# 13ª AVALIAÇÃO DE PERDAS NO VAREJO BRASILEIRO

# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

***TODOS OS DIREITOS RESERVADOS AO PROVAR - Programa de Administração de Varejo da Fundação Instituto de Administração, instituição conveniada com a FEA/USP*** *- é proibida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio. A violação dos direitos de autor (Lei nº. 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.*

**2013**

# Sumário

**Apresentação** ..... **4**
Objetivo ..... 5
Índice geral de perdas no varejo ..... 6
Índice geral de perdas por segmento ..... 7
Causas de perdas ..... 8
Causas nas quebras ..... 9
Amostras ..... 10

**Resultados por segmento** ..... **11**
Supermercados ..... 12
Farmácias e drogarias ..... 38
Construção ..... 53
Vestuário ..... 68
Micro, pequena empresas do Brasil ..... 83

# Apresentação

Apresentamos a 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro.

Aproveitamos a oportunidade para agradecer a participação das empresas respondentes que permitiram a realização deste estudo.

Entidades parceiras:

abras Associação Brasileira de Supermercados

nielsen

PROVAR

Serasa Experian

SEBRAE SP

SINCOMAVI

CDL Câmara de Dirigentes Lojistas de Jaraguá do Sul

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

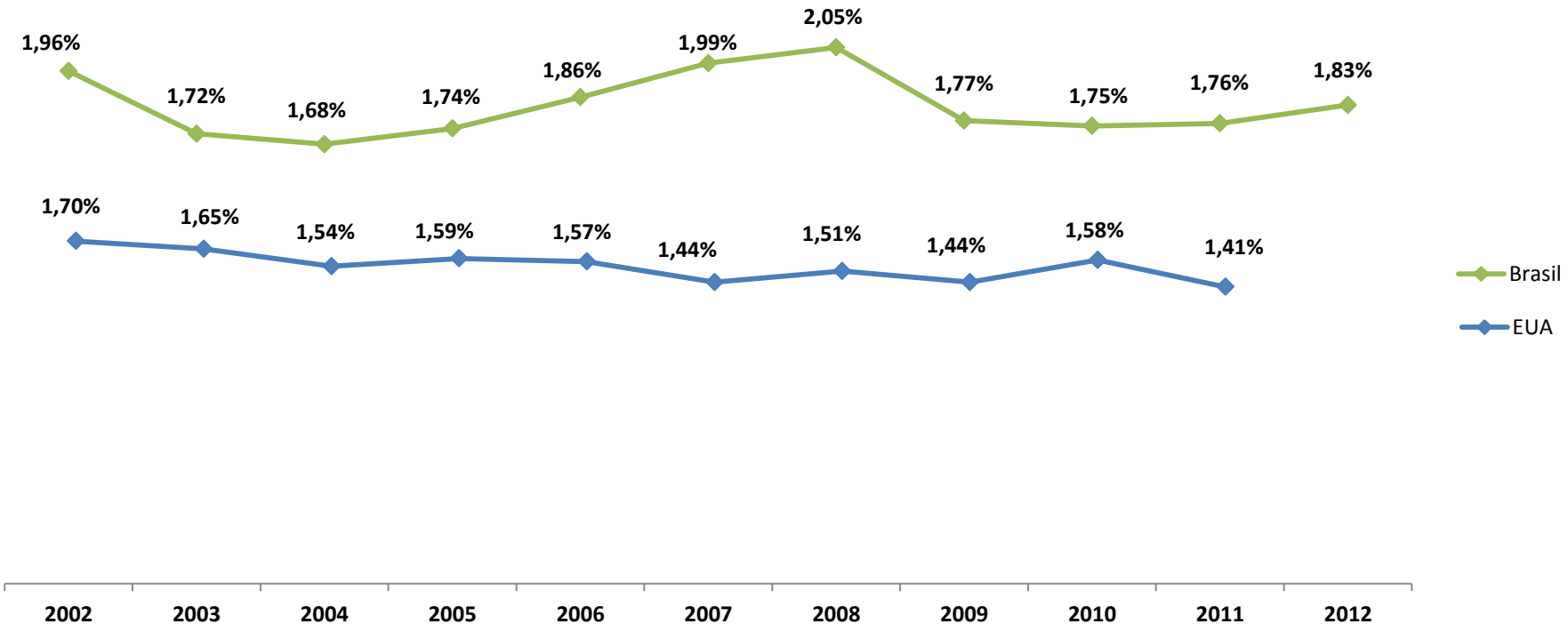
IBEVAR

# Objetivo

O principal objetivo desta pesquisa é destacar a relevância do investimento na melhoria dos processos de prevenção de perdas no varejo Brasileiro, por meio da apresentação anual da situação desta prática nas empresas que operam no País. É também objetivo fornecer parâmetros de comparação dos programas e técnicas utilizadas pelas empresas para combater e prevenir as perdas.

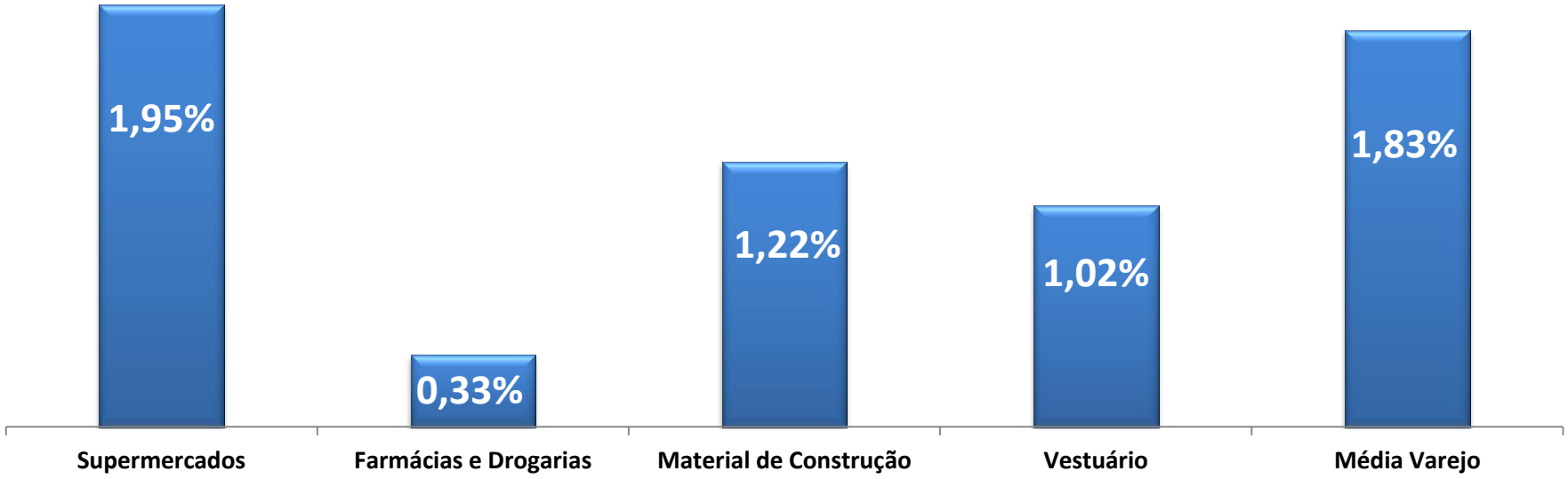
# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

## Índice geral de perdas no varejo



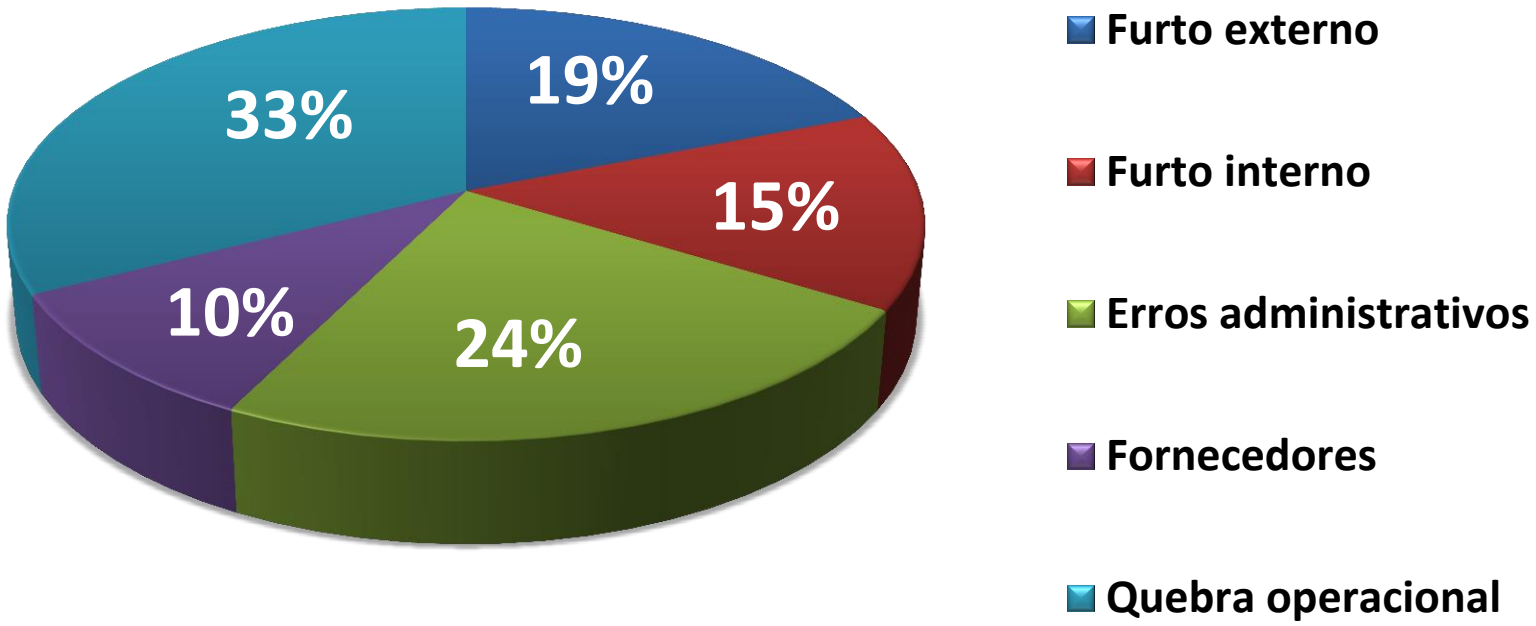

*** Perdas nos EUA está em andamento, ainda não foi divulgado.**

# Índice de perdas por segmento



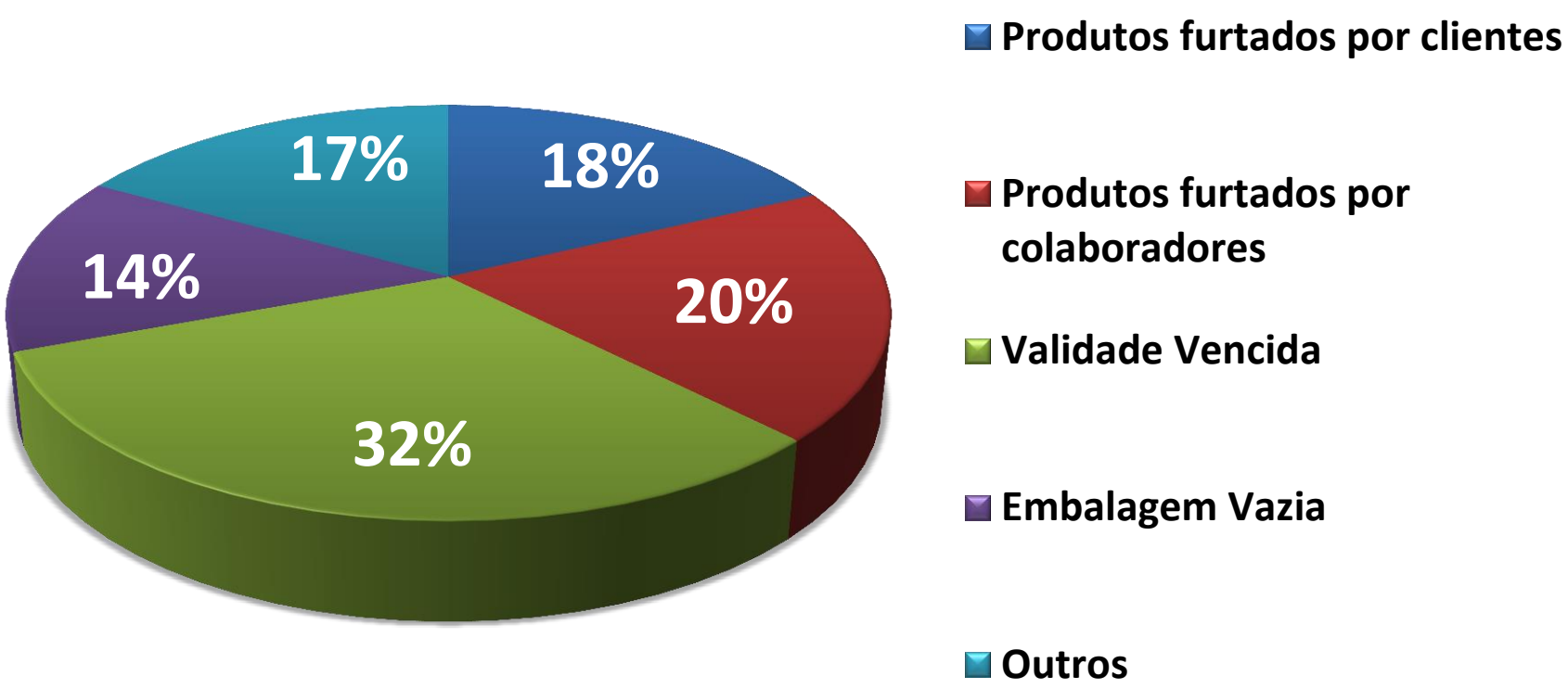
# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

## Causas de perdas



# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

## Causas nas quebras



# Amostras

| Segmento | Supermercado | Farma | Construção | Vestuário | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| **Funcionários** | 250.430 | 21.129 | 12.009 | 15.320 | **279.362** |
| **Área de Vendas(em m²)** | 2.948.187 | 167.574 | 54.152 | 321.767 | **3.491.680** |
| **Check-outs** | 32.510 | 3.344 | 435 | 1.206 | **37.495** |
| **Lojas** | 2.217 | 1.603 | 92 | 331 | **4.243** |
| **Faturamento Bruto** | R$ 83.094.932.979,00 | R$ 7.811.897.976,00 | R$ 3.770.309.000,00 | R$ 3.526.638.665,42 | **R$ 98.203.778.620,42** |

| Segmento | Micro, pequena e média empresas |
|---|---|
| **Empresas respondentes** | 690 |
| **Lojas** | 1.025 |
| **Faturamento Bruto** | R$ 2.531.525.993,00 |

# Resultados por segmento:

# Supermercados

# Característica da amostra

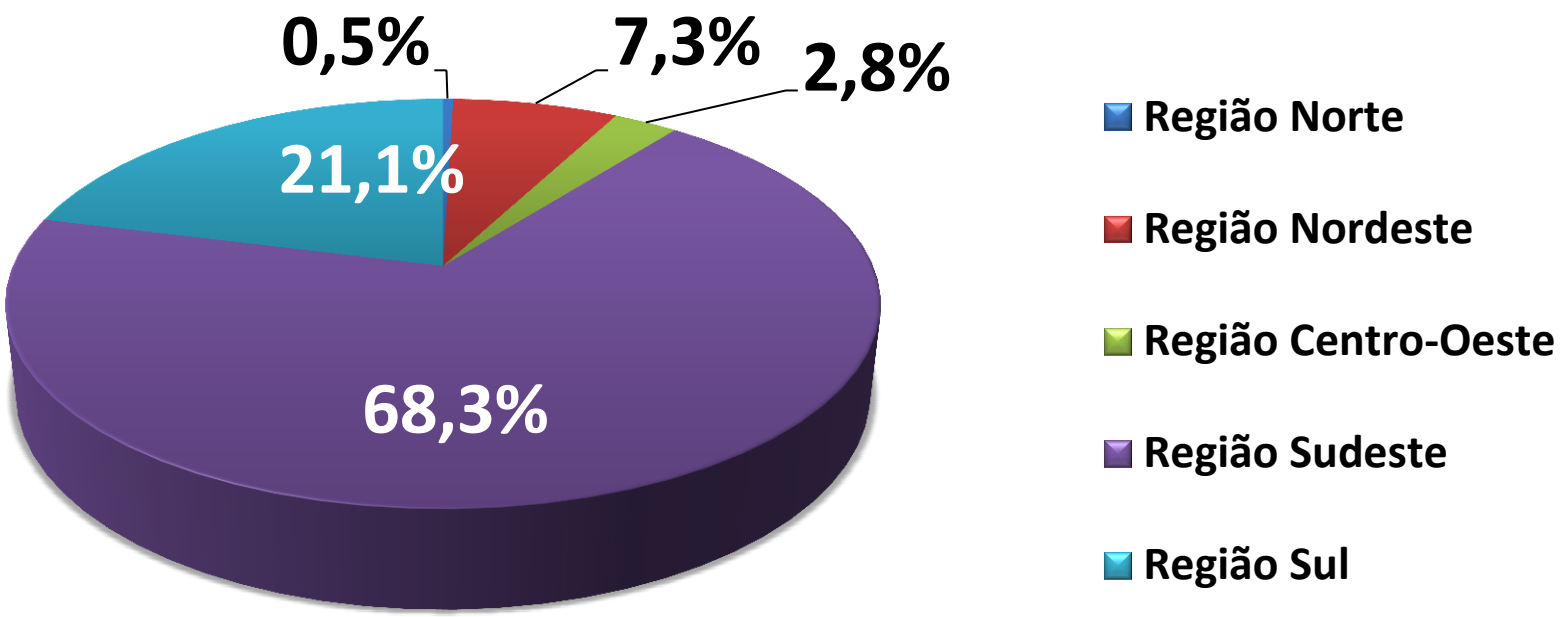
| | |
|---|---|
| Empresas respondentes | 214 |
| Faturamento anual bruto | R$ 83.094.932.979,00 |
| Representatividade em relação ao faturamento Brasil | 34% |
| Faturamento anual bruto de perecíveis | R$ 18.349.983.585,00 |
| Número total de lojas | 2.217 |
| Número total de centros de distribuição | 327 |
| Número total de check-outs | 32.510 |
| Área total de vendas (m²) | 2.948.187 |
| Número total de funcionários | 250.430 |

*Fonte do faturamento Brasil: Ranking Abras R$ 242,9 bilhões

Esta edição contou com a participação de 214 empresas contra 262 empresas na edição de 2011.

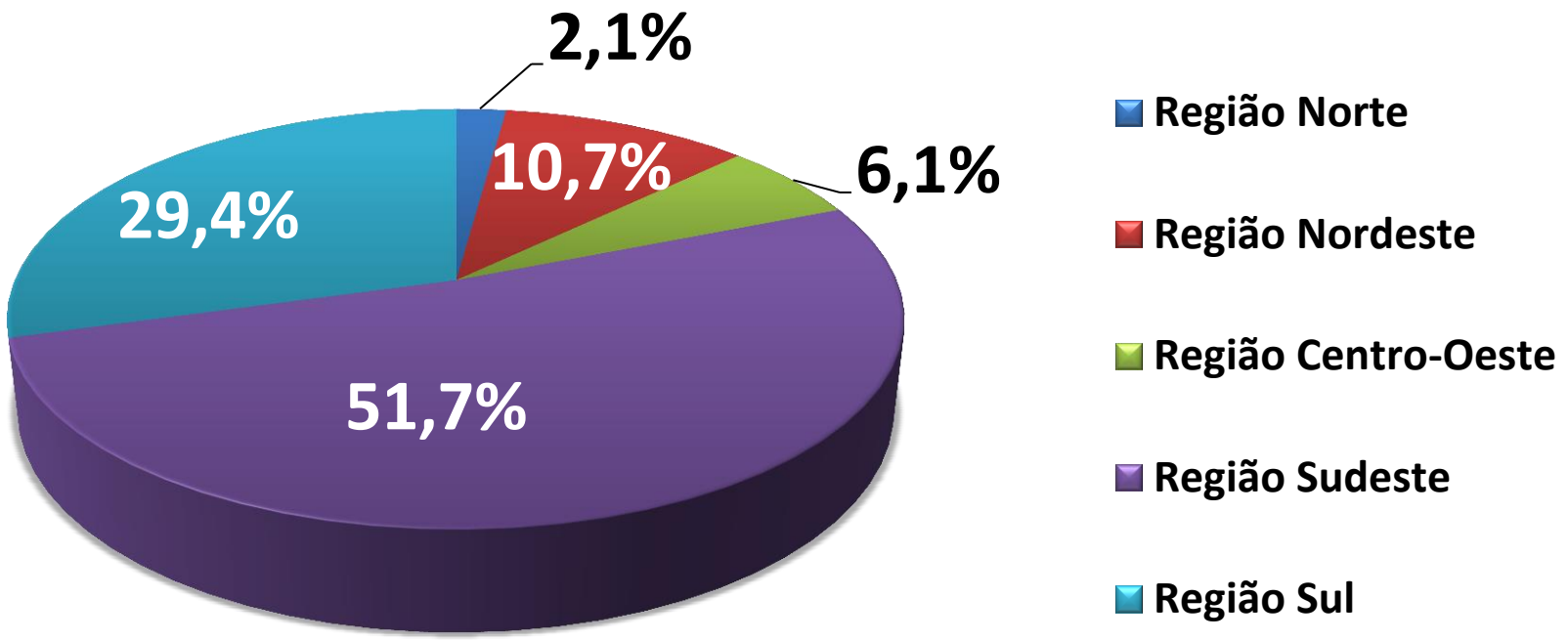
Essas empresas somam um total de 2.217 lojas e 327 centros de distribuição e áreas administrativas, e 32.510 check-outs para 2.9486.187 metros quadrados de área de vendas.

# Distribuição geográfica da lojas



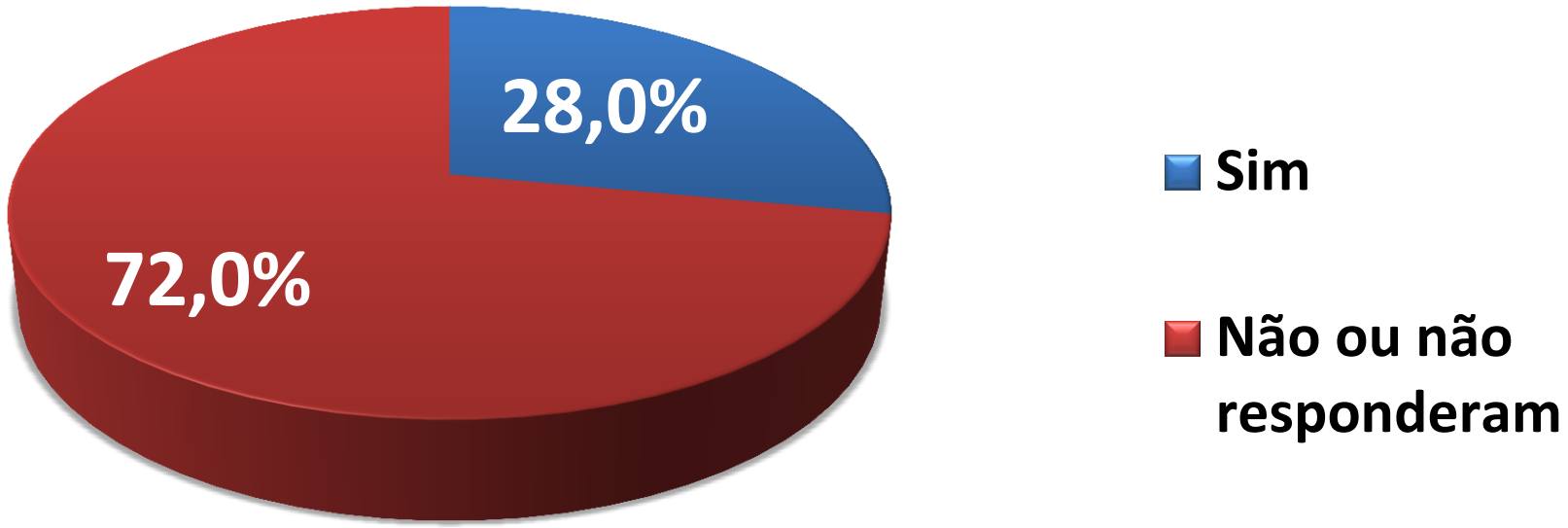

A região Sudeste destacou-se novamente como a que possui o maior número de empresas participantes da amostra.

# Distribuição geográfica de Cds próprios



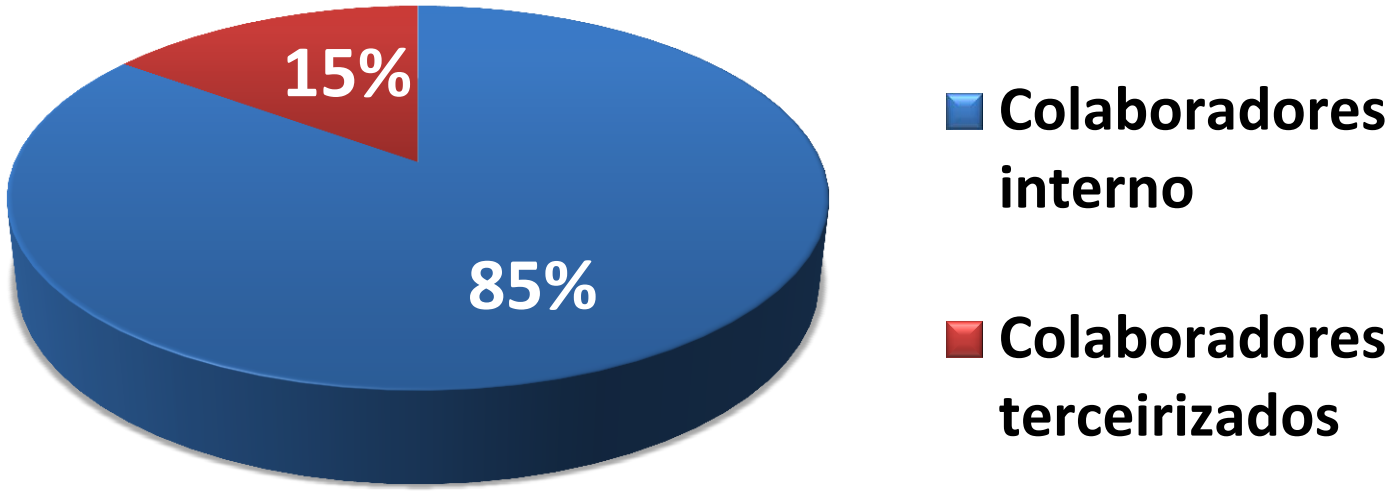

A região sudeste é a que possuiu maior número de supermercados com Cds próprios, o que é coerente com a amostra e com a distribuição do numero de lojas na região

# Possui área de prevenção de perdas




28,0% das empresas respondentes possui área de prevenção de perdas.

# Colaboradores por área de prevenção de perdas

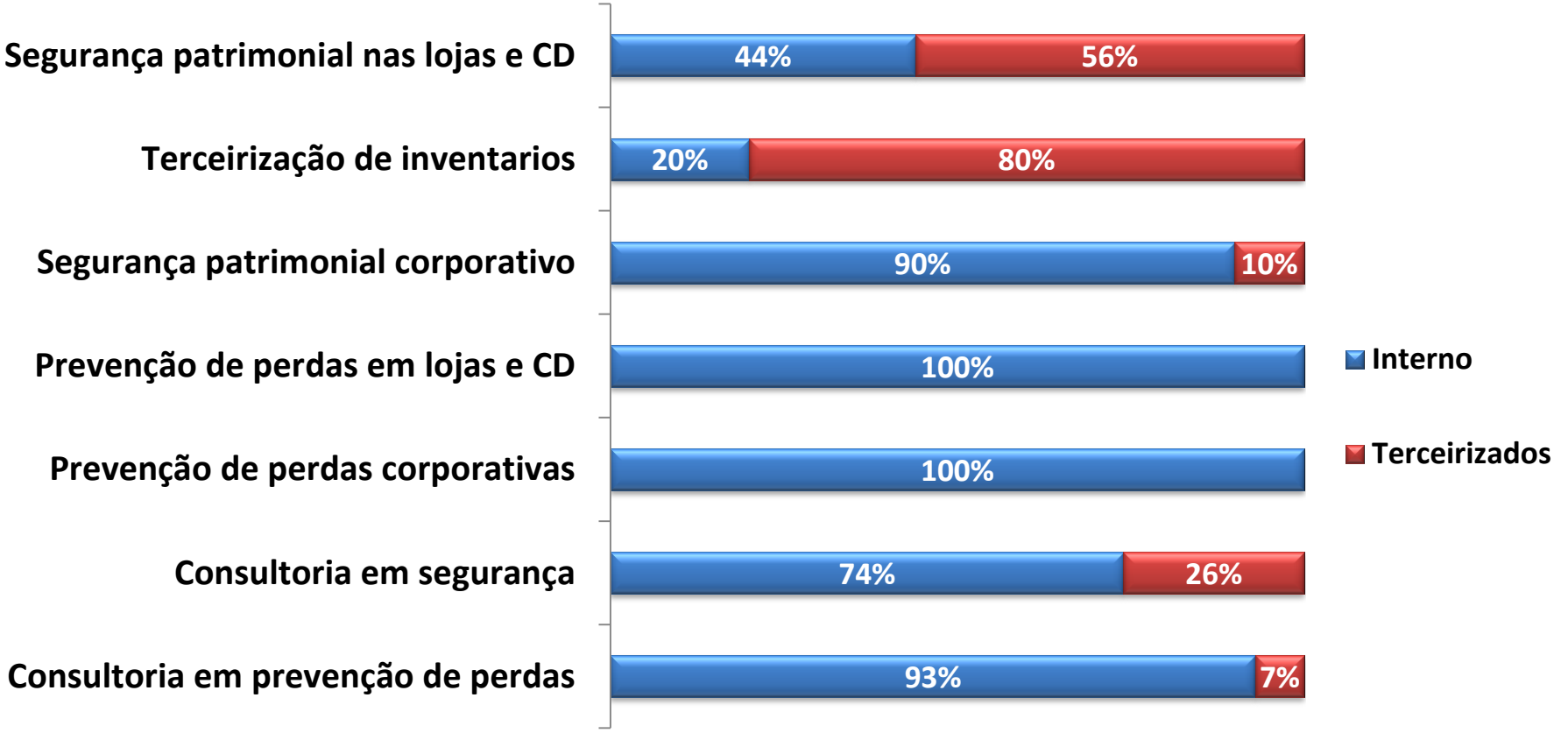



Esse resultado indica uma inversão da proporção interno/ terceirizados do pessoal dedicado a prevenção de perdas.

Na pesquisa de edição de 2012, o percentual do pessoal terceirizado dedicado à prevenção de perdas era de 66%.

O gráfico a seguir mostra as participações por segmento de especialização.

# Participação de pessoal próprio e terceirizado por segmento de especialização



# Índice de perdas por categoria

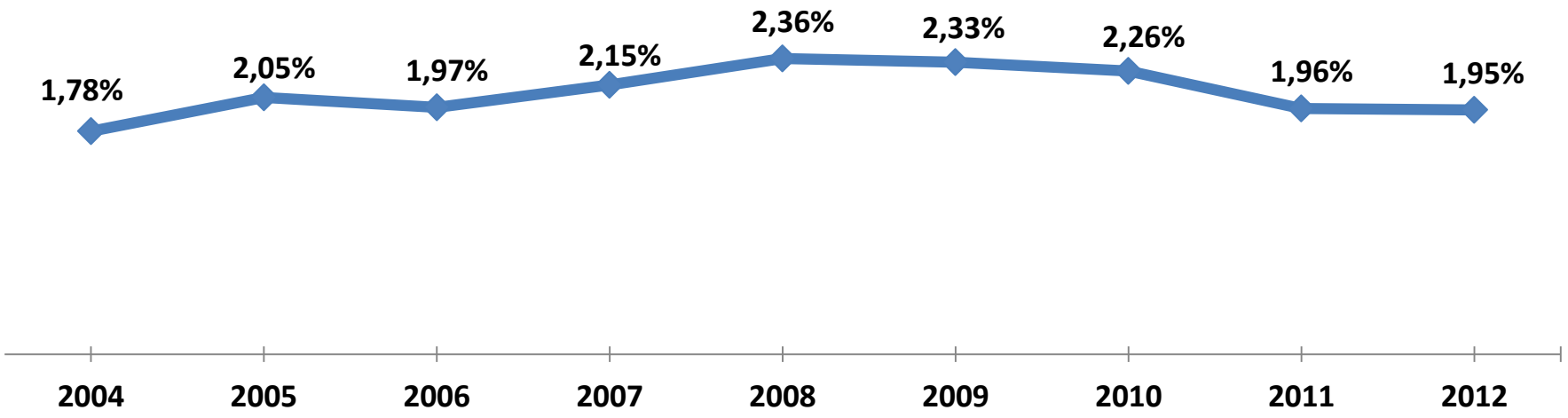
(preço de custo/ faturamento líquido)

| Categorias | índice |
|---|---|
| Geral | 1,95% |
| Perecíveis | 2,91% |
| Açougue | 2,24% |
| FLV | 4,22% |
| Frios e Laticínios | 1,58% |
| Padaria | 2,37% |
| Mercearia Seca | 0,82% |
| Mercearia Líquida | 0,55% |
| Higiene e Limpeza | 0,58% |
| Perfumaria | 1,49% |
| Bazar | 1,42% |
| Eletro | 0,45% |
| Têxtil | 0,44% |

# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

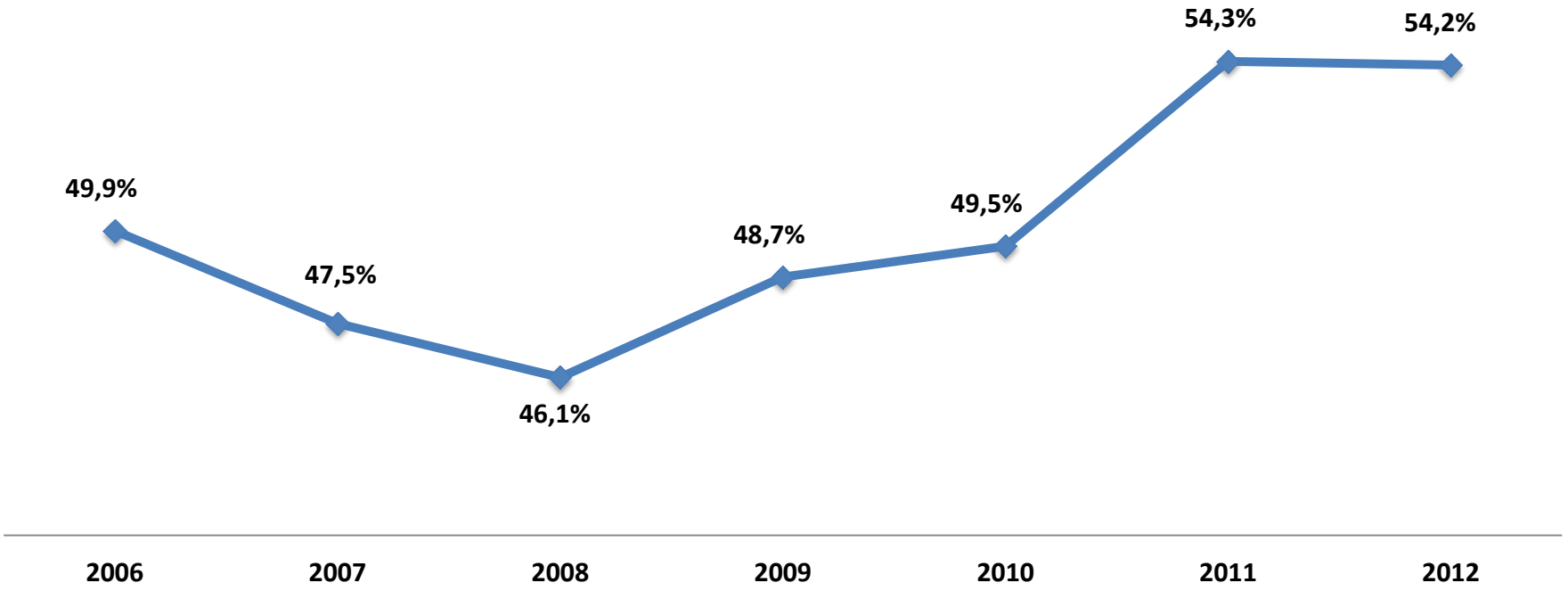
## Índice de perdas: série histórica

Uma grande assimetria: perdas das micro, pequenas e médias empresas 6,7%

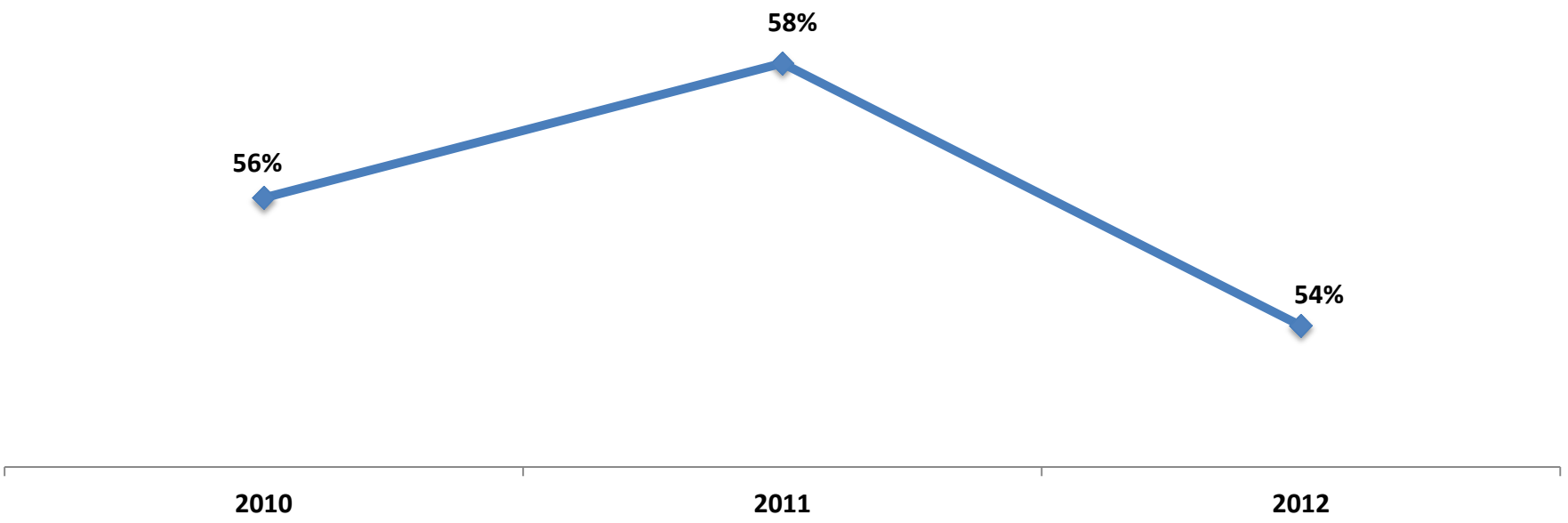



O resultado desta edição representa uma queda significativa em relação a levantada na edição do ano passado. As diferenças entre as distribuições amostrais dos períodos podem contribuir para essas diferenças. Entretanto, o fato de que as principais empresas supermercadistas têm participado regularmente da pesquisa e a maior representatividade desta edição permitem considerar que houve realmente uma redução relativa do percentual de perdas na industria supermercadista no Brasil .

# Perdas identificadas a preço de custo



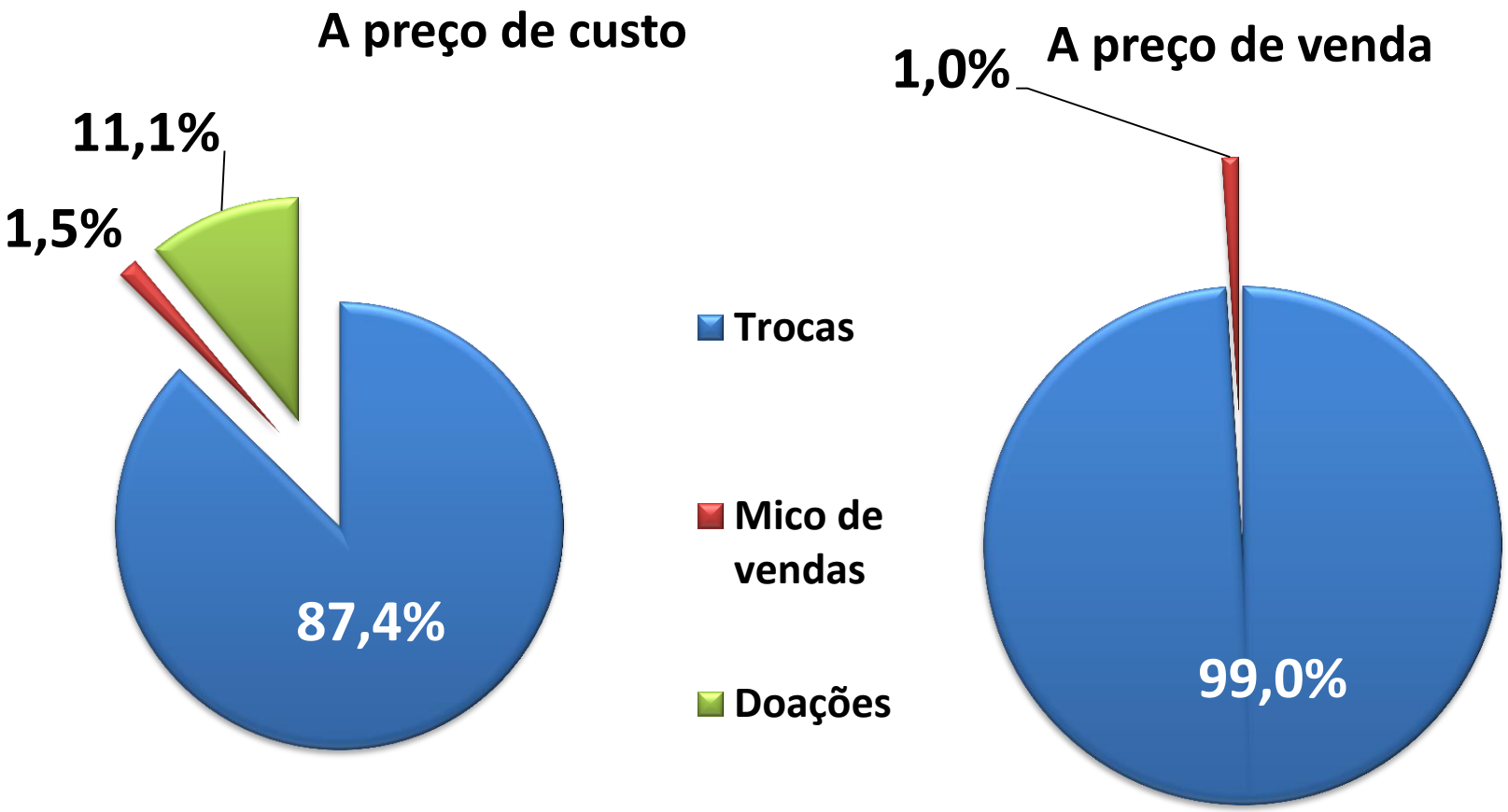
# Perdas identificadas a preço de venda



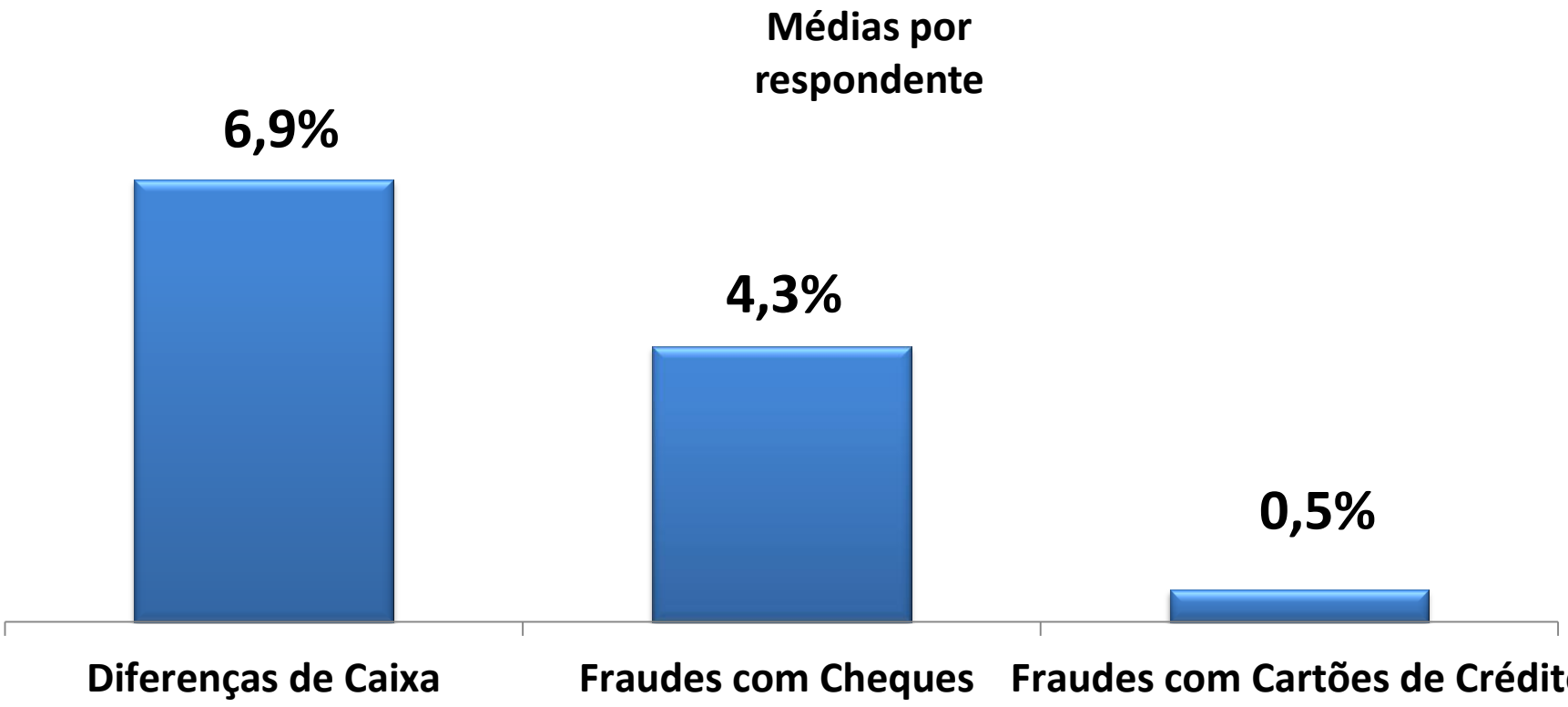

Comparado ao ano passado, houve uma queda de 4p.p. nas perdas identificadas a preço de venda.

O índice começou a ser calculado em 2010.

# Detalhamento de trocas, micos de vendas e doações



# Composição das perdas financeiras

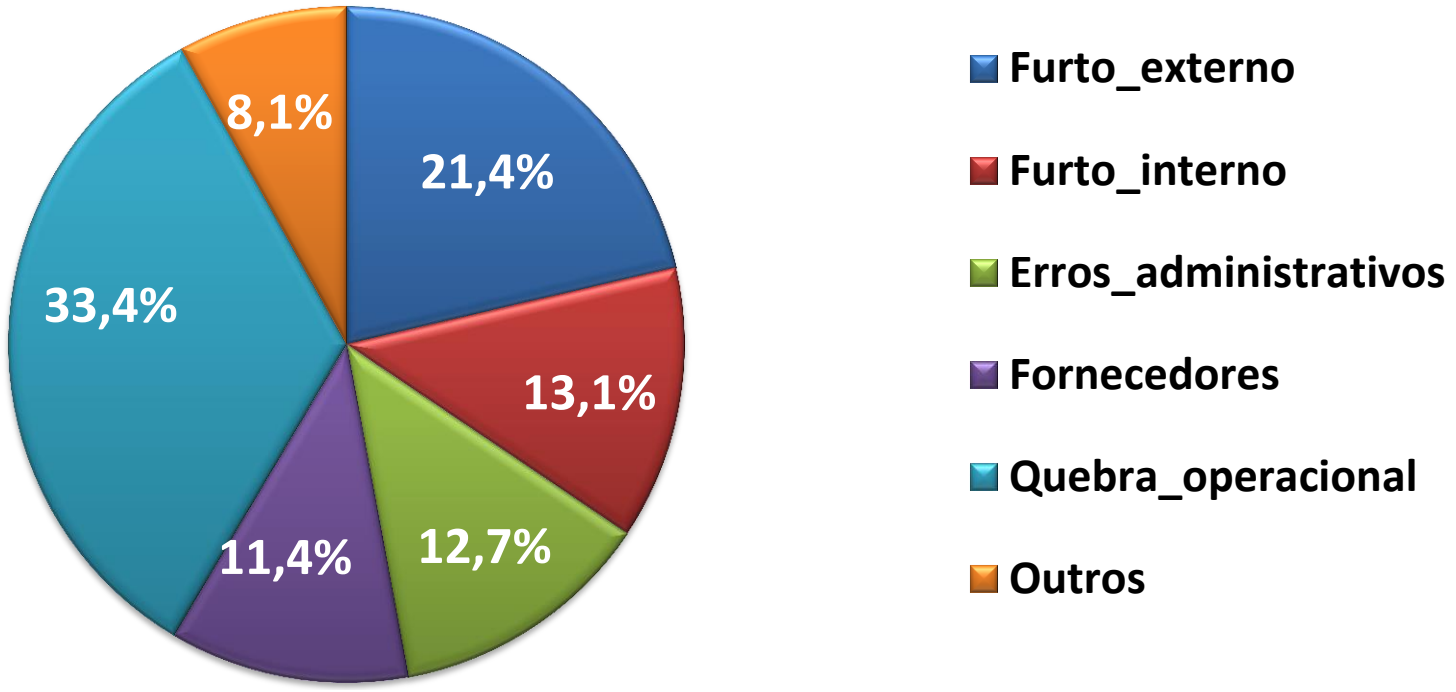


# Índice de inadimplência

| Forma de pagamento | Médias por respondente | |
|---|---|---|
| | total (%) | acima de 180 D (%) |
| Cheque | 4,3% | 4,4% |
| Cartão *Private Label* | 0,9% | 0,2% |
| Crediário | 3,0% | 1,9% |

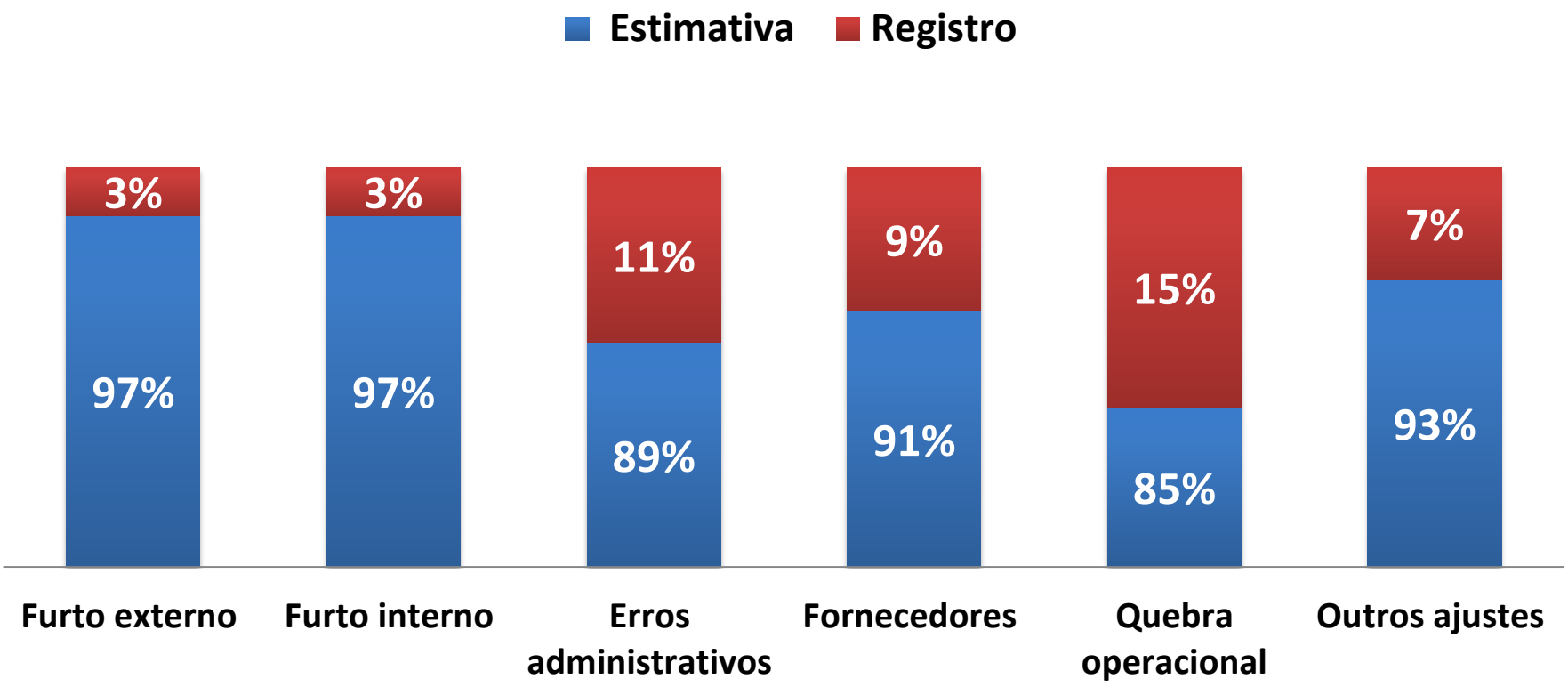
# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

## Causas de perdas



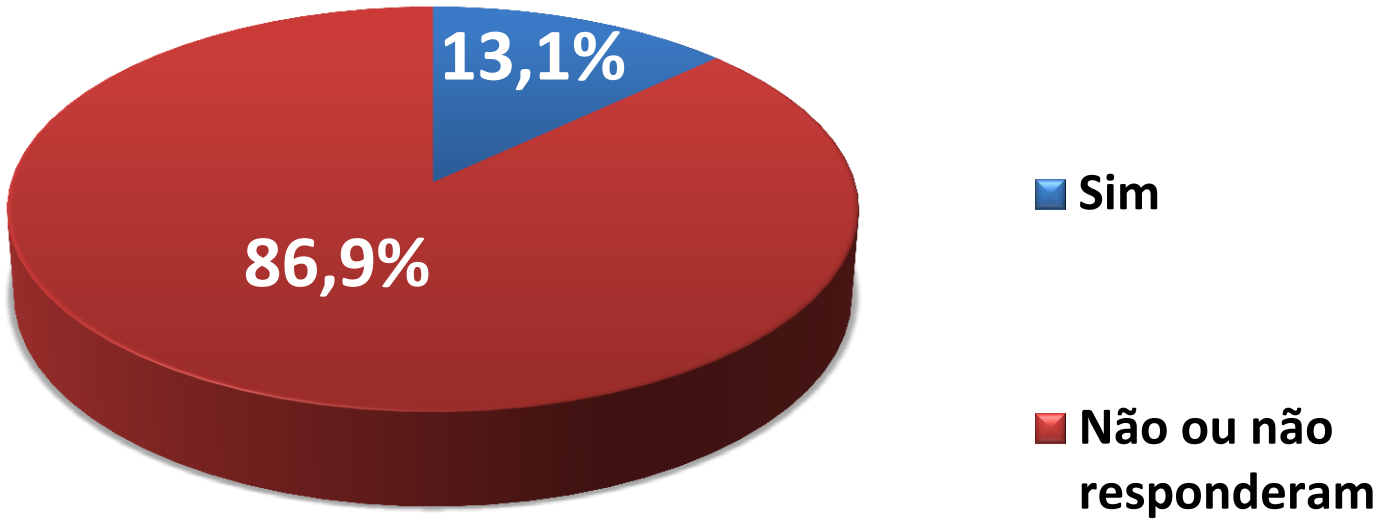

A quebra operacional continua sendo a principal causa de perdas no setor de supermercadistas.

# Métodos utilizados na avaliação de perdas



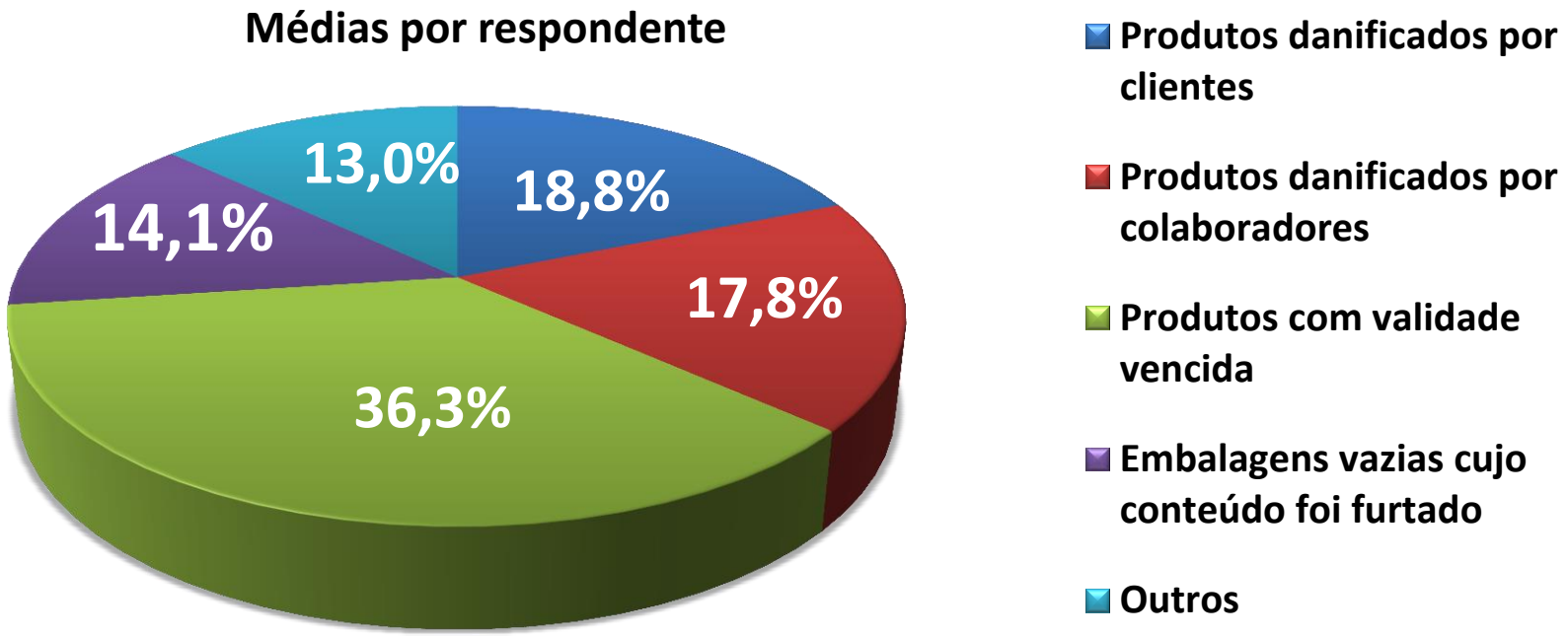

As redes de supermercados estimam a maioria de suas perdas.

# Existe identificação de controle de furto




A proporção de redes supermercadistas que possui controle de furtos identificadas teve um aumento de 1,1p.p. em relação ao ano passado.

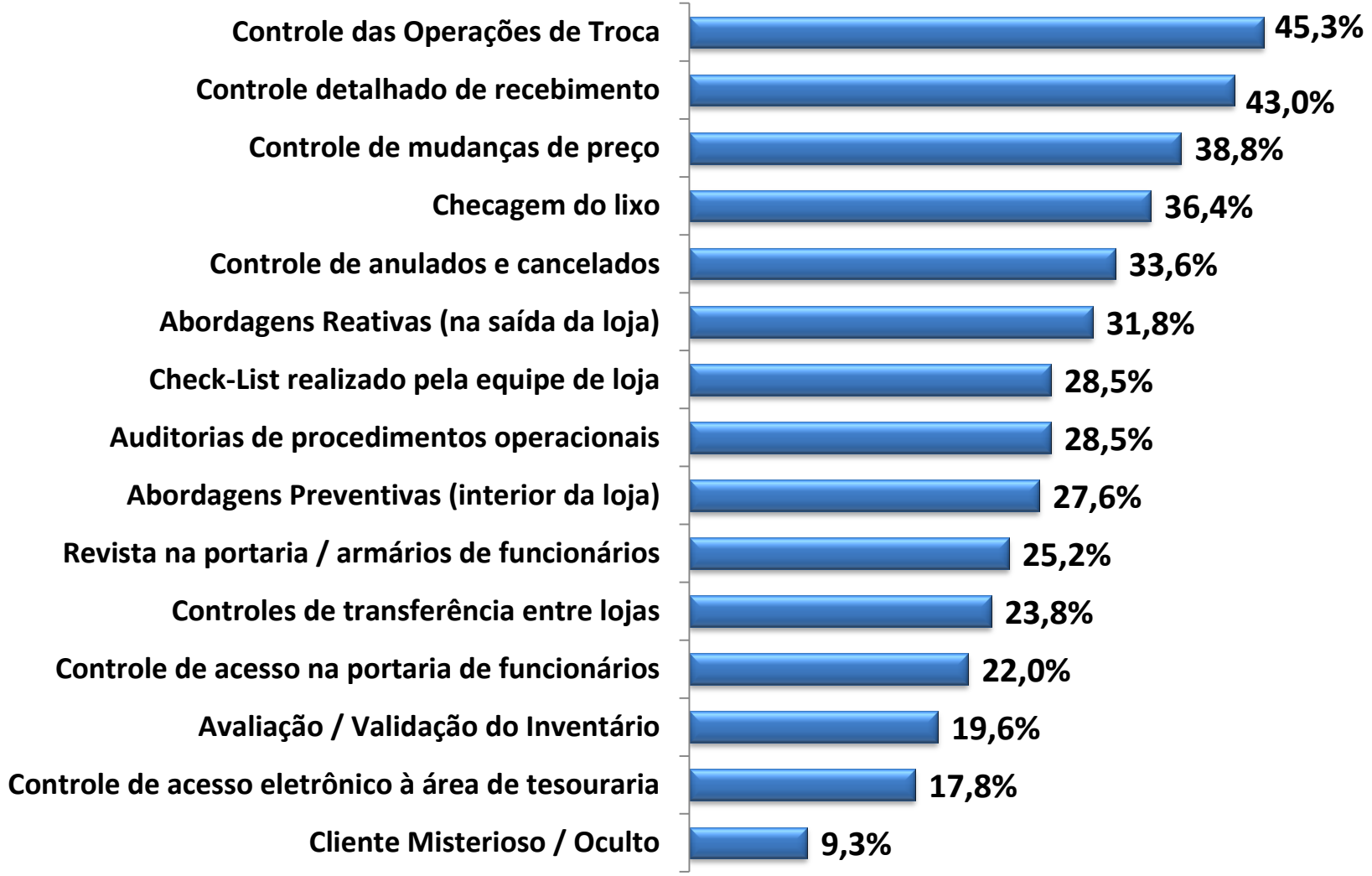
# Causas da quebra operacional



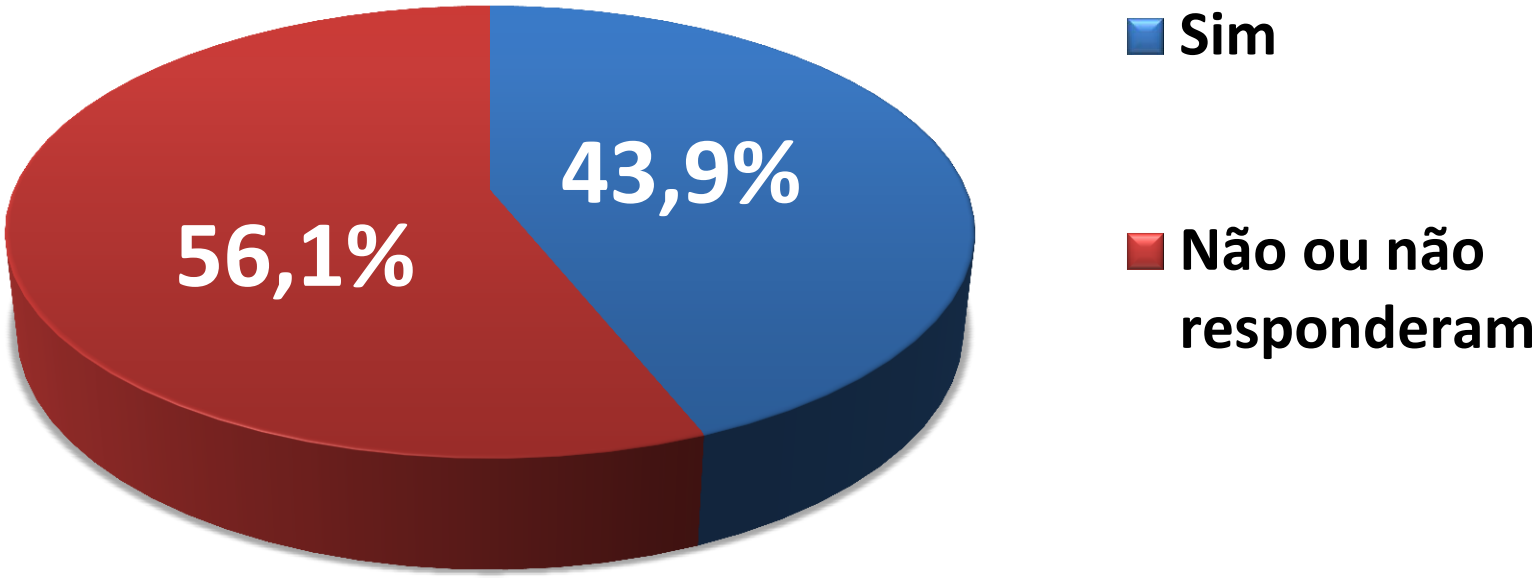

Produtos com validades vencida continua sendo a maior causa da quebra operacional nas redes de supermercados, e apresentou um aumento de 1,3 p.p. em relação à pesquisa realizada em 2012.

# Equipamentos utilizados em prevenção de perdas

# Soluções de controles processos adotados

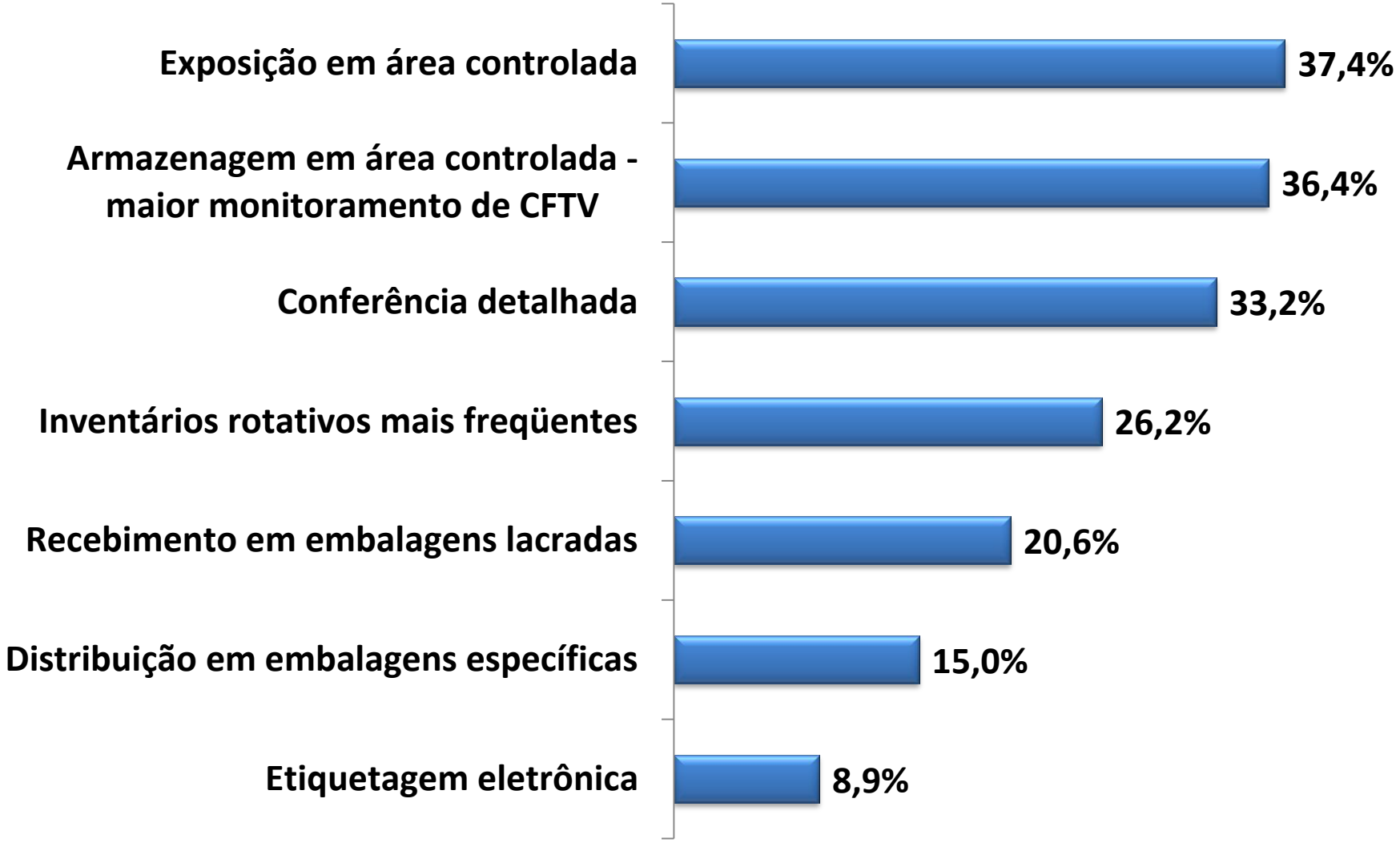


# Empresas que tratam PAR de maneira diferenciada

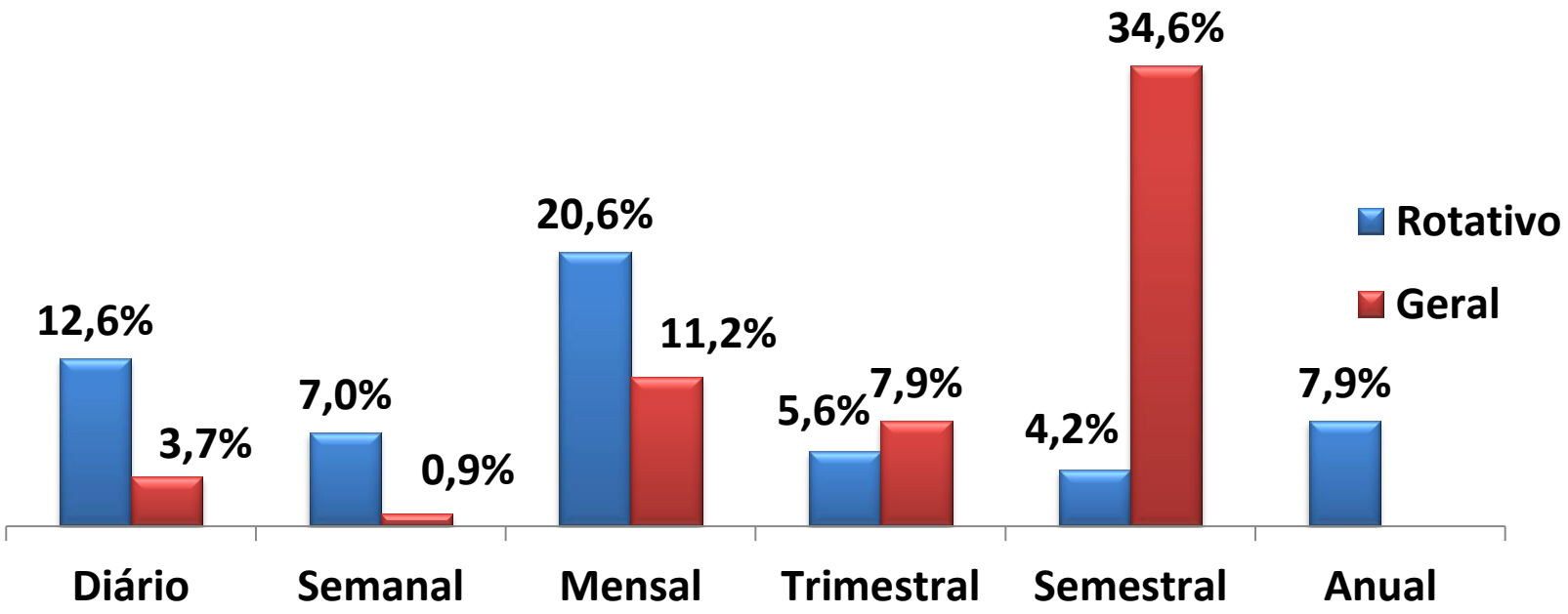



Na edição anterior, 34% das empresas supermercadistas tratam PAR de maneira diferenciada, comparando com esse ano, houve um aumento de 9.9.p.p.

# Soluções adotadas para PAR

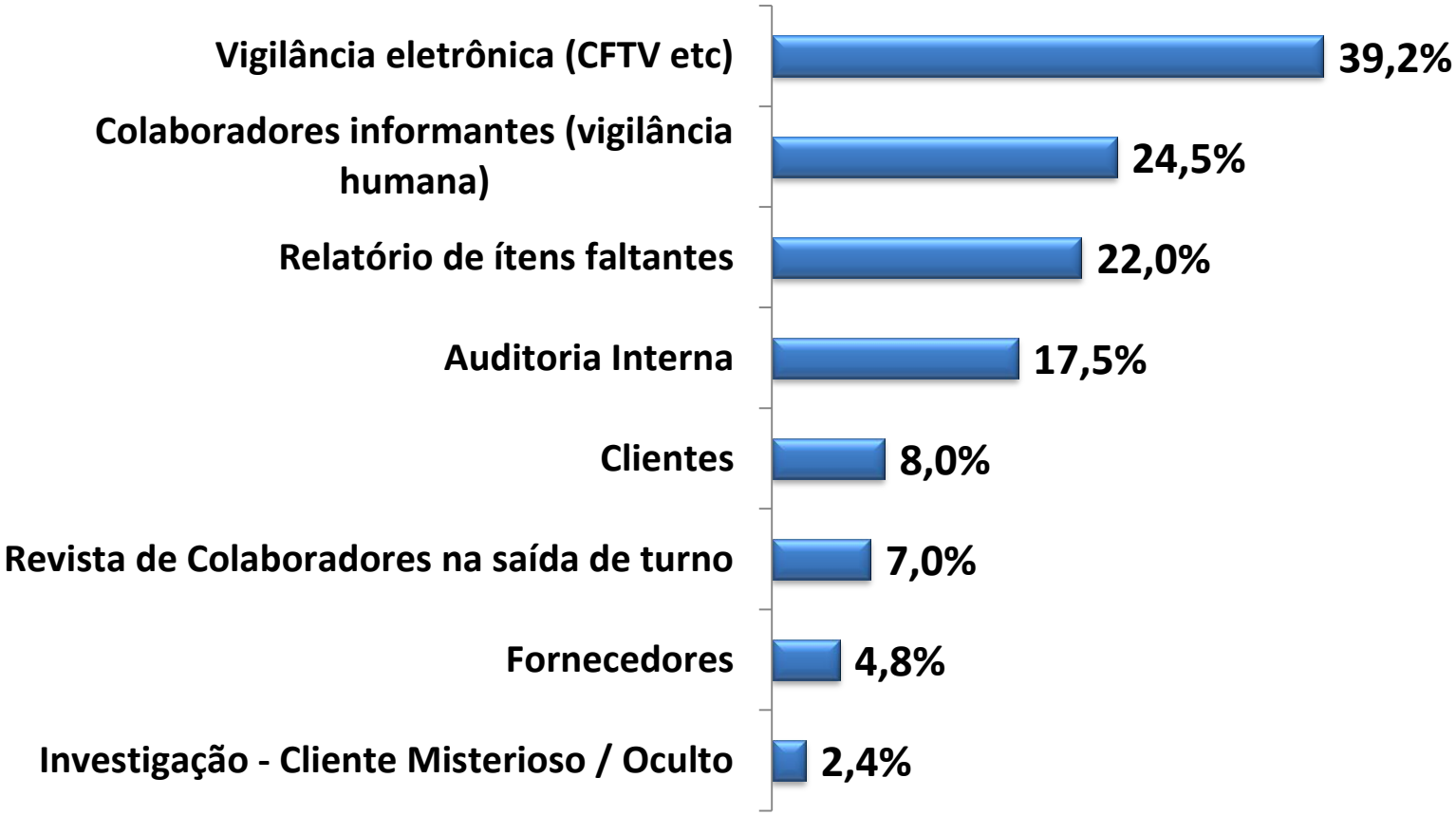


# Frequência que realiza inventários

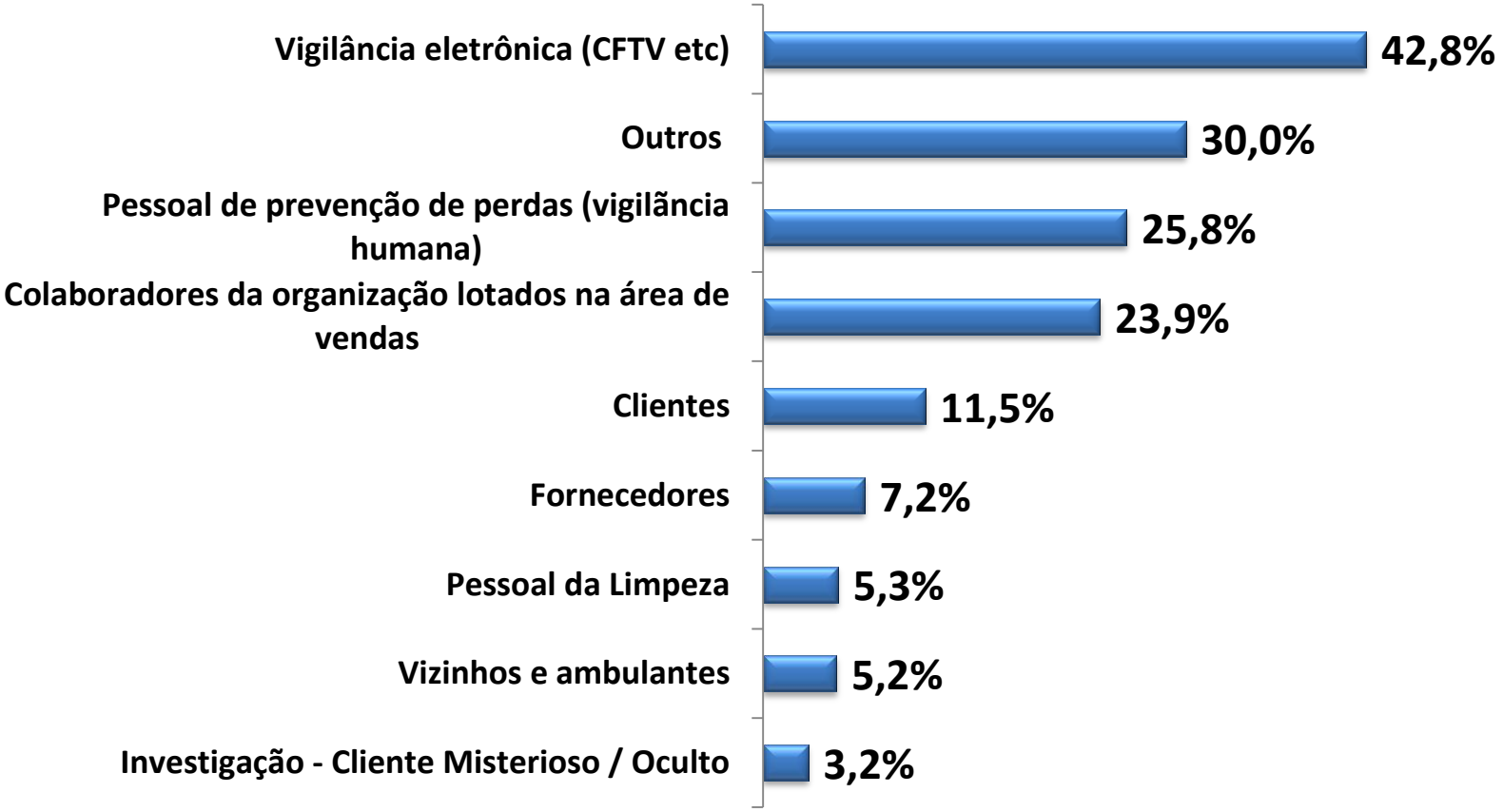



58% das empresas realiza algum tipo de inventário. No segmento de supermercados os inventários rotativos são realizados em maior percentual do que os inventários geral, isso deve- se principalmente por se tratar de um segmento de alto giro e com diversos produtos de alto risco, o que se torna fundamental o acompanhamento próximo de possíveis diferenças entre os estoques físicos e contábil.

# Detecção de colaboradores desonestos

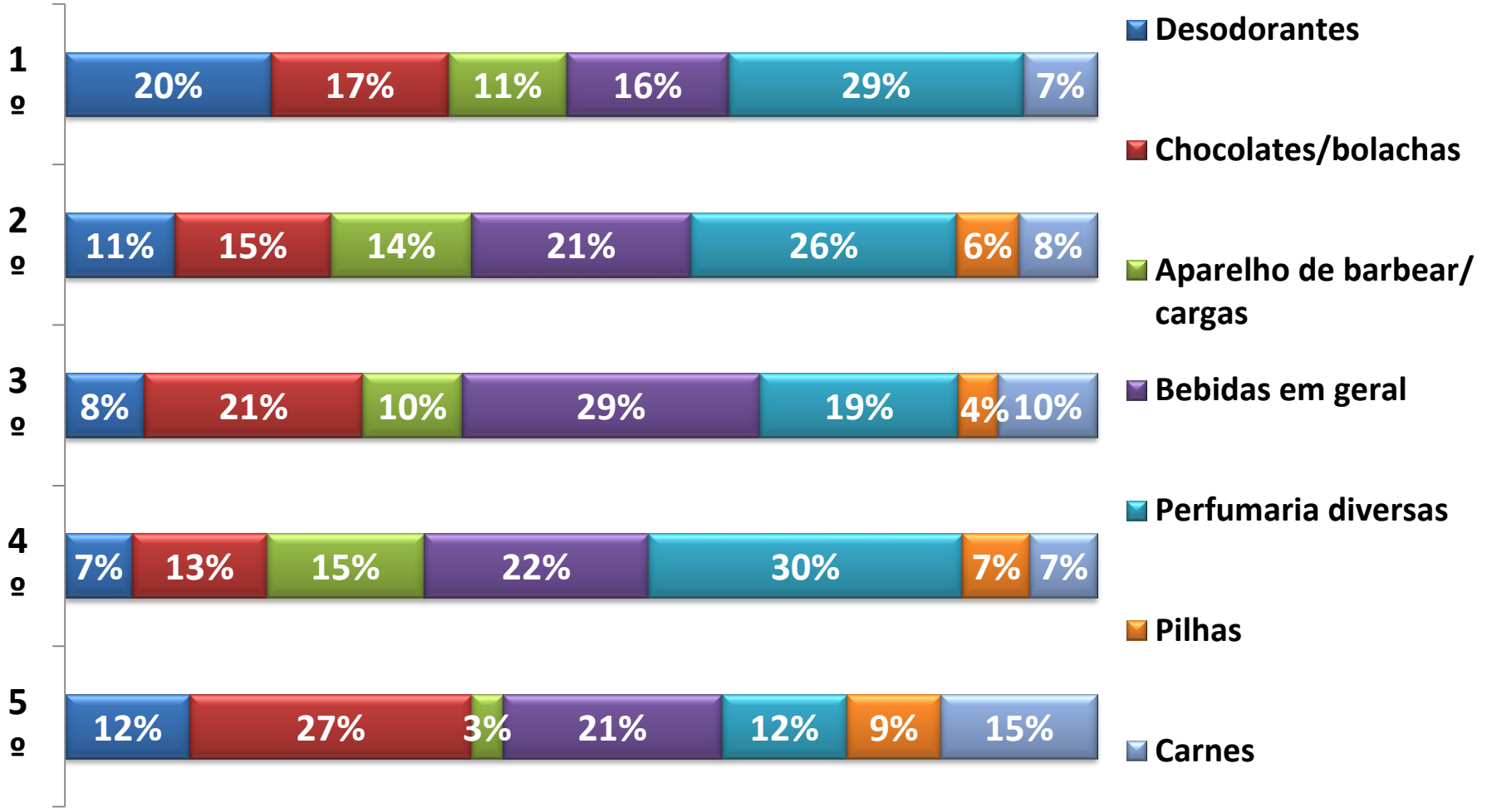


# Detecção de furtos e roubos externos



# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

## Ranking perdas por artigo



# Farmácias e drogarias

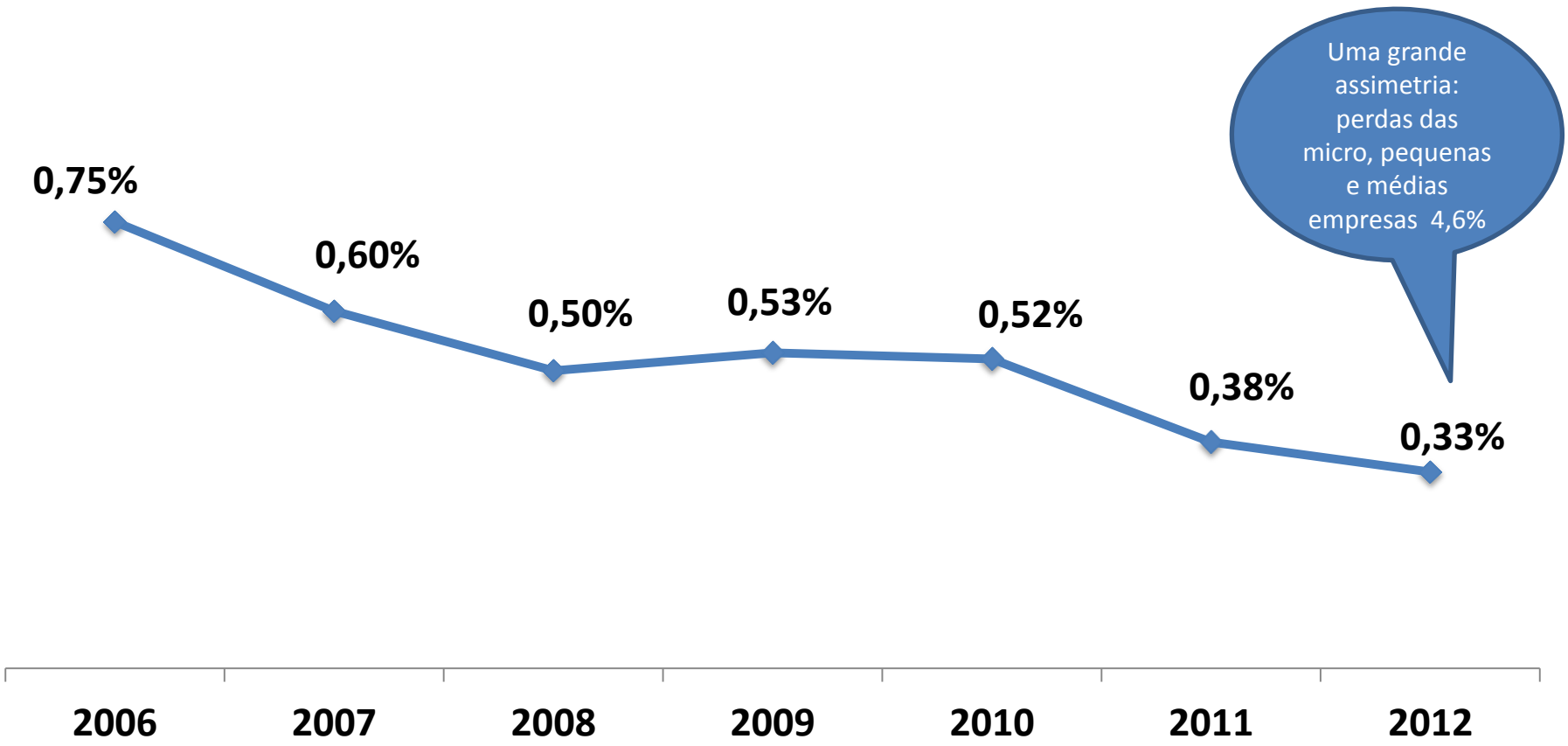
# Amostra

| | |
|---|---|
| **Faturamento** | R$ 7.811.897.976,00 |
| **Número de lojas (Dezembro 2012)** | 1.603 |
| **Número de Check-outs** | 3.344 |
| **Área de Vendas (m²)** | 167.574 |
| **Número de Funcionários** | 21.129 |

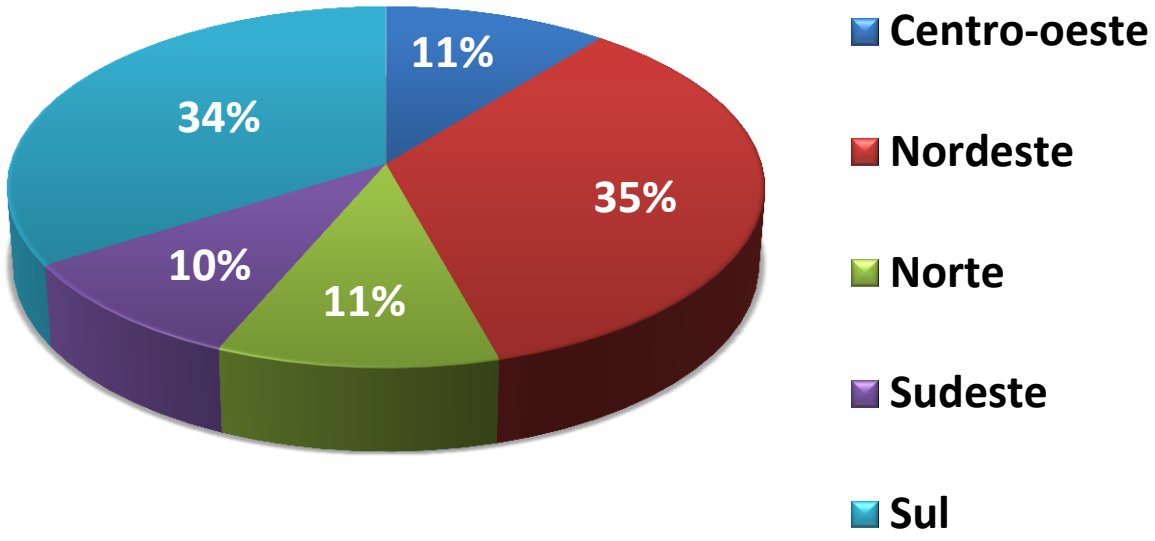
As empresas desta edição possuem um total de 1.603 lojas, e 3.344 check-outs para 16.7574 metros quadrados de área de vendas.

# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

## Índice de perdas

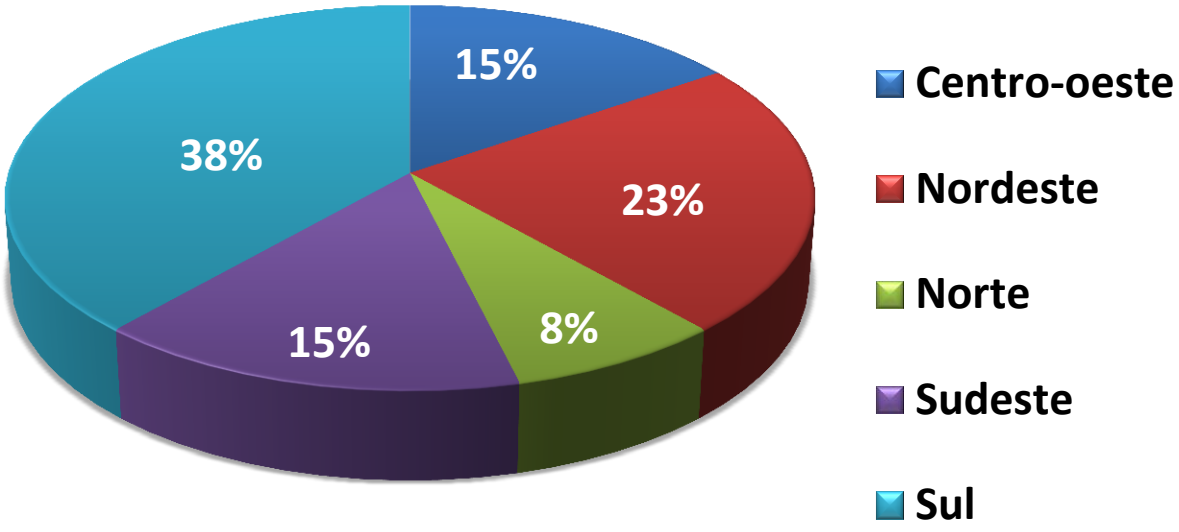


# Distribuição geográfica das lojas



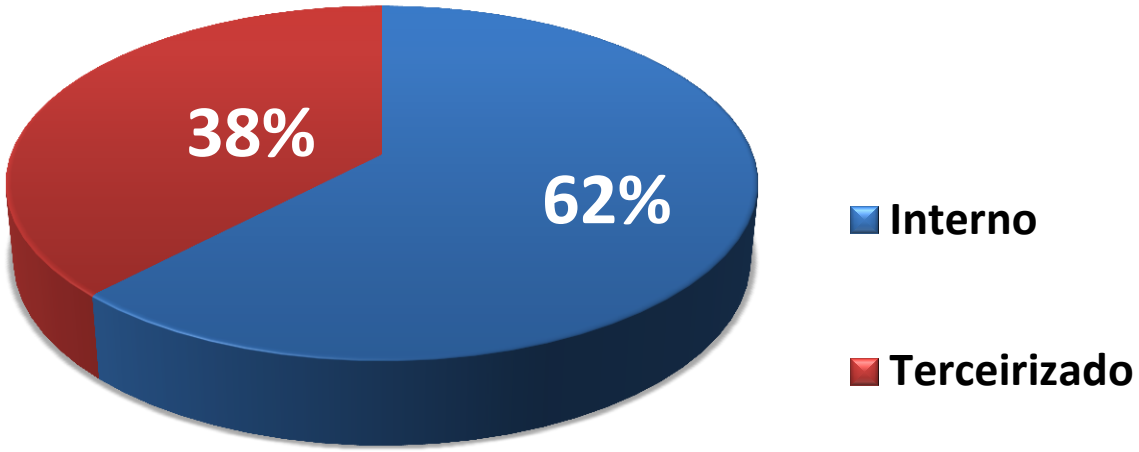

As regiões Sul e Nordeste tiveram certo destaque nessa categoria, ao contrário do ano passado em que a região com maior número de lojas era a região Sudeste com 51%.

# Distribuição geográfica de CDs próprios



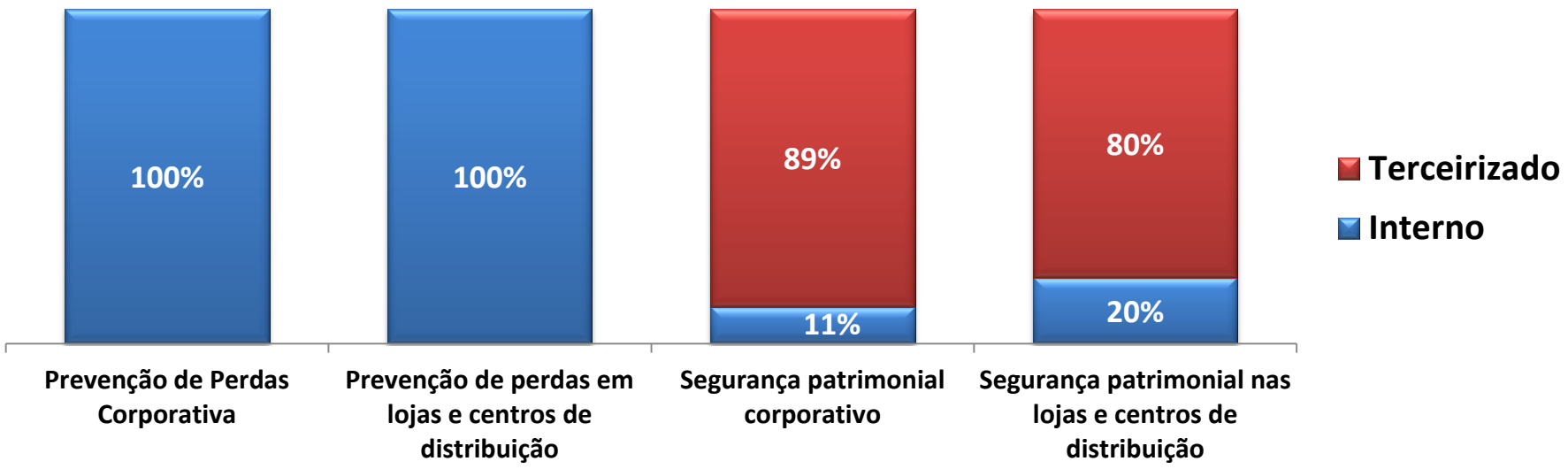

A região Sul mostra o maior número de CDs próprios, o que coincide com o grande número de lojas na região. O destaque vai para o Nordeste que apesar do grande número de lojas, conta com um número de CDs relativamente menor.

# Colaboradores por área de prevenção de perdas



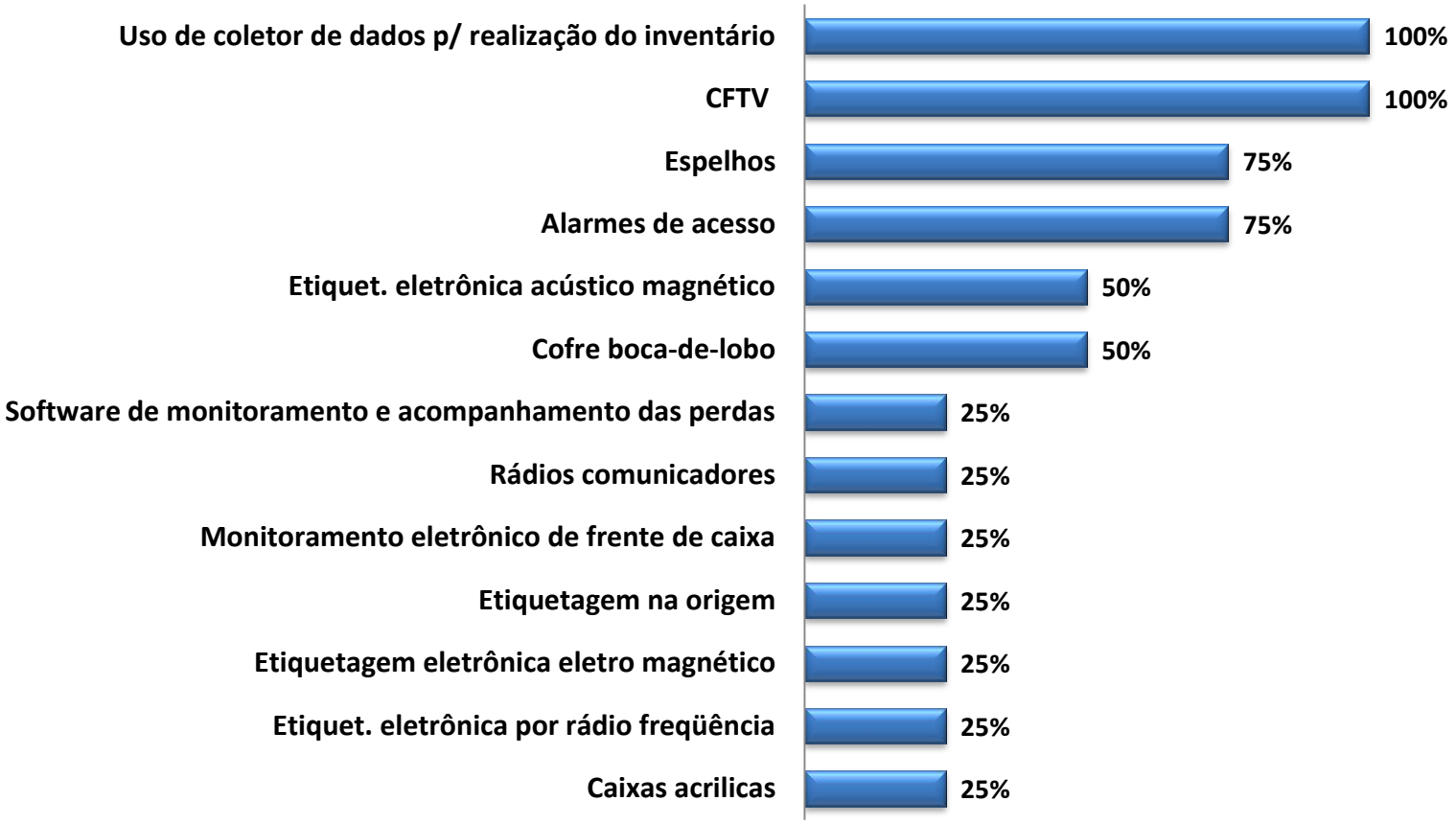

É possível concluir que a categoria busca um maior número de colaboradores internos para a área de prevenção de perdas.

# Participação de pessoal próprio e terceirizado por segmento de especialização



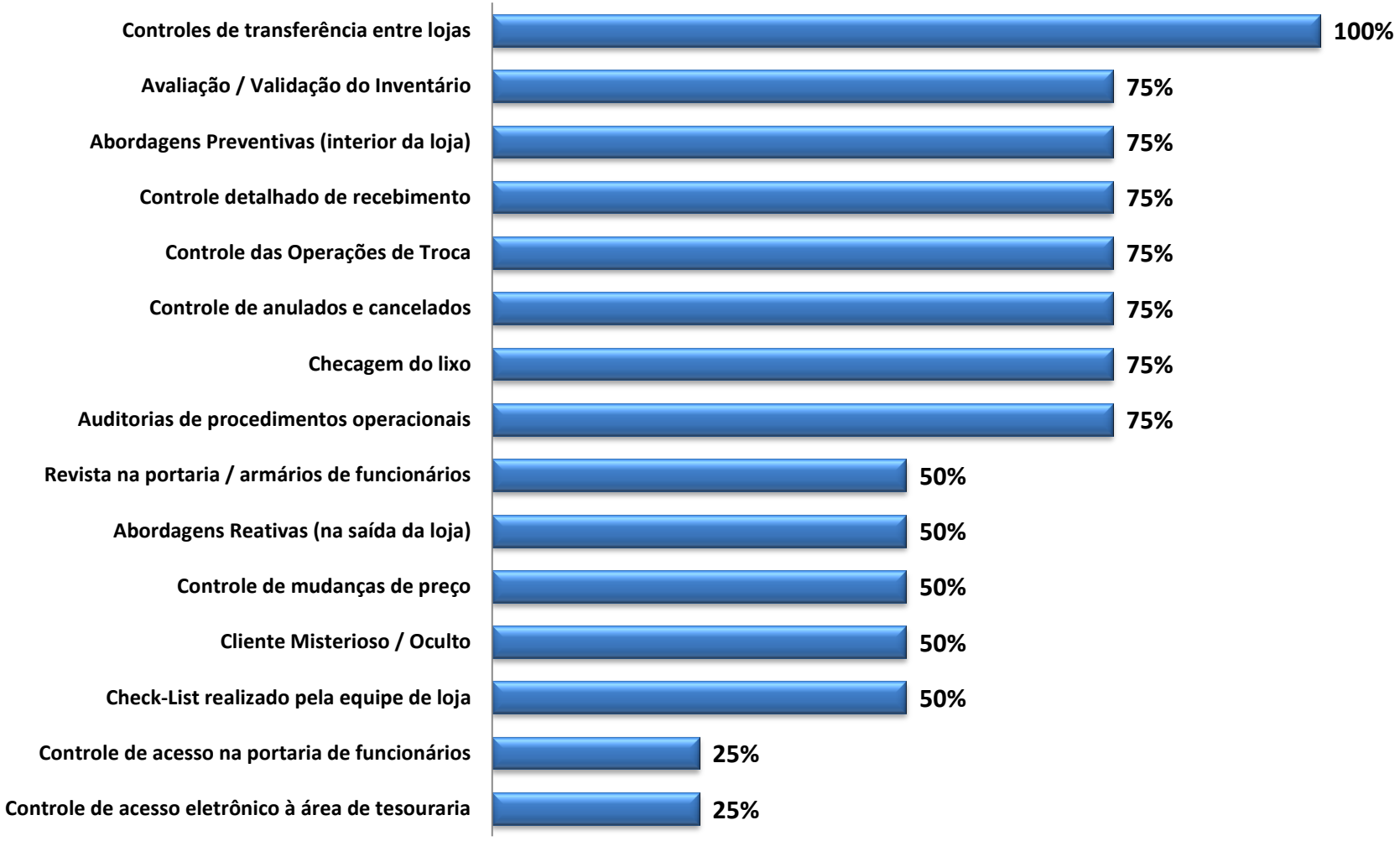

Percebe-se que a prevenção é realizada por colaboradores internos enquanto a segurança é predominantemente terceirizada.

# Equipamentos utilizados em Prevenção de Perdas

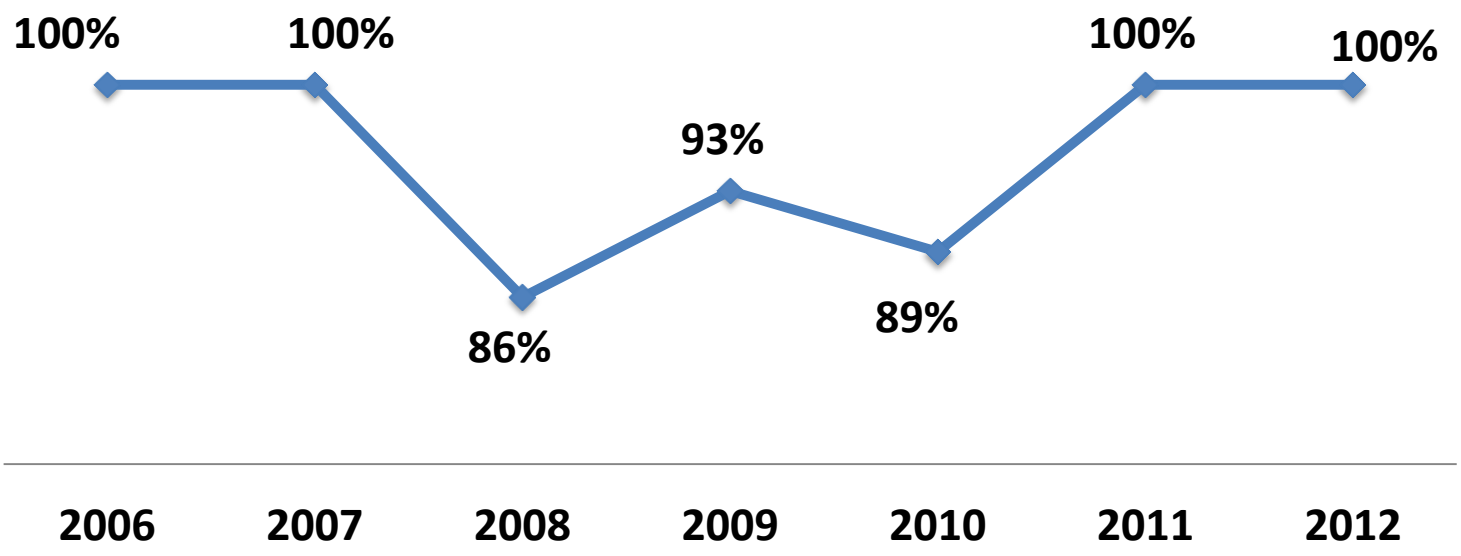


# Programas adotados em Prevenção de Perdas

# Soluções e controles de processo adotados

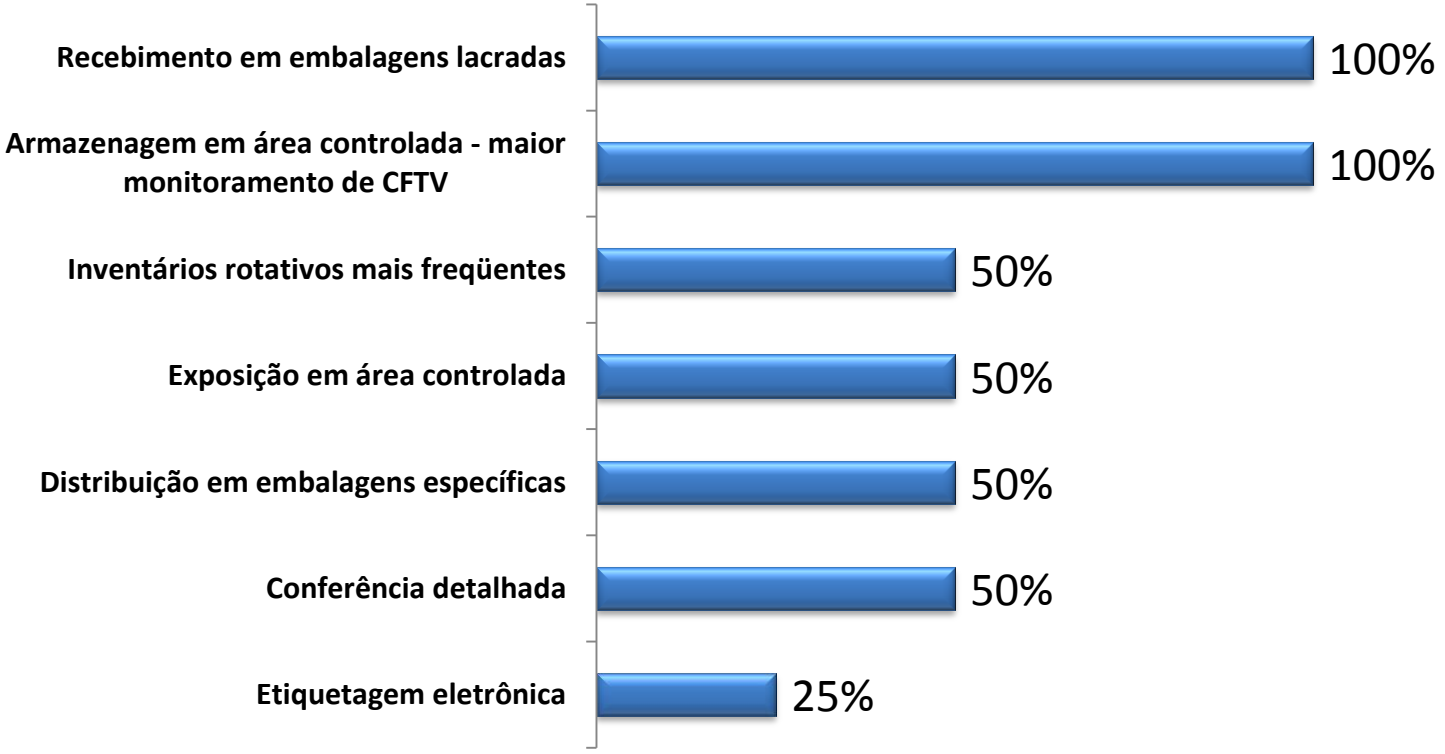


# Empresas que tratam PAR de maneira diferenciada

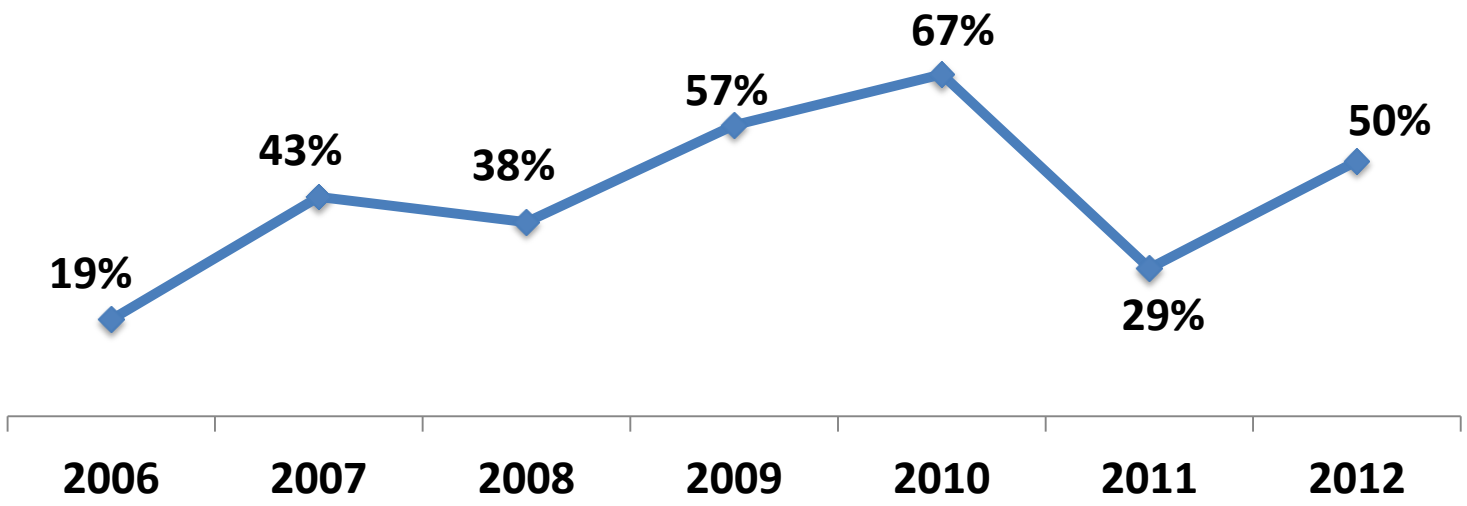



O índice permaneceu o mesmo em relação ao ano passado, com 100% das empresas.

# Soluções adotadas para PAR

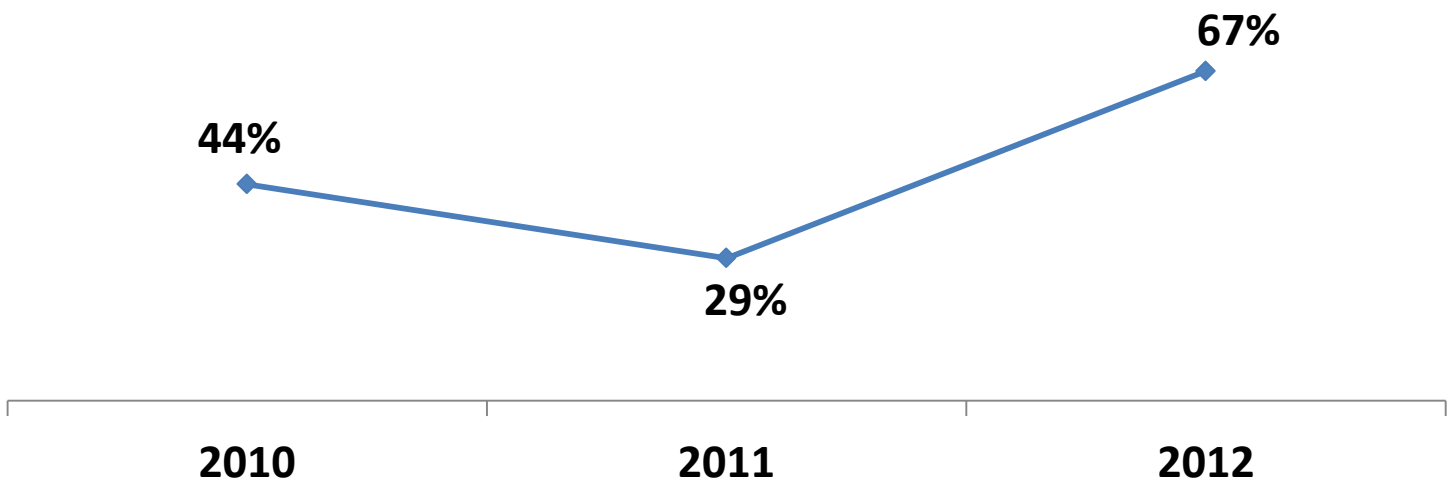


# Empresas que registram quando pegam em flagrante




O resultado cresceu em relação ao ano passado e voltou a tendência dos anos anteriores (2007 – 2010)

# Empresas que possuem controle das ocorrências de furto identificadas




Houve um aumento no número de empresas que possuem controle das ocorrências de furtos identificadas.

# Produtos mais furtados

| | |
|---|---|
| DORFLEX | SHAMPOO |
| HIPOGLOS | PROTETOR SOLAR |
| NOVALGINA | FRALDAS |
| NEOSALDINA | LÂMINA DE BARBEAR |
| CICATRICURE | DESODORANTES |
| CENTRUM | |
| VIAGRA | |
| CIALIS | |
| SILDENAFILA | |
| DERMACID | |

Os produtos mais furtados são aqueles mais conhecidos e que não precisam de receita médica. Também há grande número de furtos de produtos de higiene pessoal.

# Construção

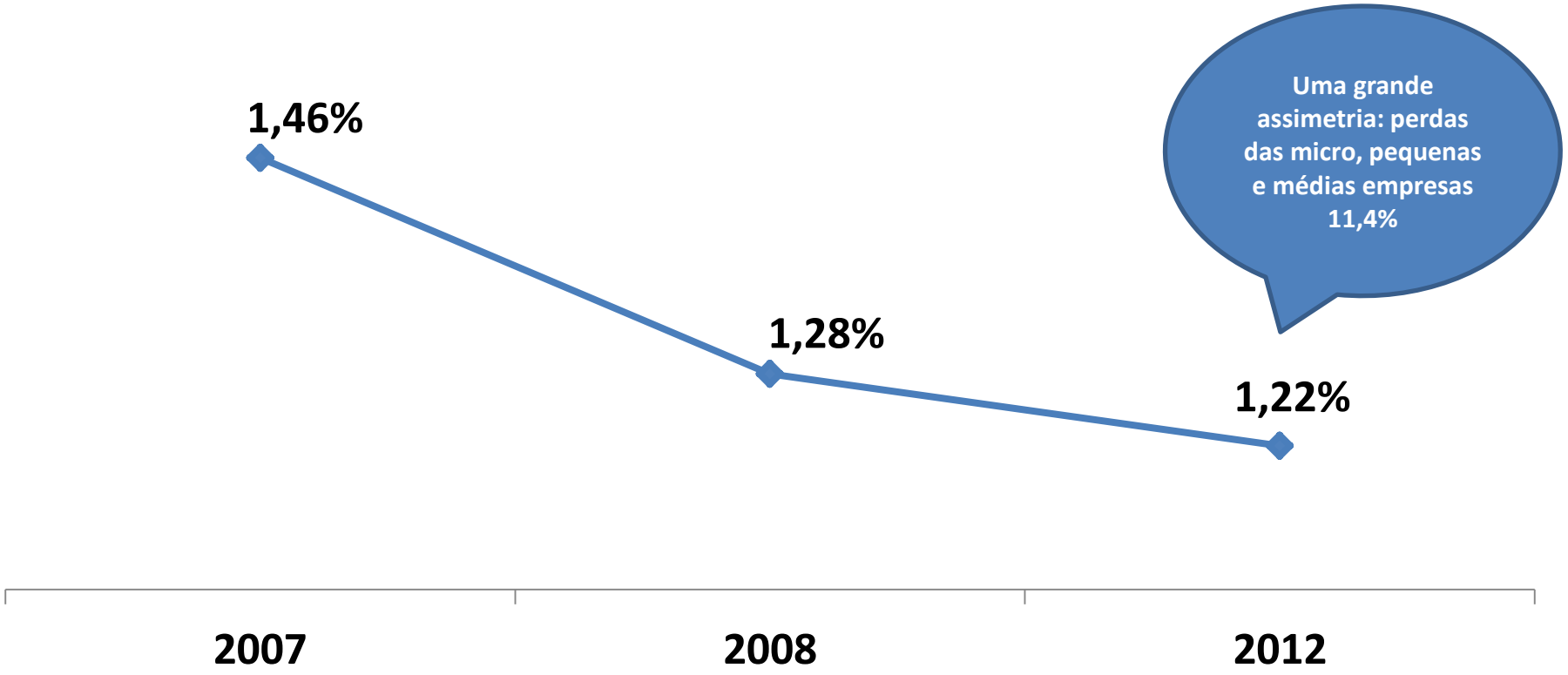
# Amostra

| | |
|---|---|
| **Faturamento** | R$ 3.770.309.000,00 |
| **Número de lojas (Dezembro 2012)** | 92 |
| **Número de Check-outs** | 435 |
| **Área de Vendas (m²)** | 54.152 |
| **Número de Funcionários** | 12.009 |

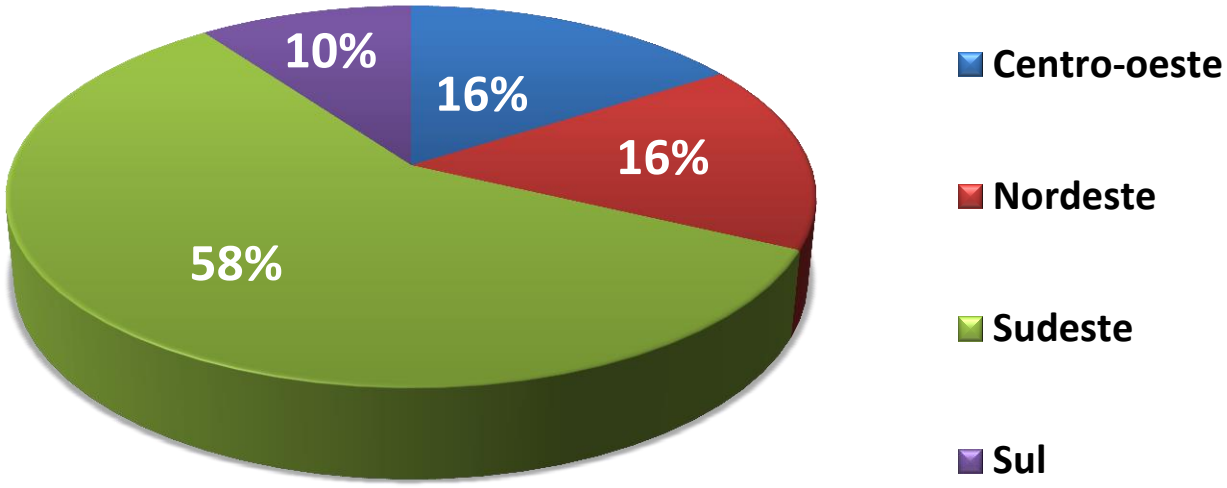
As empresas desta edição possuem um total de 92 lojas, e 435 check-outs para 54.152 metros quadrados de área de vendas, sendo a menor amostra dentre as categorias da presente pesquisa.

# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

## Índice de perdas

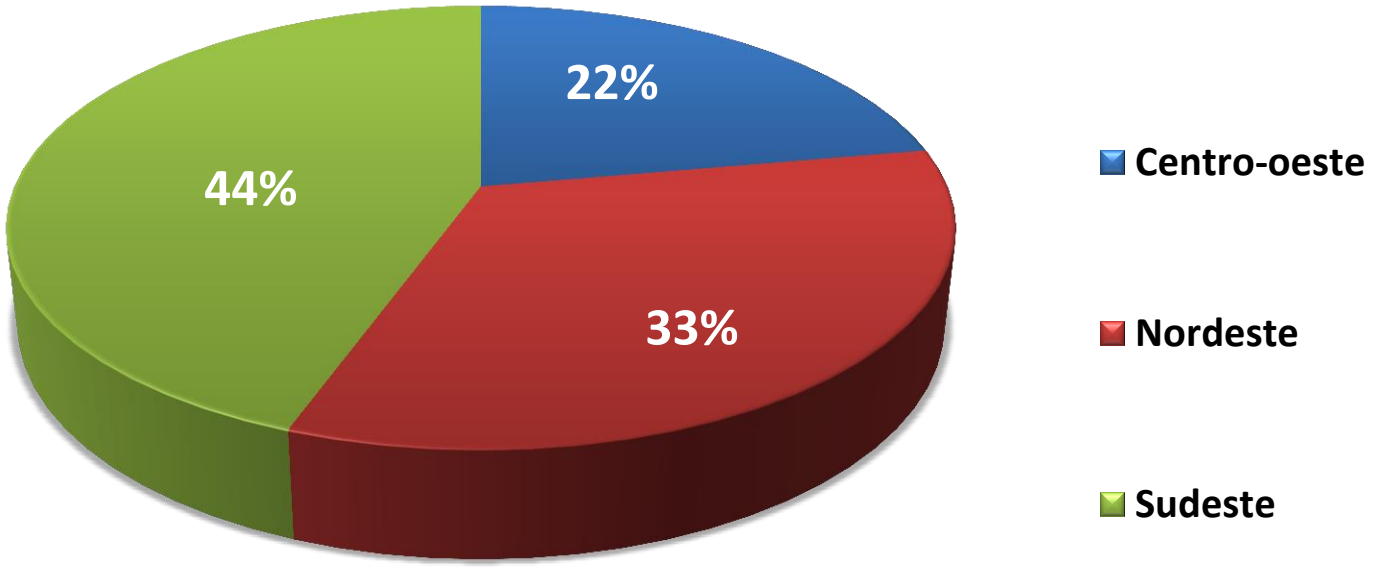


# Distribuição geográfica das lojas



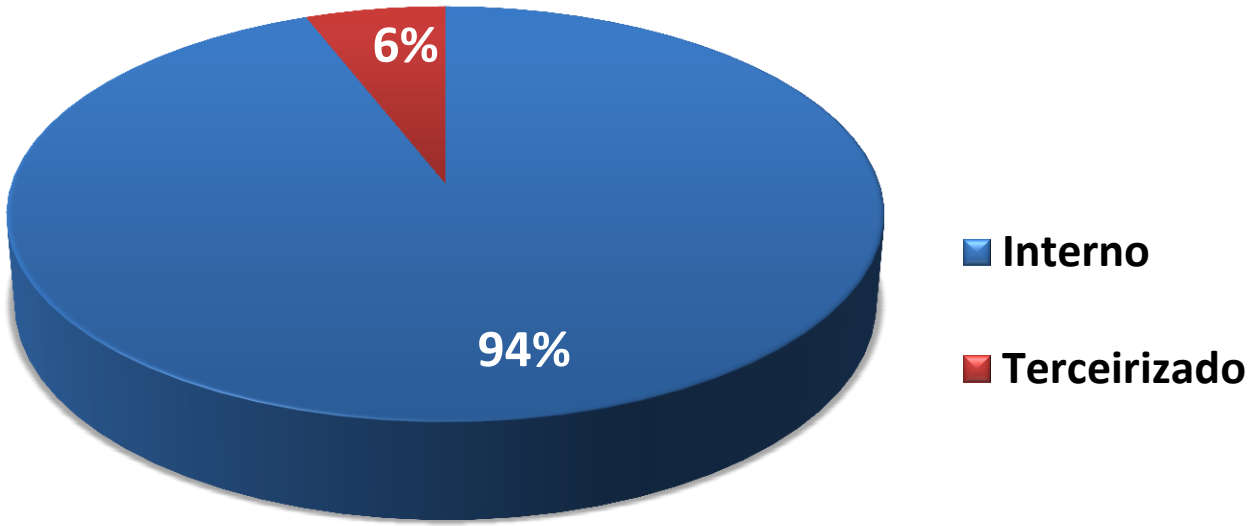

A região Sudeste foi a que apresentou o maior destaque, com quase 60% das lojas.

# Distribuição geográfica de CDs próprios



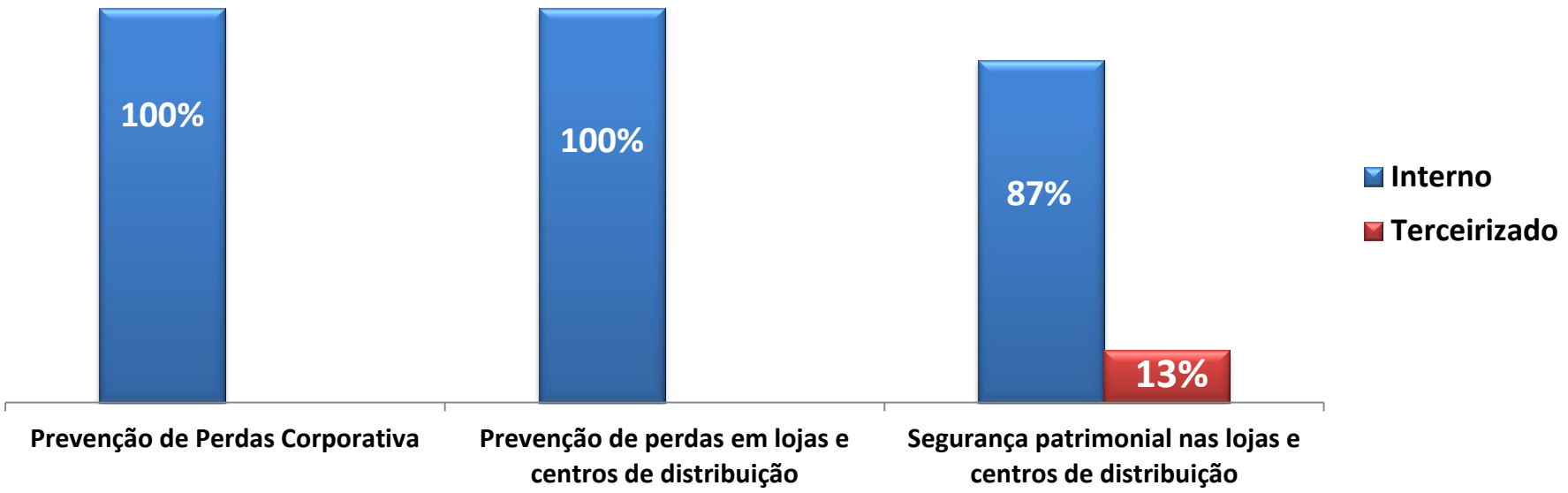

A região Sul não apresentou nenhum CD próprio.

# Colaboradores por área de prevenção de perdas

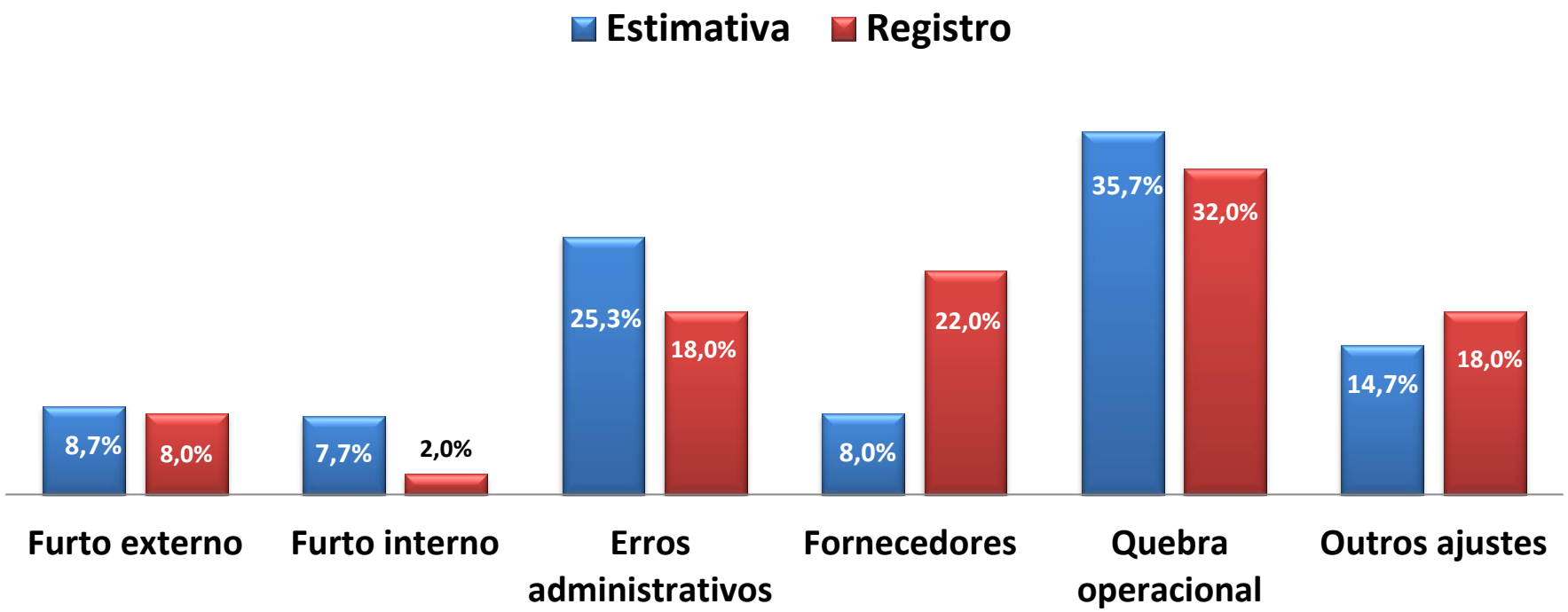



Os colaboradores da área de prevenção de perdas são quase todos internos.

# Participação de pessoal próprio e terceirizado por segmento de especialização

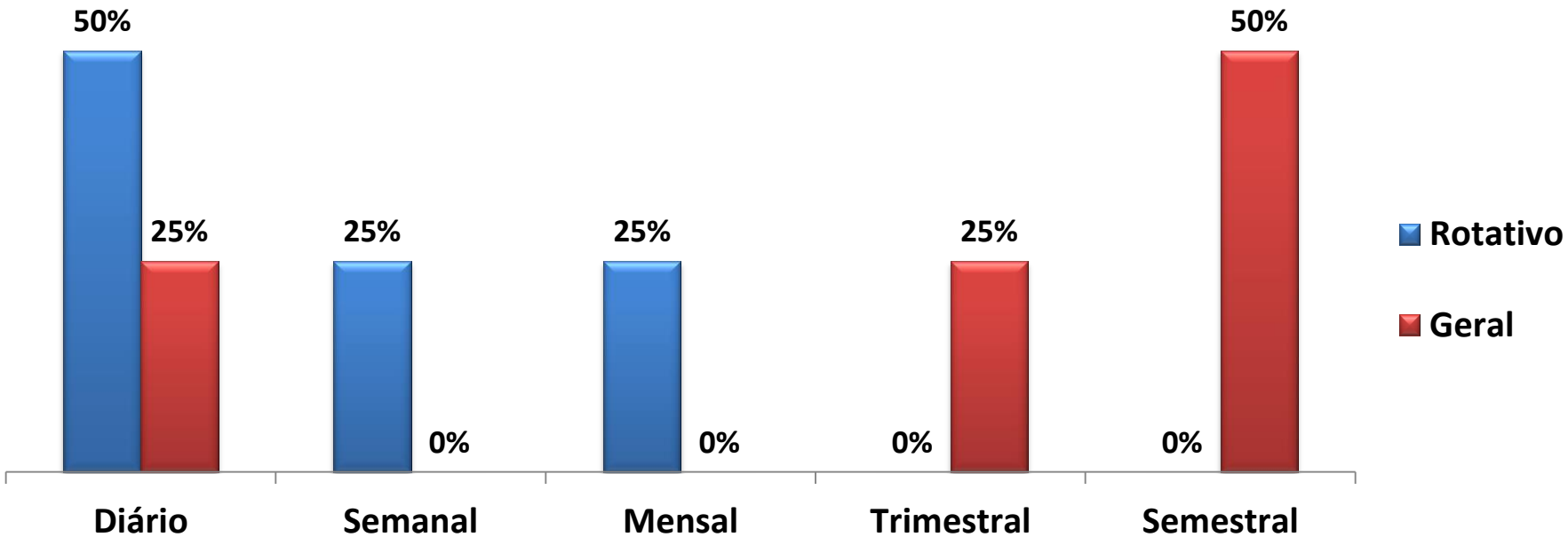


# Causas de perdas

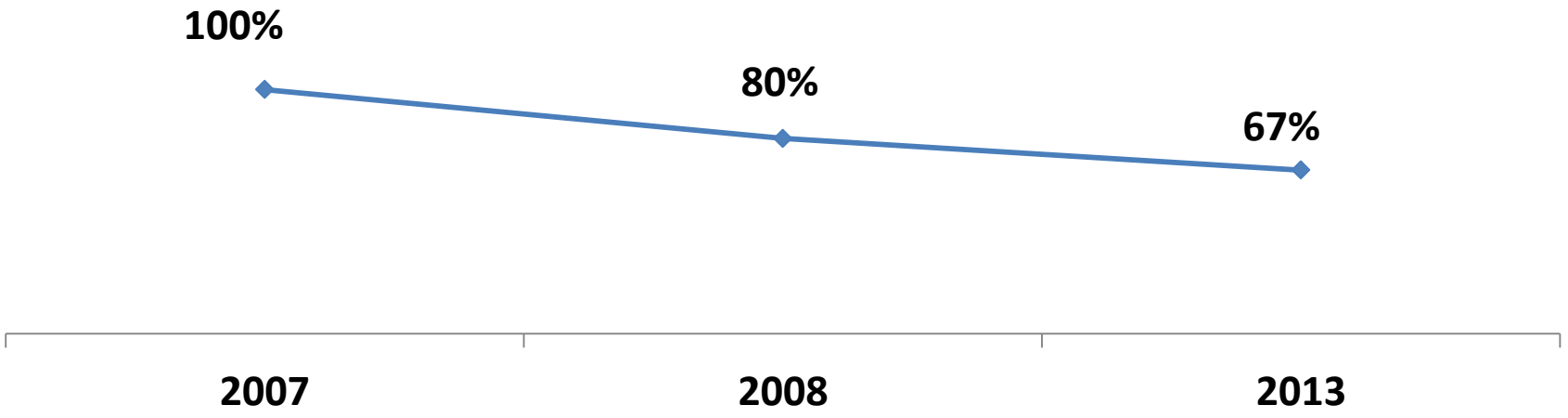



Médias dos percentuais atribuídos pelas empresas respondentes.

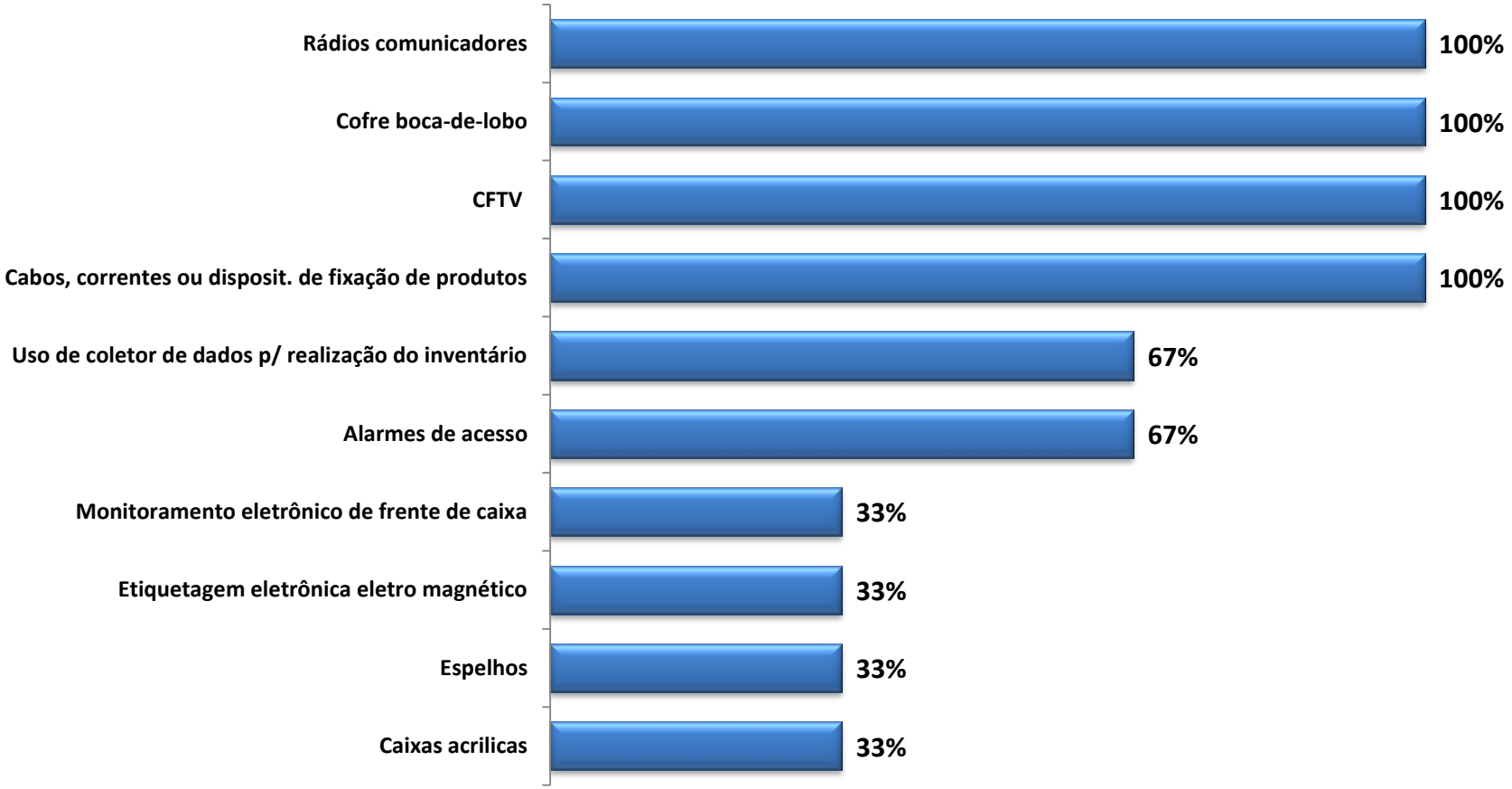
# Frequência com que realiza inventários



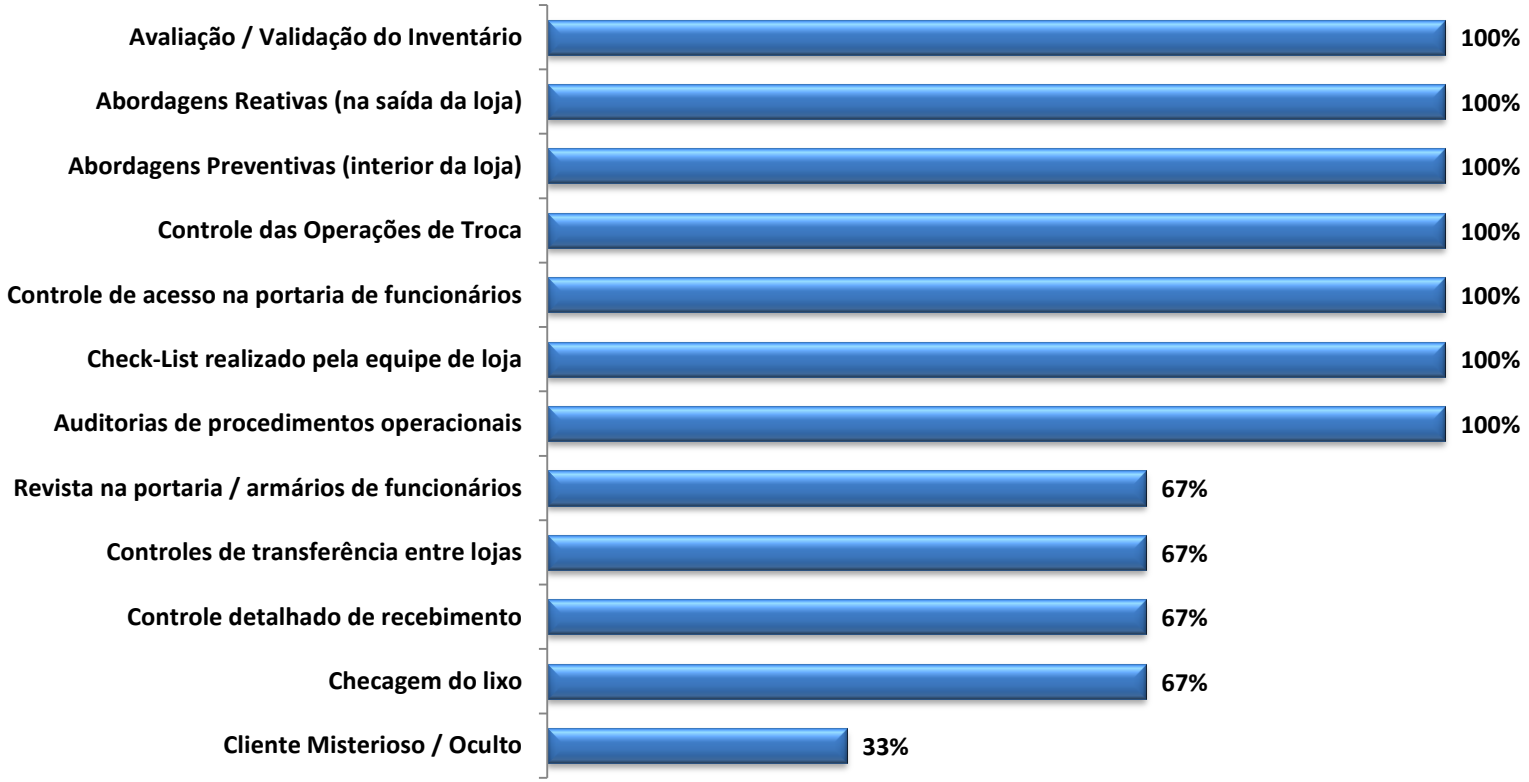
# Empresas que registram quando pegam em flagrante



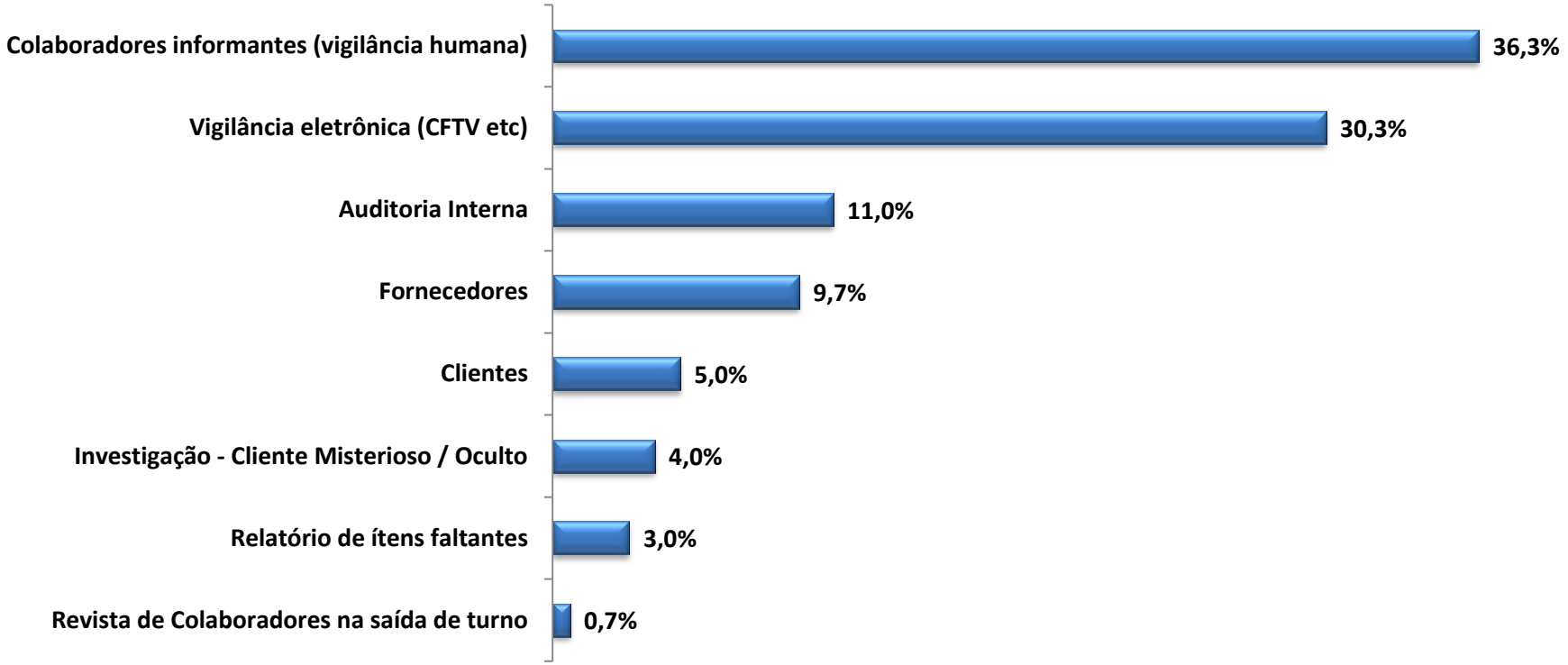
# Equipamentos utilizados em Prevenção de Perdas



# Soluções e controles de processo adotados

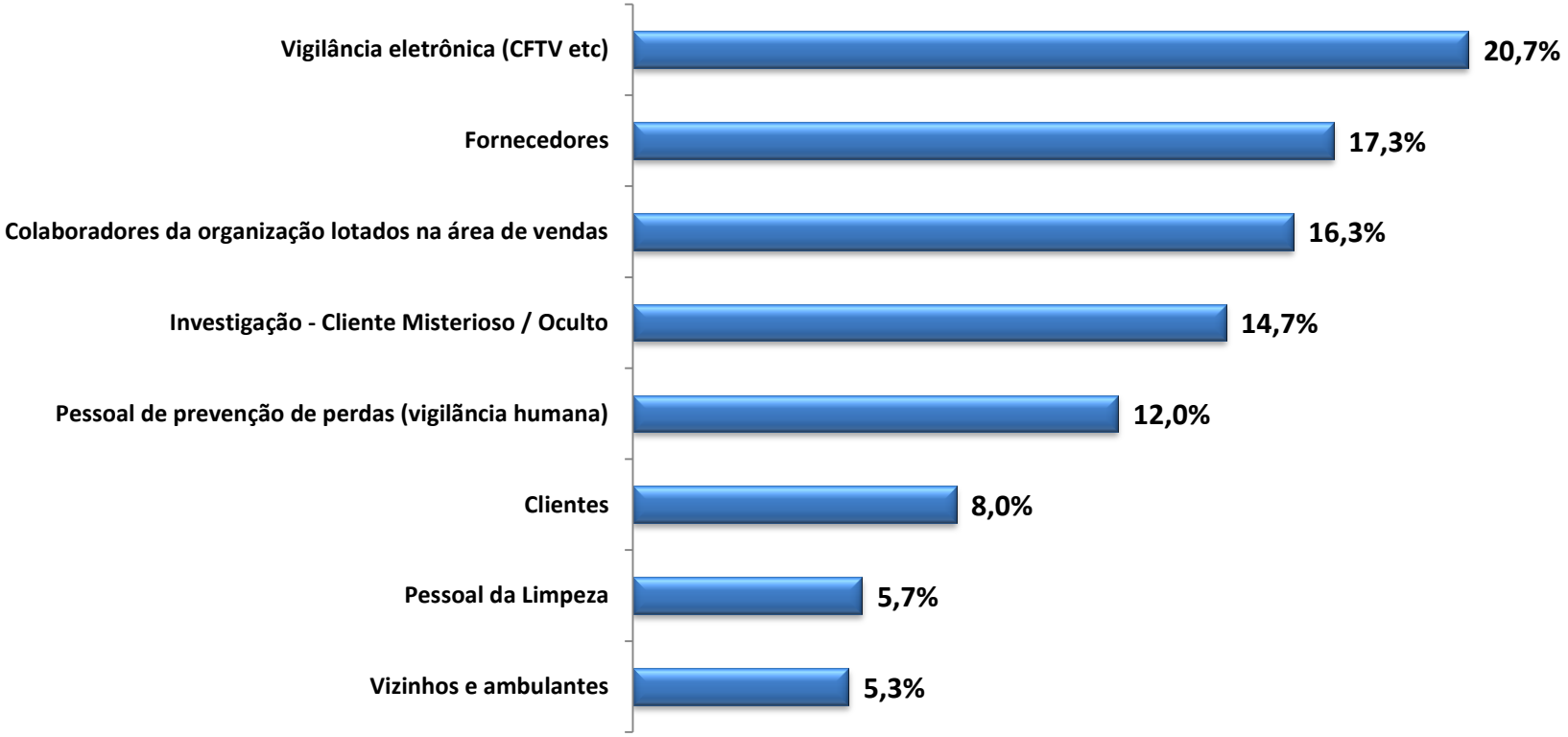


# Fontes de informação para a detecção de colaboradores desonestos




Médias dos percentuais atribuídos pelas empresas respondentes

# Fontes de informação para a detecção de furtos e roubos por pessoas externas à organização




Médias dos percentuais atribuídos pelas empresas respondentes

# Produtos mais furtados

| | |
|---|---|
| Pisos | Fios e cabos |
| Revestimentos | Torneiras e válvulas |
| Porcelanatos | Ferramentas |
| Argamassas | Fita isolante |
| Disco diamantado | Lâmpadas |
| Fios e cabos | Fechaduras e dobradiças |

# Vestuário

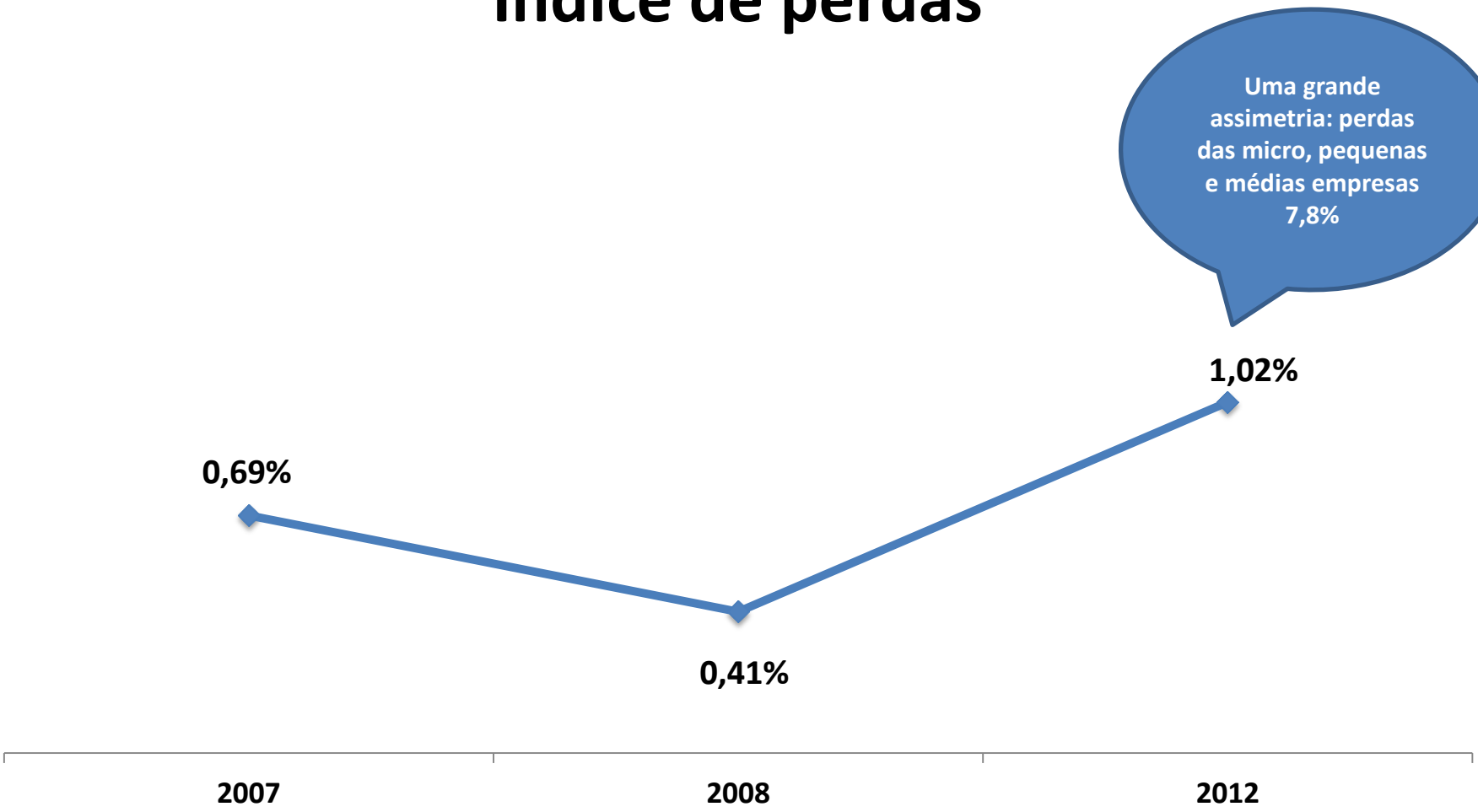
# Amostra

| | |
|---|---|
| **Faturamento** | R$ 3.526.638.665,42 |
| **Número de lojas (Dezembro 2012)** | 331 |
| **Número de Check-outs** | 1.206 |
| **Área de Vendas (m²)** | 321.767 |
| **Número de Funcionários** | 15.320 |

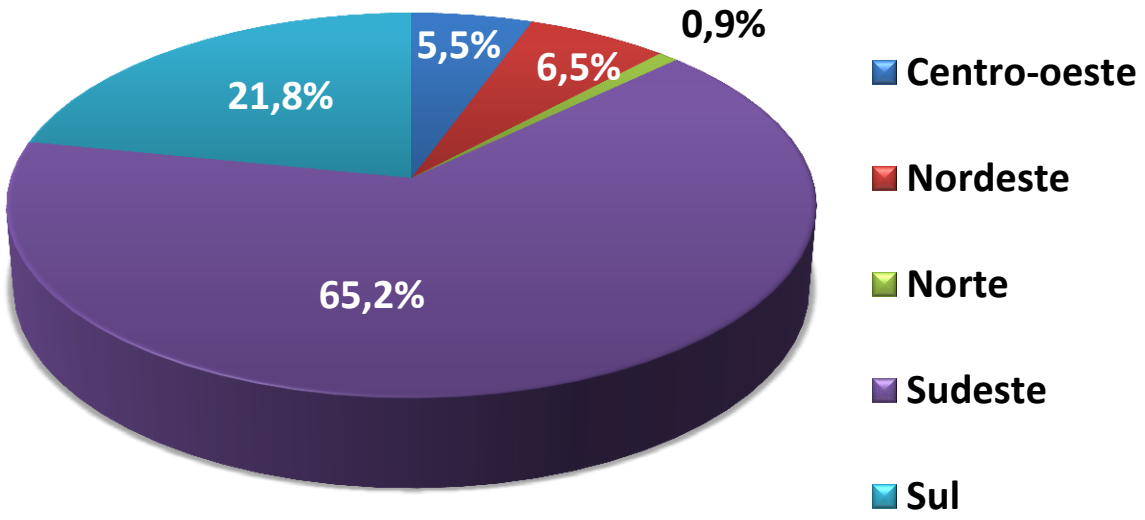
As empresas desta edição possuem um total de 331 lojas, e 1.206 check-outs para 32.1767 metros quadrados de área de vendas.

# 13ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro

## Índice de perdas

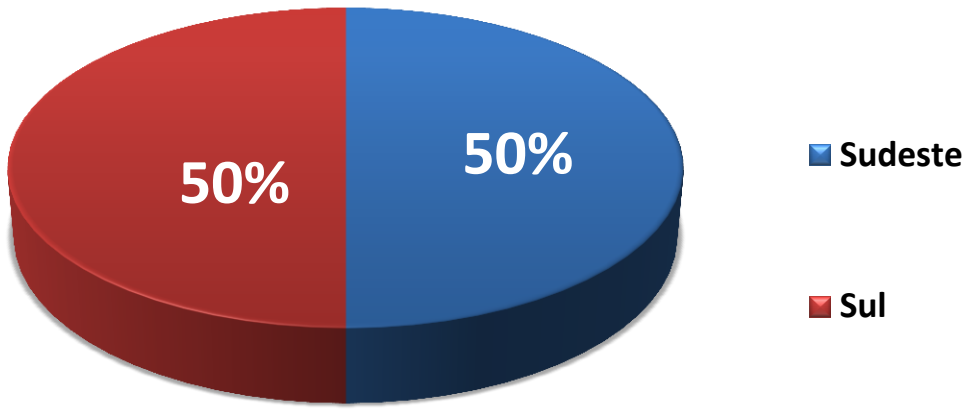


# Distribuição geográfica das lojas



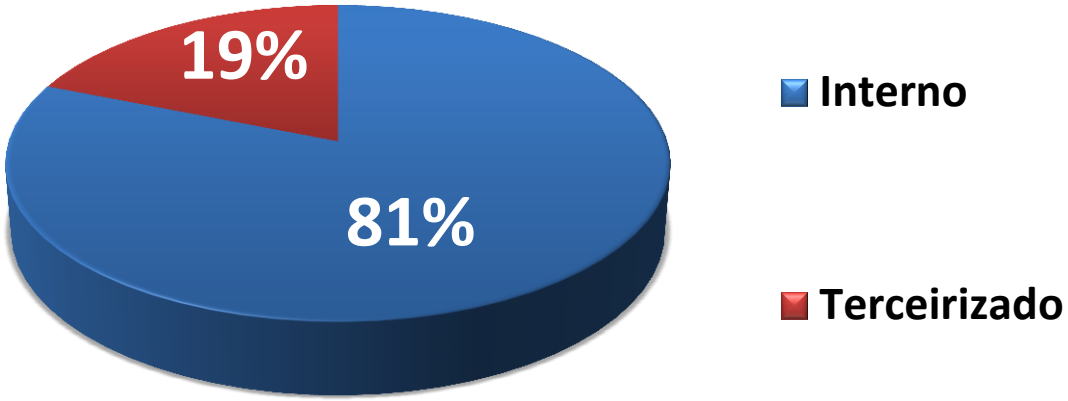

A região Sudeste novamente obteve um maior destaque.

# Distribuição geográfica de CDs próprios



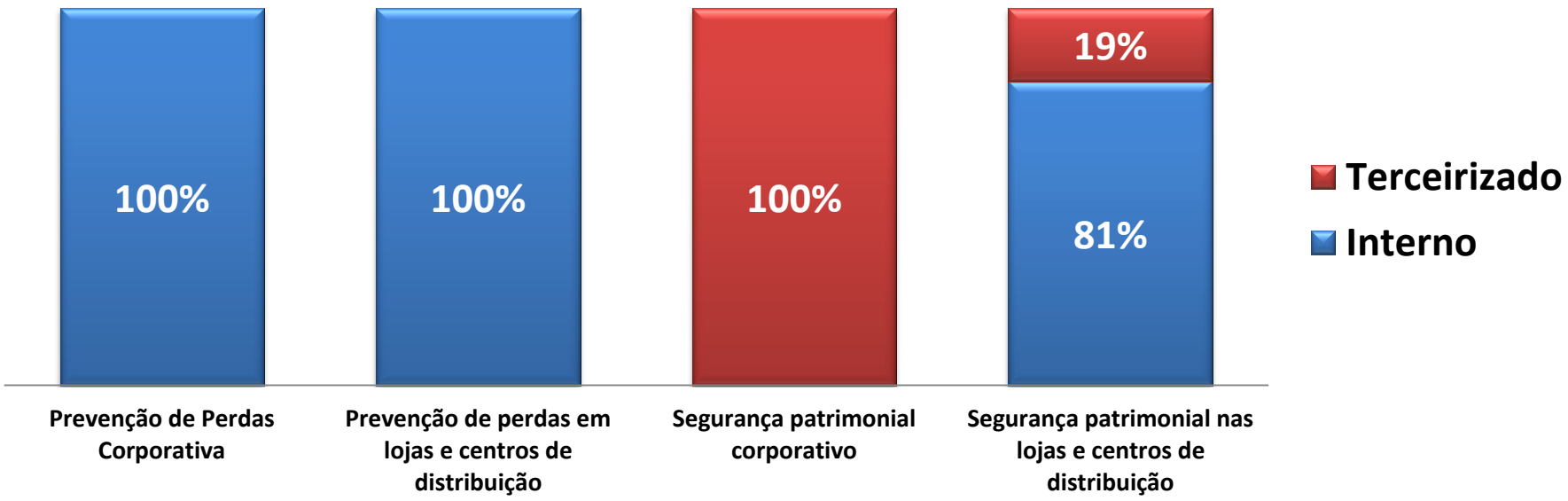

Norte, Nordeste e Centro-Oeste não possuem CD próprios.

# Colaboradores por área de prevenção de perdas



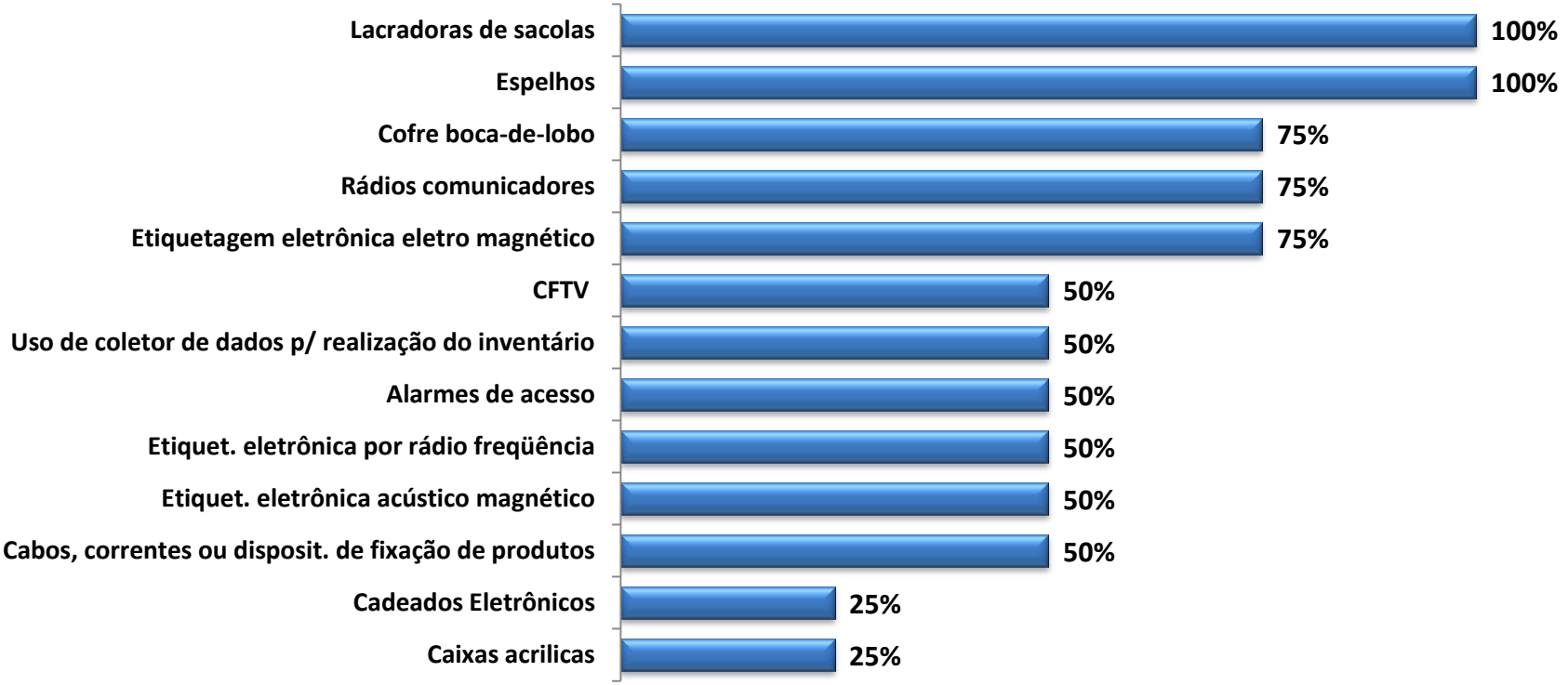

Novamente, há mais colaboradores internos do que terceirizados.

# Participação de pessoal próprio e terceirizado por segmento de especialização

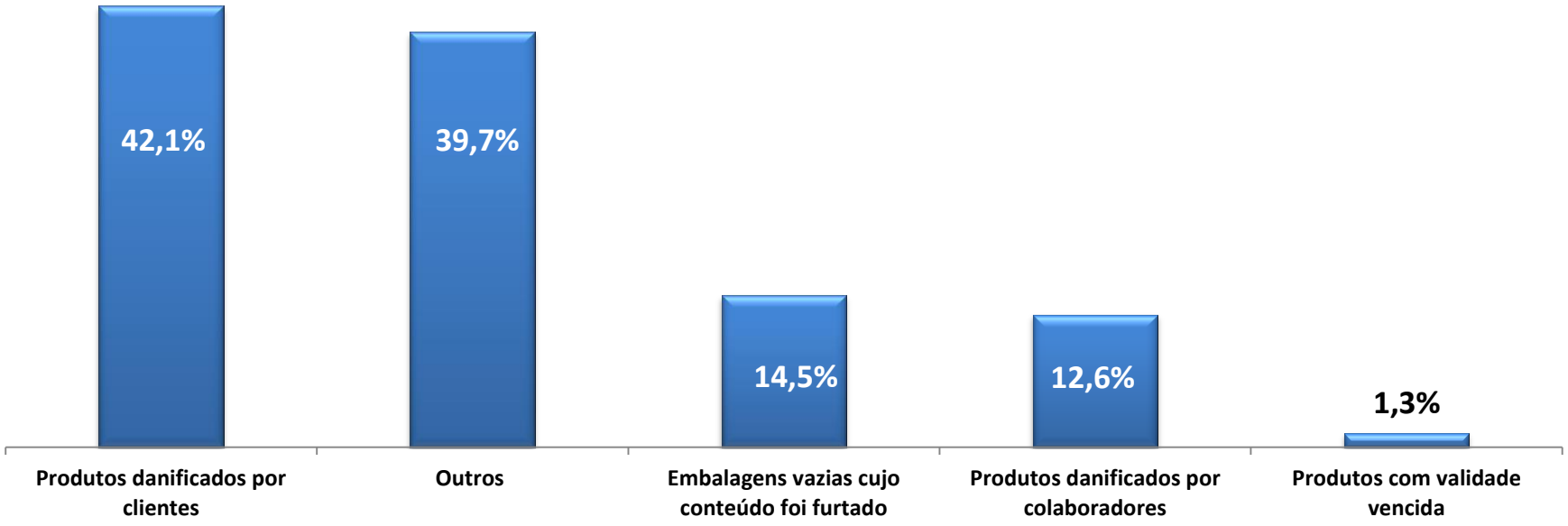



Apenas segurança patrimonial coorporativo apresentou somente colaboradores terceirizados.

# Equipamentos utilizados em Prevenção de Perdas

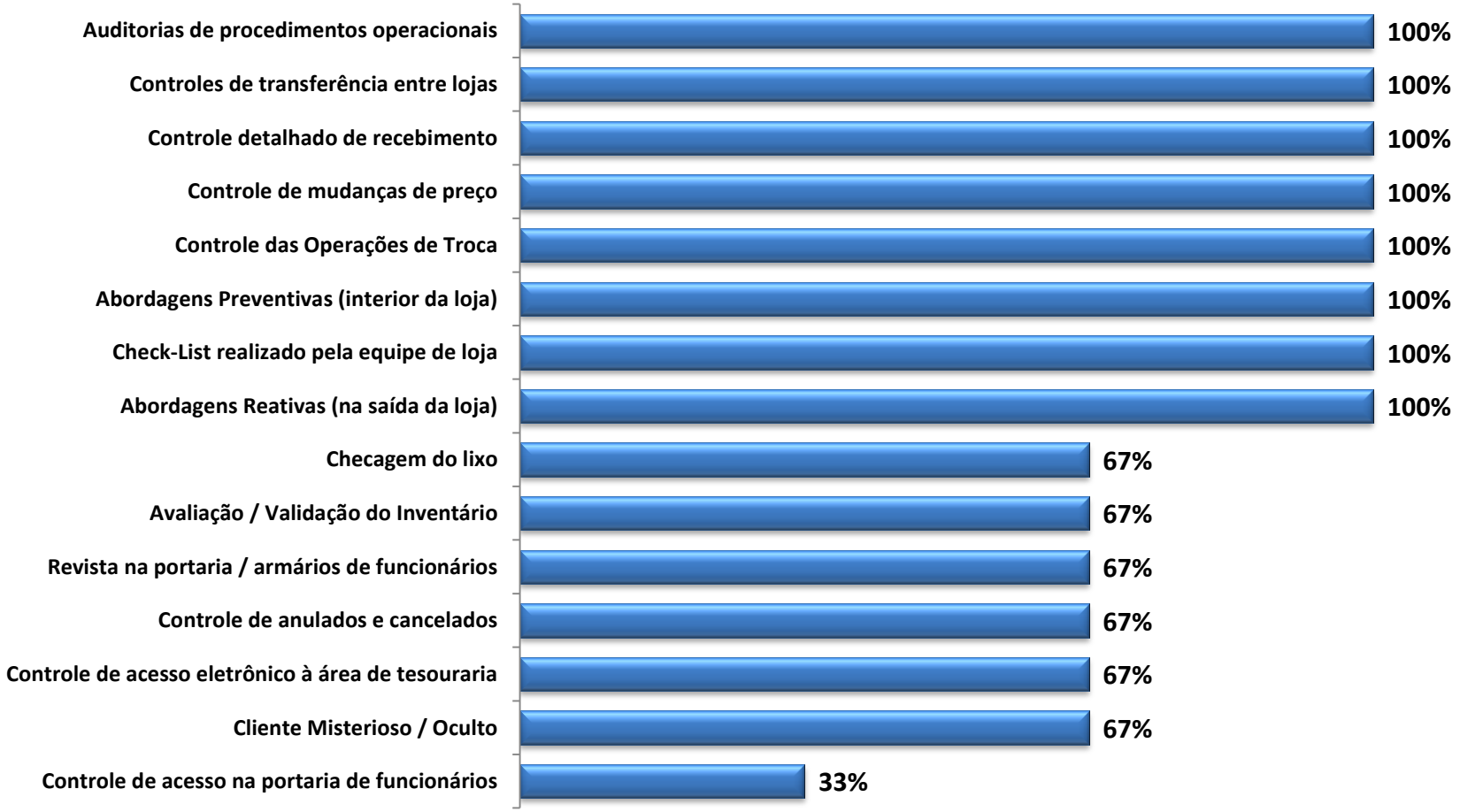


# Causas de quebra operacional

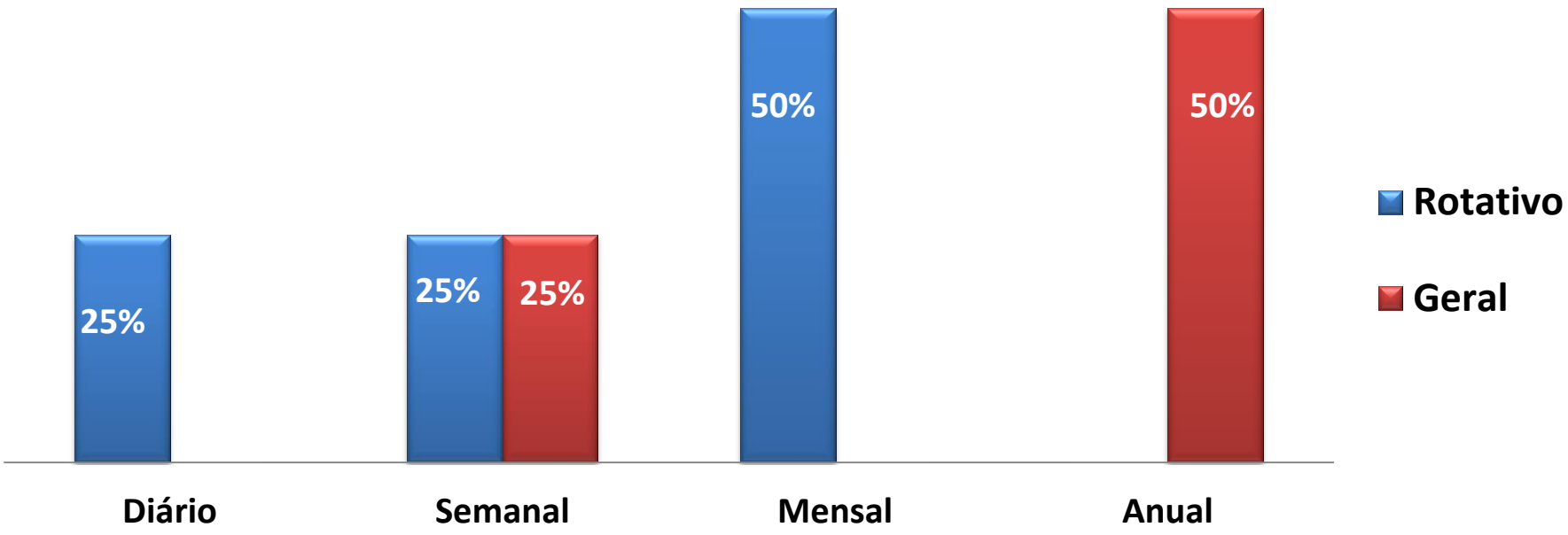



Médias dos percentuais declarados pelos respondentes

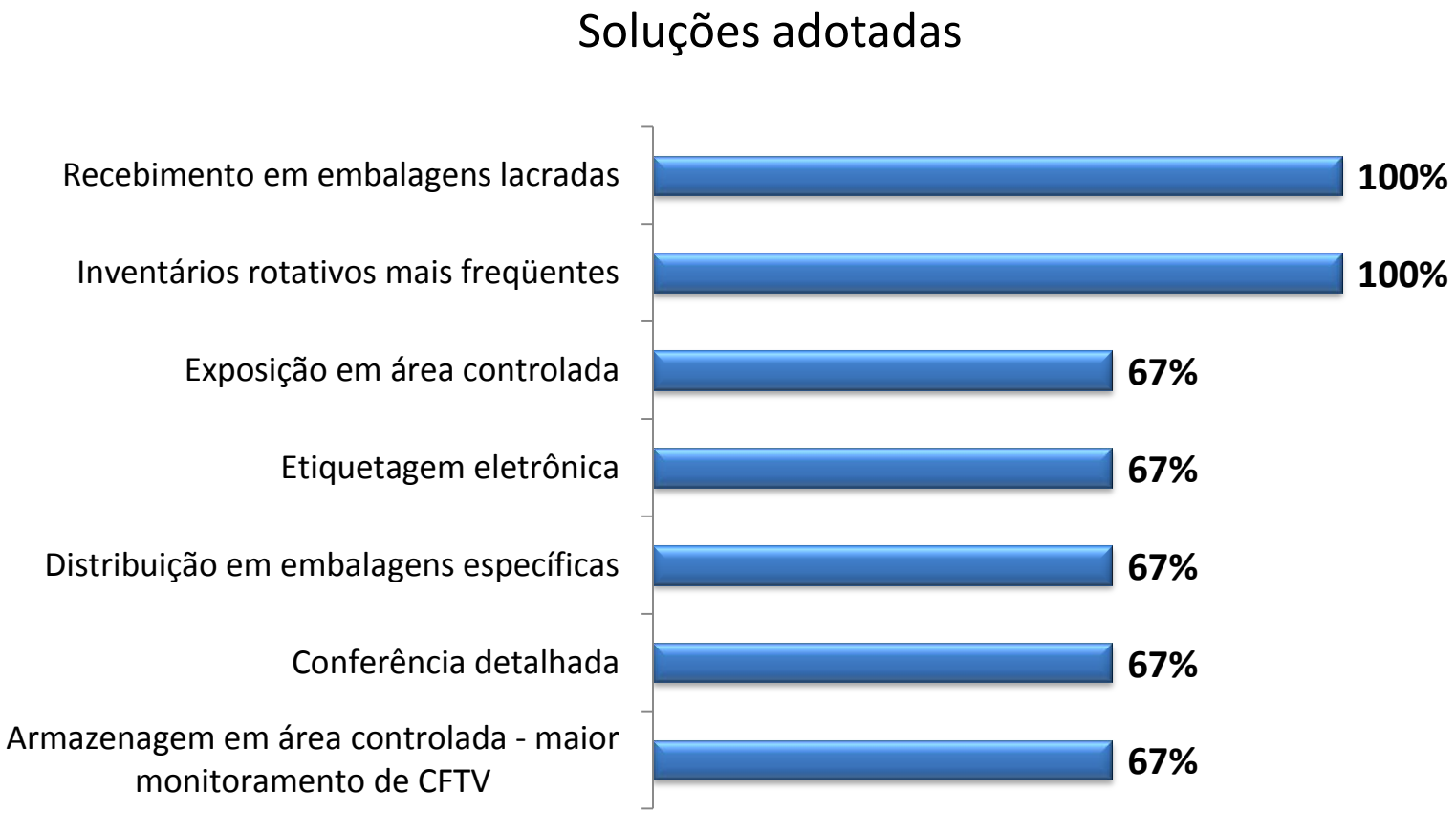
# Soluções e controles de processo adotados



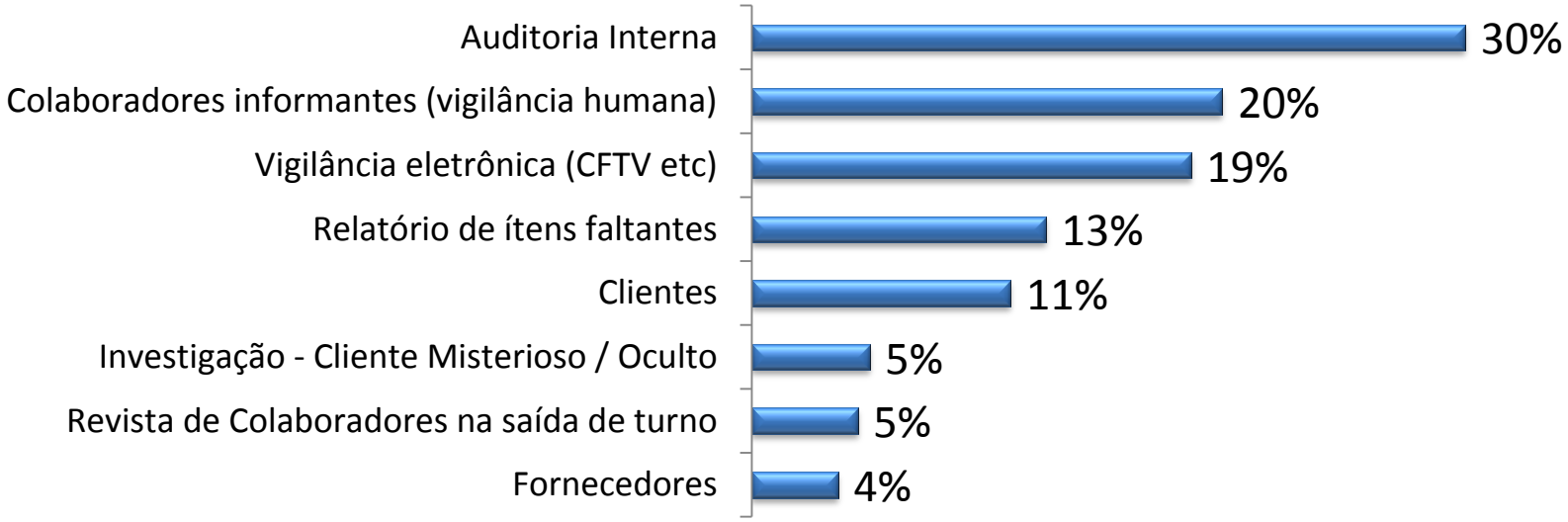
# Frequência de realização do inventário



# Tratamento especial para produtos de alto risco

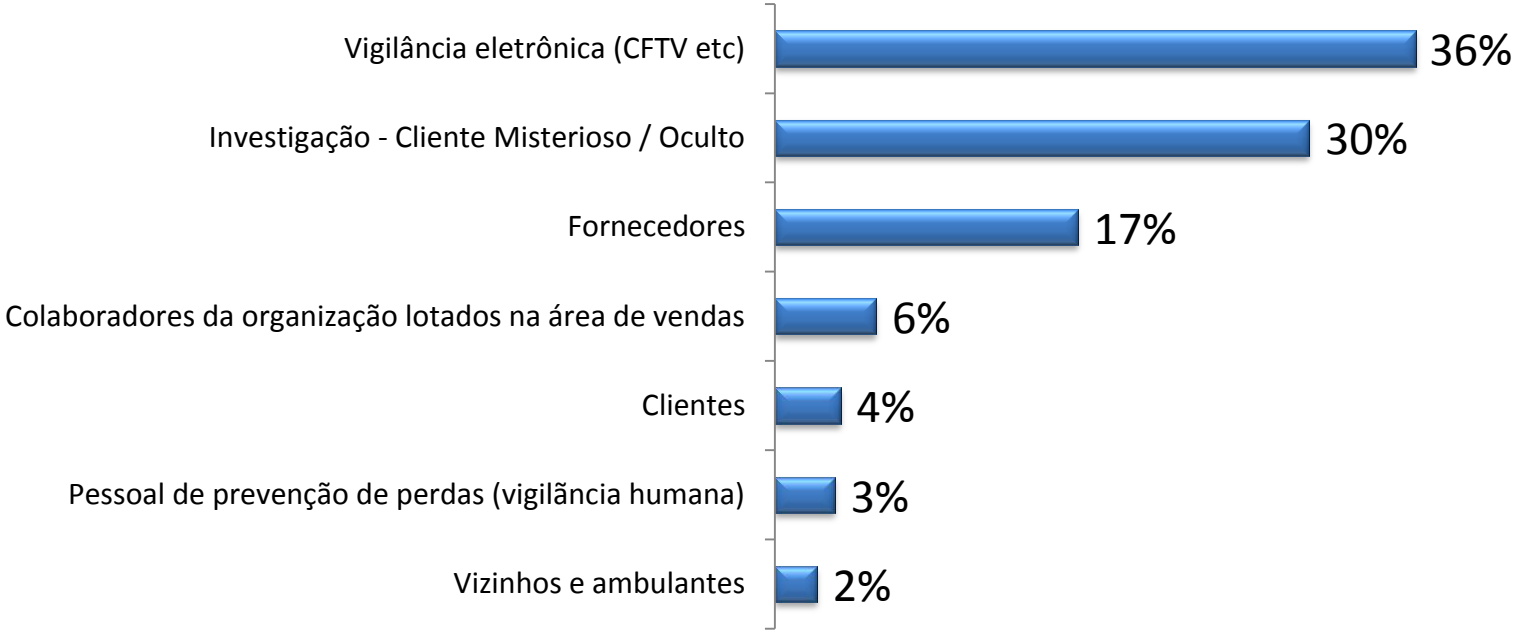


# Fontes de informação para a detecção de colaboradores desonestos




Médias dos percentuais declarados

# Fontes de informação para a detecção de furtos e roubos praticados por pessoas externas à organização




Médias dos percentuais declarados

# Produtos mais roubados

| |
|---|
| Camisas polo |
| Blusas |
| Vestidos |
| Calcinhas |
| meias |

# 1ª

# Avaliação de perdas realizada com as micro, pequena empresas do Brasil.

# Apresentação

Este relatório apresenta os resultados da 1ª Avaliação de perdas realizada com as pequenas empresas do Brasil.

A pesquisa contou com a participação de 690 empresas, com um total de 1.025 lojas físicas, 96,5% das lojas estão localizadas no estado de São Paulo.

Os dados agregados e sem identificação das empresas respondentes foram encaminhados ao Provar que confeccionou este relatório.

# Ramos de Atividades abordados

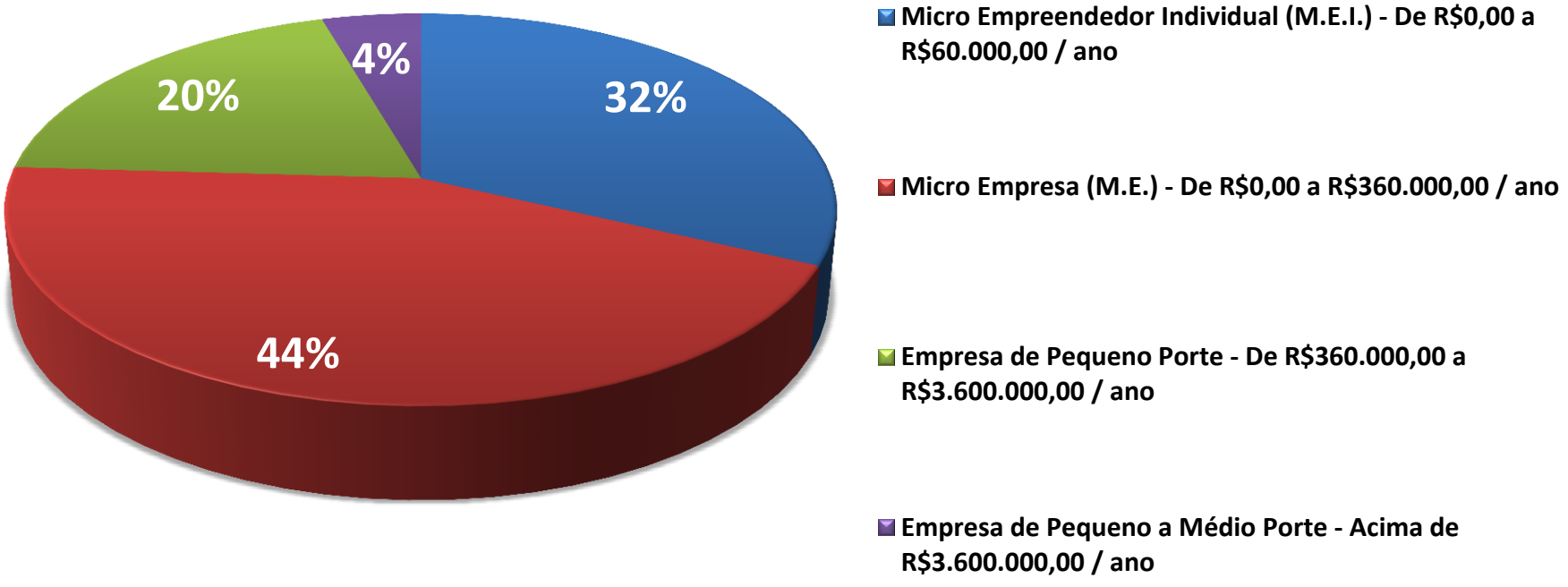
- Acessórios esportivos, suplementos;
- Alimentação, padaria, restaurante, bar, lanchonete, açougue, produtos naturais;
- Autopeças, pneus;
- Bebidas;
- Clinica Veterinária, pet shop;
- Construção;
- Eletrônicos;
- Embalagens, produtos de limpeza, descartáveis;
- Farmácias;
- Informática, games, celulares, serviços de manutenção e acessórios;
- Livraria, papelaria;
- Móveis, decorações;
- Ótica, fotografia;
- Outros especializados;
- Perfumaria, cosméticos;
- Presentes;
- Serviços;
- Supermercado, hortifrúti, loja de conveniência;
- Vestuário, calçado, moda.

# Amostra

| | |
|---|---|
| Empresas respondentes | 690 |
| Total de lojas físicas | 1025 |
| Estados localizados as lojas | 96,5% (São Paulo) |
| Micro Empreendedor Individual | 32,0% |
| Micro Empresa | 44,0% |
| Empresa de Pequeno Porte | 20,0% |
| Empresa de Pequeno a Médio Porte | 4,0% |

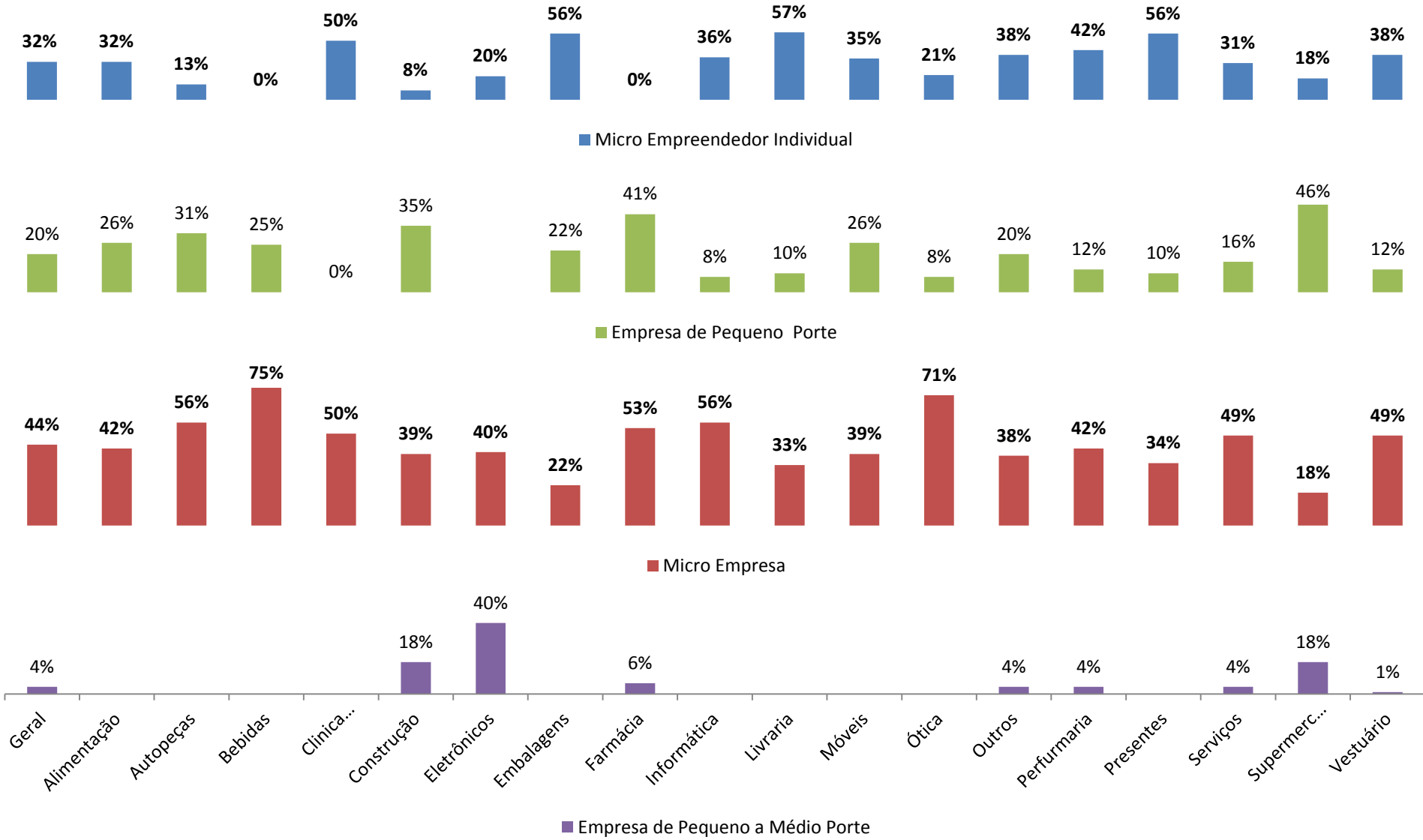
# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Classificação da empresa de acordo com o faturamento bruto



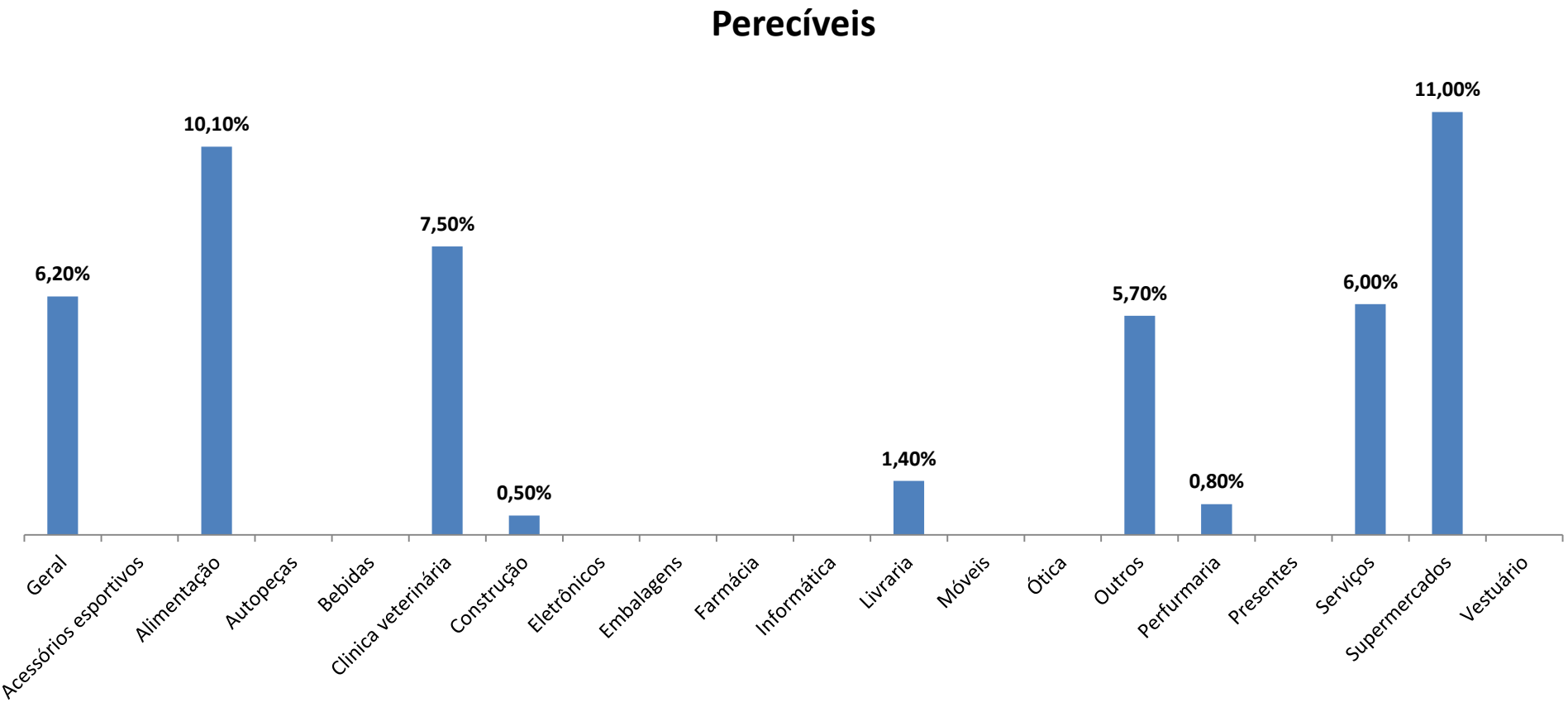
# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Classificação das empresas



# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

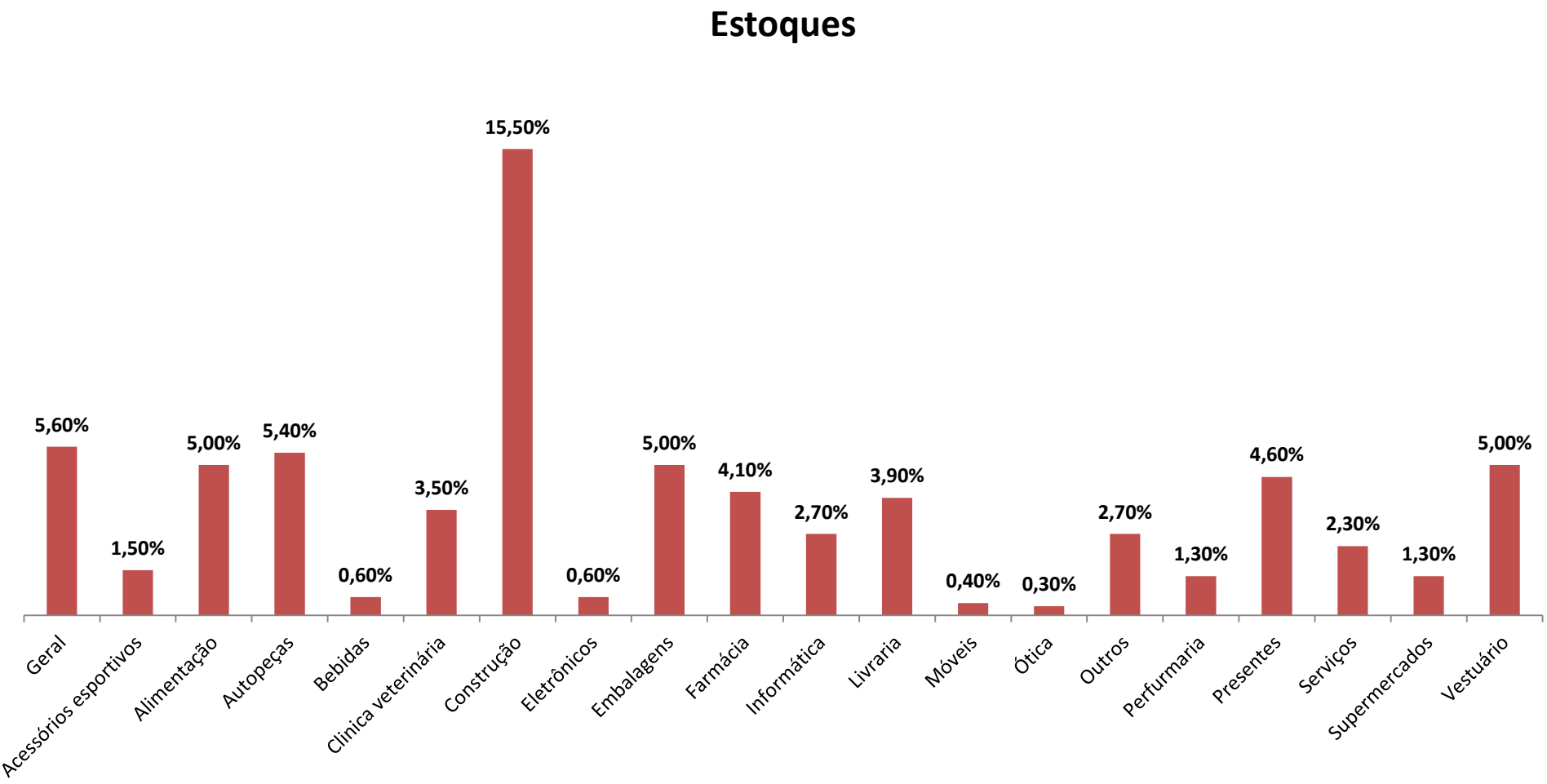
## Médias dos percentuais de perdas




Os percentuais representam a média dos percentuais declarados ou estimados a partir dos valores declarados e estimativas de faturamento.

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

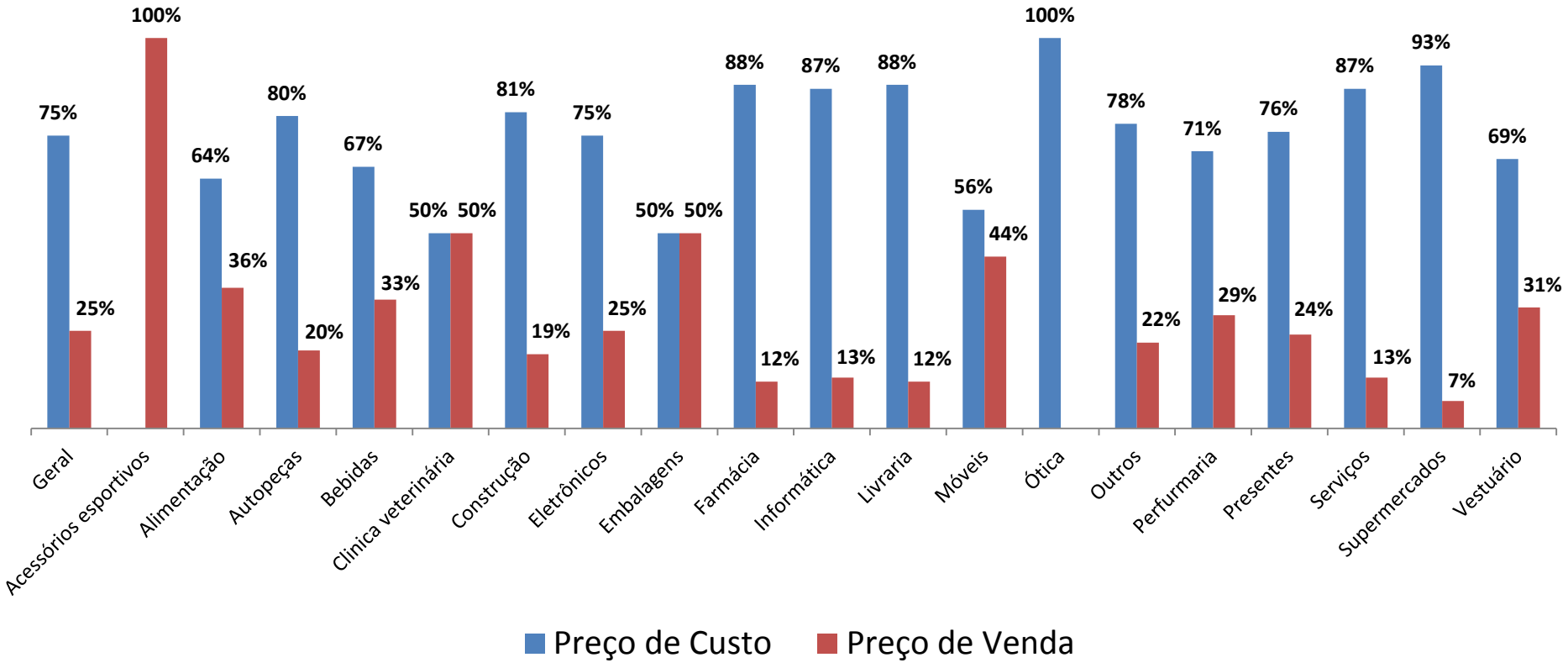
## Médias dos percentuais de perdas




Os percentuais representam a média dos percentuais declarados ou estimados a partir dos valores declarados e estimativas de faturamento.

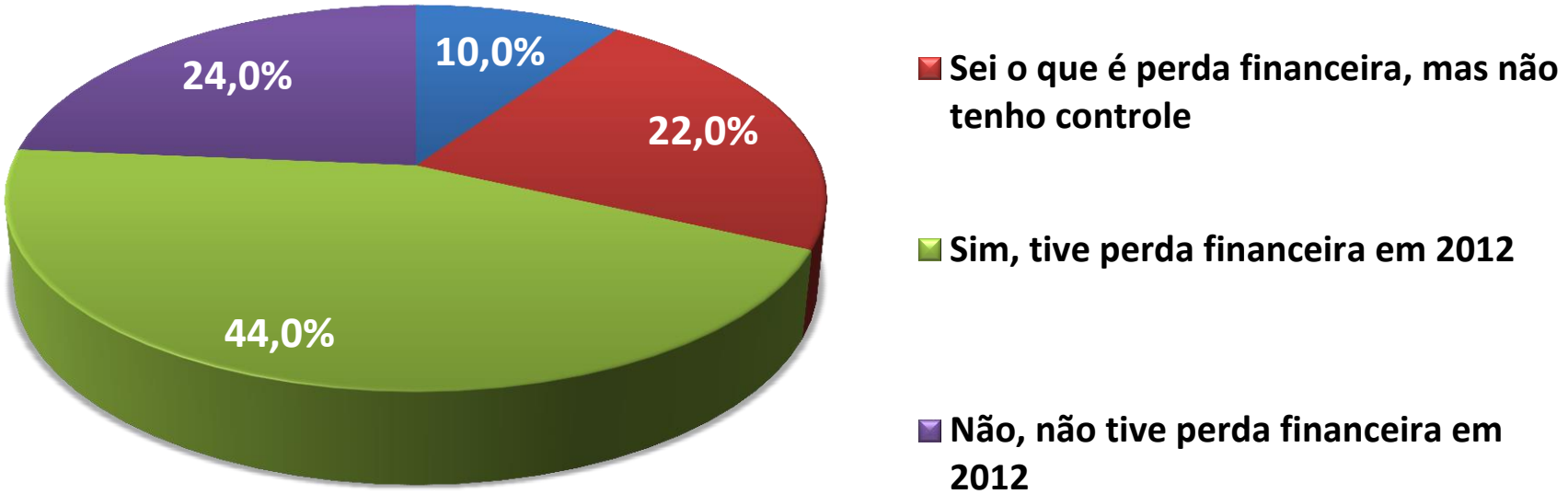
# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Como são consideradas as perdas de estoques



# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Perda Financeira



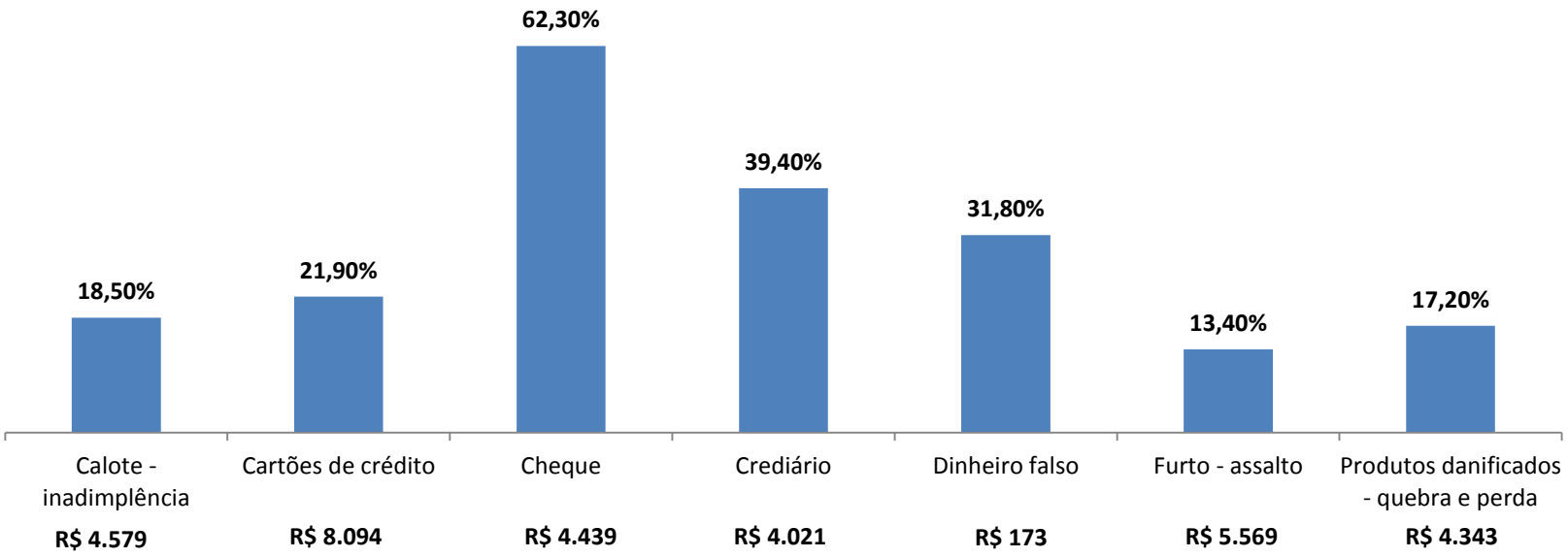
# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Perda financeira

| | Sim, tive perda financeira em 2012 | Sei o que é perda financeira, mas não tenho controle | Não, não tive perda financeira em 2012 | Não sei o que é perda financeira |
|---|---|---|---|---|
| **Geral** | **9,6%** | **22,3%** | **44,5%** | **23,6%** |
| Acessórios esportivos | 60,0% | - | - | 40,0% |
| Alimentação | 7,5% | 30,2% | 35,8% | 26,4% |
| Autopeças | 63,0% | 31,0% | 6,0% | - |
| Bebidas | 50,0% | 25,0% | 25,0% | - |
| Clinica veterinária | 38,0% | 25,0% | 25,0% | 13,0% |
| Construção | 51,0% | 24,0% | 19,0% | 7,0% |
| Eletrônicos | 20,0% | - | 80,0% | - |
| Embalagens | 11,1% | 11,1% | 44,4% | 33,3% |
| Farmácia | 11,8% | 17,6% | 52,9% | 17,6% |
| Informática | 16,0% | 16,0% | 36,0% | 32,0% |
| Livraria | 29,0% | 38,0% | 24,0% | 10,0% |
| Móveis | 4,3% | 30,4% | 26,1% | 39,1% |
| Ótica | 7,1% | 64,3% | 21,4% | 7,1% |
| Outros | 12,5% | 25,0% | 37,5% | 25,0% |
| Perfurmaria | 3,8% | 19,2% | 42,3% | 34,6% |
| Presentes | 14,6% | 41,5% | 12,2% | 31,7% |
| Serviços | 12,2% | 24,5% | 42,9% | 20,4% |
| Supermercados | 14,3% | 28,6% | 42,9% | 14,3% |
| Vestuário | 10,0% | 17,0% | 51,0% | 22,0% |

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Modalidade da perda financeira




Percentuais representam incidência do tipo de perda no conjunto dos respondentes que declararam perdas financeiras. Valores em reais são as médias dos valores declarados.

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Modalidade de perda financeira - %

| | Cheque | Dinheiro Falso | Crediário | Furto - assalto | Cartão de Crédito | Produtos Danificados/Quebra | Inadimplência |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Geral** | **62,3%** | **31,8%** | **39,4%** | **13,4%** | **21,9%** | **17,2%** | **18,5%** |
| Acessórios esportivos | 67% | - | - | - | 67% | - | - |
| Alimentação | 42% | 42% | 26% | 5% | 11% | - | 5% |
| Autopeças | 60% | 10% | 70% | - | - | - | 30% |
| Bebidas | 100% | 50% | - | - | - | 50% | 50% |
| Clinica veterinária | 67% | - | 67% | 33% | - | - | - |
| Construção | 73% | 31% | 41% | 4% | 18% | 6% | 8% |
| Eletrônicos | 75% | - | 25% | - | 25% | - | - |
| Embalagens | 25% | - | 25% | - | 25% | - | - |
| Farmácia | 89% | 22% | 22% | - | 11% | 22% | - |
| Informática | 67% | - | 22% | - | 11% | 11% | - |
| Livraria | 33% | 67% | 17% | 33% | 33% | - | 17% |
| Móveis | 100% | - | 50% | - | 17% | - | 17% |
| Ótica | 100% | - | 100% | - | - | 33% | - |
| Outros | 78% | 11% | 44% | - | 11% | 11% | - |
| Perfurmaria | 36% | 27% | - | 9% | 27% | 9% | 36% |
| Presentes | 10% | 23% | 31% | 8% | - | 8% | 8% |
| Serviços | 52% | 10% | 29% | - | 33% | 14% | 5% |
| Supermercados | 67% | 75% | 33% | - | 8% | 8% | 25% |
| Vestuário | 42% | 14% | 29% | 2% | 10% | - | 2% |

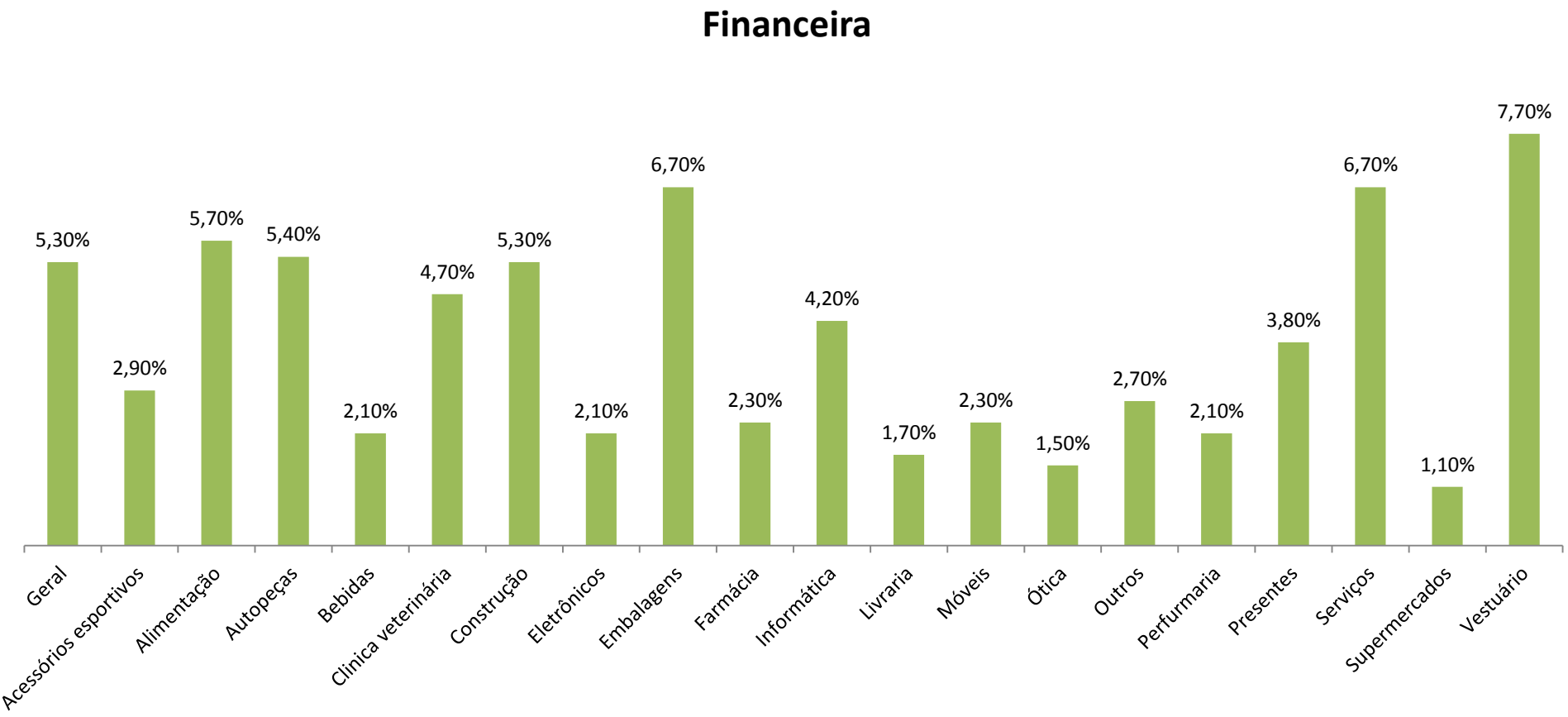
# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Modalidade de perda financeira em R$

| | Cheque | Dinheiro Falso | Crediario | Furto - assalto | Cartão de Crédito | Produtos Danificados /Quebra | Inadimplência |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Geral | R$ 4.438,79 | R$ 172,89 | R$ 4.020,63 | R$ 5.568,72 | R$ 8.093,75 | R$ 4.342,86 | R$ 4.579,00 |
| Acessórios esportivos | R$ 2.650,00 | - | - | - | R$ 5.140,00 | - | - |
| Alimentação | R$ 2.644,00 | R$ 315,00 | R$ 2.000,00 | R$ 20.000,00 | R$ 7.050,00 | - | - |
| Autopeças | R$ 15.750,00 | - | R$ 2.800,00 | - | - | - | R$ 2.000,00 |
| Bebidas | R$ 3.200,00 | - | - | - | - | - | R$ 276,00 |
| Clinica veterinária | R$ 3.000,00 | - | - | R$ 1.000,00 | - | - | - |
| Construção | R$ 6.680,77 | R$ 122,00 | R$ 10.854,17 | - | R$ 20.000,00 | R$ 25.000,00 | R$ 20.000,00 |
| Eletrônicos | R$ 4.590,00 | - | R$ 53,00 | - | R$ 15.000,00 | - | - |
| Embalagens | R$ 1.200,00 | - | - | - | - | - | - |
| Farmácia | R$ 2.550,00 | R$ 300,00 | R$ 10.000,00 | - | - | R$ 750,00 | - |
| Informática | R$ 5.250,00 | - | R$ 1.500,00 | - | - | - | - |
| Livraria | R$ 1.250,00 | R$ 125,00 | R$ 500,00 | R$ 620,00 | R$ 500,00 | - | R$ 3.000,00 |
| Móveis | R$ 4.017,00 | - | R$ 2.566,00 | - | - | - | - |
| Ótica | R$ 4.250,00 | | | | | | |
| Outros | R$ 15.050,00 | - | R$ 500,00 | - | - | R$ 100,00 | - |
| Perfurmaria | R$ 2.167,00 | R$ 110,00 | - | R$ 150,00 | - | R$ 50,00 | R$ 535,00 |
| Presentes | R$ 1.330,00 | R$ 150,00 | R$ 3.000,00 | - | - | - | R$ 1.000,00 |
| Serviços | R$ 4.695,00 | - | R$ 5.585,00 | - | R$ 11.500,00 | R$ 1.000,00 | R$ 9.000,00 |
| Supermercados | R$ 1.300,00 | R$ 150,00 | R$ 600,00 | - | R$ 100,00 | R$ 1.000,00 | R$ 350,00 |
| Vestuário | R$ 2.763,15 | R$ 111,11 | R$ 12.310,00 | R$ 6.073,60 | R$ 5.460,00 | R$ 2.500,00 | R$ 5.050,00 |

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

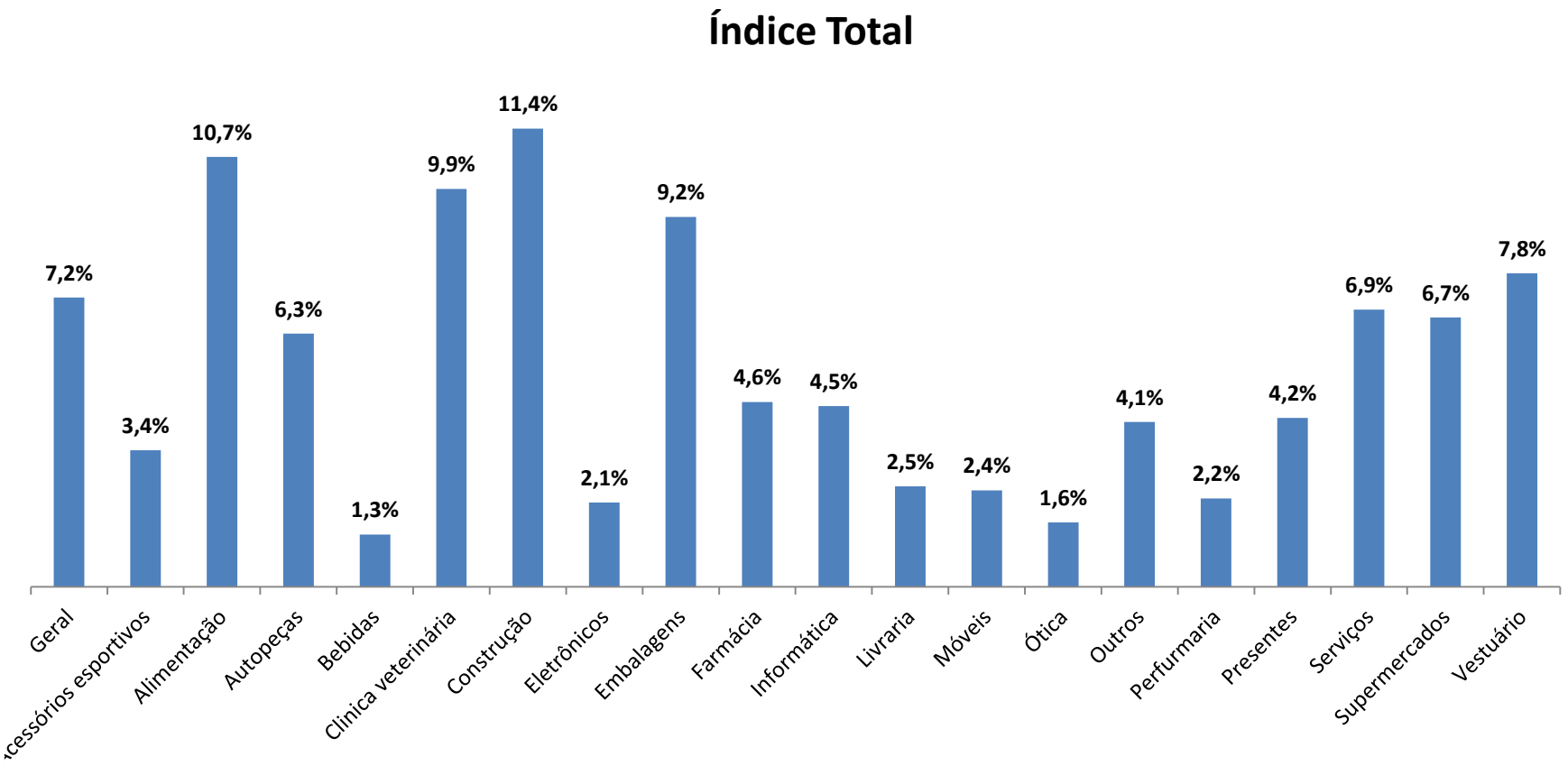
## Médias dos percentuais de perdas




Os percentuais representam a média dos percentuais declarados ou estimados a partir dos valores declarados e estimativas de faturamento.

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

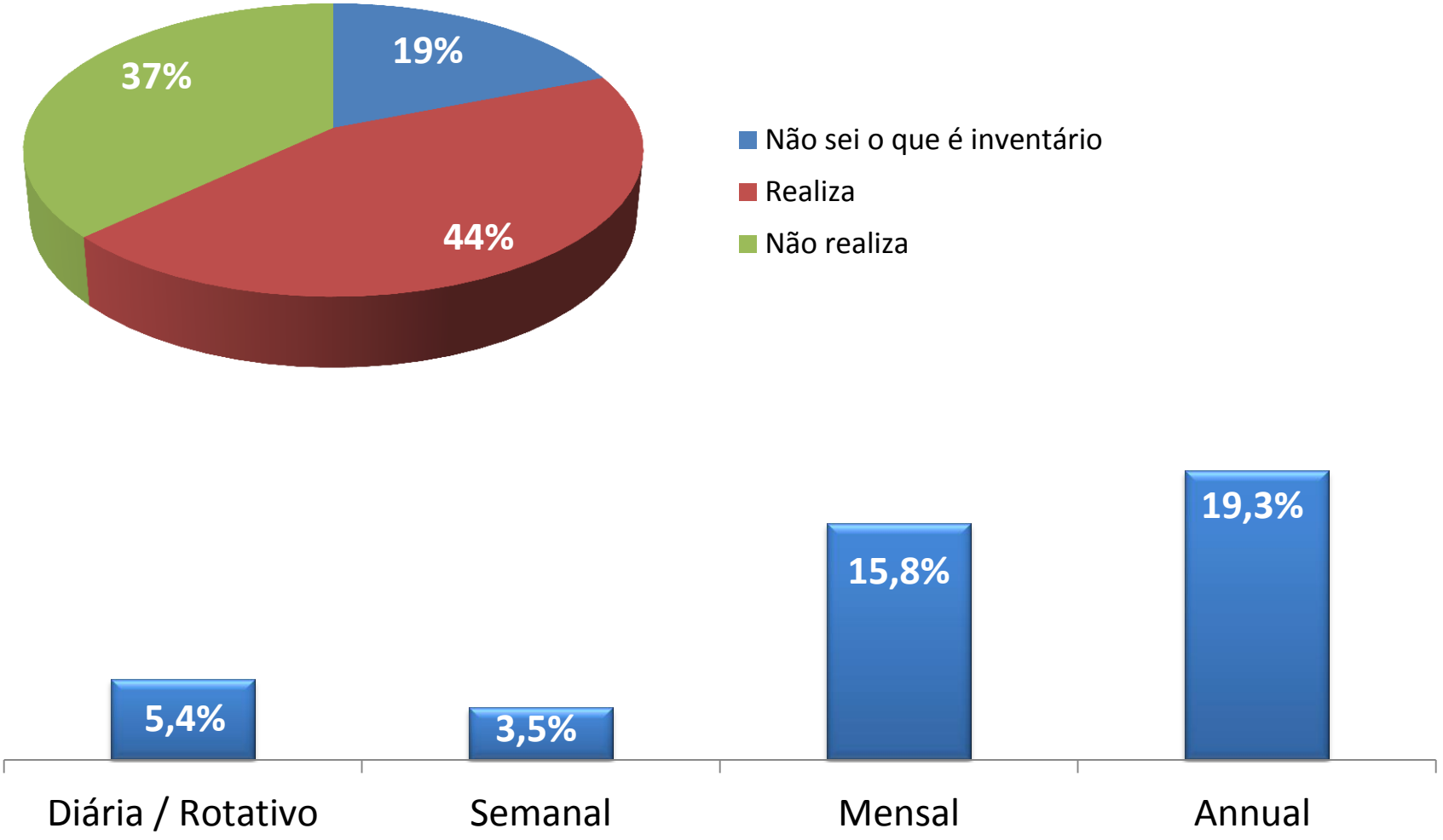
## Médias dos percentuais de perdas




Com o objetivo de propiciar uma referencia adicional, foi criado um **índice total** composto pela soma dos percentuais declarados e estimados, por empresa, das perdas com perecíveis, estoques e financeiras. O quadro acima apresenta os valores médios dos percentuais totais das empresas para toda a amostra e por segmento declarado.

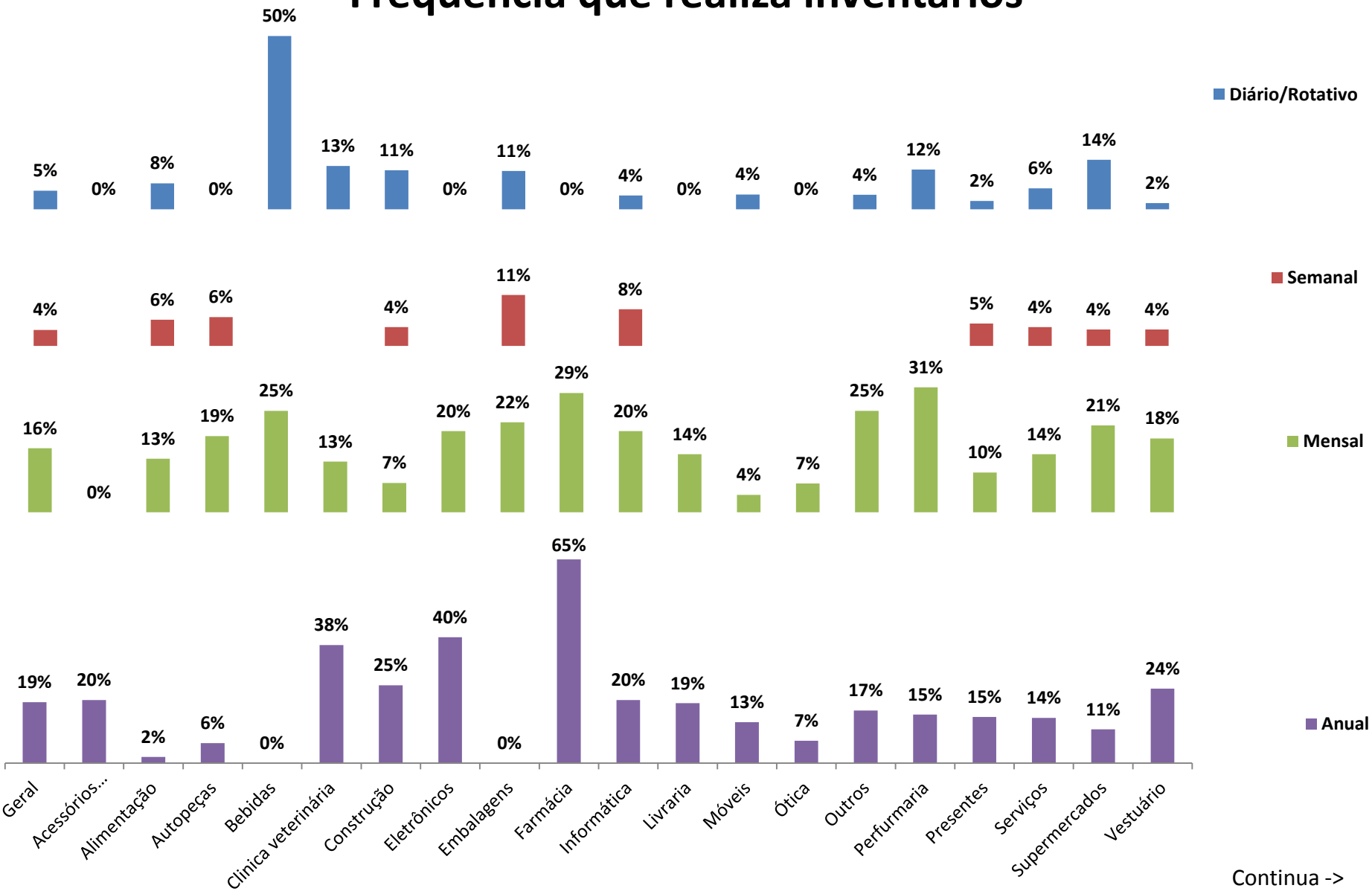
# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Frequência que realiza inventários



# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

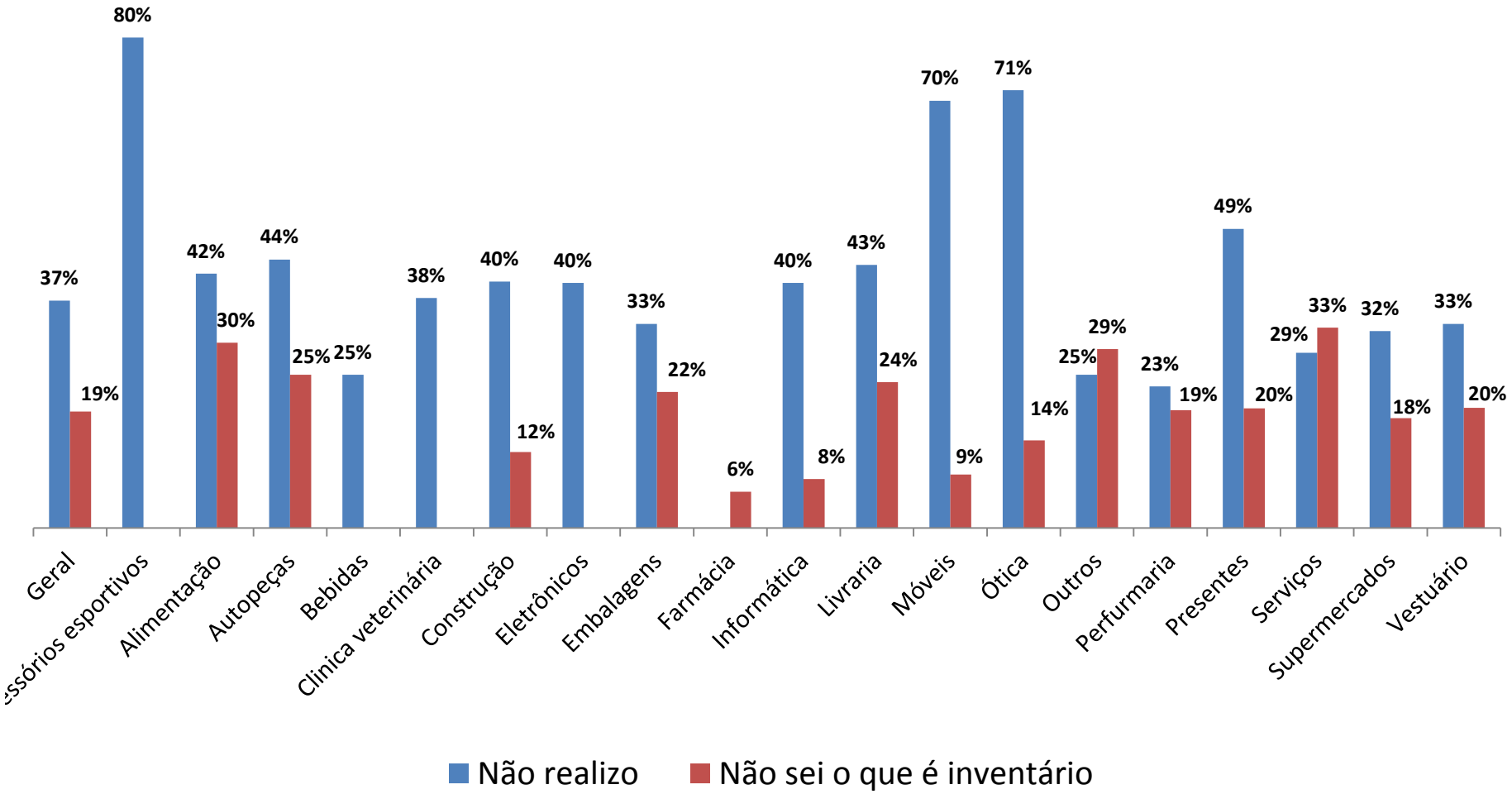
## Frequência que realiza inventários




Continua ->

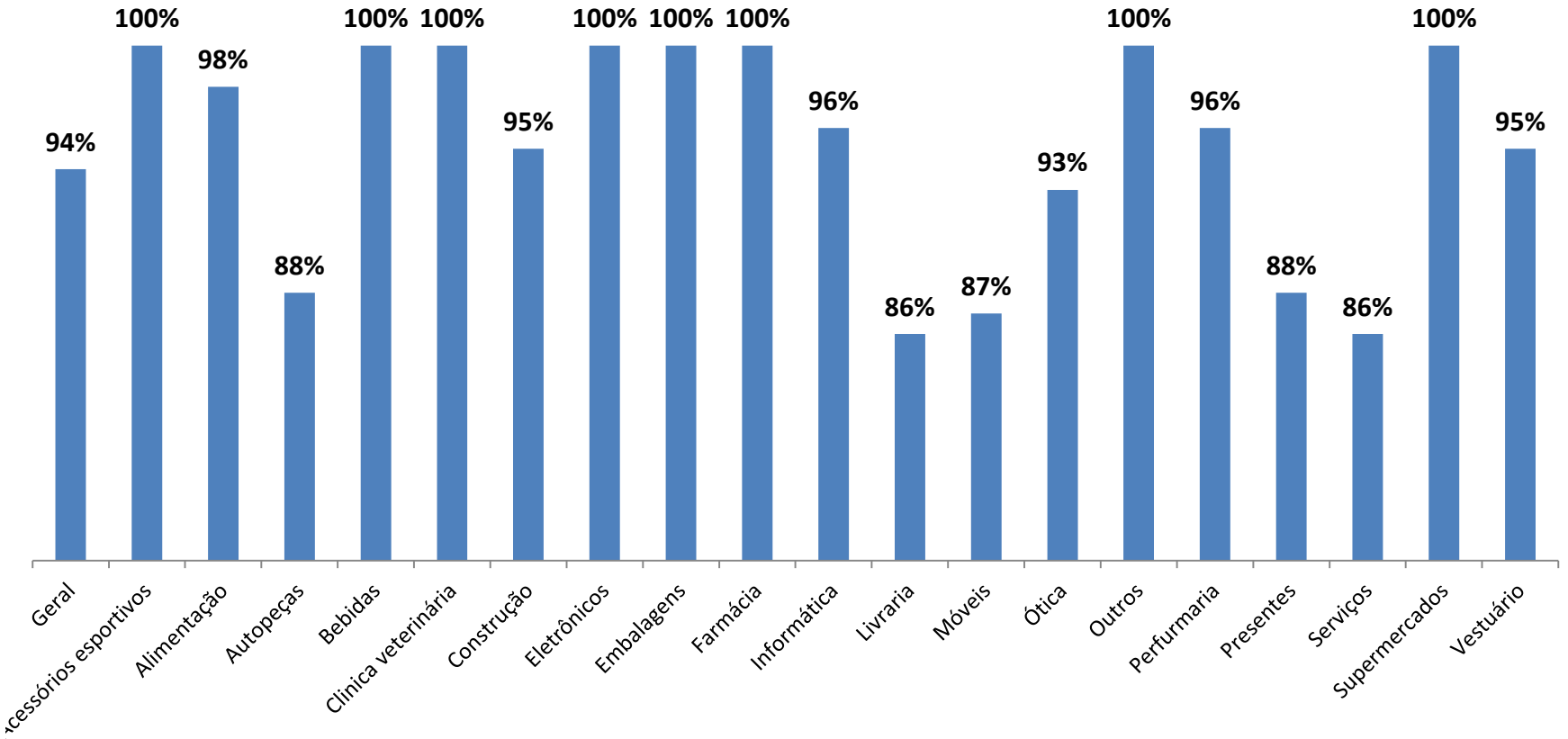
# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Frequência que realiza inventários (continuação)



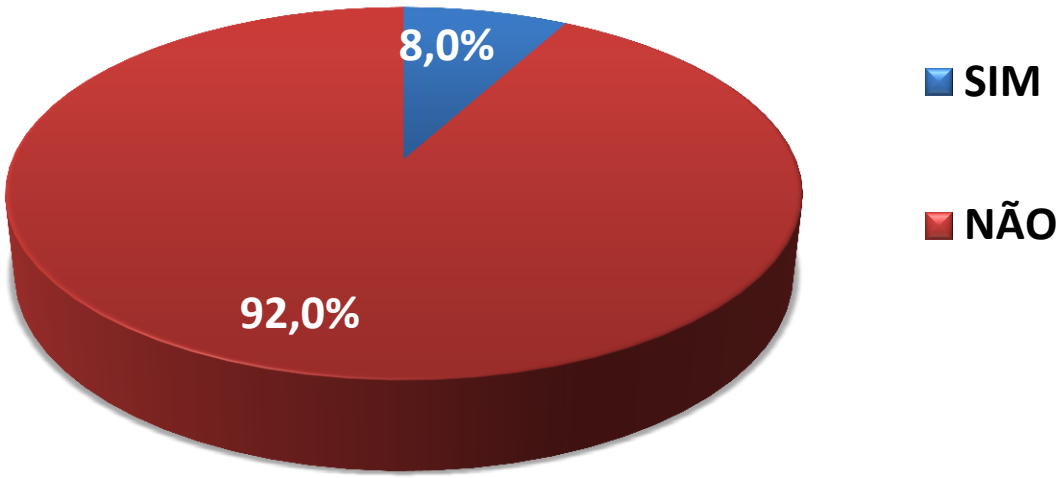
# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Conferem os produtos no momento da entrega



# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

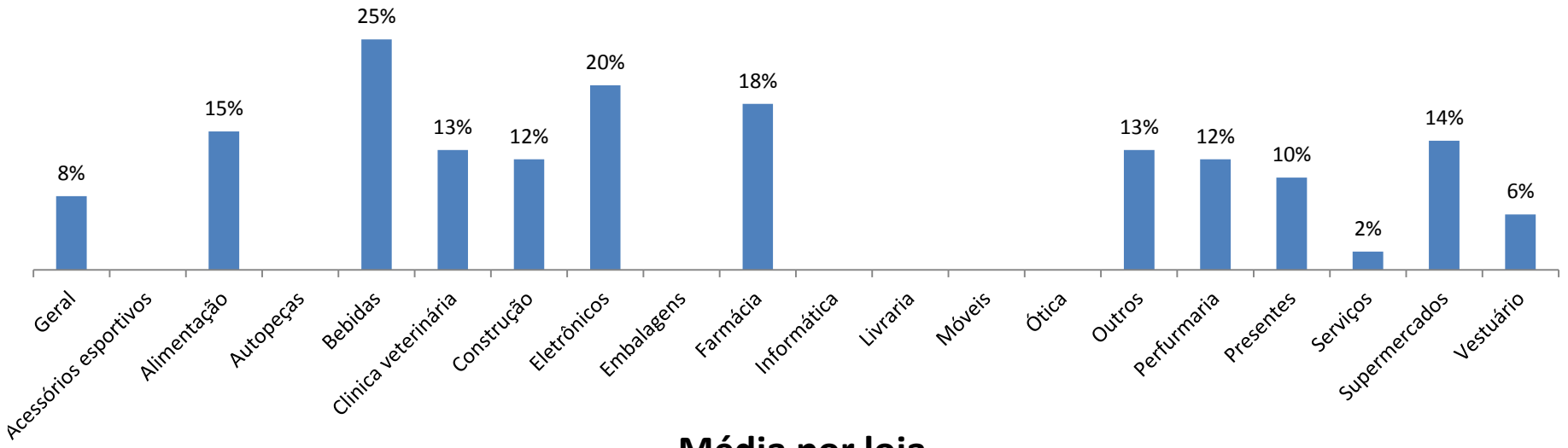
## Seguranças ou agentes de prevenção de perdas



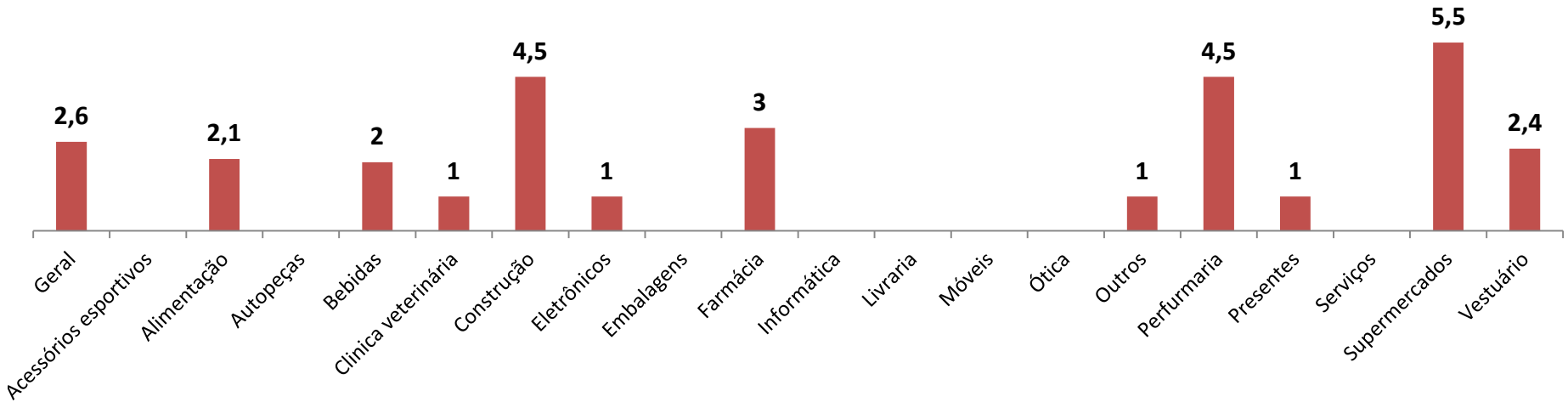

Dentre as lojas que possuem agentes de prevenção de perdas, a média é 2,5 agentes por loja.

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

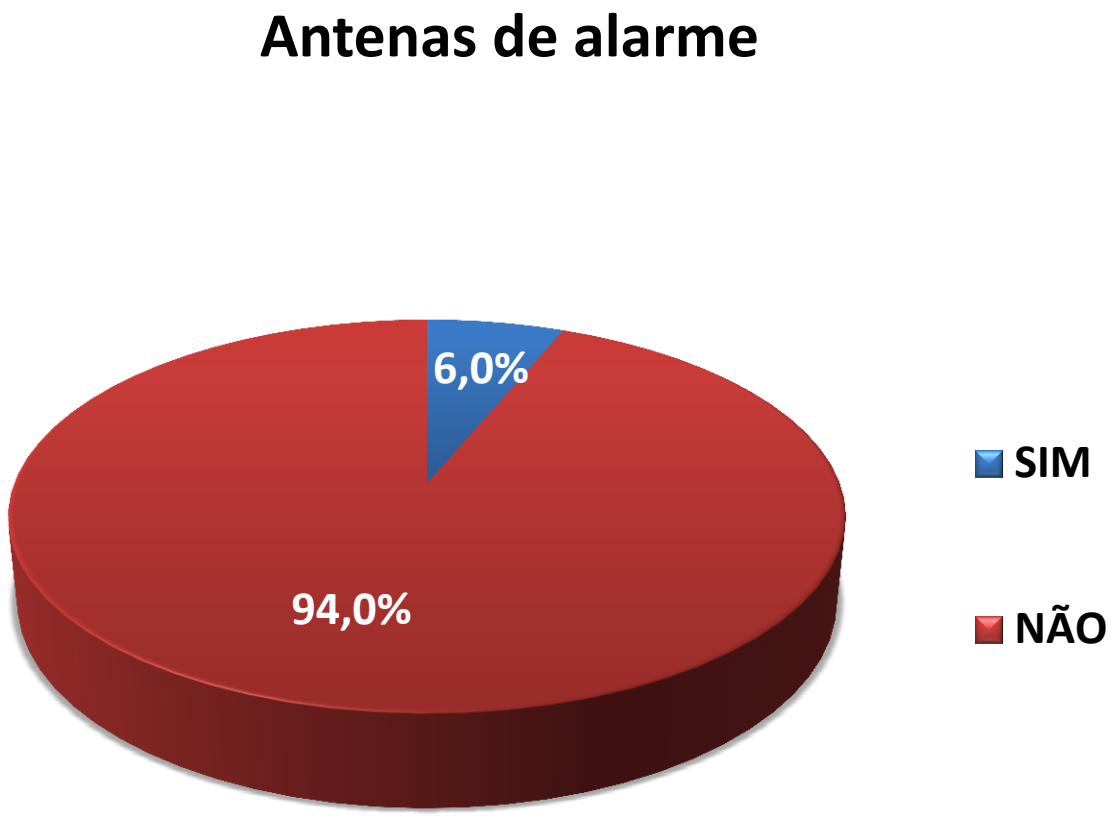
## Possui seguranças ou agentes de prevenção de perdas




## Média por loja



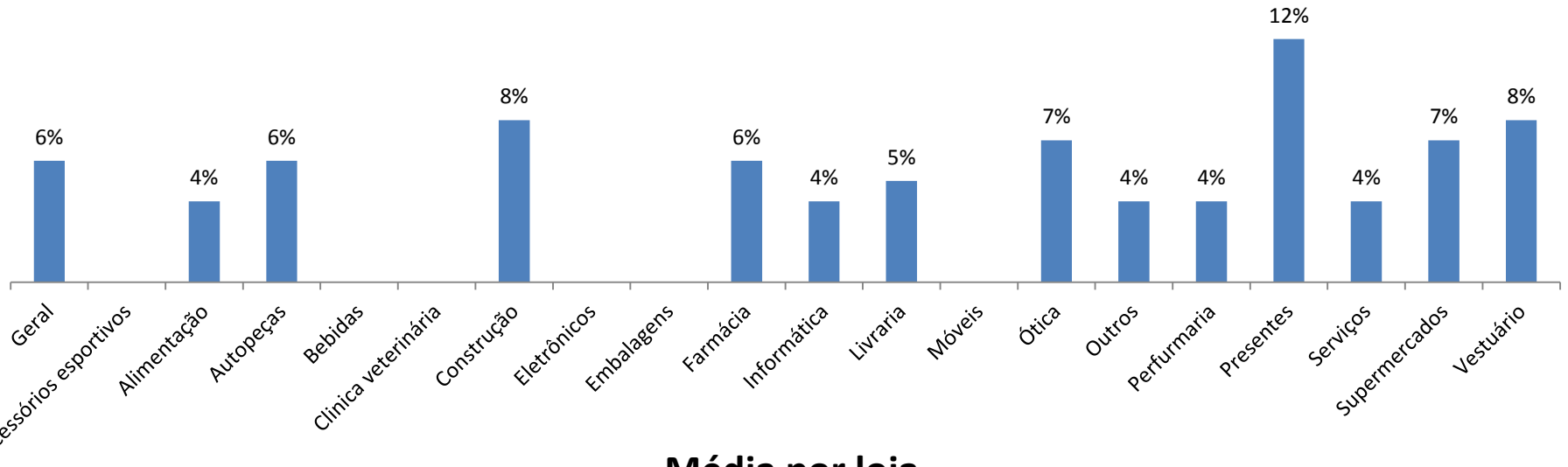
# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas



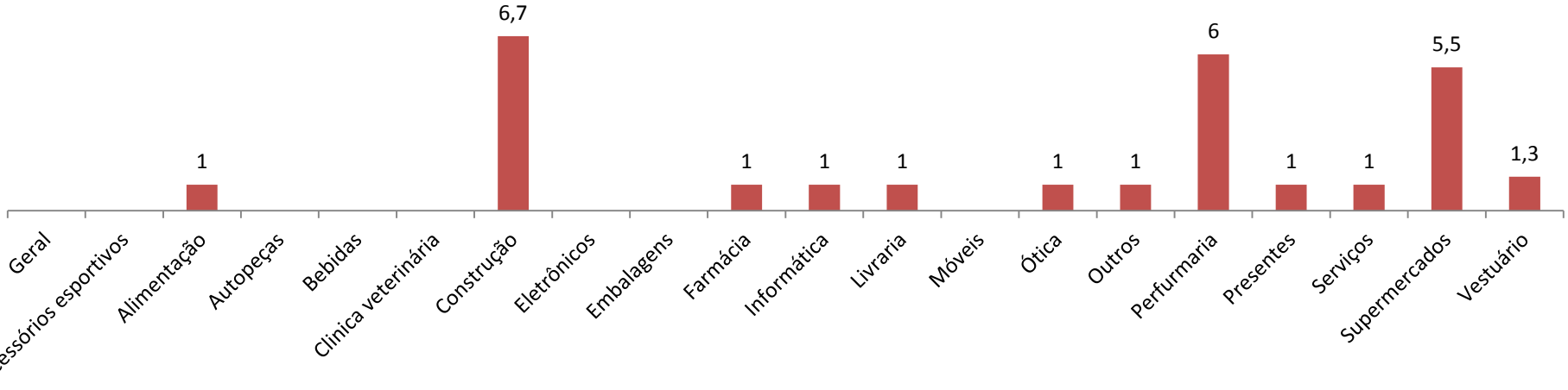

Dentre as lojas que possuem antenas de alarme para a proteção individual de produtos com etiquetas de segurança, a média é 2,7 alarmes por loja.

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Possui antenas de alarme nas lojas

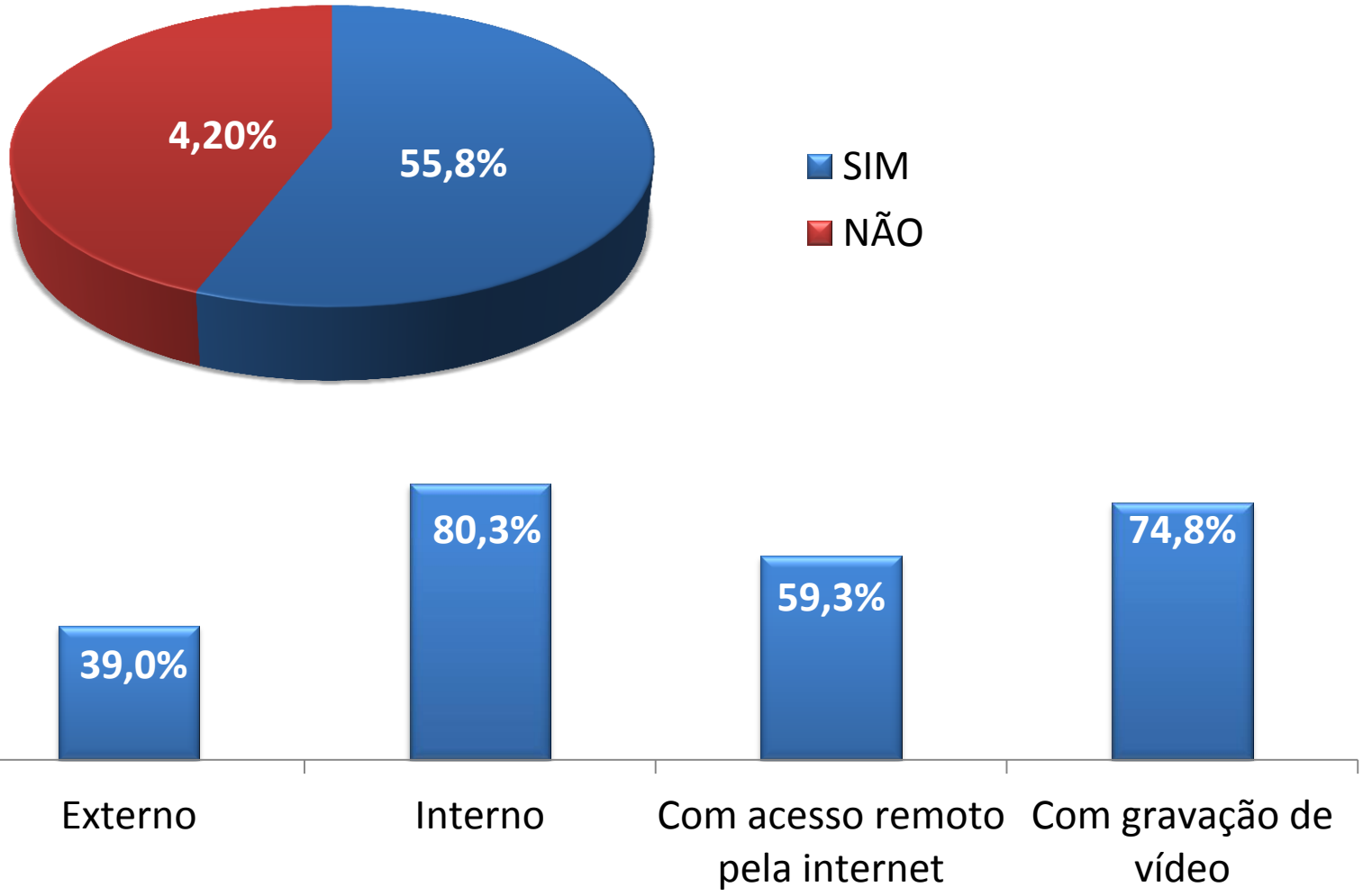



## Média por loja



# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Possui câmeras de segurança?



# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

## Câmeras de segurança

| | Sim | Interno | Externo | Com acesso remoto pela internet | Com gravação de vídeo |
|---|---|---|---|---|---|
| **Geral** | **44%** | **80%** | **39%** | **59%** | **75%** |
| Acessórios esportivos | 40% | 100% | 50% | 50% | 50% |
| Alimentação | 55% | 34% | 10% | 17% | 21% |
| Autopeças | 31% | 100% | 40% | 80% | 100% |
| Bebidas | 50% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Clinica veterinária | 13% | 100% | 100% | 0% | 0% |
| Construção | 58% | 79% | 52% | 68% | 66% |
| Eletrônicos | 40% | 100% | 0% | 50% | 100% |
| Embalagens | 11% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Farmácia | 59% | 80% | 20% | 70% | 70% |
| Informática | 56% | 79% | 57% | 57% | 79% |
| Livraria | 29% | 50% | 17% | 33% | 50% |
| Móveis | 35% | 100% | 13% | 63% | 75% |
| Ótica | 50% | 86% | 43% | 57% | 57% |
| Outros | 38% | 56% | 56% | 44% | 89% |
| Perfurmaria | 35% | 35% | 12% | 15% | 27% |
| Presentes | 41% | 32% | 10% | 20% | 32% |
| Serviços | 39% | 79% | 32% | 53% | 74% |
| Supermercados | 68% | 58% | 32% | 74% | 90% |
| Vestuário | 59% | 55% | 28% | 42% | 37% |

# Glossário

**Informações Gerais**

**Número total de funcionários –** Incluir todos os funcionários da folha de pagamento da empresa em dezembro de 2012. Excluir funcionários terceirizados. Excluir os extra-natal e os PROMOTORES.

**Faturamento bruto 2012 –** vendas realizadas entre 01 de Janeiro de 2012 a 31 de Dezembro de 2012 menos cancelamentos e devoluções.

**Faturamento Líquido 2012 –** vendas realizadas entre 01 de Janeiro de 2012 a 31 de Dezembro de 2012 menos cancelamentos, devoluções, e impostos.

**Área total de vendas (em m²)** - Piso de venda após a área destinada aos check-outs (excluir depósito, estacionamento, galeria de lojas, etc).

**Estrutura de Prevenção de Perdas**

**Funcionários Próprios** – Todos os funcionários oficialmente contratados com carteira assinada e incluídos na folha de pagamento da empresa.

**Funcionários Terceirizados** – Pessoas contratadas que, freqüente ou diariamente, trabalham em Prevenção de Perdas. Exemplo: vigias, fiscais de loja, operador de CFTV, estagiários, etc.

**Salários** – Valores pagos em salários, incluindo todos os encargos sociais.

**Valores pagos em Serviços Terceirizados** – Todos os valores pagos a empresas de serviços terceirizados permanentes ou extraordinários em prevenção de perdas.

**Manutenção dos equipamentos** – Incluir todos os valores pagos a contratos de manutenção e eventual reposição de peças tais como baterias novas, leds, etc, de EAS – Sistemas de etiquetas eletrônicas de proteção de mercadoria, CFTV – Circuito interno ou fechado de TV, Controle eletrônico de acesso, GPS para rastreamento de carga, Rádios transceptores e qualquer outro equipamento relativo a Prevenção de Perdas.

**Aquisição de equipamentos** – Incluir todos os valores gastos na compra e na instalação (despesa com obras de adaptação para instalação dos mesmos) de novos equipamentos durante o ano de 2012.

Controle de acesso às áreas restritas - sistemas de controle via cartão, senha, crachá que possibilitam controle da entrada/saída de pessoas às áreas restritas.

**Rádios transceptores** - rádios de comunicação interna que permitem ao pessoal de segurança e prevenção de perdas a comunicação em duas vias - enviando e recebendo mensagens de voz.

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

**Dados de Perdas**

**A Preço de Venda** - o valor das perdas é obtido multiplicando-se a diferença física de estoque pelo valor de venda unitário ao consumidor.

**A Custo** – o valor das perdas é obtido multiplicando-se a diferença física de estoque pelo valor do custo unitário do produto.

**Fórmula para transformar perda a preço de venda para perda a preço de custo**

Perda a preço de custo = Perda a preço de venda ÷ (1 + "mark up"). Onde o "mark up" é a porcentagem que se ganha na venda do produto em relação ao custo = (Preço médio de Venda ÷ Custo Médio)-1

Exemplo: Preço de Venda de uma TV: R$ 360,00

Custo de uma TV: R$ 300,00

Mark up: (360/300) -1 = 0,20 = 20%

Perda de TV's no fim do mês: 4 unidades

Perda a preço de venda: R$ 1440,00

Perda a preço de custo: 1440 / 1+0,20 = R$ 1200,00

**Venda bruta 2012 –** vendas realizadas entre 01 de Janeiro de 2012 a 31 de Dezembro de 2012 menos cancelamentos e devoluções.

**Venda Líquida 201 –** vendas realizadas entre 01 de Janeiro de 2012 a 31 de Dezembro de 2012 menos cancelamentos, devoluções, e impostos.

**Valor total das perdas na empresa** – soma das perdas identificadas e não identificadas, de todos os departamentos da empresa a preço de custo. Incluir assaltos não ressarcidos pelo seguro.

**Perda identificada** – é a mercadoria registrada no controle de estoque como mercadoria perdida por ter a sua causa identificada, tais como mercadorias sem condições de venda (que se quebram, vencem ou estragam), e que não são negociáveis com os fornecedores; mercadorias consideradas furtadas porque suas embalagens foram encontradas vazias.

**Perda não identificada** – é toda mercadoria perdida sem causa conhecida, cuja falta é constatada no momento de um inventário físico de mercadorias.

**Perecíveis** - Hortifruti, laticínios, carnes, aves, peixaria, frios & fatiados, padaria, rotisserie, etc...

**Não Perecíveis** – Todas as demais seções.

**Soluções em Prevenção de Perdas**

**CFTV (Circuito Fechado de TV)** – câmeras e outros dispositivos com a função de monitoramento de áreas por meio de imagens.

**Etiquetagem Eletrônica acústico magnético** – etiquetas e sistemas de antenas e alarmes que utilizam este tipo de tecnologia

**Etiquetagem Eletrônica eletro magnético** – etiquetas e sistemas de antenas e alarmes que utilizam este tipo de tecnologia

**Etiquetagem Eletrônica rádio freqüência** – etiquetas e sistemas de antenas e alarmes que utilizam este tipo de tecnologia

**Comunicação de inibição** - cartazes, locução de rádio e mensagens no geral que alertam ou sinalizam para os clientes a existência de monitoramento e vigilância.

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

**Alarmes de mercadorias** – dispositivo sonoros que disparam quando uma mercadoria é retirada do seu local.
**Alarmes de acessos** – dispositivos sonoros que disparam quando portas ou acessos no geral são abertos ou ultrapassados.
**Cliente Oculto, Fantasma ou Misterioso** – Pessoa contratada pelo varejista que se passa por cliente. Utilizado para avaliar a eficiência e os padrões dos processos. Exemplo: o cliente misterioso pode entrar em áreas restritas para testar se algum funcionário irá abordá-lo ou não com a finalidade de inibir seu acesso.
**Política de Prevenção de Perdas** - conjunto de diretrizes e normas elaboradas com o objetivo de incorporar as ações de prevenção de perda no dia-a-dia da empresa.
**Auditorias de procedimentos operacionais** - Avaliação dos processos internos da companhia (recebimento, estoque, reposição, etc) por meio de de check-list padrão para identificação de não conformidades
**Processos mais cuidadosos no recrutamento e seleção** - Checagem de antecedentes criminais, dívidas, buscas de referências, entrevistas com foco em integridade ou outros.
**Monitoramento Eletrônico de Frente de Caixa** – software que indica possíveis operações fraudulentas na frente de caixa por meio do fornecimento de relatórios de exceção ou permite o monitoramento integrado via CFTV da indicação de exceções. Exemplo: número de cancelamentos fora do padrão ou número de itens digitados (ao invés da leitura pelo scanner) para um determinado caixa.
**Utilização de coletores de dados para realização do inventário** – Inventário com as contagens realizadas via coletor e depois descarregadas num sistema para análise das divergências.
**Serviço de terceirização de inventário** – empresas terceirizadas responsáveis pela realização da contagem do inventário.
**Incentivos financeiros para denúncias procedentes** – oferta e entrega de dinheiro para denúncias relacionadas a perdas e fraudes que são comprovadas.
**Participação nos lucros / remuneração variável atrelada aos resultados de perdas** – o cálculo do valor dos planos de participação de resultados / remuneração variável inclui indicadores de perdas.
**Serviço de consulta de cartão de crédito on-line** - serviço para consulta de bloqueio / problemas com cartão de crédito no ato do pagamento.
**Transporte de carga com rastreamento** – utilização de GPS para poder acessar a localização dos veículos em qualquer ponto do país.
**Comunicação de Prevenção de Perdas (Mural de avisos, Jornais / revistas / artigos)** - utilização sistemática de cartazes, vídeos, jornais ou qualquer outro meio de comunicação interno para abordar assuntos de prevenção de perdas.
**Telefone de denúncias / informações** – linha interna confidencial utilizada para receber denúncias anônimas de fraudes.
**Controle detalhado de recebimento** - conferência detalhada de produtos no recebimento com registro das irregularidades encontradas.
**Revista de armários de funcionários** - revista regular ou aleatoriamente dos armários de funcionários.
**Revista na portaria de funcionários** - revista pessoal ou de pacotes, sacolas, embalagens ou similares na entrada / saída de funcionários.

# Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro: Pequenas Empresas

**Controle de acesso na portaria de funcionários** – controle de identificação na entrada de funcionários para acesso a loja.
**Controle de acesso eletrônico à área de tesouraria** - sistemas de controle via cartão, senha ou crachá que possibilita o registro da entrada / saída de pessoas na tesouraria.
**Controle de mudanças de preço** – restrições, necessidades de autorização e / ou monitoramento das mudanças de preço.
**Controle de anulados e cancelados** - monitoramento das transações de cancelamentos de mercadorias, seja parcial (itens isolados) ou total (ticket da compra com um todo).
**Trocas** – Produtos que não possuem condições de venda e possuem acordo comercial com fornecedores para realização de troca, bonificação, etc.
**Mico de Vendas** – Produtos adquiridos, com a visão de “grande oportunidade” e que não apresentam desempenho de vendas adequado às expectativas.
**Doações** – Produtos que foram doados e que não foram contabilizados como quebras operacionais com os recolhimentos e ajustes fiscais devidos.
**Diferenças de Caixa** – Quando, por qualquer motivo, os valores encontrados no fechamento e/ou passagem do PDV, não correspondem ao efetivamente registrado.
**Fraudes com Cheques** – Cheques irregulares (roubados, falsos, clonados, adulterados e outros) recebidos como pagamento.
**Fraudes com Cartões de Crédito** – Cartões irregulares (roubados, falsos, clonados, adulterados e outros) recebidos como pagamento.

## Créditos

# ABRAS

**Gerente Economia e Pesquisa**
Flávio Tayra

**Analistas de Economia e Pesquisa**
Fabiana Alves
Moises Lira

# NIELSEN

**Diretor de Retail Services**
Olegário Araújo

**Retail Services**
Natália S. F. Borzani

# PROVAR - FIA

**Idealizador e Presidente do Conselho do PROVAR**

Prof. Dr. Claudio Felisoni de Angelo

**Vice-Coordenador do PROVAR**

Prof. Dr. José Augusto Giesbrecht da Silveira

**Coordenação técnica da pesquisa**

Prof. Dr. Claudio Felisoni de Angelo

Prof. Dr. Nuno Manoel Martins Dias Fouto

**Equipe de pesquisa do PROVAR**

Pauliane de Araújo Claro

Rafael Marti Gomes

Vicente Pimentel de Sampaio Goes Junior

Rodrigo D' Amaro Tooge

# IBEVAR

**Presidente**

Prof. Dr. Claudio Felisoni de Angelo

**Vice-Presidente**

Eduardo de Almeida Salles Terra

**Diretor Executivo**

Ronald Nossig

**Presidente do Comitê de Prevenção de Perdas**

Prof. Carlos Eduardo Santos

# Fale Conosco

**PROVAR**
Rua Navarro de Andrade, 152
Pinheiros, São Paulo - SP
Tel.: 55 11 3894-5007

**IBEVAR**
Alameda Santos,1909,10º andar
Jardim Paulista, São Paulo - SP
Tel.: 55 11 3812-2975
E-mail: contato@ibevar.org.br