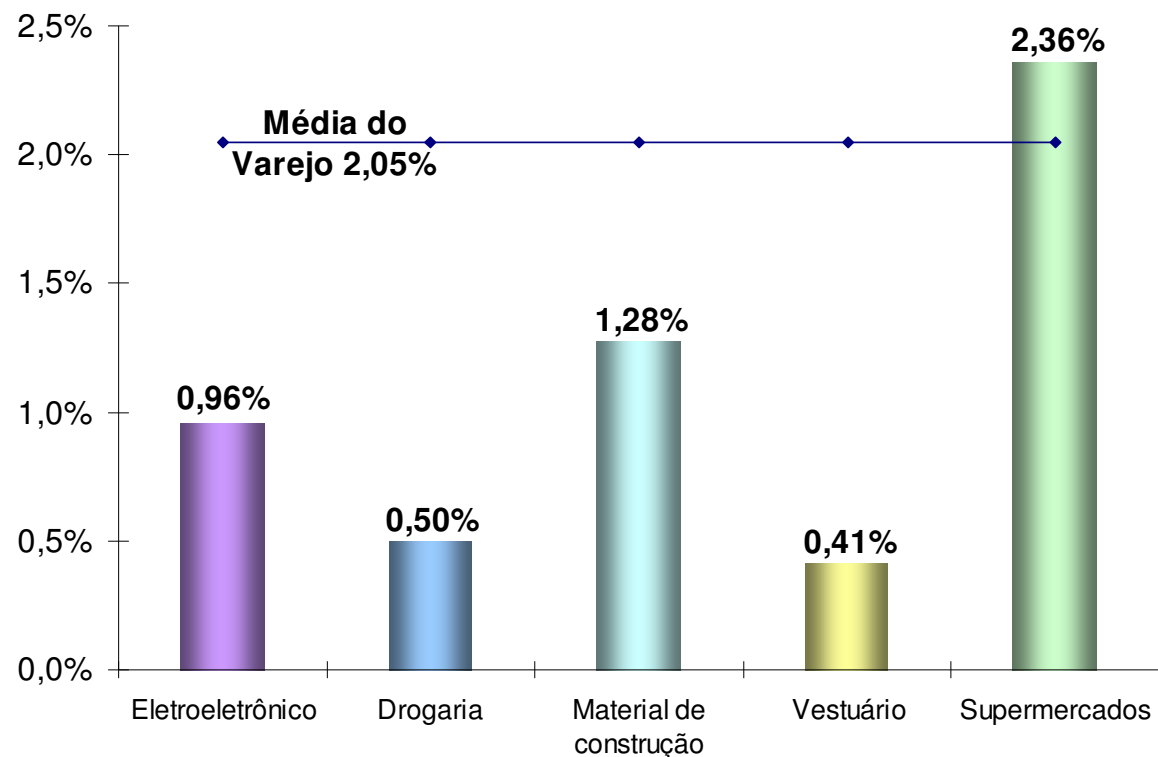
Índice de Perdas Médio do Varejo

Indicador de Perdas Médio do Varejo



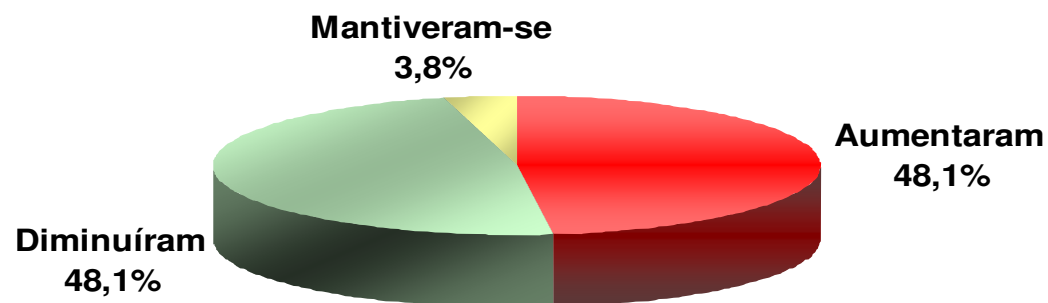
A partir da divisão das perdas totais pela receita operacional líquida, apurou-se o índice de perdas para o varejo brasileiro. O índice médio de perdas apresentou um aumento de 0,06 ponto percentual comparativamente ao ano anterior.

Índice de Perdas Médio do Varejo por segmento



Verificou-se um aumento de 0,21 pontos percentuais no índice apurado para o varejo supermercadista em comparação com 2007. Apuramos uma queda de 0,28 pontos percentuais no índice de vestuário.

Variação das Perdas Totais



48,1% das empresas afirmaram registrar uma queda no valor das perdas totais. As principais razões apresentadas para esta queda foram: (1) Melhoria dos controles; (2) Investimento em Equipamentos; e (3) Treinamentos.

Variação das Perdas Totais comparativamente à 2007

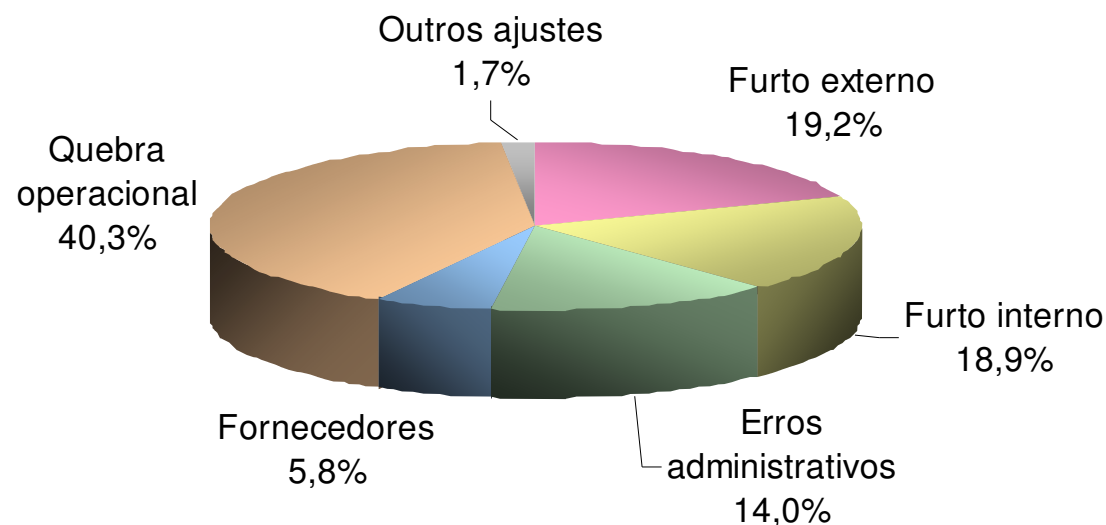
Para o **aumento** das perdas totais, os motivos mais apontados foram:

- Aumento das vendas e abertura de novas lojas;
- Falta de investimentos na área de Prevenção de Perdas;
- e Aumento dos furtos.

Para a **diminuição** das perdas totais, os motivos mais apontados foram:

- Melhoria dos controles internos;
- Investimento em Equipamentos;
- e Treinamento dos funcionários.

Causas das Perdas



Quebra Operacional apresentou uma queda de 0,4 pontos percentuais de 2007 para 2008, porém permanece como a principal causa de perdas. Furtos representavam 39,7% em 2007 e atualmente representam 38,1% das perdas.

Causas das Perdas por segmento

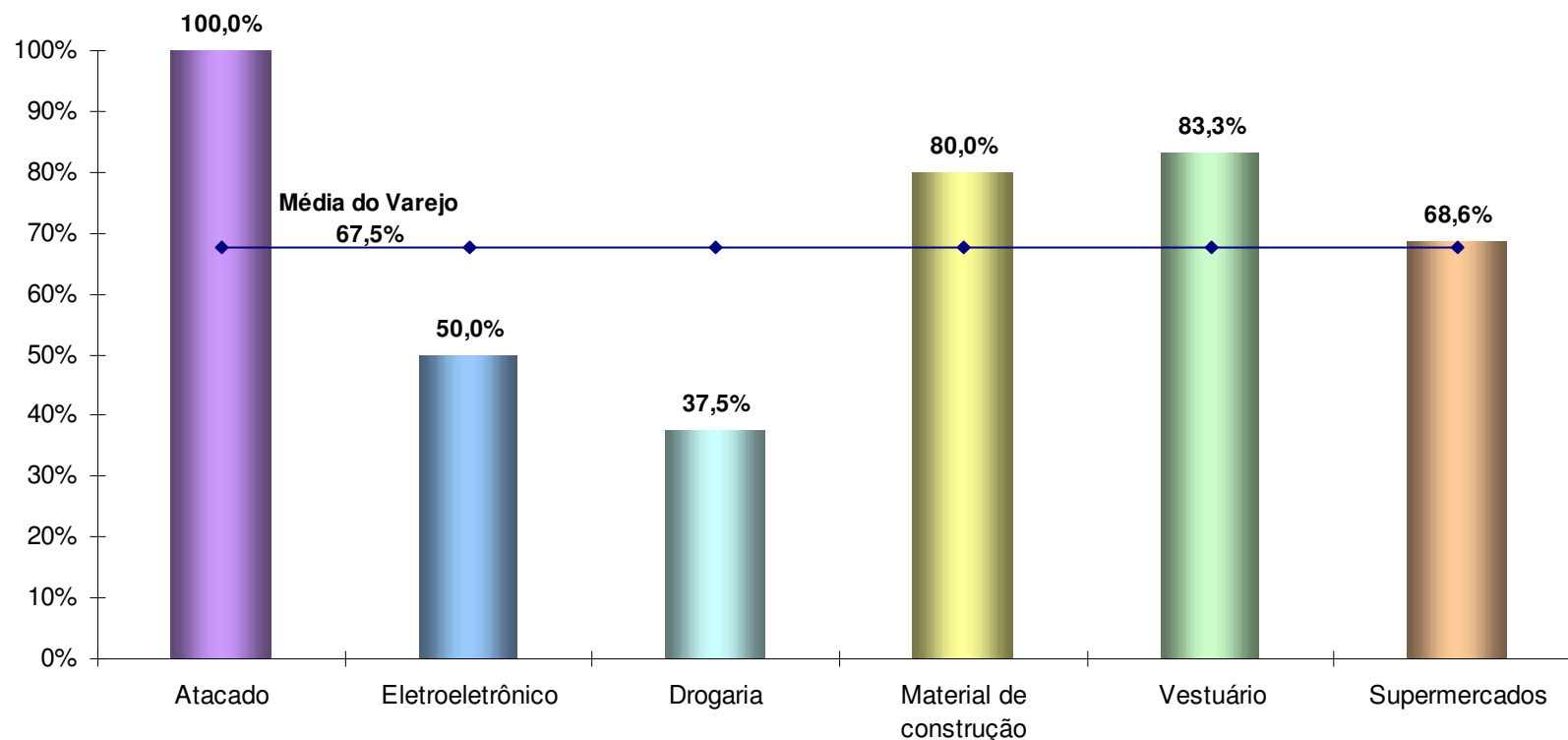
<i>% de Perdas em 2008 por segmento</i>	<i>Atacado</i>	<i>Eletroeletr ônico</i>	<i>Drogaria</i>	<i>Material de construção</i>	<i>Vestuário</i>	<i>Supermer cados</i>
Furto externo	16,86%	30,74%	28,02%	15,21%	26,35%	17,97%
Furto interno	29,17%	26,76%	14,12%	18,59%	19,31%	17,45%
Erros administrativos	16,90%	33,93%	21,79%	14,58%	28,70%	11,28%
Fornecedores	5,00%	1,78%	5,45%	19,47%	5,20%	5,76%
Quebra operacional	28,10%	5,48%	28,65%	29,92%	11,07%	46,44%
Outros ajustes	3,97%	1,31%	1,96%	2,22%	9,38%	1,09%

Causas das Quebras Operacionais por segmento

	Produtos danificados por clientes	Produtos danificados por colaboradores	Produtos com validade vencida	outros
Atacado	22,00%	13,00%	55,50%	0,00%
Eletroeletrônico	16,25%	31,25%	15,00%	12,50%
Drogaria	27,88%	15,46%	48,41%	8,25%
Mat de construção	36,10%	38,40%	5,88%	19,63%
Vestuário	58,00%	42,00%	0,00%	0,00%
Varejo	32,04%	28,02%	24,96%	8,08%

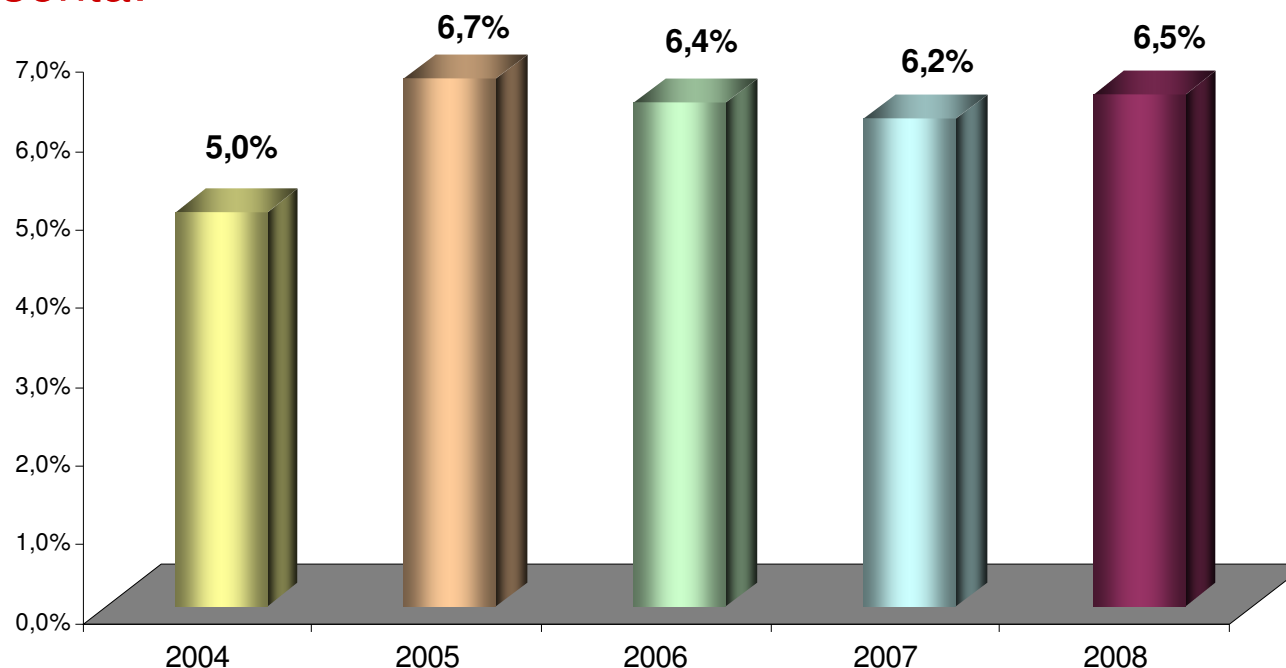
Não foram apurados dados sobre o setor supermercadista.

A Empresa Registra Quando Pega Flagrante? (por segmento)



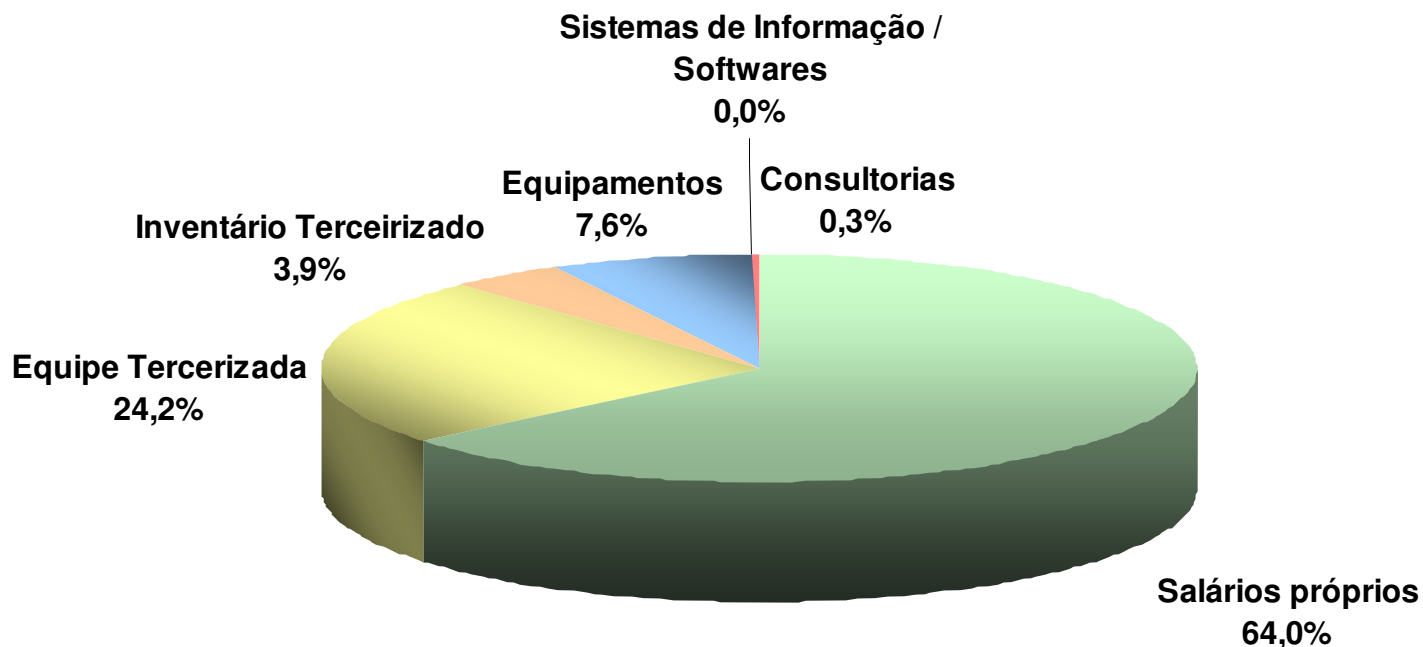
No segmento de drogarias, a maioria das empresas participantes (62,5%) responderam não registrar quando pegam flagrantes.

Considerando o total de colaboradores, a Prevenção de Perdas representa:



No comparativo a 2007, registrou-se um aumento de 0,3 p.p. da participação da área de Prevenção de Perdas no quadro funcional das empresas (considerando-se próprios mais terceiros).

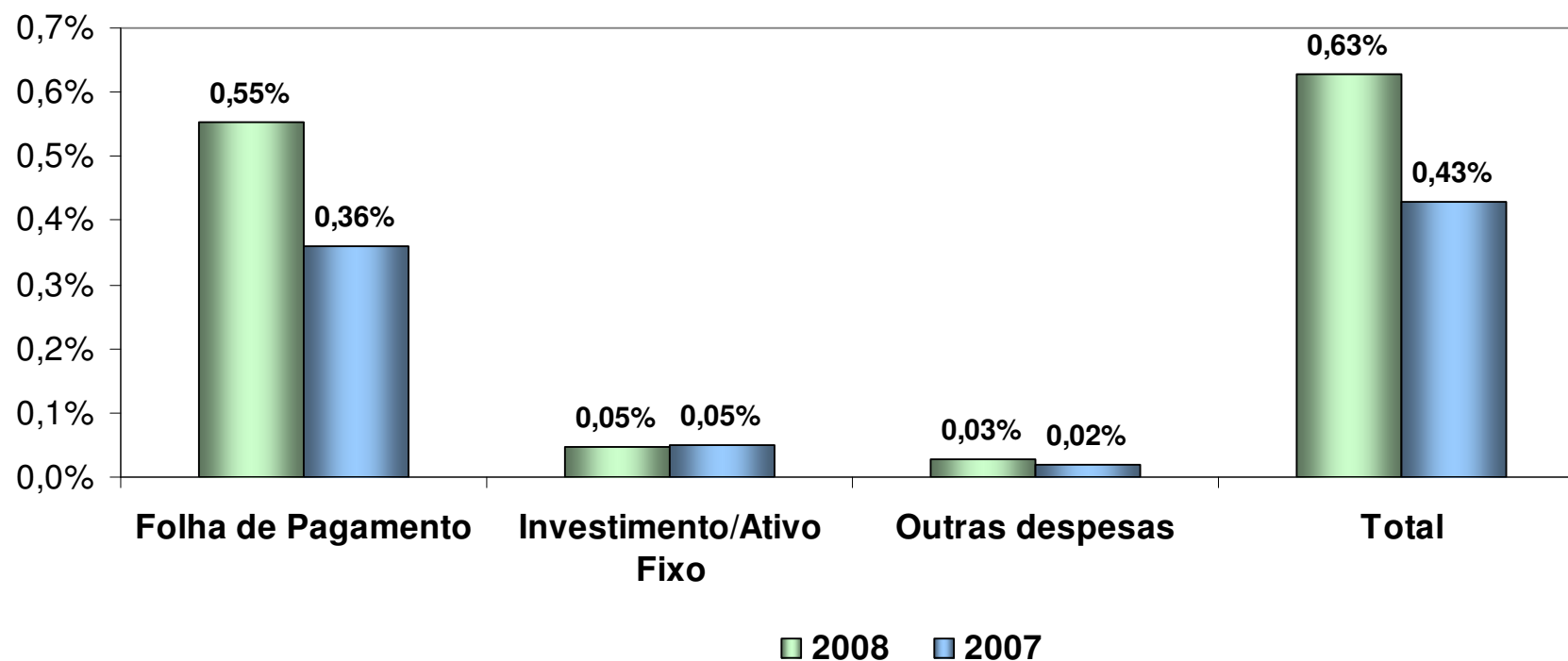
Distribuição do Orçamento de 2008 em Prevenção de Perdas



No comparativo a 2007, registrou-se um aumento de 0,6 p.p. da participação de salários próprios e uma redução de 3 p.p. da participação de equipamentos no orçamento de Prevenção de Perdas.

Comparação do Orçamento de Prevenção de Perdas

Orçamento Prevenção de Perdas sobre o Faturamento Líquido



Destaques

Houve um crescimento no índice de perdas de 0,06 pontos percentuais, totalizando 2,05% em 2008 contra 1,99% em 2007.

As perdas financeiras representam 0,07% do faturamento. Fraudes com cartão representam 0,033 %, fraudes com cheque 0,027% e diferenças de caixa 0,01% do faturamento .

Em comparação com 2007, foi apurado uma redução da perda identificada de 45,9% para 44,5%.

A Quebra Operacional representou a principal causa de perdas no varejo com 40,3% em 2008 e 39,9% em 2007. No entanto, a participação dos Furtos Interno e Externo decresceu para 38,1% das causas das perdas em 2008, contra 39,7% em 2007.

31,2% das empresas informaram não ter uma área estruturada de prevenção de perdas.

Destaques

Os gastos com pessoal (próprio ou terceiros) aumentou de 80% em 2007 para 88,2% do orçamento de Prevenção de Perdas em 2008 e equipamentos apresentou uma redução de 3 p.p. de 2007 para 2008.

Entre os investimentos em Prevenção de Perdas, destacam-se o uso de critérios mais rigorosos no recrutamento e na seleção de pessoal, os treinamentos para prevenção de perdas e a Comunicação de Prevenção de Perdas (mural de avisos, jornais/revistas/artigos).

Os equipamentos mais utilizados na Prevenção de Perdas são: CFTV visível, Sistemas de aprovação de cheques, Alarmes de Acesso, Cofre boca-de-lobo, Software de banco de dados - POS , Alarme de segurança eletrônica e Rádios comunicadores.

91% das empresas tratam os produtos PAR de forma diferenciada, refletindo a preocupação do varejista em minimizar as perdas destes itens.