O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

BARÓMETRO MUNDIAL DO FURTO NO VAREJO

O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto**
e a **disponibilidade de mercadoria** no sector
do comércio retalhista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com



BARÓMETRO GLOBAL DO FURTO NO VAREJO
2013-2014

O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

Este relatório está disponível em:
Inglês, espanhol, francês, alemão, italiano, português, polonês, russo, turco, chinês e japonês.

Para participar no próximo estudo 2013-2014, pode registar-se em:

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

"Barómetro Mundial do Furto no Varejo 2013-2014"
Primeira edição: Outubro 2014

Autor ©:
The Smart Cube

Editor ©:
Checkpoint Systems, Inc.
101, Wolf Drive
Thorofare, NJ 08086
USA

"Utilizador autorizado": qualquer entidade que receba uma cópia da Publicação por parte da Checkpoint Systems ou da The Smart Cube, com a aprovação prévia da Checkpoint Systems.

"Publicação": a presente publicação chamada de "Barómetro Mundial do Furto no Retalho 2013-2014".

A Publicação está protegida com copyright.

A origem da Publicação deve ser mencionada em qualquer publicação que use os dados da Publicação, ou em qualquer outro material que reproduza parte da Publicação. A menção deve constar das seguintes palavras: "Autor ©: The Smart Cube, Edição ©: Checkpoint Systems (2014); Todos os direitos reservados", escritas na sua totalidade. Esta menção não pode ser eliminada da Publicação.

Não está permitida a reprodução total ou parcial deste libro, nem a sua incorporação num sistema informático, nem a sua transmissão em qualquer forma ou por qualquer modo, seja este electrónico, mecânico, por fotocópia, por gravação ou outros modelos, sem a autorização prévia e por escrito do autor. A infracção dos direitos mencionados pode ser constitutiva de direito contra a propriedade intelectual.

As cópias da Publicação enviam-se aos Utilizadores Autorizados de forma gratuita e dito envio realiza-se exclusivamente a título informativo para os Utilizadores Autorizados.

Nem a Checkpoint Systems nem a The Smart Cube oferecem nenhuma garantia nem excluem expressamente a mesma, seja expressa, implícita, legal ou de outro tipo, especialmente quanto ao uso desta Publicação para qualquer propósito particular.

Nem a Checkpoint Systems nem a The Smart Cube, nem qualquer outra parte que tenha participado na preparação ou distribuição da Publicação pode ser considera responsável de nenhuma reclamação por dano ou perda, incluindo, sem limitação, danos directos, indirectos, compensatórios, consequentes, involuntários, especiais, intangíveis e/ou exemplares derivados do uso da Publicação.

Índice

Prefácio 5

Introdução 7

Sobre o relatório. 11

Parte I: Relatório global 15

Parte II: América do Norte 23

Parte III: América Latina 31

Parte IV Europa. 41

Parte V: Ásia Oriental 53

BARÓMETRO GLOBAL EXPANDIDO DO FURTO NO RETALHO



George Babich
Diretor Executivo
Checkpoint Systems

Pelo 13.º ano consecutivo, a Checkpoint apresenta uma pesquisa criteriosa sobre o estado da perda desconhecida e furto como parte do nosso compromisso de ajudar os retalhistas a compreenderem os desafios da disponibilidade de mercadorias, para terem o produto certo, no lugar certo, na hora certa.

Tenho o orgulho de afirmar que O Barómetro Global do Furto no Retalho continua a ser a primeira e única pesquisa estatística sobre o furto global. Para o relatório deste ano, juntámo-nos à Smart Cube, um líder global em alto valor, inquéritos a clientes e análises, fornecendo uma visão ainda mais abrangente das tendências mundiais da perda desconhecida. Como tal, expandimos os fundamentais conhecimentos estatísticos de 16 para 24 mercados geográficos e aumentámos a representação dos principais retalhistas mundiais, que fornecem informações sobre a perda desconhecida nas próprias organizações, que passaram de 157 para 222. Além disso, enriquecemos o estudo através da agregação adicional de informação regional e global. Tal como sucedeu no ano passado, os resultados baseiam-se numa combinação de inquéritos online realizados aos gestores de prevenção de perda dos maiores retalhistas desses países e entrevistas pessoais.

As conclusões do relatório revelam que a perda desconhecida continua a ser um desafio operacional significativo para os retalhistas do mundo inteiro, com taxas de perdas que variam entre 0,97 % das vendas no Japão e no Reino Unido e 1,7 % no México. No principal mercado de distribuição do mundo, os Estados Unidos, a perda desconhecida diminuiu ligeiramente, de 1,5 % para 1,48 % das vendas, o que demonstra que a perda desconhecia global sofreu uma queda de 1,36% para 1,29%.

Segundo os retalhistas a principal razão para a perda desconhecida ter reduzido prende-se com o aumento nos gastos para a prevenção de perdas. Asseguram que estão a prestar ainda mais atenção à gestão da perda desconhecida e à formação de funcionários porque, apesar de reconhecerem que a prevenção das perdas tem um custo, o retorno sobre o investimento é inquestionável. Os retalhistas atribuem grande parte do seu sucesso a colaboração entre fornecedores e retalhistas na criação de programas conjuntos para reduzir à perda desconhecida e os custos. E afirmaram que muito do seu sucesso na gestão da perda desconhecida provem da sua maior capacidade para aceder e analisar dados que lhes permitem proteger melhor a sua mercadoria mais vulnerável.

Temos o prazer de continuar a apoiar esta pesquisa e estamos ansiosos por trabalhar com os retalhistas do mundo inteiro sobre as novas formas de melhorar a disponibilidade das mercadorias.

George Babich

O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

Introdução

por Ernie Deyle

BARÓMETRO MUNDIAL DO FURTO NO VAREJO

Introdução

por Ernie Deyle

Os resultados de desempenho estampados no relatório deste ano são interessantes de várias formas, e constituem elementos de melhorias e de preocupação.

Globalmente, o modelo de negócios que rege os varejistas se encontra em uma fase de transição em várias frentes. Na medida em que os negócios evoluem, os varejistas são solicitados a fazerem mais com menos e a serem criativos na forma com que agregam maiores valores para os consumidores, juntamente com a gestão de sua performance para os acionistas, ao mesmo tempo em que criam uma cultura na qual seus associados possam prosperar.

Transições vistas como sendo positivas incluem avanços tecnológicos específicos para o rendimento em favor do cliente, verificação móvel, compras móveis remotas via quiosques, serviços de entrega para o mesmo dia, táticas aprimoradas na experiência com o cliente, que sejam específicas sobre as tendências de compras voltadas para opções de escolhas direcionadas, programas promocionais individualizados e programas de fidelidade relativos a toda a empresa que ajude a estabilizar e/ou melhorar o desempenho financeiro em diversas áreas de P & L.

Aspectos relativos à transição dos negócios que têm sido vistos como desafios incluem a constante mudança nos segmentos de mercado, condições econômicas destacadas que variam geograficamente, aumentando os custos de vida que atacam as "carteiras" do consumidor, instabilidade específica de disponibilidade do produto (tanto a escassez real quanto fabricada) em certos mercados, mudanças no modelo das equipes quanto aos benefícios disponíveis e os salários, confiança erodida dos varejistas com relação a violações de privacidade do consumidor, as medidas de contenção de custos, planos de contingência, fechamentos de lojas, cortes no orçamento e as crescentes preocupações relacionadas à mitigação de riscos, segurança física, proteção e segurança dos produtos, procedimentos de planejamento de emergência específicos para os clientes, os associados e seus ativos comerciais.

Como os executivos de prevenção de perdas, os itens acima mencionados - especialmente os desafios - são mais um indicativo de ambiente quotidiano normal. Em suma, a "fogueira" do dia deve ser administrada, com especial destaque para as estratégias de longo prazo. Os dados apresentados no relatório deste ano indicam que, com o fluxo dessas variáveis, o desempenho da indústria melhorou na área de perda / perda de inventário.

O setor de varejo continua a classificar as perdas em quatro grupos principais - internas, externas, em vendas e administrativas. Embora essas categorias sejam universais em seu uso desses grupos como um veículo de informação, as informações a elas atribuídas variam significativamente de país para país.

Internas – A América do Norte relatou uma alta de 43%
Externas– A Ásia Oriental relatou uma alta de 44%
Relações de Vendas – A América Latina relatou uma alta de 31%
Administrativas – A Ásia Oriental relatou uma alta de 32%

Países classificados com base em gastos -
maior gasto classificado com 01 e o menor gasto como 24

País	Classificação	Perda	Gastos
Hong Kong	1	1.09%	1.51%
Espanha	2	1.36%	1.38%
Finlândia	3	1.39%	1.37%
Rússia	4	1.35%	1.30%
Noruega	5	0.83%	1.30%
México	6	1.70%	1.22%
Reino Unido	7	0.97%	1.18%
Áustria	8	1.05%	1.15%
Argentina	9	1.16%	1.08%
Brasil	10	1.30%	1.08%
Groupo Síntese 1–10		**1.22%**	**1.26%**
Portugal	11	1.18%	1.03%
Dinamarca	12	1.14%	1.03%
China	13	1.53%	1.02%
Itália	14	1.09%	1.01%
Suécia	15	1.00%	0.97%
Japão	16	0.97%	0.88%
Alemanha	17	1.10%	0.82%
Holanda	18	1.23%	0.81%
Austrália	19	1.06%	0.78%
Bélgica	20	1.16%	0.71%
Grupo Síntese 11–20		**1.15%**	**0.91%**
França	21	1.09%	0.49%
US	22	1.48%	0.42%
Polónia	23	1.09%	0.23%
Turquia	24	0.99%	0.12%
Group Síntese 21–24		**1.16%**	**0.32%**
GLOBAL		**1.29%**	**0.80%**
Resumo 1-10		1.22%	1.26%
Resumo 11-20		1.15%	0.91%
Melhoria de 6% na perda Economia de 28% em gasto com prevenção de perdas		-6.07%	-27.92%

Os países classificados entre 11–20 constituem o grupo ótimo, pois o retorno versus gasto está devidamente alinhado. Note-se que o grupo de 21 a 24 sofreu erosão na perda devido a cortes nos gastos.

Como composição, o furto externo continua a assolar a indústria - em termos de atividades relacionadas com os tradicionais furtos na loja, e táticas avançados do crime profissional e organizado (ORC) / furto na loja. Agora, mais do que nunca, os varejistas devem melhorar continuamente as táticas de proteção ao produto para reduzir a exposição a esta sempre crescente causa de perdas.

Além disso, os detetives de recursos/lojas a nível de campo que estão na linha de frente desta área de alto risco de perdas não devem apenas cumprir o seu papel como detectores primários, mas também ser confrontados com táticas mais agressivas em forma de grupos relâmpago que nivelam os meios sociais para planejar ataques, e organizam ataques físicos e táticas para despistar outros clientes e associados, enquanto seus cúmplices estão envolvidos na remoção do produto da loja.

Além disso, os varejistas estão enfrentando novos riscos externos de roubo específicos de hackers e preocupações com a privacidade, conforme mais varejistas globais e locais estão sendo visados para a obtenção de dados do cartão de crédito do consumidor por meio de violação dos protocolos de Transferência Eletrônica de Fundos.

Os dados relatados este ano atingiram uma interessante correlação com relação à índice de perdas/ perdas como um percentual de vendas versus o gasto departamental como uma porcentagem das vendas.

O Barômetro Global de Furtos no Varejo classificou os países entre 1 e 24, com base na índice de gastos com prevenção de perdas, sendo os países com gastos mais altos classificados de 1 a 10 e os países com gastos mais baixos classificados de 21 a 24 Os países com gastos medianos são classificados de 11 a 20.

O que os dados reportados revelam é um alinhamento interessante, conforme a relação entre a perda ou perda com os gastos e alocação de recursos ou a sua falta afeta diretamente a capacidade do varejista de melhorar o seu desempenho de forma eficaz e, mais importante, manter os resultados alcançados depois de terem eles sido registrados para as demonstrações de P & L.

- Os 10 países superiores gastaram mais de 3% extras para gerenciar perda / perda
- Países classificados de 11 a 20 gastaram 20% menos do que o que foi relatado como perda
- Além disso, os países classificados de 11 a 20 tiveram um desempenho 6% melhor na perda em comparação com o grupo classificado de 01 a 10, e gastando 28% menos
- O grupo síntese de 11 a 20 é a referência ideal, pois apresenta um equilíbrio entre o desempenho da perda e os custos necessários para gerenciar e conter tal perda.

O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

Sobre o relatório

BARÓMETRO MUNDIAL DO FURTO NO VAREJO

Sobre o Relatório

O GRTB—*Global Retail Theft Barometer* (*Barômetro Global de Furtos no Varejo*) —é um estudo das perdas incorridas devido ao furto de mercadorias e indisponibilidade na indústria global de varejo. O estudo deste ano está focado na tendência de perda a nível regional e global, cobrindo 24 países.

DEFINIÇÃO DE PERDA

"Perda" ou "Retração" é uma importante medida, largamente utilizada em contabilidade, que reflete a diferença entre a receita que o negócio teria recebido (com base em inventário e compras), e o valor efetivamente recebido. A perda se deve em grande parte a furtos nas lojas; uma variedade de erros de processo, lapsos contábeis, erros de precificação e gestão incorreta do inventário também contribuem para tais perdas.

As regras de contabilidade e as metodologias de relatórios, as políticas da companhia, as estruturas fiscais e outras práticas internas têm impacto sobre a "perda declarada".

O ESTUDO

O objetivo do relatório é entender as índices de perda em quatro regiões chave, cobrindo 24 países, bem como as razões para a perda e as medidas tomadas para prevenir tal perda.

Os dados chave fornecidos são os seguintes:

- Índice media de perda (em termos percentuais) para a indústria varejista
- Razões da perda: parcela percentual de furtos, furto por funcionário desonesto, fraude de vendedor desonesto ou fraude de fornecedor, e perdas administrativas e não criminosas em cada país
- Soluções populares de prevenção a perdas

Se facilita asimismo información cualitativa sobre las cau-Percepções qualitativas das razões da perda, adoção de soluções de prevenção de perdas e uma abordagem visando prevenção de perdas foram também fornecidas.

Preparado pelo The Smart Cube (TSC), apresentado juntamente com Ernie Deyle, e financiado por uma concessão independente da Checkpoint Systems, Inc., o relatório é a maior e mais recente pesquisa mundial sobre crimes e perdas no varejo. Todos os números do relatório se relacionam aos 12 meses anteriores e encerrados em Dezembro de 2013.

Países Pesquisados

Regão	Países
Ásia Oriental	Austrália, China, Hong Kong, Japão
Europa	Áustria, Bélgica, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Itália, Holanda Noruega, Polónia, Portugal, Rússia, Espanha, Suécia, Turquia, Reino Unido
América Latina	Argentina, Brasil, México
América do Norte	EUA

METODOLOGÍA

TO TSC conduziu uma pesquisa online com gestores de prevenção de perdas de varejistas nos 24 países, cobrindo um questionário detalhado para se obter percepções aos níveis de perda e informações relacionadas. Entrevistas profundas com tais gestores e peritos na indústria de varejo foram também conduzidas para se obter informações qualitativas com relação aos desafios enfrentados pelos varejistas, o nível de foco sobre a gestão de perda, e as razões para o comissionamento/não comissionamento de soluções de prevenção de perdas.

A base dos entrevistados compreendia uma mistura de varejistas representando lojas de vários tamanhos e tipos. 222 empresas em quatro regiões geográficas do globo forneceram respostas para este estudo. Essas empresas respondem por US$743.8 bilhões em valor de vendas do varejo organizado nos 24 países em conjunto. Para calcular os valores regionais e globais as respostas receberam pesos correspondendo às vendas de cada país no varejo, de forma a garantir uma representação justa.

A equipe de pesquisa do TSC — formada por analistas de dados, pesquisadores e peritos da indústria — gerou per-

cepções com base nas informações quantitativas e qualitativas obtidas. Ernie Deyle, destacado perito em prevenção de perdas, também ofereceu sua visão através de sua perícia nos desafios enfrentados pelos varejistas.

DADOS

Para garantir a confiabilidade, os resultados são relatados a nível regional, com alguns valores chave também relatados a nível de país. Os valores da perda no relatório são baseados nos preços de venda no varejo. Alguns dados qualitativos e quantitativos, tais como a população e as vendas no varejo do país, tiveram fonte e cálculo ajudados por várias fontes secundárias, incluindo FMI (Fundo Monetário Internacional), sites nacionais de estatísticas dos respectivos países, e os "dados e estatísticas mundiais de varejo", publicados pelo Euromonitor International, associações de indústrias, e artigos impressos por publicações renomadas e confiáveis. A moeda do relatório para todos os valores declarados e constantes do relatório é o dólar dos Estados Unidos. As índices de conversão de moedas são fornecidas no Apêndice. Elas foram usadas sempre que as respostas recebidas se encontravam em moedas diferentes do dólar americano.

CANAIS DO VAREJO

Para garantir a representação justa e eliminar distorções nas respostas e valores relatados, uma mescla de varejistas foi incluído na pesquisa. São eles os seguintes:

Canais do Varejo		
• Supermercados / Mercearias Varejistas • Hipermercados/Grandes Comerciantes • Lojas de Conveniências • Hard Discounters • Atacado • Clubes de Desconto • Lojas de Departamento	• Varejistas especializados em Vestuários • Varejistas especializados em jóias e relógios • Lojas de material esportivo • Varejistas especializados em produtos Eletrônicos/ Eletrodomésticos • Lojas tradicionais de brinquedos e jogos • Varejistas especializados em beleza	• Farmácias / Drogarias • Lojas de decoração e jardinagem • Pet Shops • Papelarias / Lojas de material de escritório • Postos de gasolina • Outros varejistas de produtos não alimentícios

OS QUESTIONÁRIOS

Os questionários foram enviados aos gestores de prevenção de perdas em 24 países, em 14 idiomas diferentes. Foi garantida aos varejistas a confidencialidade de suas respostas. Eram dois tipos de questionários — online, cobrindo informações quantitativas e telefônico, compreendendo informações qualitativas.

CONVERSÃO DE MOEDAS

Para os varejistas que relatam suas receitas em moedas que não em dólares dos Estados Unidos, as seguintes conversões de moedas foram usadas. Elas são os índices médios de câmbio para o ano de 2013.

País	Conversão da Moeda (para US$))	Código	Símbolo
Argentina	5.444	ARS	$
Austrália	1.033	AUD	$
Áustria	0.753	EUR	€
Bélgica	0.753	EUR	€
Brasil	2.222	BRL	R$
China	6.152	CNY	¥
Dinamarca	5.615	DKK	kr
Finlândia	0.753	EUR	€
França	0.753	EUR	€
Alemanha	0.753	EUR	€
Hong Kong	7.757	HKD	$
Itália	0.753	EUR	€
Japão	97.428	JPY	¥
México	12.753	MXN	$
Holanda	0.753	EUR	€
Noruega	5.873	NOK	kr
Polônia	3.158	PLN	zł
Portugal	0.753	EUR	€
Rússia	31.822	RUB	руб
Espanha	0.753	EUR	€
Suécia	6.514	SEK	kr
Turquia	1.900	TRL	£
EUA	0.639	GBP	£
Reino Unido	1.000	USD	$

O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

PARTE I

Relatório global

BARÓMETRO MUNDIAL DO FURTO NO VAREJO

Relatório global

ÍNDICES GLOBAIS DE PERDA

A índice global de perda foi de 1.29% (Figura 1.1) das vendas no varejo, somando um valor evadido de US$128.51 bilhões. O período do relatório foi de janeiro a dezembro de 2013. Isto significa uma retração de 4.8% sobre o ano anterior, quando a índice de perda foi de 1.36%.

É importante notar que a pesquisa cobriu 24 países este ano, em comparação com os 16 países cobertos no relatório anterior, e representa um número bem maior de varejistas.

ÍNDICES REGIONAIS DE PERDA

As índices de perda ficaram entre 1.13% na Europa (a menor mundialmente) e 1.48% na América do Norte. O valor da perda foi de US$ 37 – 42 bilhões para todas as regiões, exceto pela América Latina, onde ela foi de US$ 8.8 bilhões.

Globalmente, as índices de perda tiveram uma retração em todas as regiões, exceto na Ásia Oriental, que testemunhou um crescimento de 1.68% devido a uma índice de perda significativamente alta na China. A América do Norte, a Europa e a Ásia Oriental responderam por 32.7%, 31.2% e 29.3% do total de perda, respectivamente.

Figura 1.1

Perda Global no Varejo – por Região, 2013–2014

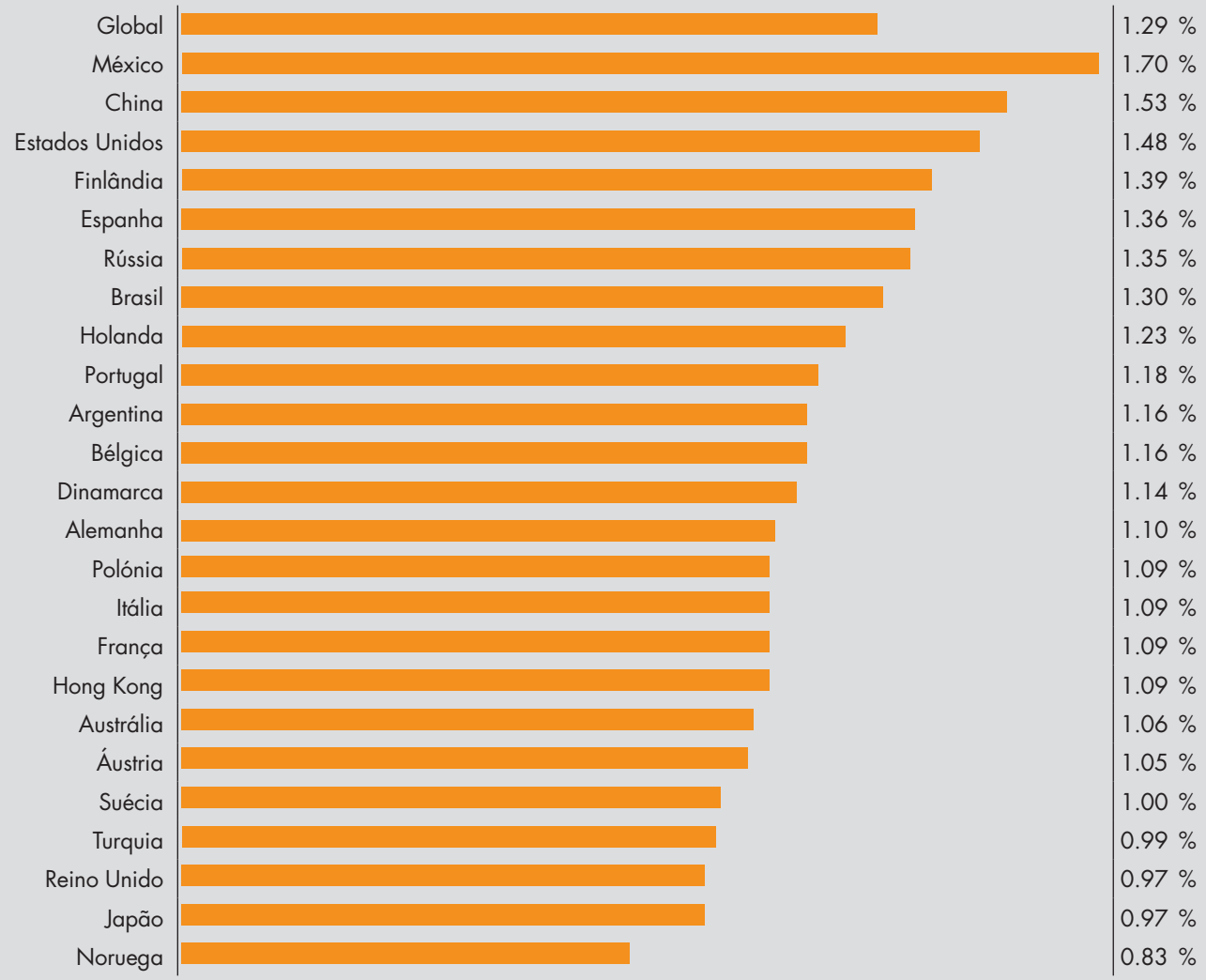
	Perda nas Regiões		Valor da Perda (bilhões)
	2013–2014	2012–2013	2013–2014
Ásia Oriental	1.28%	1.26%	37.62 $
Europa	1.13%	1.27%	40.09 $
América do Norte	1.48%	1.50%	41.97 $
América Latina	1.41%	1.58%	8.81 $
Global	1.29%	1.36%	128.51 $

PERDA – POR PAÍS

A índice media de perda variou significativamente entre os países (Figura 1.2). Em quanto o México (1.70%), a China (1.53%) e os Estados Unidos (1.48%) atingiram as mais altas índices de perda, a Noruega (0.83%), o Japão (0.97%), o Reino Unido (0.97%) e a Turquia (0.99%) registraram as índices mais baixas. A existência do crime organizado no varejo é um fator maior que causa impacto na perda desses países, exceto no Reino Unido, no Japão e na Noruega. Os Estados Unidos e o México perdem um percentual significativamente mais alto (mais de 1.3%) de suas receitas de varejo para o crime organizado no varejo do que a Noruega, o Japão e o Reino Unido (menos do que 0.65% da receita).

Figura 1.2

Perda Global no Varejo – por País, 2013–2014



ÍNDICES DE PERDA POR TIPO DE LOJA DE VAREJO

A Figura 1.3 indica que Hard Discounters (2.65%), farmácias/drogarias (2.17%) e papelarias/lojas de material de escritório (1.60%) testemunharam a mais alta de perda nas regiões. A principal causa de tão alta índice de furtos nessas lojas é que esses varejistas lidam com mercadorias que podem ser facilmente escondidas e revendidas por um bom preço, sem maiores implicações legais. Varejistas especializados em eletrônicos/eletrodomésticos/produtos de mídia (0.50%) e lojas de jogos (0.65%) apresentam o mais baixo índice de perda.

FONTES DE PERDA

Furtos por funcionários desonestos e furtos na loja são os problemas mais prementes enfrentados pelos varejistas em todo o mundo — responsáveis por 67% (Figura 1.4) da perda global do varejo. Juntos, esses fatores respondem por mais de 55% da perda em cada região, contribuindo com até 80% da perda na América do Norte. Na América Latina, a fraude por parte de vendedores ou fornecedores (31%) é também motivo de preocupação.

Em todo o mundo, varejistas perderam quase US$49.51 bilhões devido a furtos em lojas e os funcionários desonestos ou fraudulentos, foram responsáveis por US$36.54 bilhões de perda.

Figura 1.3

Perda Global no Varejo – por Tipo de Loja, 2013–2014

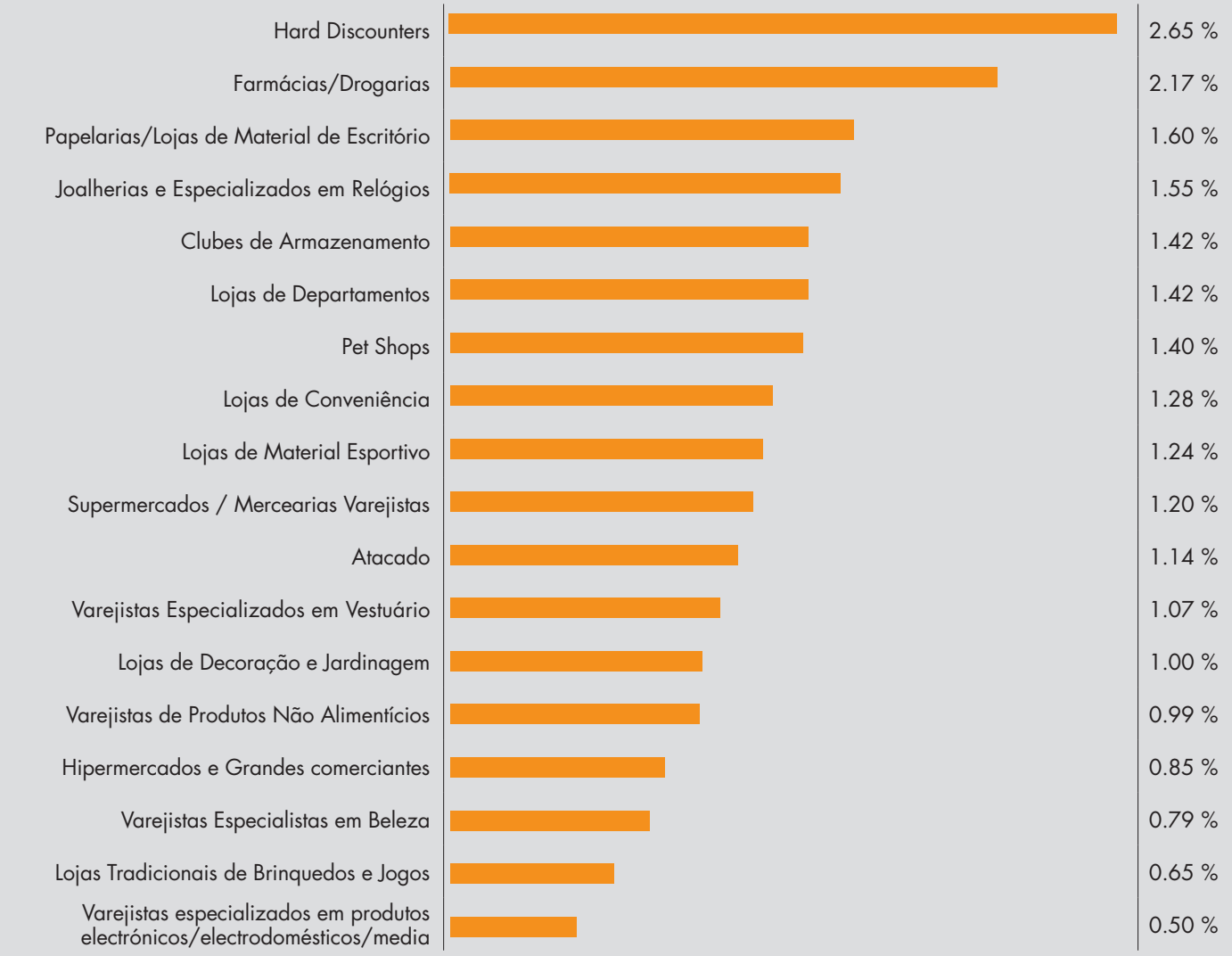
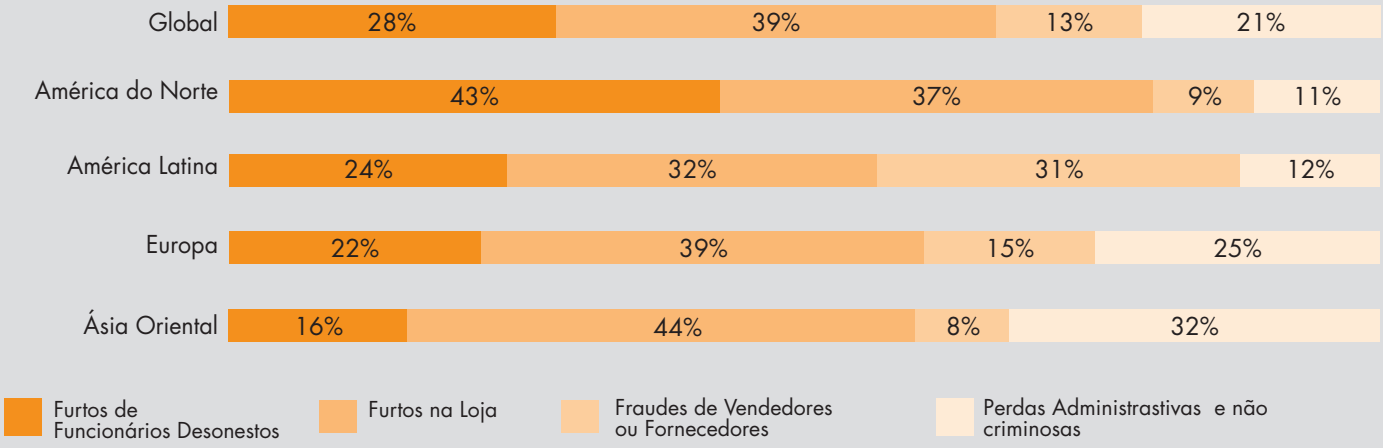


Figura 1.4

Fontes de Perda Global no Varejo, 2013–2014



Perdas administrativas e não criminosas (incluindo erros de precificação, erros contábeis e falhas de processo) custaram aos varejistas US$26.35 bilhões, e fraudes por parte de fornecedores somaram US$16.11 bilhões.

CUSTO GLOBAL DE CRIMES NO VAREJO

Diferente da perda no varejo –que também responde por erros administrativos, como erros de contabilidade e precificação– o custo dos crimes no varejo apenas leva em consideração crimes cometidos intencionalmente por funcionários desonestos, furtos em lojas e fraudes por parte de fornecedores, e inclui, ainda, o custo de prevenção de perdas.

Em 2013, o custo global dos crimes no varejo atingiu US$180.38 bilhões, responsável por 1.81% (Figura 1.5) das vendas mundiais no varejo. Isto se traduz em US$63.56 de tributos por pessoa, impostos às pessoas honestas pelos criminosos do varejo. A América Latina tem o mais alto custo de crimes no varejo (2.35%) resultante da existência de crime organizado no varejo (furtos por funcionários desonestos e furtos em lojas), e também sofre um gasto significativamente mais alto na prevenção de perdas (o gasto com prevenção de perdas na América Latina é de 1.13% , o mais alto entre as regiões analisadas). A América do Norte tem o menor custo por crimes no varejo, já que a região gasta 0.42% de sua receita em soluções de prevenção de perdas.

Figura 1.5

Custo Global dos Crimes no Varejo, 2013–2014

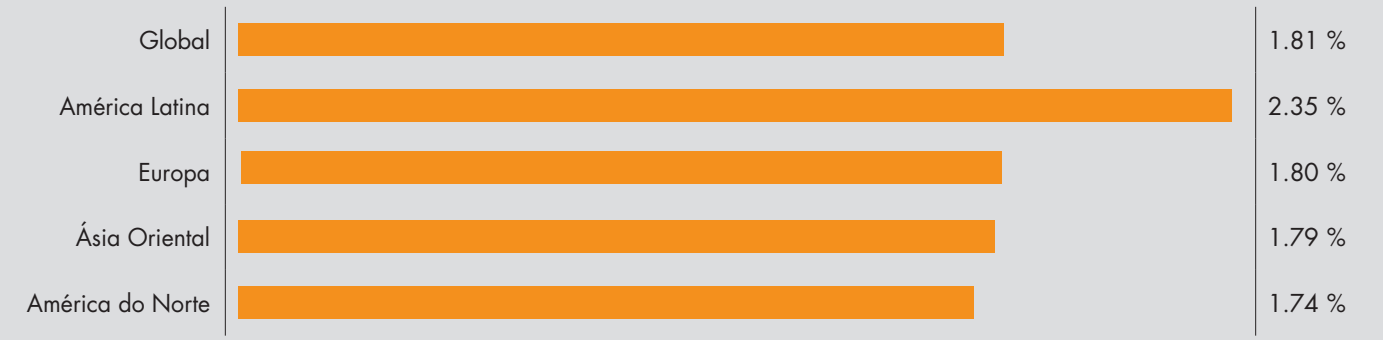


Figura 1.6

Mercadorias mais Furtadas, 2013–2014

	Vestimentas e Acessórios de Moda	Bricolagem/ Artigos Domésticos	Eletrônicos	Alimentos e Bebidas	Saúde e Beleza
Primeros	Acessórios de Moda	Ferramentas	Acessórios para Celulares	Vinhos e Bebidas	Produtos de Maquiagem
Segundos	Jóias, calçados	Pilhas	iPhone/ smartphones	Artigos Infantis	Lâminas de Barbear Produtos para a Pele
Terceros	Lingerie/ Roupas Íntimas	Porcas e Parafusos	Jogos eletrônicos e navegadores por satélite /GPS	Alimentos Gourmet, Carnes Frescas	Perfumes e Fragrâncias

MERCADORIAS MAIS FURTADAS

A Figura 1.6 mostra as mercadorias mais furtadas, classificadas por categoria de negócios ou mercado vertical. Globalmente, os ladrões tendem a focar produtos que são fáceis de esconder, e têm um apelo público, estando prontos para revenda no mercado. Isso resulta em maior furto de itens da moda, acessórios de celulares, em lugar de roupas e telefones celulares.

Outros produtos frequentemente furtados incluem ferramentas, vinhos, joias, calçados, smartphones, porcas e parafusos, roupas íntimas, lâminas de barbear, produtos para a pele e maquiagem e alimentos gourmet.

TEMPO MÉDIO GASTO POR FUNCIONÁRIO EM CONTAGEM DE INVENTÁRIO POR DIA EM UMA LOJA

O tempo médio gasto pela equipe da loja na contagem do inventário não causa impacto na perda, conforme indicado pela alto índice de perda no varejo da América Latina, de 1.41%, apesar de existir ali a mais alta média de tempo—55.2 minutes (Figura 1.7) — na contagem do inventário.

Exceto pela Europa, as equipes das lojas de varejo nas três outras regiões — América do Norte (38.2 minutes), América Latina (55.2 minutes) e Ásia Oriental (42.9 minutes) — excedem o tempo médio mensal global (37.8 minutos) de contagem de inventário.

Figura 1.7

Tempo Médio Gasto por Funcionário na Contagem do Inventário, 2013–2014 (em minutos)

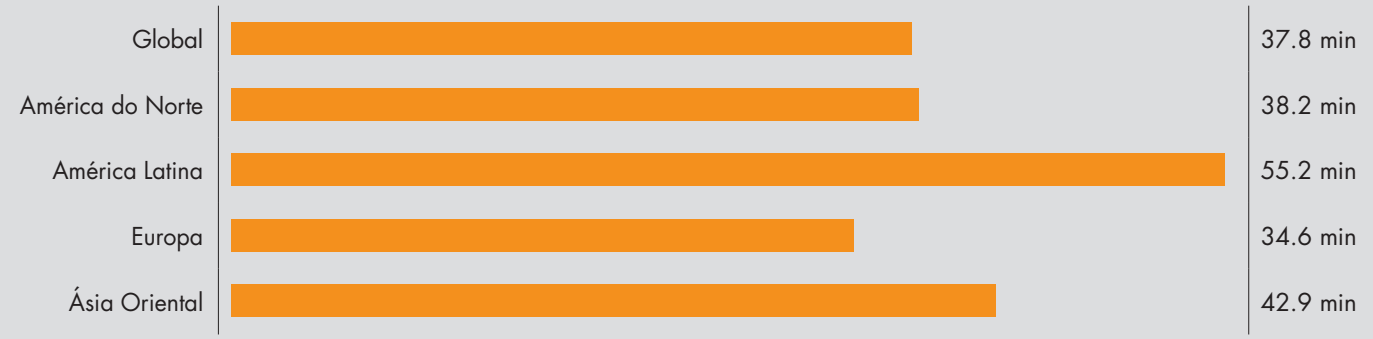


Figura 1.8

Aplicação de Soluções de Prevenção de Perdas nas Regiões, 2013–2014

	Ásia Oriental	Europa	América Latina	América do Norte	Global
Expostos em Gabinetes Fechados ou Prateleiras Prateleiras	21%	12%	–	18%	13%
Caixas Falsas ou Sistema de Tickets	14%	4%	10%	4%	6%
Correntes e Cabos sem Alarme	–	2%	5%	6%	2%
Depósito, cofre, caixa fechada, alarme de embalagem Keeper, Safer, Caixas trancadas, Wrapa Alarms	9%	19%	10%	16%	16%
Antenas, Rótulos e Etiquetas Rígidas EAS	41%	49%	76%	44%	49%
Detectores de metal	-	5%	–	–	3%
Acessórios de três alarmes	12%	4%	–	12%	7%
Proteção com Alarmes de Linha/Alarmes de Alça	3%	5%	–	–	4%

SOLUÇÕES DE PREVENÇÃO DE PERDAS

Os varejistas de todas as regiões foram perguntados sobre as soluções para prevenção de perdas empregadas por eles para salvaguardar as mercadorias mais furtadas (Figura 1.8). A vigilância por meios eletrônicos (EAS), com antenas, rótulos e etiquetas rígidas (EAS) foram os métodos mais eficientes usados para proteger 49% dos produtos altamente vulneráveis, seguidos pelos depósitos, cofres, caixas fechadas e alarmes de embalagem (16%).

Outros 13% de produtos eram expostos em gabinetes fechados ou prateleiras, enquanto acessórios com três alarmes, caixas vazias e alarmes de linha eram usados para proteger respectivamente 7%, 6% e 4% dos produtos mais furtados, em todo o mundo.

O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

PART II

América do Norte

BARÓMETRO MUNDIAL DO FURTO NO VAREJO

América do Norte

De acordo com as previsões do FMI (Julho 2014), espera-se que a economia dos Estados Unidos tenha um crescimento de 1.7% (PIB real) em 2014. O FMI reduziu suas estimativas anteriores de crescimento — 2.0% em meados de junho e 2.8% em abril — para 2014, pois o enfraquecimento no primeiro trimestre de 2014 descartou a revitalização esperada para o segundo semestre de 2014. Durante o primeiro trimestre de 2014, o PIB dos Estados Unidos sofreu sua pior retração em cinco anos, graças ao fraco mercado imobiliário, restabelecimento mais lento e queda nas exportações.

PERDA NA AMÉRICA DO NORTE

Em 2013–2014, a índice de perda da América do Norte foi reduzida em dois pontos básicos —1.48% das vendas da região. O total de perda ficou em US$42 bilhões. Em 2013–2014, a América do Norte registrou a maior índice de perda do mundo, já que tem a maior concentração de lojas de varejo e significativamente o mais baixo gasto com prevenção de perdas no varejo (menor do que o de outras regiões analisadas)

Figure 2.1

América do Norte (Estados Unidos) – Perda no Varejo, 2013–2014

	Total de Perda ($ million)	Perda 2013–2014 (em % de vendas)
US	(US$ milhões)	1.48%

PERDA POR TIPOS DE LOJAS

Nos Estados Unidos os Hard Discounters (2.78%), farmácias/drogarias (2.16%) e supermercados/mercearias varejistas (1.38%) tiveram as mais altas índices de perda (Figura 2.3) devido à existência da expansão do crime organizado no varejo e baixa aplicação de soluções de prevenção de perdas. Quase todos os tipos de lojas de varejo nos Estados Unidos foram afetados por furtos de funcionários desonestos e furtos em lojas. Os mais baixos índices de perda ocorreram em Lojas de Departamentos (1.11%), de artigos domésticos e lojas de jardinagem, (1.10%), e Varejistas Especializados em Vestuário (0.84%).

Figure 2.2

Perda no Varejo – por Regiões, 2013–2014

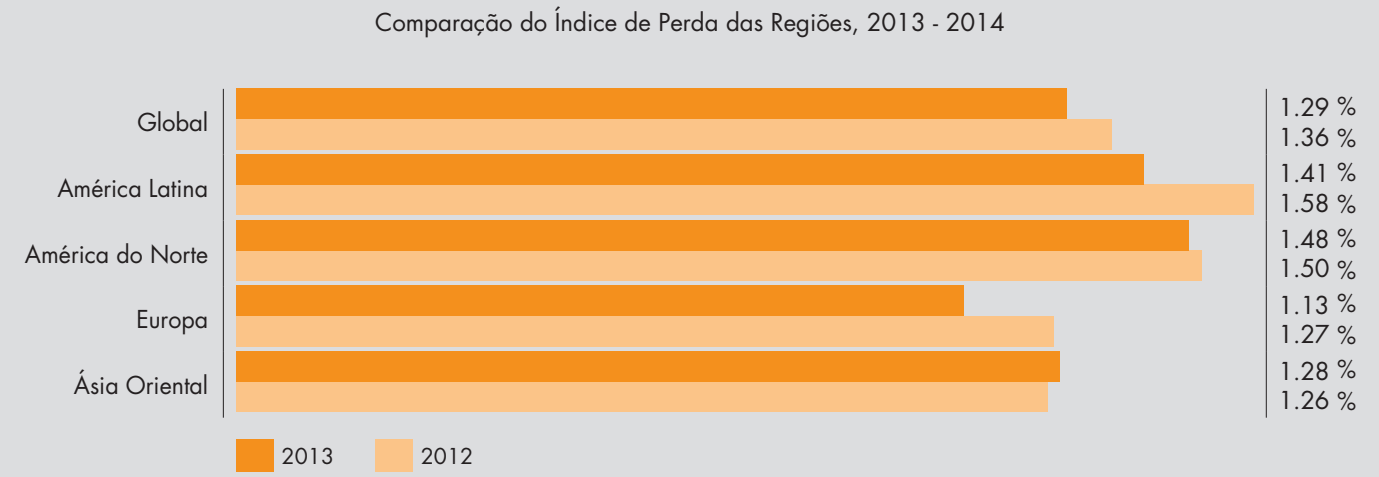
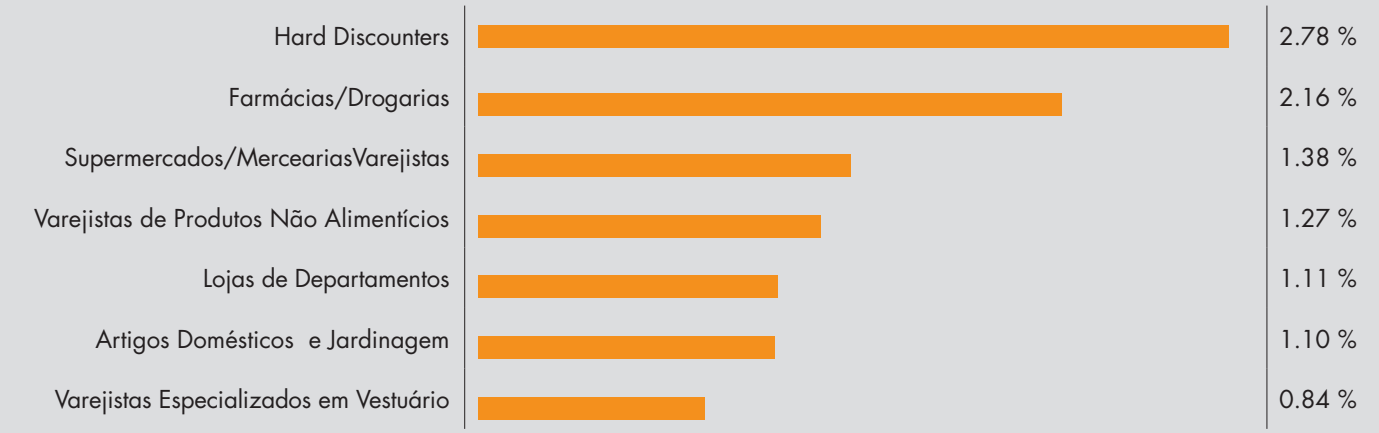


Figure 2.3

América do Norte – Índice de Perda por Tipos de Loja, 2013–2014



FONTES DE PERDA NO VAREJO

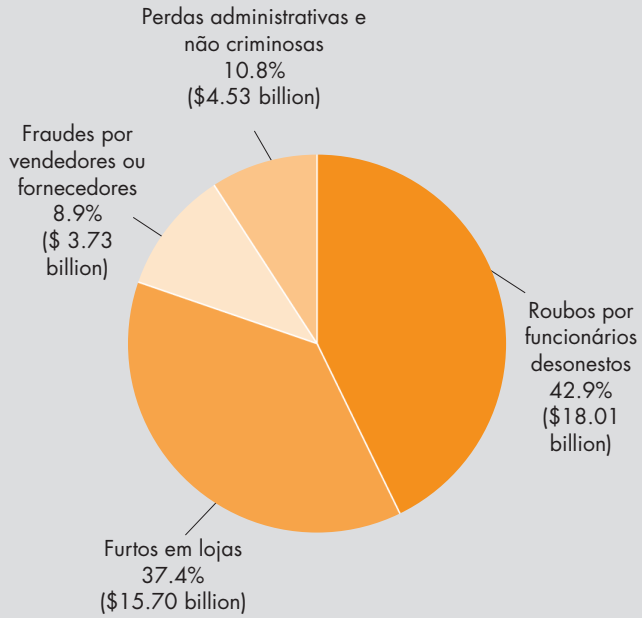
Em 2013–2014, furtos por funcionários desonestos foram a principal razão para a perda nos Estados Unidos. A proporção de perda atribuída a roubo por funcionários desonestos aumentou para 42.9% (Figura 2.4). Funcionários desonestos e fraudulentos foram responsáveis por US$18.01 bilhões (por valor) de perda. As razões chave para furtos por funcionários desonestos incluem seleção de pré-contratação ineficiente, menor supervisão sobre os funcionários, e facilidade de venda das mercadorias furtadas.

Furto em lojas é a segunda maior fonte de perda no varejo nos Estados Unidos. Em 2013–2014, sendo responsável por 37.4% (US$15.70 bilhões) de perda, contra 34% no ano anterior. A facilidade de venda das mercadorias furtadas, a colocação de menos funcionários para atender aos clientes nos andares de vendas e a retração no estigma social são as principais razões para o crescimento dos furtos em lojas nos Estados Unidos.

Finalmente, perdas administrativas e não criminosas, incluindo erros contábeis, erros de precificação e falhas de processo, responderam por 10.8% (US$4.53 bilhões) da perda, menos que os 26% em 2012.

Figure 2.4

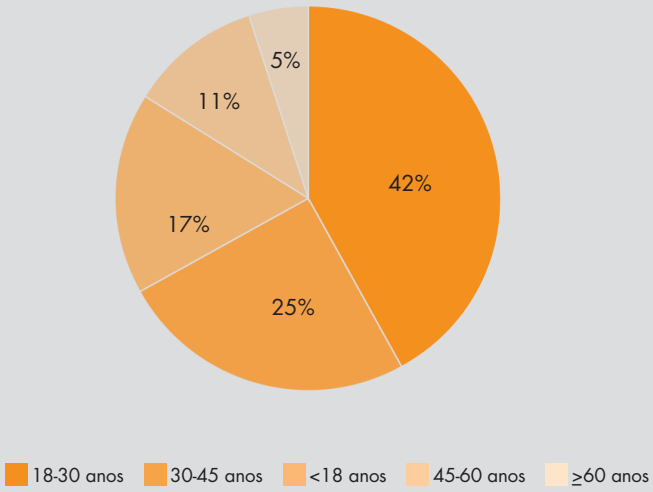
América do Norte – Fontes de Perda no Varejo nos Estados Unidos, 2013–2014



Total de perdas: US$41.97 billion

Figure 2.5

América do Norte – Perfil Etário dos Ladrões de Lojas, 2013–2014



PERFIL DEMOGRÁFICO DOS LADRÕES DE LOJAS

Adultos na faixa de 18–30 anos de idade constituem 42% (Figura 2.5) dos ladrões de lojas nos Estados Unidos, seguidos por pessoas do grupo entre 30–45 anos (25%). O alto envolvimento da geração mais jovem em incidentes de furtos em lojas é destacado nas regiões cobertas.

Ademais, 32% participantes da pesquisa (varejistas) no país indicaram que de 25 a 50% dos ladrões de lojas são homens. Uma proporção igual (32%) de participantes expressou sua incapacidade para identificar a demografia do ladrão de lojas, indicando a falta de um sistema apropriado de monitoramento para a prevenção de furtos nas lojas.

Os furtos por funcionários desonestos e furtos em lojas — responsáveis por mais de 75% — foram a principal razão de perda entre os varejistas (Figura 2.6), exceto pelas lojas de artigos domésticos e jardinagem, onde as perdas administrativas responderam pela maior parte da perda (45%). As fraudes praticadas por fornecedores representaram a menor perda sofrida pelos varejistas, causando impacto moderado sobre os Varejistas de Produtos Não Alimentícios (12%), e lojas de artigos domésticos e jardinagem (15%).

Figure 2.6

América do Norte - Causas da Perda – por Tipo de Varejo, 2013–2014

	Furtos por funcionários desonestos	Furtos em Lojas	Fraude por Vendedor ou fornecedor	Perdas administrativas e não criminosas losses
Supermercados/MercearíasVarejistas	42%	37%	10%	11%
Hard Discounters	56%	32%	8%	5%
Lojas de Departamentos	21%	59%	10%	10%
Varejistas Especializados em Vestuário	42%	37%	3%	18%
Farmácias /Drogarias	41%	38%	6%	15%
Artigos Domésticos e Jardinagem	20%	20%	15%	45%
Varejistas de Produtos Não Alimentícios	23%	55%	12%	10%

Figure 2.7

América do Norte – Relações entre a Índice de Perda, Visibilidade do Inventário pelos Funcionários e Tempo Gasto pela Equipe da Loja na Contagem de Inventário nos Estados Unidos, 2013–2014

Região	Índice de perda	Tempo Médio Gasto na Contagem do Inventário por Funcionário em Minutos (todos os funcionários têm turnos de 08 horas)	Status de Visibilidade do Inventário (incapaz de localizar um produto que acreditava ter em estoque)
Estados Unidos	1.48%	38.2	Ocasionalmente
Global	1.29%	37.8	Ocasionalmente
Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Muito Frequentemente
Aumento na Ocorrência de Casos			

Figure 2.8

América do Norte – Custos de Crime no Varejo nos Estados Unidos, 2013–2014

Country	Perda %	Custos de Crime no varejo (em % de Receita)	Custos de Crime no varejo US($ bilhões)	A Nível de País: Custos de Crime no varejo por Pessoas (US$)
US	1.48%	1.74%	49.35	155.96

VISIBILIDADE DO INVENTÁRIO

Em 2013–2014, os funcionários de varejo nos Estados Unidos gastaram 38.2 minutos diariamente (Figura 2.7), dentro de seus turnos de oito horas, contando peças do inventário. Embora o tempo médio de contagem de inventário nos Estados Unidos esteja acima da média global de 37.8 minutos, os participantes da pesquisa indicaram que os membros das equipes de varejo no país ainda falham ocasionalmente ao localizar produtos que acreditavam ter em estoque. Isto resultou em uma baixa Visibilidade do Inventário para os varejistas dos Estados Unidos — o que afetou a índice de perda da América do Norte.

CUSTOS DE CRIME NO VAREJO E GASTOS COM PREVENÇÃO DE PERDAS NO VAREJO

Os custos de crime no varejo são separados das perdas não criminosas (ex., perdas causadas por precificação incorreta e erros contábeis) e respondem apenas por perdas incorridas com relação a crimes (funcionários desonestos, furto em loja e fraude por parte de fornecedor) e gastos com prevenção de perdas.

Em 2013–2014, os custos com crimes no varejo nos Estados Unidos ficaram em US$49.35 bilhões (Figura 2.8), respondendo por 1.74% (acima dos 1.37% de 2012) da receita total de varejo. O aumento dos custos com crimes é primariamente atribuído ao recrudescimento de furtos em lojas e incidentes de furtos praticados por funcionários desonestos naquele país, juntamente com um gasto menor com prevenção de perdas por parte dos varejistas dos Estados Unidos.

Em 2013–2014, os varejistas dos Estados Unidos usaram uma média de 0.42% (Figura 2.9) das vendas no varejo, ou US$12.02 bilhões, na prevenção de perdas.

Figure 2.9

América do Norte – Gastos com Prevenção de Perdas no Varejo nos Estados Unidos, 2013–2014

Country	Gastos com Prevenção de Perdas no varejo (em % da Receita), 2013	Gastos com Prevenção de Perdas no Varejo (US$ bilhões, 2013)
Estados Unidos	0.42%	12.02

Embora o país tenha aumentado os gastos com prevenção de perdas nos anos anteriores, ele ainda está atrás da maioria dos países pesquisados, bem como da média global de 0.80%.

O gasto menor com prevenção de perdas explica o motivo de ter o país uma das índice de perda de varejo mais altas do mundo.

SOLUÇÕES DE PREVENÇÃO DE PERDAS

As soluções chave desenvolvidas pelos varejistas dos Estados Unidos para prevenir perdas (Figura 2.10) nas linhas de produtos mais vulneráveis, incluem Vigilância por meio de Artigos Eletrônicos (EAS) antenas, rótulos e etiquetas rígidas (44%), e trancar e assegurar os produtos em gabinetes ou prateleiras (18%). Depósitos/cofres, caixas fechadas e alarmes em produtos foram usados para garantir 16% dos itens mais furtados. Os varejistas sentem que manter os produtos em gabinetes trancados afeta as vendas, pois os clientes não conseguem tocar e sentir os produtos.

Outra solução popular para prevenção de perdas inclui acessório com três alarmes (12%), correntes e cabos sem alarme (6%). 4% das mercadorias não foram expostas na área de vendas da loja, mas foram mantidas na sala de estoque, e o cliente comprava uma caixa falsa ou usava um sistema de tickets para adquirir o item.

Figure 2.11

América do Norte – Percentual de SKUs com Etiquetas Eletrônicas nos Estados Unidos, 2013–2014

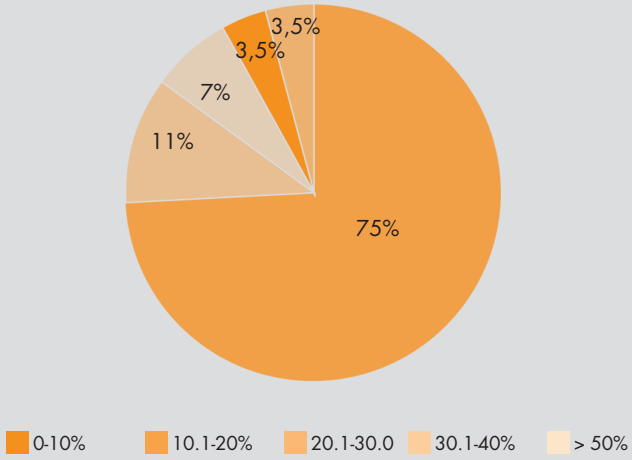


Figure 2.10

América do Norte – Práticas Populares de Prevenção de Perdas nos Estados Unidos, 2013–2014

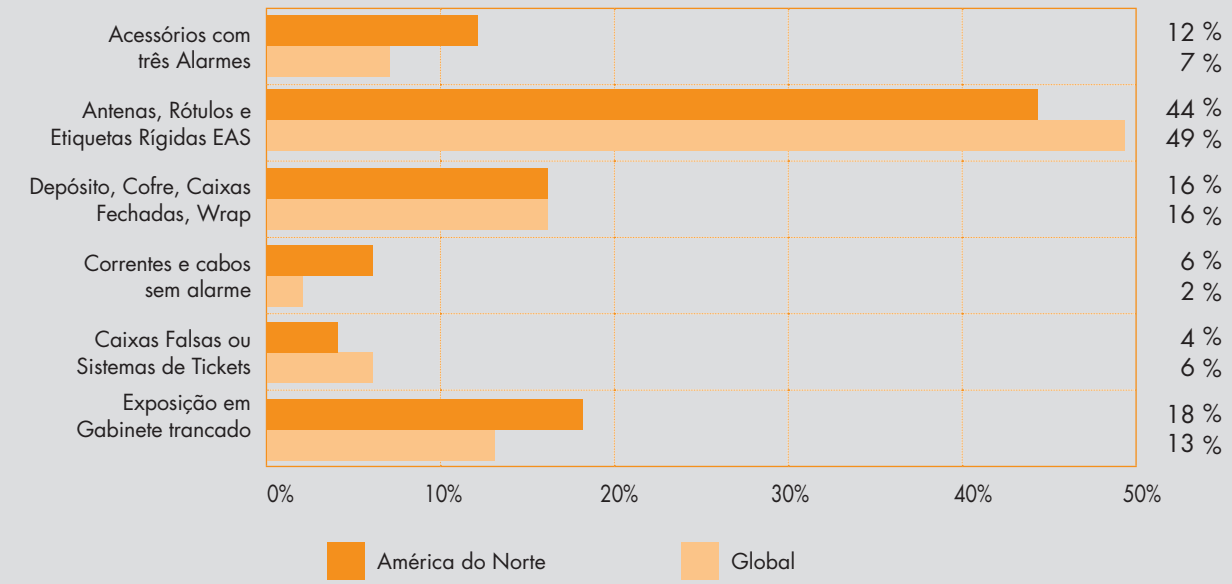
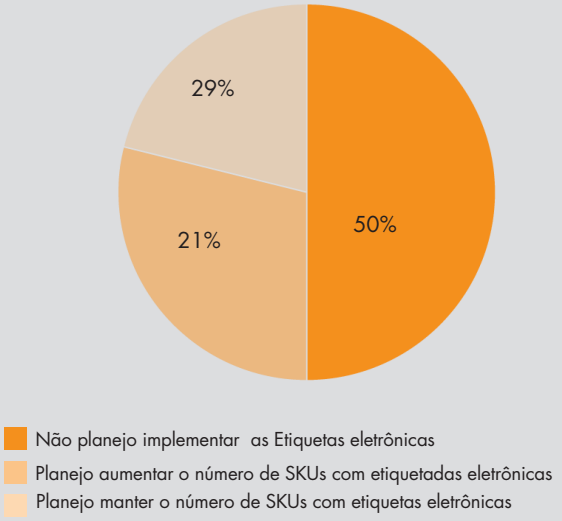


Figure 2.12

América do Norte – Plano de Implementação de Etiquetas Eletrônicas, 2013–2014



Além das intervenções tecnológicas mencionadas, os participantes sentiam que transmitindo o conhecimento sobre o produto e espalhando conscientização entre a equipe da loja para mantê-los motivados era altamente benéfico. Um treinamento regular feito para aprimorar os serviços ao cliente e a interação da equipe com o cliente também podem levar a uma retração da perda.

In the US, 50% of retailers are source tagging or planning to increase the number of source tagged SKU's. Retailers prioritise high risk merchandise and source tag them either at the point of manufacture or at their distribution center.

ITENS MAIS FURTADOS

Os ladrões de lojas e os funcionários desonestos nos Estados Unidos visavam primariamente produtos que fossem fáceis de esconder e revender no mercado, resultando em um aumento de pilhagem de acessórios. Em 2013, os ladrões de loja preferiam furtar acessórios de moda e de celulares (Figura 2.13) ao invés de peças de vestuário e aparelhos celulares, respectivamente. Outros produtos frequentemente furtados incluem ferramentas, vinhos e produtos de maquiagem.

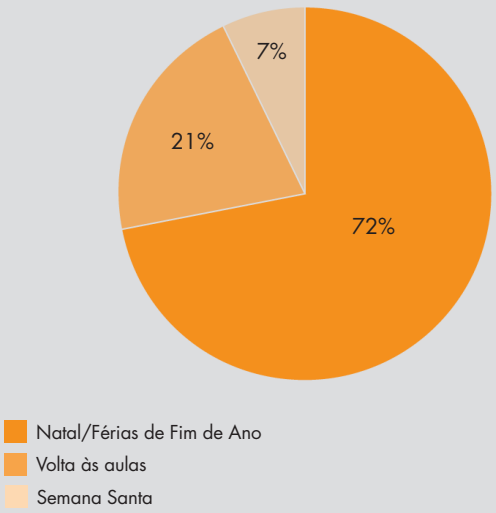
Figure 2.13

América do Norte – Top 3 Itens mais Furtados nos Estados Unidos, 2013–2014

Itens mais Furtados	Acessórios de Vestuário e Moda	Bricolagem /Artigos Domésticos	Eletrônicos	Alimentos e Bebidas	Saúde e Beleza
1º	Acessórios de Moda	Ferramentas	Acessórios para celular e itens de consumo doméstico/de escritório	Vinhos e Bebidas	Produtos de maquiagem
2º	Vestidos, lingerie/ peças íntimas, biquínis e óculos de sol	Pilhas	CD/DVD e vídeo games	Artigos Infantis	Lâminas de barbear e Cremes para o rosto
3º	Jeans e bolsas	Porcas e Parafusos	Acessórios para celular, jogos eletrônicos e navegador por satélite /GPS	Carne fresca e alimentos gourmet/ delicatessen	Creme Facial, perfumes e fragrâncias, e vitaminas

Figure 2.14

América do Norte – Temporadas com Ocorrência de Maior Perda nos Estados Unidos, 2013–2014



Uma outra tendência de perda (Figura 2.14) evidente no mercado varejista dos Estados Unidos é a sazonalidade (das três estações chave) quando os varejistas percebem a maior perda. Uma vasta maioria de participantes da pesquisa (72%) indicou ter testemunhado a perda máxima durante o Natal/férias de final de ano, em comparação com a Semana Santa e a Volta às Aulas, já que o movimento aumenta durante aquele período, aumentando também a dificuldade de empregar com eficiência as soluções de prevenção de perdas. O segundo período mais suscetível para os varejistas é o período de volta às aulas, que impactou outros 21% de varejistas em 2013.

Os varejistas acreditam que uma análise mais granular e profunda com relação aos fatos que contribuem para a perda aumenta a probabilidade de sucesso na mitigação da perda. Os varejistas que planejam utilizar soluções de prevenção de perdas acreditam ser importante acessar o Retorno de Investimento (ROI) de cada solução e o valor que elas agregam à organização.

Existe uma percepção geral de que a perda não está sendo bem gerenciada no país e há um escopo para melhorias. Os varejistas acreditam que para erradicar a perda do sistema, fornecedores e varejistas precisam trabalhar colaborativamente.

O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

PARTE III

América Latina

BARÓMETRO MUNDIAL DO FURTO NO VAREJO

América Latina

O Relatório GRTB para 2013–2014 cobre três países da América Latina. A Figura 3.1 indica os países classificados como América Latina.

De acordo com as previsões do FMI, espera-se que o cenário econômico da América Latina melhore em 2014. O PIB real do México projeta uma expansão de 3.0%, principalmente devido à economia mais forte nos Estados Unidos. O PIB real do Brasil pode melhorar moderadamente em 1.8%, enquanto se espera que a economia da Argentina chegue a um aumento de 0.5%.

PERDA NA AMÉRICA LATINA

Em 2013–2014, a índice média de perda na América Latina era de 1.41%. O total de perda somou US$8.8 bilhões. O México registrou a maior perda (1.70%) entre os países da América Latina. O Brasil mostrou o maior valor de perda em US$ 4 bilhões.

PERDA POR TIPOS DE LOJA

Varejistas Especialistas em Saúde e Beleza (5.0%) e Varejistas de Produtos Não Alimentícios (2.7%) foram os tipos de lojas líderes em termos de perda. A menor perda ocorreu em artigos domésticos (0.5%) e Lojas de Departamentos (0.6%).

Figura 3.1

Perda de Varejo na América Latina– por País (2013–2014)

País	Total de Perda (US$ milhões)	Perda (em % de vendas)
Argentina	1268	1.16%
Brasil	3958	1.30%
México	3588	1.70%

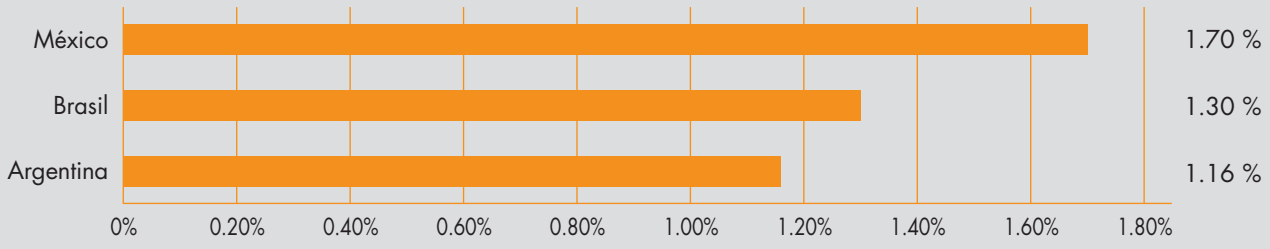
FONTES DE PERDA NO VAREJO

Em 2013–2014, as maiores fontes de perda foram os furtos em lojas e as fraudes por parte do vendedor ou do fornecedor. Os furtos na Argentina contribuíram para uma retração na perda do varejo, enquanto os furtos por funcionários desonestos aumentaram em comparação com o ano anterior. Mercadorias despachadas sem nota fiscal e consumo de produtos sem pagamento foram as principais contribuições para os furtos por parte dos funcionários desonestos.

O Brasil testemunhou uma ocorrência muito alta de fraudes por parte de fornecedores (39%) e teve a maior cota de perda, enquanto as perdas administrativas estiveram sob controle, sendo responsáveis por menos de 10%.

Figura 3.2

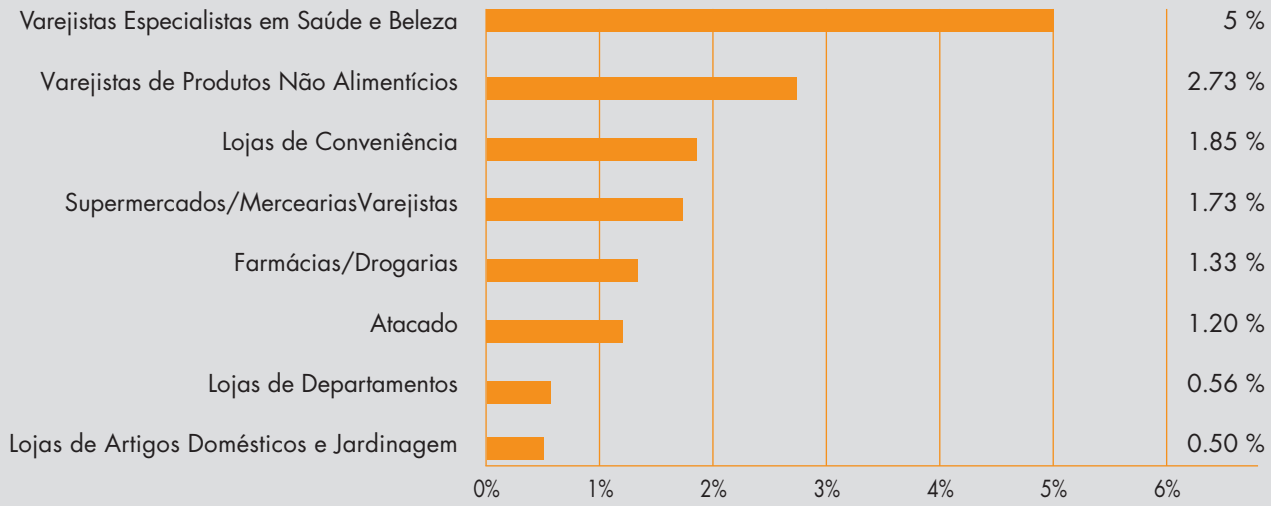
Perda de Varejo na América Latina– por País (2013–2014)



Índice de perda nos Países (2013-2014)

Figura 3.3

América Latina – Índice de Perda por Tipos de Lojas (2013–2014)



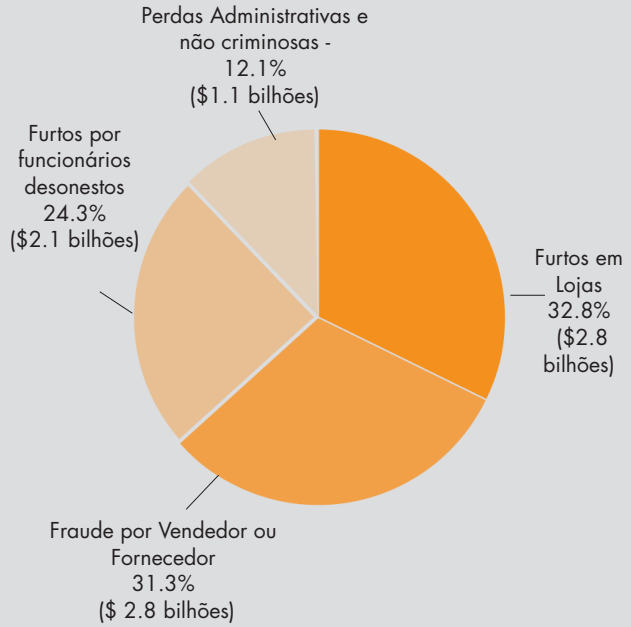
Para o México, a perda ocorrida por perdas administrativas foi responsável por uma participação de 22% em 2013–2014, aumentando em relação ao ano anterior. Os principais fatores que contribuíram para as perdas administrativas foram erros de inventário e erros de precificação; Os problemas de inventário incluem contagem errônea de itens do estoque físico e custos mal calculados, enquanto os SKUs com etiquetas de preço erradas contaram como erros de precificação.

Shoplifting accounted for the largest share of shrinkage in Latin America (32.8%)

A Argentina registrou uma alta no índice de furtos por funcionários desonestos, respondendo por mais de 90% da perda. Fatores macroeconômicos, tais como alta inflação – que se espera atinja 40% — e desvalorização da moeda levaram à erosão nos salários reais e contribuem para tal tendência.

Figura 3.4

Fontes de Perda no Varejo (2013–2014)



Total de perdas = $8.8 bilhões

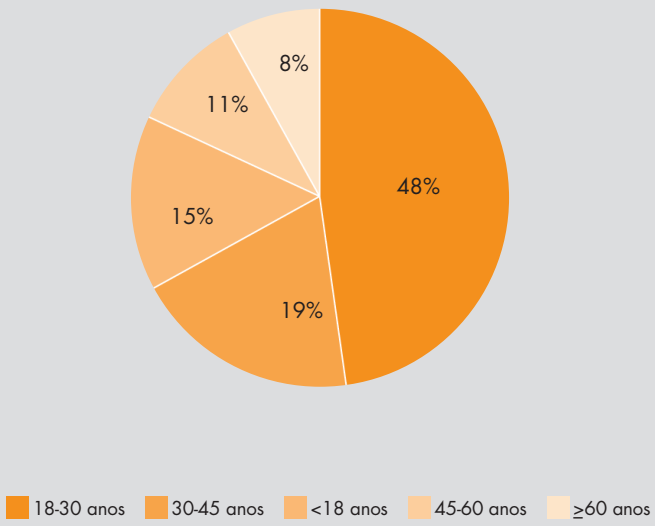
Figura 3.5

América Latina: Fontes de Perda no Varejo – por País (2013–2014)

País	Furtos por Funcionários Desonestos (em % de participação)	Furtos em Lojas (em % de participação)	Fraude por Vendedor ou Fornecedor (em % de participação)	Perdas Administrativas e Não Criminosas (em % de participação)
Argentina	92.7	4.2	1.4	1.7
Brasil	22.8	29.1	39.1	9.0
México	28.9	42.1	7.3	21.7

Figura 3.6

América Latina – Perfil Etário dos Ladrões de Lojas (2013–2014)



PERFIL ETÁRIO DOS LADRÕES DE LOJAS

Mais de 65% dos ladrões de lojas tinham idades de 18–45 em 2013–2014. Baixos salários reais e a alta da inflação no Brasil e na Argentina são considerados como sendo a principal razão para que a população trabalhadora efetue furtos em lojas para manter o estilo de vida.

Cerca de 45% dos ladrões de lojas na Argentina tinham idade acima de 60 anos, uma faixas etárias mais altas em todo o mundo.

CAUSAS DA PERDA POR TIPO DE VAREJO

Funcionários desonestos foram a maior preocupação para os varejistas especialistas em beleza e para as lojas de departamentos, respondendo por mais de 60% da perda. Supermercados, varejistas de produtos não alimentícios e lojas de artigos domésticos foram os mais impactados por furtos em lojas. Enquanto as fraudes por parte de fornecedores contribuíram significativamente para a perda nas drogarias, nas lojas de artigos domésticos e atacado, as perdas administrativas tiveram impacto principalmente em supermercados, lojas de conveniência e varejistas de produtos não alimentícios.

As drogarias se esforçaram para identificar produtos com validade vencida e isto está se tornando uma causa chave para elas. Devido à falta de canais sofisticados de comunicação entre as lojas, a visibilidade do inventário e a contabilidade estão em baixa. Isto é, se existe um produto em uma loja ele é passado para outra loja, e isto nem sempre aparece nos livros contábeis.

Figura 3.7

América Latina - Causas da Perda – por Tipo de Varejo (2013–2014)

Tipo de loja	Fraudes de funcionários desonestos	Furtos em lojas	Fraudes por vendedor ou fornecedor	Perdas administrativas e não criminosas
Supermercados/MercearíasVarejistas	28%	43%	8%	22%
Lojas de Conveniência	34%	36%	19%	12%
Atacado	30%	25%	40%	5%
Lojas de Departamentos	62%	28%	1%	9%
Varejistas Especialistas em Beleza	64%	24%	0%	12%
Farmácias /Drogarias	20%	30%	39%	10%
Lojas de artigos domésticos e jardinagem	10%	50%	40%	0%
Varejistas de Produtos Não Alimentícios	40%	45%	2%	13%

VISIBILIDADE DO INVENTÁRIO

Os funcionários do varejo na América Latina passam significantemente mais tempo — 55.2 minutos — fazendo a contagem do inventário do que a média global de 37.8 minutos.

Os funcionários mexicanos gastam cerca de 14.2% de seu tempo fazendo contagens de inventário, enquanto para os funcionários da Argentina e do Brasil, os números ficaram em 5.0% e 8.3%, respectivamente. No entanto, o status de visibilidade do México foi superior em comparação com os dois outros países.

A baixa visibilidade do inventário contribuiu para o alto índice de perda da América Latina.

Figura 3.8

América Latina – Relações entre a Índice de Perda, Visibilidade do Funcionário quanto ao Inventário e Tempo Gasto pela Equipe da Loja na Contagem do Inventário nos Países (2013–2014)

Região	Índice de perda	Tempo médio Gasto na Contagem do Inventário por Funcionário em minutos (todos os funcionários têm turnos de 08 horas)	Status de Visibilidade do Inventário (incapacidade de localizar um produto que acreditavam ter em estoque)
Argentina	1.16%	24.0	Frequentemente
Brasil	1.30%	40.0	Frequentemente
México	1.70%	68.0	Ocasionalmente
Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Muito Frequentemente
Aumento de Ocorrência de Casos			

Figura 3.9

América Latina - Custos de Crime no Varejo– por País (2013–14)

País	Índice de perda (%, 2013–2014)	Custos de Crimes no varejo (% de Receita, 2013–2014)	Custos de Crimes no Varejo (US$ bilhões, 2013–2014)	A Nível de País: Custos de Crime no varejo por Pessoa (US$, 2013–2014)
Argentina	1.16	2.20	2.4	56
Brasil	1.30	2.27	6.9	34
México	1.70	2.53	5.3	45
América Latina	**1.41**	**2.35**	**14.7**	**40**

CUSTOS DE CRIMES NO VAREJO

Em 2013–2014, os custos da América Latina com crimes no varejo foram os mais altos entre as outras regiões cobertas — excedendo a média global. O México incorreu os mais altos custos de crimes no varejo (2.53% da receita). A América Latina respondeu por 8.1% (US$14.7 bilhões) dos custos globais associados a crimes no varejo. O Brasil representou cerca de 3.8% (US$6.9 bilhões), o México contribuiu com 3% (US$5.3 bilhões), e a Argentina teve uma participação de 1.3% nos custos globais de crimes no varejo.

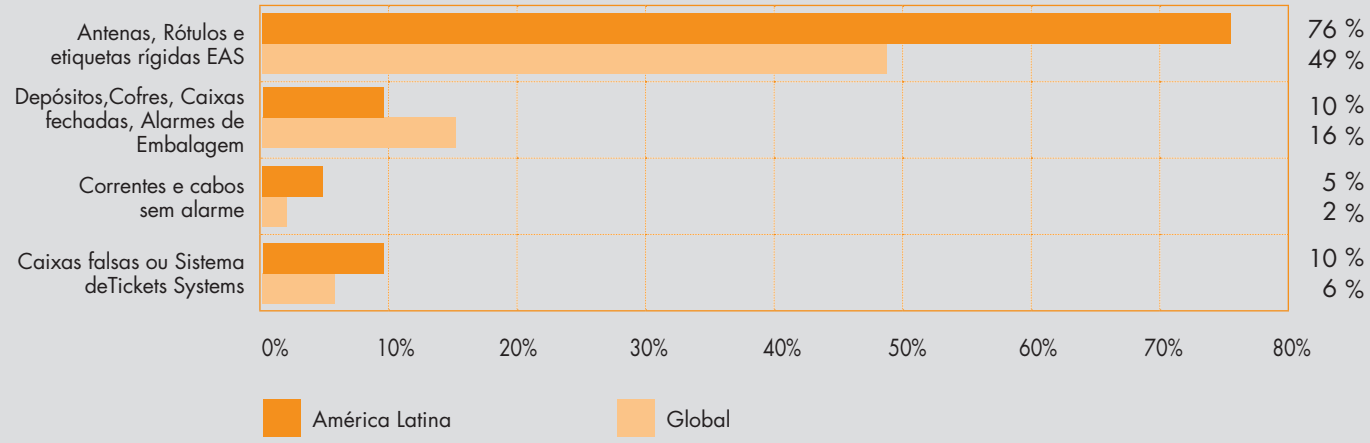
LOs gastos da América Latina com prevenção de perdas (1.13%), como parte da receita, são maiores do que a média global de 0.8%.

Durante 2013–2014, os gastos do México na prevenção de perdas no varejo alcançaram 1.22% da receita, e ele teve o mais alto índice de gastos na prevenção de perdas no varejo entre os países da América Latina. No entanto, a índice de perda do país aumentou em 2013–2014, principalmente graças ao tempo de atraso requerido para garantir soluções eficientes de prevenção.

Os tipos de lojas com os maiores gastos em prevenção de perdas incluíram supermercados/mercearias varejistas, hipermercados/grandes comerciantes e lojas de departamentos.

Figura 3.11

América Latina – Práticas Populares de Prevenção de Perdas (2013–2014)



SOLUÇÕES DE PREVENÇÃO DE PERDAS

Rótulos e etiquetas EAS, e antenas EAS — que são consideradas as soluções de prevenção de perdas mais efetivas — são largamente adotadas na América Latina. Cerca de 76% dos varejistas usam antenas, rótulos e etiquetas EAS. Outras soluções populares incluem caixas fechadas e alarmes de embalagem (9.5%), e sistemas de tickets (9.5%).

Alguns varejistas acreditam que guardas armados patrulhando as alas são mais eficientes do que as soluções tecnológicas de prevenção. Os varejistas também disseram que a checagem dos funcionários ao final dos turnos ajudou na retração de furtos por funcionários desonestos.

A mão de obra na América Latina é barata, e muitos varejistas preferem ter mais membros na equipe do que fazer gastos com tecnologia.

Figura 3.10

América Latina – Gastos com Prevenção de Perdas no Varejo – por País (2013–2014)

País	Gastos com Prevenção de Perdas no Varejo (em % de Receita, 2013–2014)	Gastos com Prevenção de Perdas no Varejo (US$ bilhões, 2013–2014)
Argentina	1.08	1.2
Brasil	1.08	3.3
México	1.22	2.6

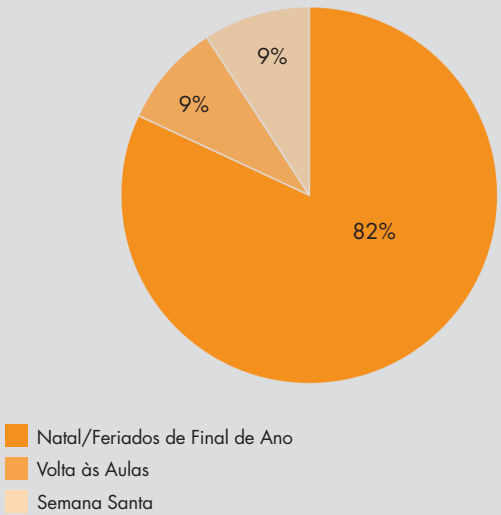
Figura 3.12

América Latina – Los 3 artículos más robados (2013–2014)

	Vestuário e Acessórios de Moda	Bricolagens /Artigos Domésticos	Eletrônicos	Alimentos e Bebidas	Saúde e Beleza
1°	Acessórios de Moda	Ferramentas	Smartphones e acessórios, impressoras e acessórios, e video games	Café	Produtos de maquiagem, e shampoos e condicionadores
2°	Calçados e vestidos	Cabos	iPads/tablets	Peixes, alimentos infantis e alimentos congelados	Cremes faciais, pasta de dente e produtos para a pele
3°	Lingerie/ roupas íntimas e bolsas	Porcas e parafusos	Laptops	NA	NA

Figura 3.13

América Latina – Estações com Maior Perda (2013–2014)



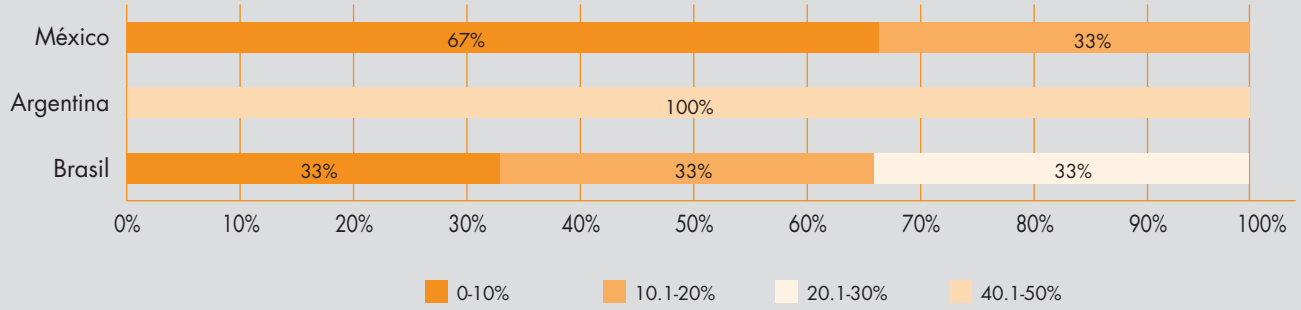
ITENS MAIS FURTADOS

Em 2013–2014, acessórios de modas, ferramentas, smartphones, café e produtos de maquiagem foram os produtos mais furtados na América Latina por serem fáceis de esconder e por terem um bom valor de revenda.

A maioria dos varejistas (82%) acredita que a maior parte das perdas ocorreram durante o período do Natal (fora das três estações chave). Semana Santa e "volta às aulas" foram outros períodos de pico da perda.

Figura 3.14

América Latina – Percentual de SKUs com etiquetas eletrônicas (2013–2014)



SOLUÇÕES DE PREVENÇÃO DE PERDAS

O tipo de loja que planejou a implementação dos SKUs com etiquetas eletrônicas incluía lojas de artigos domésticos, eletrônicos, e saúde e beleza.

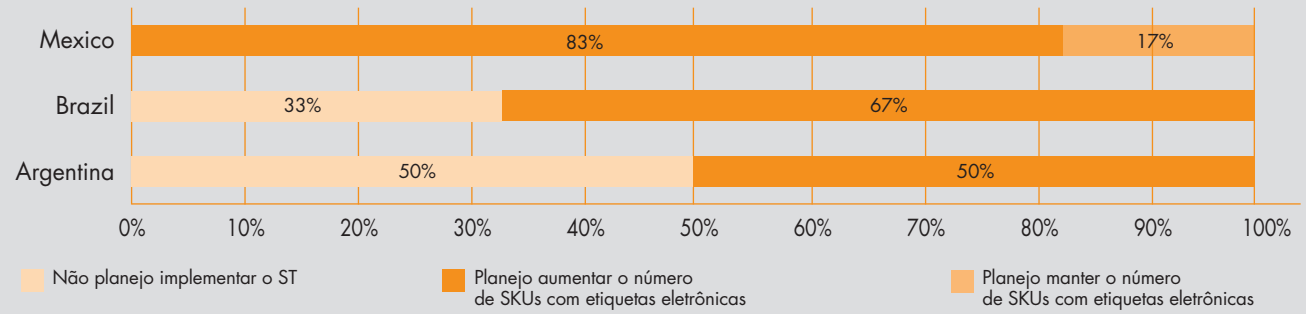
Mais de 80% dos varejistas planejam aumentar os SKUs com etiquetas eletrônicas no México, enquanto 17% planejam manter o número atual. Os entrevistados (67%) do Brasil expressaram sua intenção de aumentar o número de SKUs com etiquetas eletrônicas. Enquanto 50% dos varejistas argentinos planejam tem SKUs com etiquetas eletrônicas, e os restantes indicam que não têm planos para tal implementação, apesar do ROI experimentado por muitos varejistas na região.

Alguns varejistas, especialmente os varejistas de produtos de beleza têm progredido no uso de RFID dados seus incrementos de benefícios, e estão percebendo melhorias na gestão de perda.

to piloting/testing RFID for its incremental benefits and improvement in shrinkage management.

Figura 3.15

América Latina – Plano de Implementação de Etiquetas Eletrônicas (2013–2014)



O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

PARTE IV

Europa

BARÓMETRO MUNDIAL DO FURTO NO VAREJO

Europa

O relatório GRTB de 2013–2014 cobre 16 países na Europa. A Figura 4.1 fornece uma lista dos países classificados como Europa.

De acordo com as previsões da Comissão Europeia, em 2014, espera-se que o PIB real da EU-28 cresça 1.5%, com o crescimento da demanda interna e a melhoria da confiança dos consumidores e dos investidores. Espera-se que os países emergentes sejam nações líderes em termos de crescimento do PIB de economias estabelecidas, como as da Alemanha e da França, que são também passíveis de crescer marginalmente.

PERDA NA EUROPA

Em 2013–2014, a Europa foi testemunha de uma perda média de 1.13% — uma melhoria em comparação com o ano anterior. O total de perda em termos de valores chegou à soma de US$40.0 bilhões. Os países com os mais altos índices de perda foram a Finlândia (1.39%), a Espanha (1.36%) e a Rússia (1.35%); enquanto a Noruega (0.83%), o Reino Unido (0.97%) e a Turquia (0.99%) apresentaram os mais baixos índices. Incluídas a Rússia (US$6.6 bilhões), a Alemanha (US$6.2 bilhões) e a França (US$5.8 bilhões).

Na Alemanha, os varejistas aumentaram o foco em gestão de perda mesmo para os produtos mais baratos, consequentemente melhorando a visibilidade das perdas e aprimorando a capacidade de identificar com eficiência as fontes de perda.

O monitoramento e a gestão de perda no varejo em países tais como a Polônia e a Turquia tiveram início recentemente; assim, a visibilidade das perdas no varejo começou a aumentar em 2013–2014.

Como resultado da fraca situação econômica vista nos últimos anos, os varejistas estão focados na prevenção de perdas para melhorar a receita e as margens. A maioria dos países da Europa aumentou seus gastos com prevenção de perdas.

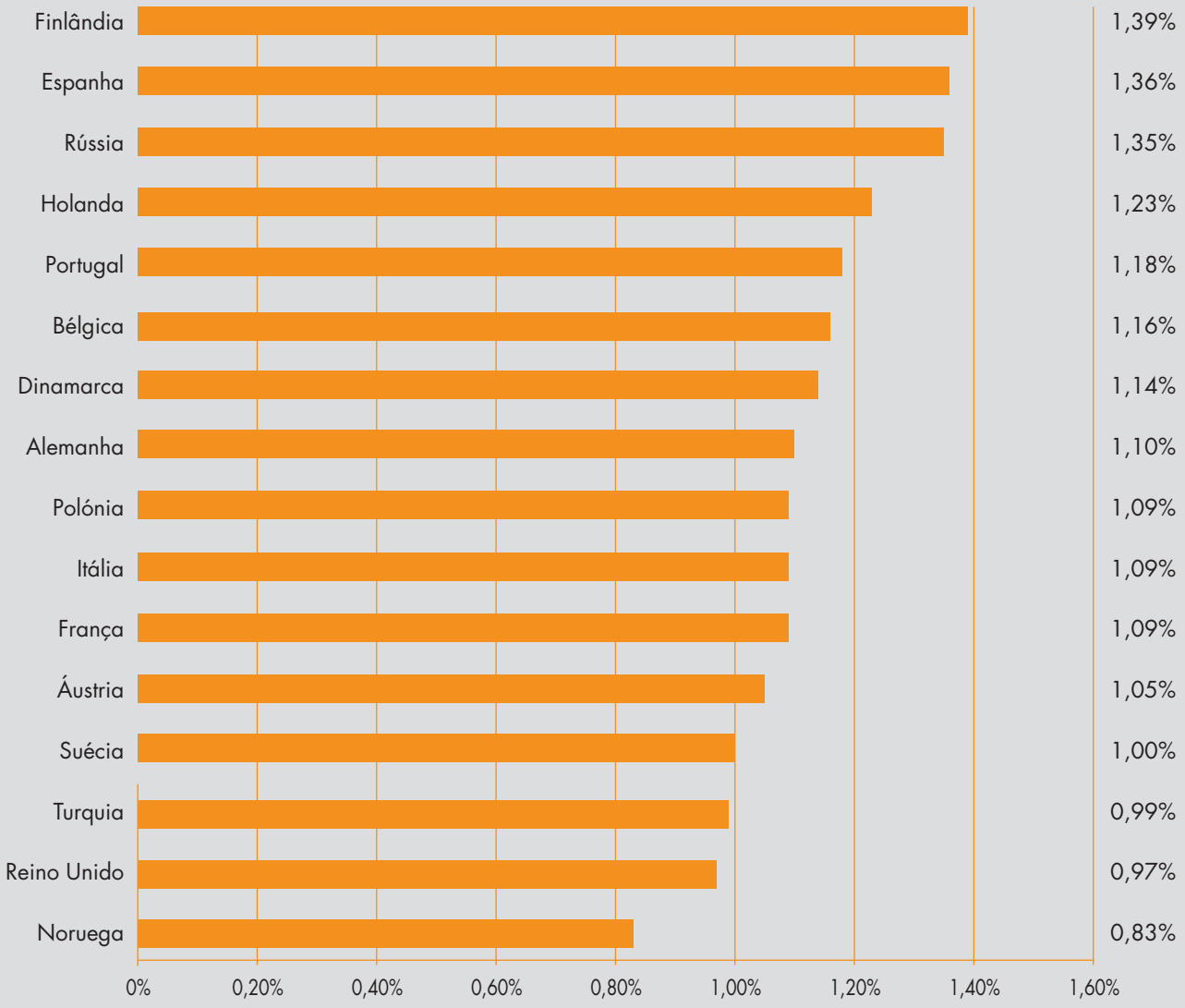
Figura 4.1

Europa - Perda no Varejo – por País (2013–2014)

	Valor da Perda (Us$ milhões)	Perda (em % de vendas)
Áustria	819	1,05%
Bélgica	1.168	1,16%
Dinamarca	564	1,14%
Finlândia	658	1,39%
França	5.849	1,09%
Alemanha	6.190	1,10%
Itália	4.207	1,09%
Holanda	1.459	1,23%
Noruega	563	0,83%
Polónia	1.089	1,09%
Portugal	614	1,18%
Rússia	6.648	1,35%
Espanha	3.419	1,36%
Suécia	904	1,00%
Turquia	1.626	0,99%
Reino Unido	4.319	0,97%

Figura 4.2

Europa - Perda no Varejo – por País (2013–2014)



PERDA POR TIPOS DE LOJAS

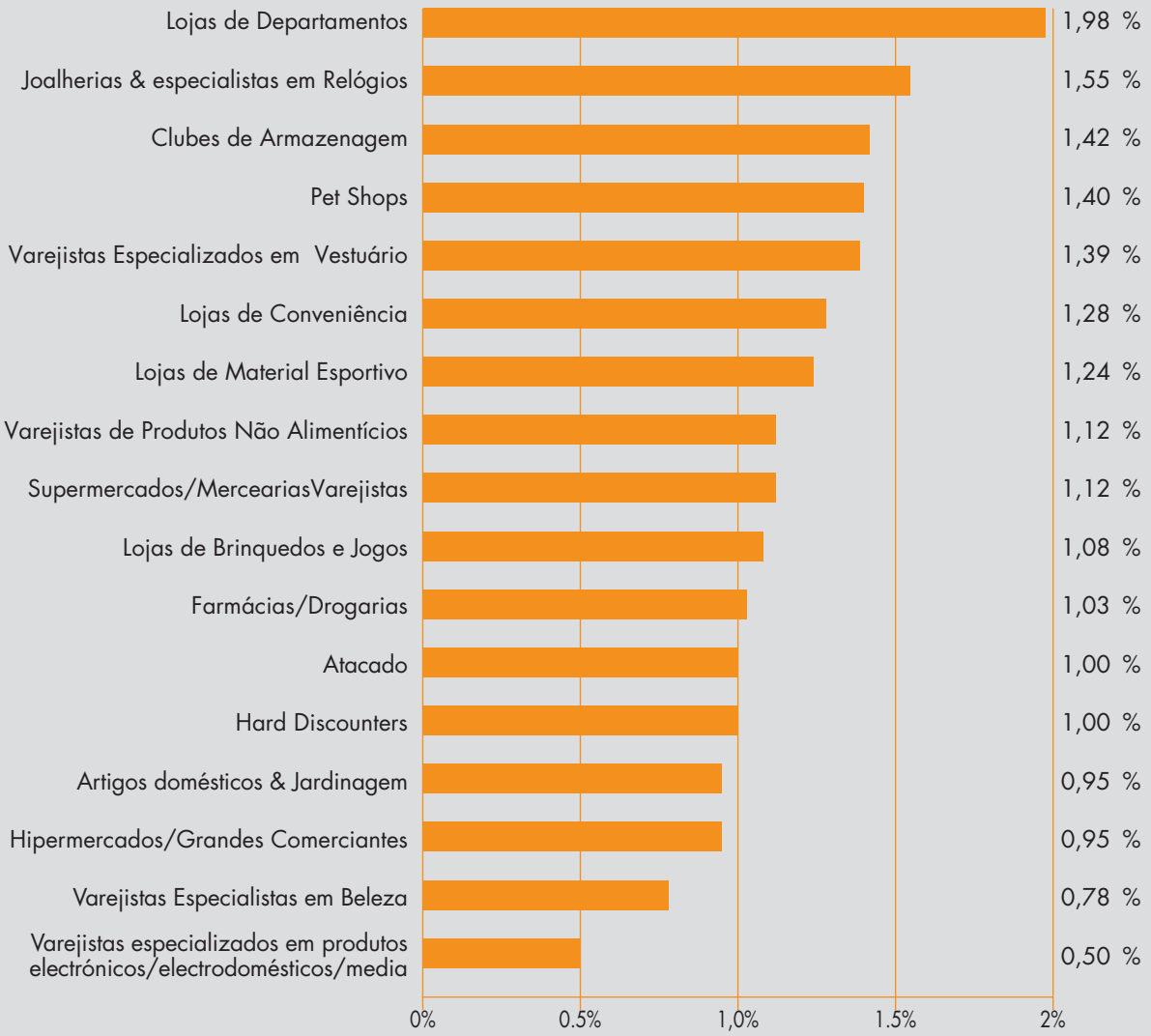
Lojas de departamentos (1.98%), joalherias e lojas de relógios (1.55%), e Clubes de Desconto(1.42%) respondem pela mais alta perda. Isto pode ser atribuído à shoplifting, dishonest employee theft and organised retail crime together with a low level of loss prevention spend. Lojas com as mais baixas perdas incluem Varejistas Especialistas em Beleza (0.8%) e varejistas de aparelhos eletrônicos (0.5%). Mercearias varejistas em países tais como a Alemanha e a França também registraram uma baixa índice de perda

FONTES DE PERDA NO VAREJO

Furtos em lojas formam a principal causa de perda na Europa, responsáveis por 38% (US$15.5 bilhões) do total de perdas. Muitos varejistas também enfrentam furtos por funcionários desonestos, enquanto as perdas de varejistas europeus devidas a funcionários desonestos permaneceram em US$8.8 bilhões em 2013–2014.

Figura 4.3

Europa – Índices de Perda por Tipos de Lojas (2013–2014)

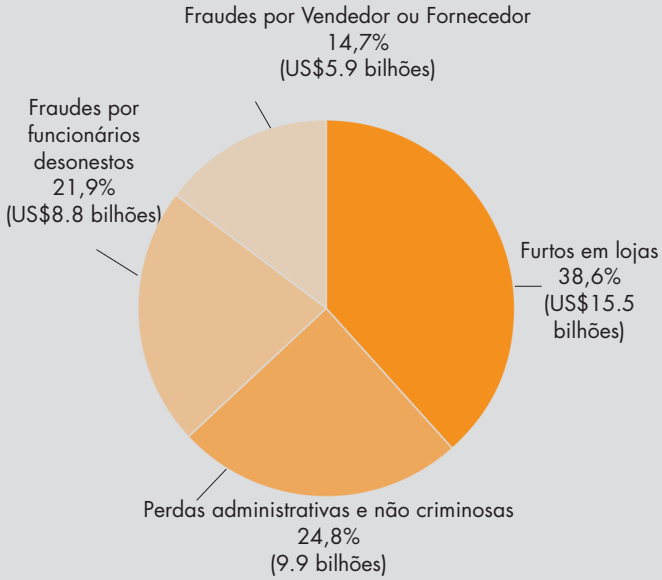


Na Alemanha, os furtos por funcionários desonestos e as perdas administrativas do varejo aumentaram, enquanto furtos em lojas e fraudes por fornecedores diminuíram. Na Espanha, as ocorrências de furtos em lojas decaiu, enquanto as fraudes por fornecedor e perdas administrativas tiveram aumento. O Reino Unido testemunhou uma queda nos furtos por funcionários desonestos e furtos em lojas, enquanto fraudes por fornecedores e perdas administrativas aumentaram.

Os furtos em lojas foram a causa principal de perda na maioria dos países, exceto pelo Reino Unido e a Noruega, onde as administrativas e não criminosas foram a razão primária para a perda. A maioria dos casos de furtos em lojas foi registrada na França. A Rússia registrou a maior incidência de furtos por funcionários desonestos, enquanto as fraudes de fornecedores foram a principal contribuição para a perda na Suécia.

Figura 4.4

Europa – Fontes de Perda no Varejo (2013–2014)



Total de Perdas: US$40.1 bilhões

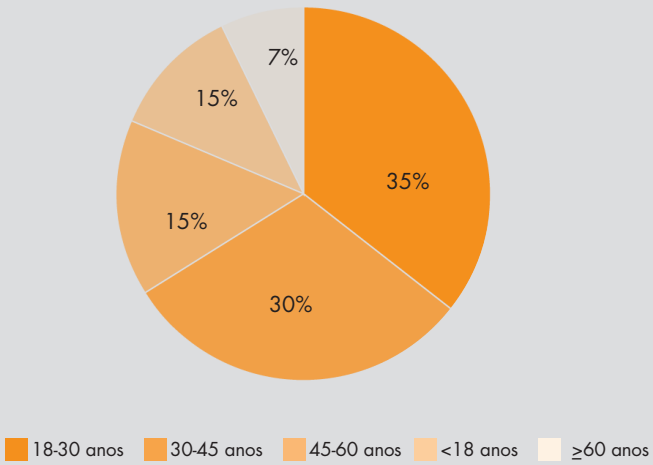
Figura 4.5

Europa - Fontes de Perda no Varejo – por País (2013–2014)

País	Furto por trabalhador desonesto	Furto na loja	Fraude por fornecedor	Perdas administrativas e não criminais
Áustria	17.6%	49.5%	12.9%	20.0%
Bélgica	29.7%	50.9%	8.8%	10.5%
Dinamarca	34.9%	38.2%	15.4%	11.5%
Finlândia	29.3%	40.6%	10.2%	19.9%
França	16.7%	58.5%	8.0%	16.8%
Alemanha	35.4%	37.6%	4.9%	22.1%
Itália	22.0%	53.4%	8.3%	16.3%
Holanda	25.7%	47.8%	7.3%	19.2%
Noruega	27.6%	30.2%	2.6%	39.5%
Polônia	33.9%	46.5%	14.4%	5.2%
Portugal	17.0%	50.0%	4.3%	28.7%
Rússia	33.3%	32.9%	7.6%	26.1%
Espanha	23.5%	30.9%	20.6%	25.0%
Suécia	16.7%	27.5%	44.9%	10.8%
Turquia	33.7%	42.6%	5.0%	18.6%
Reino Unido	15.9%	25.3%	22.3%	36.5%

Figura 4.6

Europa – Perfil Etário dos Ladrões de Lojas (2013–2014)



Quase 65% dos ladrões de lojas têm idades entre 18–45 anos. A baixa renda, juntamente com aspirações a um grande estilo de vida são consideradas as razões base para os furtos em lojas. O grupo com mais idade (acima de 60 anos) tem um papel menor, respondendo por cerca de 7% das perdas por furtos em lojas.

Ladrões de lojas com menos de 18 anos respondem por uma parcela significativa das perdas por furtos em lojas na Finlândia (30%) e na Rússia (23%). Ladrões de lojas com idades acima de 60 anos representam uma grande fatia (50%) da perda na Áustria. A maioria dos ladrões de lojas na Itália (34%) e na Holanda (31%) pertence no grupo de faixa etária de 30–45 anos.

Aproximadamente 39% dos entrevistados responderam que a maioria dos ladrões de lojas eram homens.

Figura 4.7

Europa – Razões da Perda – por Tipo de Varejo (2013–2014)

	Fraudes por funcionários desonestos	Furtos em lojas	Fraudes por vendedor ou fornecedor	Perdas administrativas e não criminosas
Supermercados/MercearíasVarejistas	20%	31%	19%	29%
Hiperrmercados/Grandes Comerciantes	24%	49%	8%	18%
Lojas de Conveniência	27%	49%	9%	14%
Hard Discounters	30%	60%	5%	5%
Atacado	10%	70%	5%	15%
Clubes de Armazenagem	29%	43%	0%	28%
Lojas de Departamentos	25%	50%	5%	20%
Varejistas Especialistas em Vestuário	24%	50%	6%	19%
Varejistas especiais em Joias e Relógios	6%	21%	63%	10%
Lojas de Material Esportivo	35%	33%	5%	27%
Varejistas especializados em produtos electrónicos/electrodomésticos/media	37%	41%	5%	17%
Lojas Tradicionais de Brinquedos e Jogos	26%	37%	5%	32%
Varejistas Especialistas em Beleza	16%	82%	1%	1%
Farmácias /Drogarias	31%	50%	1%	18%
Lojas de artigos domésticos e jardinagem	6%	43%	3%	48%
Pet Shops	25%	25%	25%	25%
Varejistas de Produtos Não Alimentícios	24%	44%	13%	19%

Figura 4.8

Europa – Relações entre a Índice de Perda, Visibilidade do Inventário por parte dos Funcionário e Tempo Gasto pela Equipe da Loja na Contagem do Inventários nos Países (2013–2014)

País	Índice de Perda	Tempo médio gasto na contagem de stock por trabalhador em minutos (todos os funcionários têm turnos de 8 horas)	Status de Visibilidade do Inventário (incapacidade de localizar um produto que acreditavam ter em estoque)
Áustria	1.05%	144.0	Raramente
Bélgica	1.16%	30.0	Ocasionalmente
Dinamarca	1.14%	24.0	Frequentemente
Finlândia	1.39%	48.0	Ocasionalmente
França	1.09%	24.0	Raramente
Alemanha	1.10%	24.0	Raramente
Itália	1.09%	38.6	Ocasionalmente
Holanda	1.23%	26.7	Raramente
Noruega	0.83%	48.0	Ocasionalmente
Polónia	1.09%	24.0	Ocasionalmente
Portugal	1.18%	39.0	Ocasionalmente
Rússia	1.35%	24.0	Frequentemente
Espanha	1.36%	37.7	Raramente
Suécia	1.00%	24.0	Ocasionalmente
Turquia	0.99%	44.6	Frequentemente
Reino Unido	0.97%	28.8	Ocasionalmente
Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Muito frequentemente
Aumento da Ocorrência de Casos			

CAUSAS DA PERDA POR TIPO DE VAREJO

Os furtos em lojas foram a razão base para perda no atacado e nos varejistas especialistas em beleza, respondendo por mais de 70% da perda. Varejistas de eletrônicos e materiais esportivos incorreram na maior parte das perdas devidas a furtos por funcionários desonestos. As fraudes cometidas por vendedores/fornecedores foram à contribuição chave para perda entre joalherias e varejistas de relógios, contribuindo com uma participação de 63% em tais perdas. Lojas com a maior participação em perdas administrativas incluíam lojas de artigos domésticos (48%), varejistas tradicionais de brinquedos e jogos (32%), e supermercados (29%).

VISIBILIDADE DO INVENTÁRIO

O tempo médio gasto na contagem do inventário na Europa (34.6 minutos) é mais baixo do que a média global de 37.8 minutos.

Países como a França e a Alemanha registraram a menor quantidade de tempo (24 minutos) gasto em contagem do inventário, e os funcionários raramente tiveram dúvidas na localização de itens no inventário. Contudo, embora as equipes de varejo da Rússia e da Dinamarca tenham também gasto 24 minutes por turno em contagem de inventário, elas enfrentaram com frequência ocorrências de artigos colocados em local errado ou faltando.

A contagem de inventário na Áustria respondeu pelo maior percentual (30%) do tempo do turno, o que também resultou na alta visibilidade do inventário.

CUSTOS COM CRIMES DE VAREJO

Os custos com crimes no varejo (como percentual de receita) aumentaram na maior parte da Europa. Contudo, os custos médios de crimes no varejo (como percentual de receita) na região ficaram ligeiramente abaixo da média global de 1.81%. Os países que enfrentaram desafios maiores em termos de gastos com crimes no varejo (como percentual de receita) incluem a Finlândia (2.47%), a Espanha (2.39%) e a Rússia (2.29%). A Rússia ($11.3 bilhões), a Alemanha ($9.4 bilhões) e o Reino Unido ($8 bilhões) utilizaram os maiores custos com crimes no varejo em termos de valor.

Em 2013–2014, a Rússia e o Reino Unido, em US$6.4 bilhões e US$5.3 bilhões, respectivamente, gastaram mais em prevenção de perdas. Entre os países pesquisados na Europa, a Turquia empregou o valor mais baixo — US$0.2 bilhões.

Os maiores gastos com prevenção de perdas (como parte da receita) foram vistos na Espanha (1.38%), Finlândia (1.37%), Noruega (1.30%) e Rússia (1.30%).

Figura 4.9

Custos com Crimes no Varejo– por País (2013–2014)

País	% de Perda	Custos de Crimes no Varejo (em % de Receita)	Custos de Crimes no Varejo (US$ bilhões)	A Nível de País: Custos de Crimes no Varejo por Pessoa ($)
Áustria	1.05	1.99	1.6	189
Bélgica	1.16	1.75	1.8	169
Dinamarca	1.14	2.04	1.0	182
Finlândia	1.39	2.47	1.2	223
França	1.09	1.40	7.5	114
Alemanha	1.10	1.68	9.4	116
Itália	1.09	1.90	7.3	119
Holanda	1.23	1.80	2.1	127
Noruega	0.83	1.80	1.2	240
Polônia	1.09	1.26	1.3	33
Portugal	1.18	1.84	1.0	89
Rússia	1.35	2.29	11.3	79
Espanha	1.36	2.39	6.0	127
Suécia	1.00	1.85	1.7	174
Turquia	0.99	0.92	1.5	19
Reino Unido	0.97	1.79	8.0	126
Europa	**1.07**	**1.80**	**63.8**	**98**

SOLUÇÕES DE PREVENÇÃO DE PERDAS

Os fatores chave com impacto sobre a adoção de prevenção de perdas na Europa incluem os custos e o tamanho da loja. Os varejistas precisam ver um ROI para então implementar soluções de prevenção de perdas. Antenas Rótulos e etiquetas EAS (49%) foram as soluções de prevenção de perdas mais populares na Europa, assim como foi a tendência global. Caixas fechadas e alarmes de embalagem, bem como gabinetes trancados, foram mais populares em países como a Áustria, a França, a Suécia e o Reino Unido. Itens expostos nos gabinetes trancados ou prateleiras eram encontrados principalmente da Bélgica e na Dinamarca. Acessórios com três alarmes são mais empregados na Polônia.

Os depósitos, cofres, caixas fechadas e alarmes de embalagem, alarmes de linha e detectores de metal têm uma adoção maior na Europa do que no resto do mundo.

Figura 4.10

Gastos com Prevenção de Perdas no Varejo – por País (2013–2014)

	Gastos com Prevenção de Perdas no varejo (em % de Receita, 2013–2014)	Gastos com Prevenção de Perdas no varejo 2013–2014 (US$ bilhões)
Áustria	1.15	0.90
Bélgica	0.71	0.72
Dinamarca	1.03	0.51
Finland	1.37	0.65
França	0.49	2.62
Alemanha	0.82	4.60
Itália	1.01	3.90
Holanda	0.81	0.97
Noruega	1.30	0.88
Polónia	0.23	0.22
Portugal	1.03	0.53
Rússia	1.30	6.39
Espanha	1.38	3.45
Suécia	0.97	0.87
Turquia	0.12	0.20
Reino Unido	1.18	5.29

Figura 4.11

Europa – Praticas Populares de Prevenção de Perdas (2013–2014)

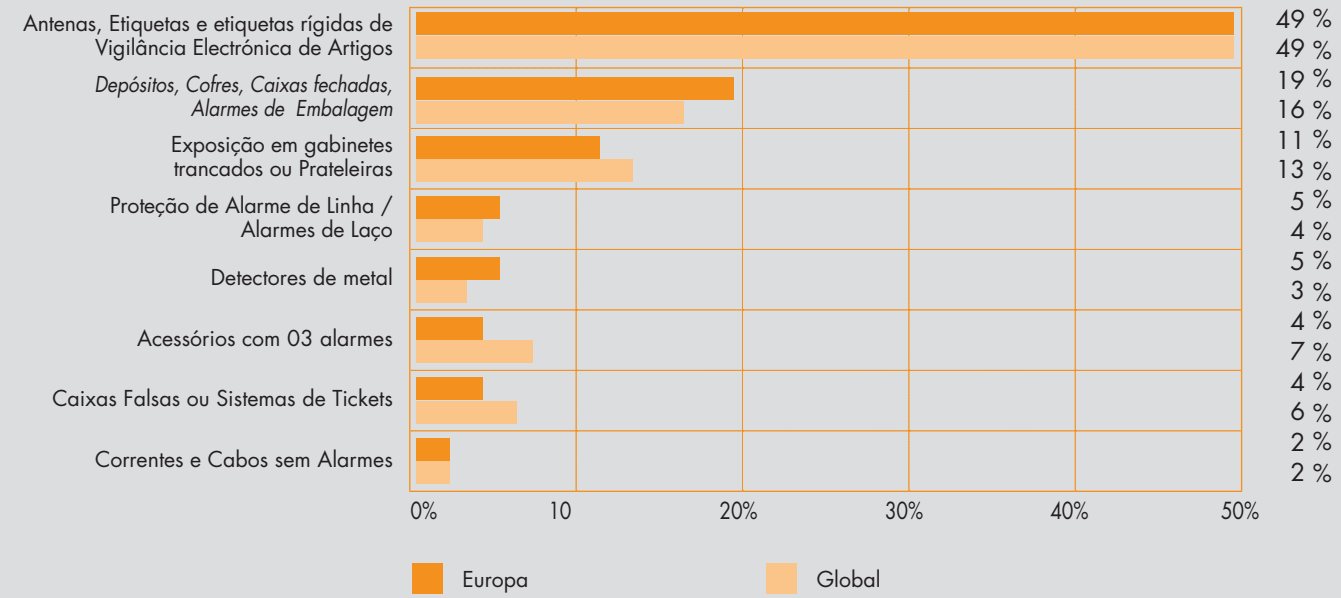


Figura 4.12

Europa – Percentual de SKUs com etiquetas eletrônicas (2013–2014)

País	0,0-10,0% de SKUs com etiquetas eletrônicas	10,1-20,0% de SKUs com etiquetas eletrônicas	20,1-30,0% de SKUs com etiquetas eletrônicas	30,1-40,0% de SKUs com etiquetas eletrônicas	40,1–50,0% de SKUs com etiquetas eletrônicas	>50% de SKUs com etiquetas eletrônicas
Áustria	100%	-	-	-	-	-
Bélgica	50%	25%	-	-	-	25%
Dinamarca	100%	-	-	-	-	-
Finlândia	100%	-	-	-	-	-
França	80%	-	-	20%	-	-
Alemanha	62%	-	-	-	13%	25%
Itália	83%	8%	-	-	-	9%
Holanda	56%	11%	11%	-	11%	11%
Noruega	-	-	100%	-	-	-
Polónia	75%	-	-	-	25%	-
Portugal	67%	11%	-	-	-	22%
Rússia	100%	-	-	-	-	
Espanha	72%	14%	-	-	14%	-
Suécia	100%	-	-	-	-	-
Turquia	72%	-	-	-	14%	14%
Reino Unido	80%	-	20%	-	-	-

Embora a adoção de câmeras de segurança CCTV tenha aumentado, os varejistas se mostraram desconfortáveis com este método, uma vez que ele só fornece informações depois que a fraude foi cometida. O indicador chave de implementação de RFID é o ROI, pois ele pode reduzir os casos a partir do estoque.

Mais de 20% dos varejistas em países como a Bélgica, a Alemanha e Portugal têm mais da metade de seus SKUs com etiquetas eletrônicas.

Durante os anos de 2013–2014, os varejistas da França aumentaram os SKUs com etiquetas eletrônicas em produtos eletrônicos, de beleza e vestuário, alimentos e bebidas, etc.

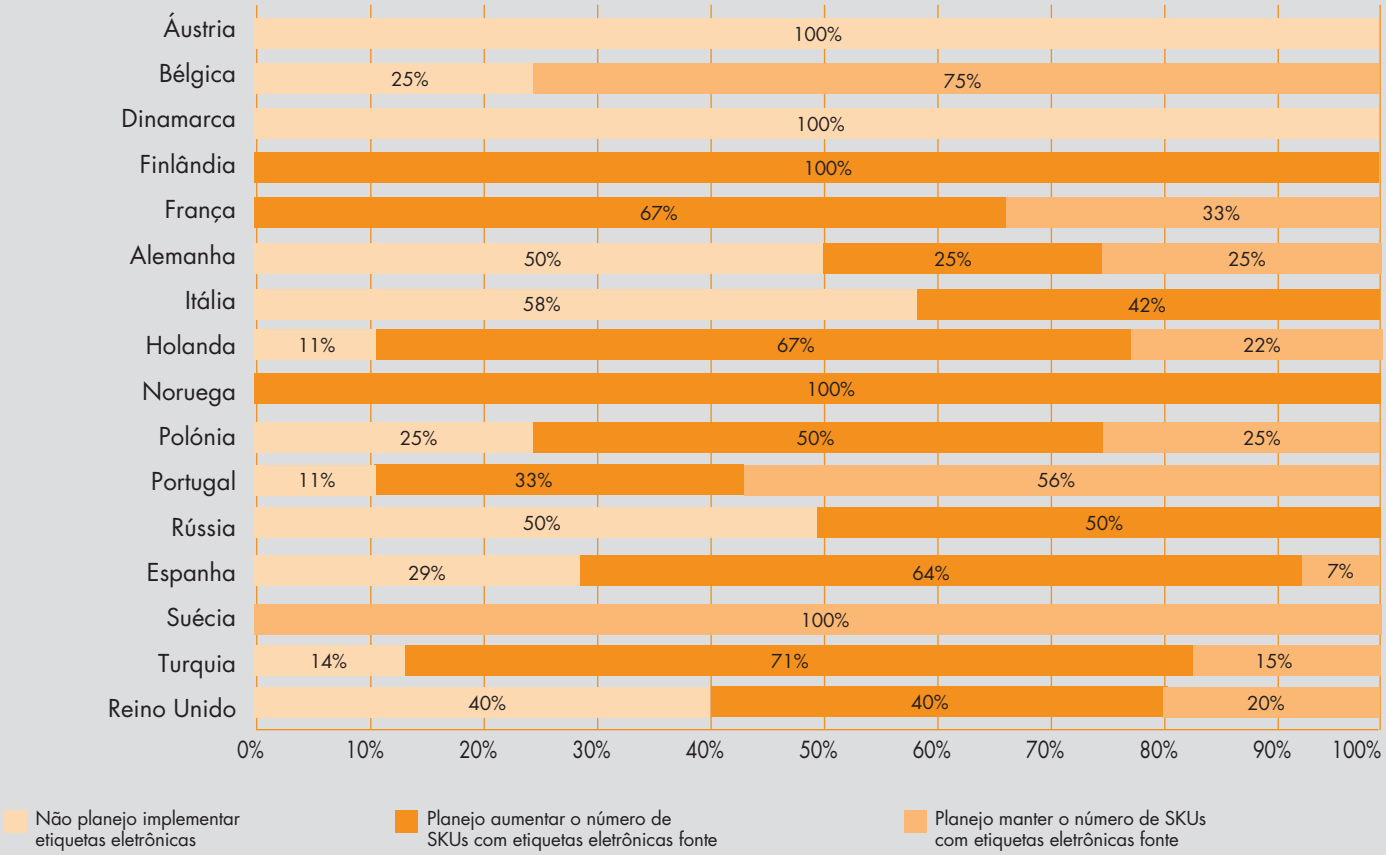
Na Europa, 50% dos varejistas planejaram aumentar o número de SKUs com etiquetas eletrônicas.

Os varejistas estão cada vez mais focados na reunião de dados sobre perda em suas lojas para analisar as tendências, entender de onde vem a perda e lidar com ela, e identificar as principais questões para as quais as soluções customizadas estão sendo planejadas. Esta é uma grande chance em comparação com uns dois anos atrás, quando as soluções de prevenção de perdas eram implementadas em toda a loja, independente do tipo de produto, resultando em maiores gastos e um menor ROI. Hoje, em países como a Espanha, os varejistas não apenas sabem que têm uma questão de perda, eles sabem exatamente que mercadorias têm uma perda maior. É aí que eles trabalham em soluções customizadas para um produto específico.

Na Europa, a prevenção de perdas é considerada uma questão chave nos negócios, e em alguns países, como a Espanha, as universidades introduziram cursos especiais

Figura 4.13

Europa – Plano de Implementação de Etiquetas Eletrônicas (2013–2014)



para promover conhecimentos sobres o assunto. Os varejistas estão também cientes da necessidade de treinamento para os funcionários da loja e estão começando a investir em treinamento online para os funcionários no ponto de vendas, em supermercados, por exemplo. Na França, os varejistas gastam mais tempo nos processos de controle, bem como no treinamento dos funcionários da loja.

Em alguns tipos de loja, como varejo de alimentos, o uso de etiquetas eletrônicas tem aumentado, já que produz a economia (em comparação com a contratação de mais funcionários para aplicar etiquetas de preço na loja). Em alguns países existe uma crescente tendência para que as lojas tenham entradas mais largas, o que torna o controle da entrada mais complexo e por vezes tecnicamente desafiante. Nesses casos, mais funcionários são usados para triagem manual, fazendo adição aos custos de crimes no varejo.

Alguns fornecedores estão trabalhando em parceria com os varejistas para melhorar o entendimento de prevenção de perdas e participado de programas de treinamentos conjuntos para que se obtenha uma gestão efetiva.

Todos os tipos de solução para prevenção de perdas, como EAS, CCTV, treinamento de funcionários e etiquetas eletrônicas têm sido adotados em forma crescente. Contudo, os varejistas estão ainda se concentrando no ROI, e estão ansiosos para desenvolver estratégias de prevenção de perdas e atingir um equilíbrio entre as várias soluções disponíveis.

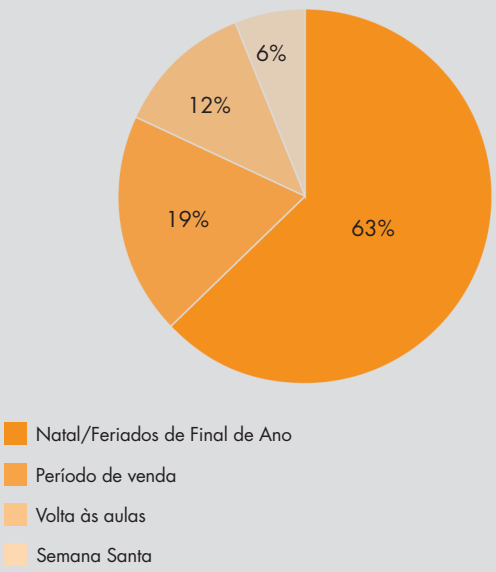
Figura 4.14

Europa – Top 3 dos artigos mais furtados (2013–2014)

Itens mais Furtados	Vestuário e Acessórios de Moda	Bricolagens/ Artigos Domésticos	Eletrônicos	Alimentos e bebidas	Saúde e beleza
1º	Acessórios de Moda	Ferramentas	Acessórios para Celulares	Vinhos e Bebidas	Produtos de Maquiagem
2º	Joias	Pilhas	iPhone/ smartphoness	Carne fresca	Cremes faciais
3º	Calçados	Fechaduras para portas	iPad/tablets	Queijos e alimentos gourmet, delicatessen	Lâminas de barbear

Figura 4.15

Europa – Temporadas com Maior Perda (2013–2014)



ITENS MAIS FURTADOS

Os itens mais furtados são objetos que sejam fáceis de esconder e que tenham um bom mercado de revenda. Acessórios para moda, ferramentas, acessórios para celulares, vinhos e bebidas, e produtos de maquiagem são os itens mais furtados na Europa.
Países como a França enfrentam um ladrão mais profissional, e assim maquiagem, moda, acessórios e bebidas são itens altamente vulneráveis.
Na Alemanha, como em muitos outros países, os itens mais vulneráveis são os produtos em lançamento, enquanto na Turquia, os ladrões de lojas buscam joias e acessórios de moda por causa de seus altos valores de revenda. O furto no varejo da Itália é largamente visto em casacos de couro, calçados, vestidos, bebidas alcoólicas, etc.

TEMPORADAS COM MAIOR PERDA

Mais de 60% dos varejistas expressaram sua convicção de que os feriados de Natal/Fim de Ano foi o período com a maior perda na Europa (entre as 03 estações chave). Muitas pessoas vendo vitrines, compradores que precisam comprar presentes, lojas com excesso de estoque, equipes temporárias são as razões chave para este fenômeno. Por outro lado, apenas 6% dos entrevistados mencionaram a Semana Santa como um período de perda alta.

O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

2013-2014

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

PART V

Ásia Oriental

BARÓMETRO MUNDIAL DO FURTO NO VAREJO

Ásia Oriental

O relatório GRTB de 2013–2014 cobre quatro países na Ásia Oriental. Eles estão indicados na Figura 5.1.

PERDA NA ÁSIA ORIENTAL

A Ásia Oriental foi testemunha de um aumento no índice de perda por 2 pontos básicos acima daqueles do ano passado, predominantemente devido à China. Durante os anos de 2013–2014, a perda totalizou US$37.6 bilhões, respondendo por 1.28% do total de vendas no varejo na região. Dos quarto países analisados na região, a China teve a maior perda (1.53%). Um aumento de 1.97% no índice de perda da China puxou para cima a média do índice de perda na região, apesar das melhorias nos três outros países.

De acordo com os varejistas, em 2013–2014, a perda na Austrália diminuiu principalmente devido à melhoria nos serviços ao cliente e maior treinamento interno da equipe.

No período de uma ano, os investimentos em prevenção de perdas feitos pelos varejistas da região aumentaram significativamente (como percentual de receita) e ultrapassaram a média global de 2013–2014.

O aumento incomum da perda, apesar do aumento com gastos na prevenção de perdas, é atribuído a uma tendência similar na China, que tem uma parcela significativa na indústria geral de varejo da região. A índice de perda da China aumentou, em meio ao aumento dos gastos com prevenção de perdas and a perceived increase of organised retail crime incidents. Não obstante, as soluções de prevenção de perdas adotadas durante o ano irão igualmente mostrar um impacto positivo do próximo ano. Antes de 2013, os gastos com prevenção de perdas efetuados pelos varejistas eram insignificantes, deixando-os vulneráveis a uma perda de receita para shoplifting and dishonest employee theft.

Figure 5.1

Ásia Oriental Perda no Varejo – por País 2013–2014

País	Total de Perda (US$ milhões)	Perda (em % de vendas)
Japão	10248	0.97
Austrália	2440	1.06
Hong Kong	547	1.09
China	24387	1.53

CAUSAS DA PERDA POR TIPO DE VAREJO

Similarmente à América do Norte, as Hard Discounters na Ásia Oriental sofreram quase todas com o impacto da perda. Varejistas de eletrônicos tiveram a menor perda (0.5%) mormente como resultado de sistemas aprimorados de prevenção de perdas e gestão adequada de inventário.

Os varejistas especializados em vestuário na China e em Hong Kong têm soluções superiores de prevenção de perdas instaladas como resultado da alta perda sofrida em suas lojas.

As mercearias varejistas podem em geral negociar melhores contratos, requerendo dos fornecedores uma compensação da perda, assim impactando a perda declarada.

Figure 5.2

Ásia Oriental Perda no Varejo – por País 2013–2014

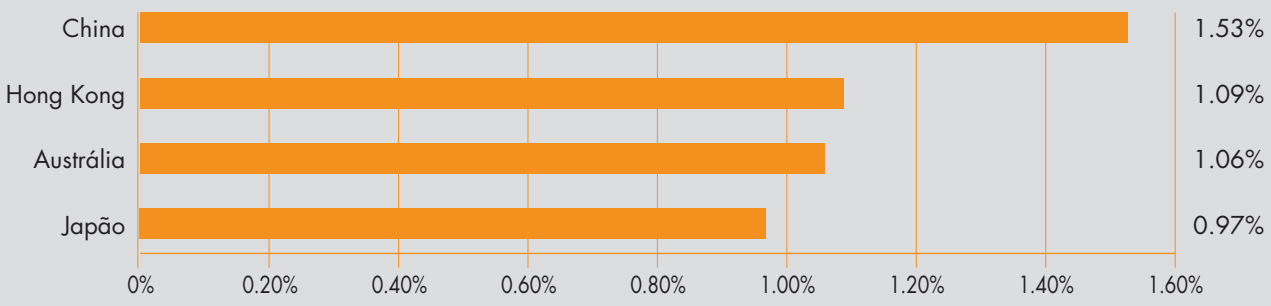


Figure 5.3

Ásia Oriental – Índice de Perda em Diferentes Tipos de Lojas na Ásia Oriental, 2013–14

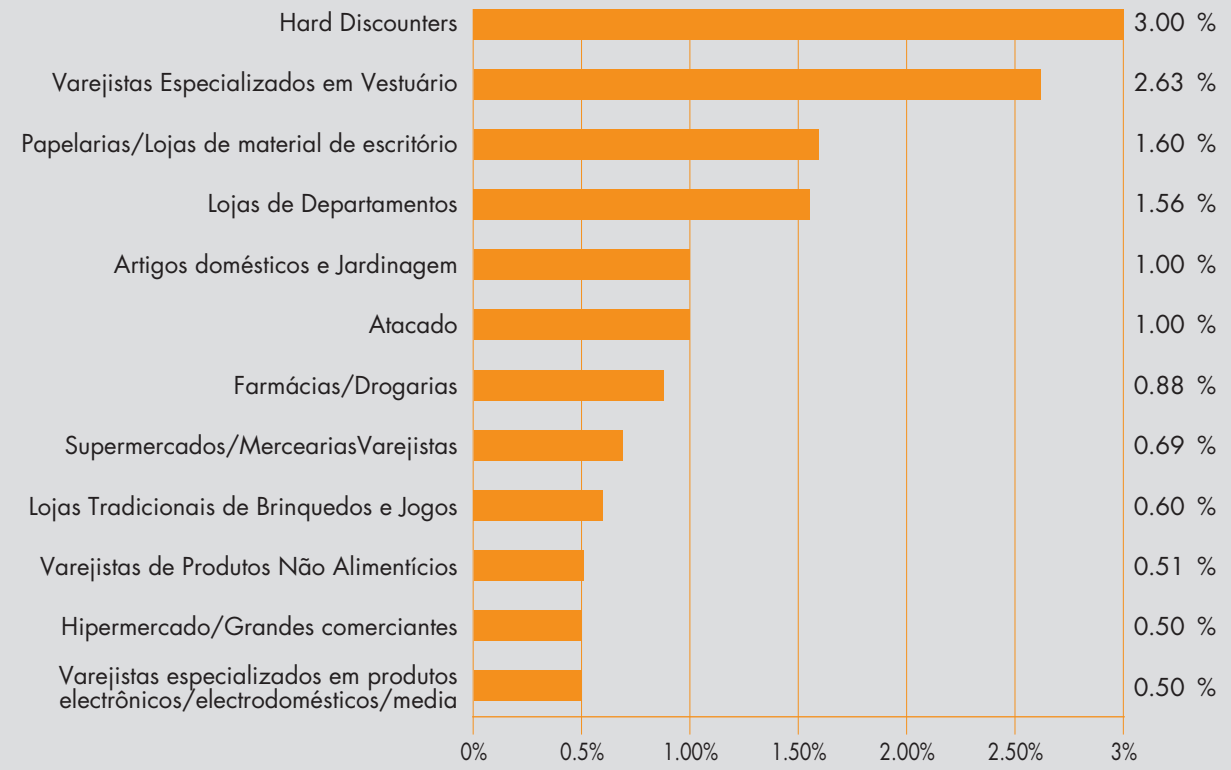


Figure 5.4

Ásia Oriental – Fontes de Perda no Varejo 2013–2014



Total de Perdas: US$37.6 bilhões

FONTES DE PERDA

Os furtos em lojas são a maior fonte de perda na Ásia Oriental, exceto na Austrália, onde o furto interno por funcionários desonestos responde pela maioria das perdas. O principal problema nos casos de furtos em lojas na Austrália é a falta de penalidades legais. Em 2013–2014, os varejistas em Hong Kong relataram a maior perda na receita resultante de furtos em lojas, uma tendência também testemunhada no ano anterior. Marcas internacionais tiveram maiores vendas na China e em Hong Kong devido ao crescimento do turismo, levando a um aumento nos furtos por causa do alto valor de revenda de tais produtos. O Japão foi uma aberração, já que mais de um terço de sua perda se deve a perdas administrativas e não criminosas.

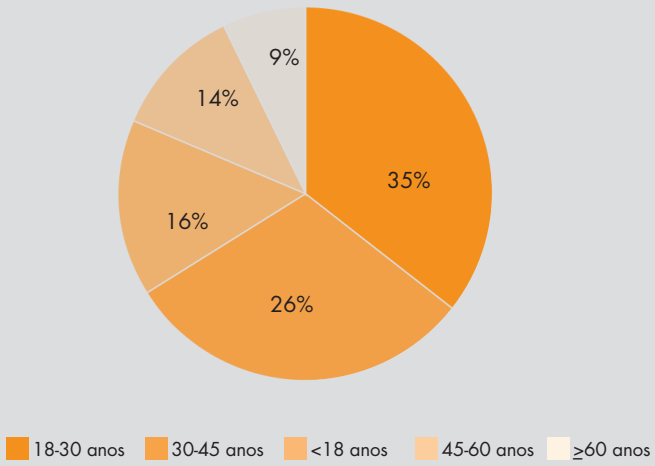
Figure 5.5

Ásia Oriental Fontes de Perda – por País 2013–2014

País	Roubo de Funcionários Desonestos	Furto em Lojas	Fraude por Vendedor ou Fornecedor	Perdas Administrativas e Não Criminosas
Austrália	42.5%	30.0%	8.4%	19.1%
China	27.5%	50.4%	6.9%	15.2%
Hong Kong	20.0%	55.3%	12.3%	12.4%
Japão	9.2%	47.6%	8.0%	35.2%

Figure 5.6

Ásia Oriental – Perfil Etário dos Ladrões de Loja



Adultos no grupo etário de 18–45 anos constituem a maioria dos ladrões de lojas na Ásia Oriental. O Japão é uma exceção, pois os ladrões de lojas estão distribuídos em quase todos os grupos de idade. No Japão, adolescentes (abaixo de 18 anos) constituem o maior grupo — 23% — de ladrões de lojas. O grupo de 18–30 anos é o maior grupo de ladrões de lojas na Austrália (42%), na China (46%) e em Hong Kong (39%).

Os participantes da pesquisa foram quase unânimes na identificação de que a maioria dos ladrões de loja são homens. Por exemplo, 40% dos varejistas chineses indicaram que mais de 75% dos ladros de loja são homens, enquanto outros 20% identificaram 25–50% como homens. No Japão, os resultados são mais balanceados, pois 56% dos varejistas acreditam que 25–50% dos ladrões de loja sejam homens, com apenas 11% dos varejistas indicando um número maior. 40% dos varejistas de Hong Kong e 33% daqueles do Japão expressaram sua incapacidade para identificar a demografia dos ladrões, sugerindo a falta de um sistema apropriado de rastreamento para monitorar e prevenir furtos na loja.

Furtos na loja foram a razão principal da perda dos varejistas, exceto em hipermercados e Varejistas de Produtos Não Alimentícios, para os quais as perdas administrativas foram as maiores contribuições. Os varejistas concordaram que precisavam leis e punições mais rígidas para furtos, que atuassem como dissuasão. Embora os números de equipes tenham aumentado ao correr dos anos, a tendência de manter mais produtos em exposição atrai os ladrões de lojas.

Ao invés de fechar os produtos em gabinetes, o que resulta em menos vendas, os varejistas estão focados na contratação de pessoal adicional em certas áreas da loja.

Figure 5.7

Ásia Oriental – Razões da Perda – por tipo de Varejista

Tipo de Varejista	Roubo de Funcionários desonestos	Furto na Loja	Fraude de Vendedor ou Fornecedor	Perdas Administrativas e não criminosas
Supermercados/ Mercearias Varejistas	29%	52%	10%	9%
Hipermercados/Mercadorias de Massa	13%	34%	0%	53%
Hard Discounters	10%	20%	30%	40%
Atacado	18%	61%	11%	11%
Lojas de Departamentos	56%	25%	10%	8%
Varejistas Especializados em Vestuário	23%	54%	7%	17%
Varejistas especializados em produtos electrônicos/electrodomésticos/media	24%	46%	4%	26%
Lojas Tradicionais de Brinquedos e Jogos	14%	68%	3%	15%
Farmácias /Drogarias	28%	48%	5%	20%
Lojas de Decoração e Jardinagem	27%	44%	10%	18%
Papelarias/Lojas de material de Escritório	5%	50%	10%	35%
Varejistas de Produtos Não Alimentícios	8%	15%	0%	77%

VISIBILIDADE DO INVENTÁRIO

Os resultados nos países da Ásia Oriental seguem um padrão, enquanto em países com uma perda mais alta passam muito mais tempo contando seus inventários para compensar a falta de soluções de rastreamento de inventário.

Figure 5.8

Ásia Oriental – Relação entre o Índice de Perda, Visibilidade do Inventário dos Funcionários e Tempo Gasto pelas Equipes da Loja na Contagem do Inventário, por País, 2013–2014

País	Índice de perda	Tempo Médio em Contagem de Inventário por Funcionário em minutos (todos os funcionários têm turnos de 08 horas)	Status de Visibilidade do Inventário (incapacidade de localizar um produto que eles acreditavam ter em estoque)
Austrália	Austrália	32.0	Raramente
China	China	76.8	Frequentemente
Hong Kong	Hong Kong	48.0	Frequentemente
Japão	Japão	32.0	Ocasionalmente
Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Muito Frequentemente
Aumento na Ocorrência de Casos			

Figure 5.9

Ásia Oriental - Custos de Crime de Varejo– por País 2013–2014

País	% de Perda	Custo dos Crime de varejo (em % de Receita)	Custos de Crime de varejo (US$ bilhões)	A Nível de País: Custos de Crime de Varejo por Pessoa (US$)
Austrália	1.06	1.64	3.8	169.3
China	1.53	2.01	32.0	23.7
Hong Kong	1.09	2.46	1.2	174.7
Japão	0.97	1.47	15.6	122.7
Ásia Oriental	**1.28**	**1.79**	**52.6**	**34.9**

CUSTOS DOS CRIMES NO VAREJO

O maior número de crimes no varejo na região abasteceram os gastos com prevenção de perdas (como percentual de receita). Os varejistas australianos (0.78%) ficaram atrás dos varejistas do Japão (0.88%), da China (1.02%) e de Hong Kong (1.51%).

Em 2013–2014, Ásia Oriental respondeu por 35% (US$28.1 bilhões) dos custos totais na prevenção de perdas no varejo. Os varejistas chineses contribuíram com 20% (US$16.2 bilhões) para os gastos globais, enquanto os japoneses foram responsáveis por 12% (US$9.4 bilhões). Dos 24 países analisados globalmente, os varejistas de Hong Kong relataram a maior média de gastos com prevenção de perdas no varejo como percentual de receita.

Figure 5.10

Gastos da Ásia Oriental em Prevenção de Perdas no Varejo – por País 2013–2014

País	Gasto com Prevenção de Perda (em % de Receita)	Gasto com Prevenção de Perdas (US$ bilhões)
Austrália	0.78	1.8
China	1.02	16.2
Hong Kong	1.51	0.8
Japão	0.88	9.4
Ásia Oriental	**0.96**	**28.1**

O aumento dos gastos com prevenção de perdas pelos australianos e japoneses resultou em um subsequente recuo em suas índices de perda em 2013–2014. A China, contudo, não foi capaz de controlar a perda devido à a perceived increase in crime organizado. Os varejistas em Hong Kong usam uma proporção significativamente mais alta de sua receita como investimento em tecnologias de prevenção de perdas do que sua contraparte continental. Com um nível relativamente similar de furto nas lojas em Hong Kong e na China, existe uma exigência de um aumento nos gastos pelos varejistas chineses. Em alguns casos, os fornecedores dão suporte aos varejistas para ajudar na prevenção de perdas.

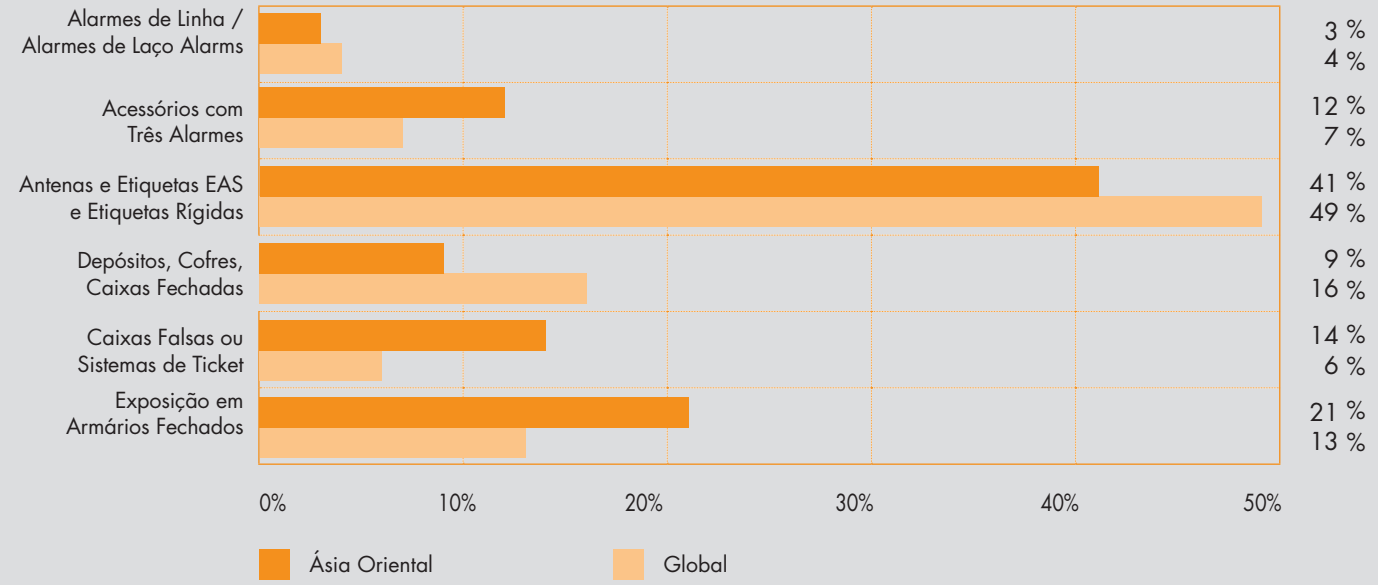
SOLUÇÕES DE PREVENÇÃO DE PERDAS

Os rótulos, as etiquetas EAS e antenas EAS são as soluções mais populares de prevenção de perdas entre os varejistas na região. Contudo, as preferências específicas de um país variam. Por exemplo, acessórios com três alarmes são a solução preferida (40%) em Hong Kong, enquanto caixas falsas e sistemas de tickets são os preferidos (39%) pelos varejistas japoneses.

De acordo com os participantes na pesquisa, as soluções de prevenção de perdas na China estão mudando da contratação de mais equipes para o investimento em tecnologia. Também, a implementação de câmeras CCTV na Austrália ajudou a reduzir a perda em 2013–2014. Os principais fatores que influenciaram a implementação de soluções de prevenção de perdas na Austrália incluem a localização da loja (em áreas mais sensíveis com relação a furtos) e o Retorno de Investimento (ROI) de tais soluções. Lojas em áreas com alta propensão ao furto são passíveis da implementação de um leque mais amplo de soluções de prevenção de perda.

Figure 5.11

Ásia Oriental – Soluções Populares de Prevenção de Perdas 2013–2014



Os varejistas também compartilharam o sentimento de que um treinamento adicional para a equipe terá um papel importante na prevenção de perdas pela criação de conscientização, assim evitando tais problemas.

Havia maior existência de etiquetas eletrônicas em Hong Kong, com 40% dos varejistas usando 10–20% de etiquetas eletrônicas em seus SKUs.

O 14% dos varejistas planejam manter o número de SKUs com etiquetas eletrônicas no mesmo nível atual, enquanto 41% planejam aumentar o número de SKUs com etiquetas eletrônicas. O 45% dos varejistas na região ainda não tem planos para implementar tais etiquetas.

78% dos varejistas pesquisados no Japão não planejam implementar etiquetas eletrônicas , em comparação com apenas 20% dos varejistas em Hong Kong, 33% na China e 33% na Austrália. Por outro lado, 56% dos varejistas na Austrália, 50% na China, 40% em Hong Kong e 22% no Japão planejam aumentar o número de SKUs com etiquetas eletrônicas.

Figure 5.12

Ásia Oriental – Percentual de SKUs com Etiqueta Fonte

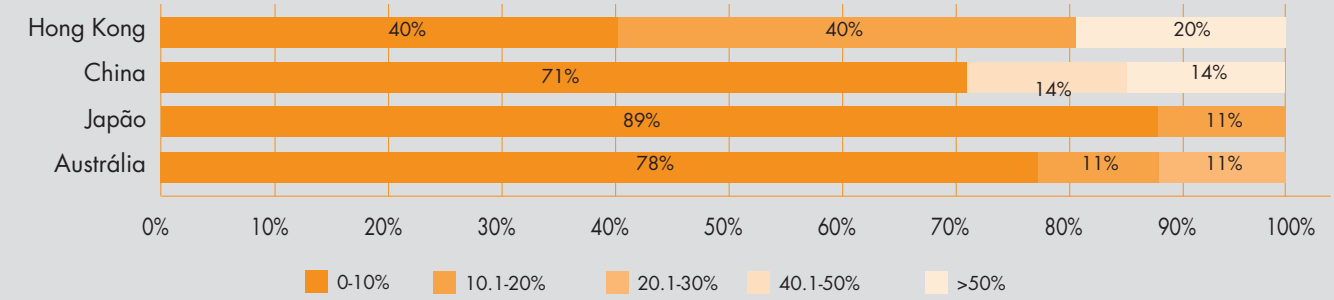
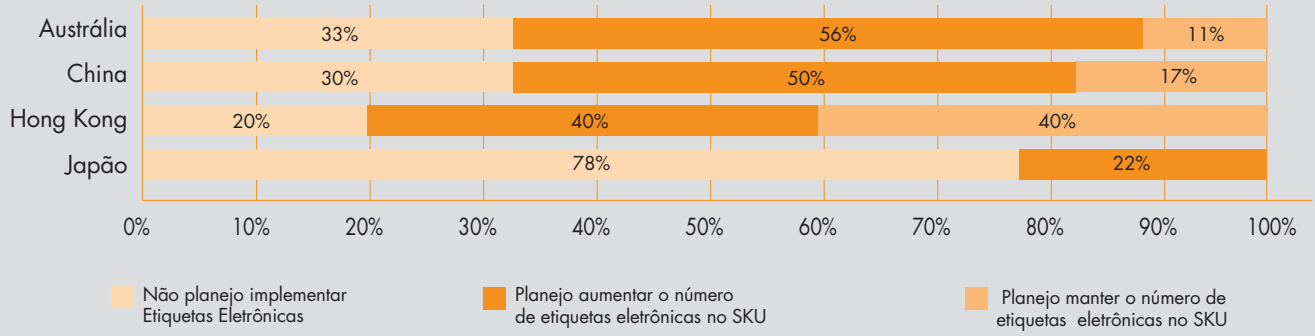


Figure 5.13

Plano de Implementação de Etiqueta Fonte



TENDÊNCIAS DA PERDA

Os varejistas são unânimes em relacionar a tendência de expor um crescente numero de itens que tem ocorrido nos últimos anos, com um maior número de casos de furtos no varejo, isto é, quando seus produtos são expostos sem um dispositivo antifurto aplicado na fonte ou na loja. Existe também um consenso sobre o período (dentro das quatro estações) quando os varejistas registram a maior perda. Durante o período do Natal / Final de Ano, quando os varejistas recebem um maior número de visitantes, os furtos aumentam. Quase 47% dos varejistas relataram uma perda máxima durante esse período em comparação com a Semana Santa ou a volta às aulas e às vendas. O Segundo período mais suscetível é quando o varejista coloca produtos em liquidação.

Em geral, bens que podem ser revendidos com facilidade estão entre os itens mais furtados. Por exemplo, acessórios são os itens mais visados por ladrões de lojas e funcionários desonestos. Acessórios para celulares são preferidos em relação a aparelhos celulares, enquanto acessórios de moda são preferidos em relação a roupas. Um fator que faz com que um acessório seja visado é o seu pequeno tamanho, e a facilidade para escondê-lo.

Figure 5.14

Ásia Oriental – Top 3 – Itens mais Furtados

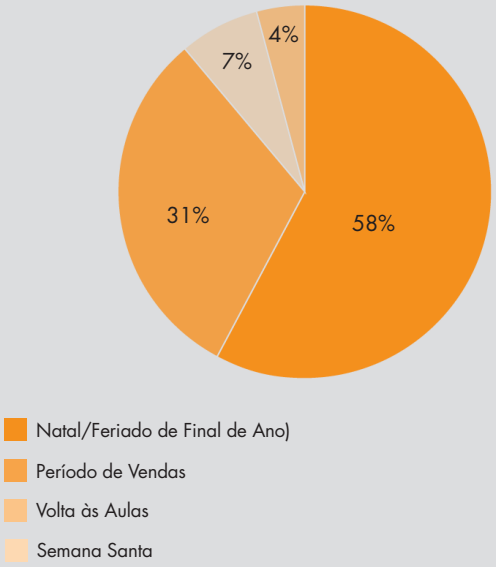
Itens mais Furtados	Roupas e Acessórios de Moda	Bricolagem/ Artigos domésticos	Eletrônicos	Food and Beverages	Saúde e Beleza
1º	Acessórios de moda	Baterias	Acessórios para celulares	Vinhos e Bebidas	Perfumes e fragrâncias
2º	Jóias	–	iPhones/ smartphones	Carnes frescas e produtos gourmet /delicatessen	Produtos de maquiagem
3º	Lingerie/ roupas íntimas	–	CD/DVD e video games	Tabaco e queijos	Lâminas e cremes de barbear

A tendência crescente de haver largas entradas para as lojas dificulta o controle de toda a área com níveis de perda que tendem a aumentar. Grandes lojas de varejo identificaram o furto como um desafio chave dos negócios e estão ativamente buscando soluções finais, especialmente na Austrália. Na China e em Hong Kong a implementação de SKUs com etiquetas eletrônicas é difícil, principalmente devido à fragmentação do mercado e ao alto número de varejistas. RFID é também uma opção, o que – embora caro para alguns – traz grandes benefícios.

Algumas dessas áreas têm grande atividade de turismo, o que resulta em mais furtos em lojas.

Figure 5.15

Ásia Oriental – Temporadas com maior número de furtos



O Novo Barómetro

Um estudo sobre o **efeito económico do furto** e a **disponibilidade de mercadoria** no sector do comércio retalhista mundial

www.GlobalRetailTheftBarometer.com

A custom report compiled by

The Smart Cube

Sponsored by

Checkpoint

www.CheckpointSystems.com

Este relatório está disponível em:
Inglês, espanhol, francês, alemão, italiano, português, polonês, russo, turco, chinês e japonês.

Para participar no próximo estudo 2013-2014, pode registar-se em:

www.GlobalRetailTheftBarometer.com



BARÓMETRO MUNDIAL DO FURTO NO VAREJO