

***TODOS OS DIREITOS RESERVADOS À Felisoni & Associados E 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.***

Agosto 2011

Farmácias 0,52%

Vestuário 0,32%

Material de Construção 0,81%

Supermercados 2,28%

Varejo Consolidado 1,72%

Índice

- Introdução
- Objetivos
- Características da amostra
- Resultados da pesquisa
 - Indicadores de perdas em supermercados
 - Índice geral de perdas
 - Perda identificada X perda não identificada
 - Perecíveis X não perecíveis
 - Causas das perdas
 - Investimentos em prevenção de perdas
- Considerações finais
- Organização, prospecção e autoria

Introdução

Dando continuidade aos estudos sobre Prevenção de Perdas no Varejo Brasileiro, a ABRAS, o GPP/Provar-FIA, a Felisoni Consultores Associados e a Nielsen lançam a **11ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro Supermercado 2010**.

Características da amostra

	2007	2008	2009	2010
Nº de empresas	28	51	48	82
Nº de funcionários	174.293	210.584	223.000	79.802
Área total de vendas (em milhões de m ²)	3,4	3,4	3,6	1,0
Nº de check-outs	25.010	24.186	23.884	7.526
Nº de lojas	1.193	1.448	1.774	850
Nº de CDs/ depósitos	67	101	87	64
Faturamento bruto (em R\$ bilhões)	41,7	49,1	60,8	21,3

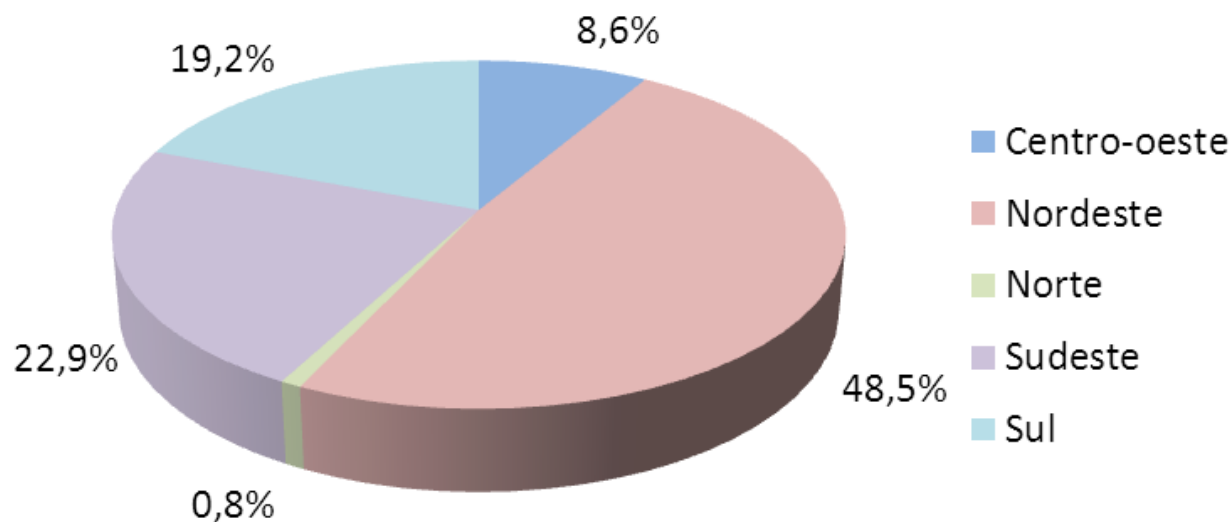
A amostra representa 18,7% do faturamento bruto das empresas incluídas no Ranking ABRAS.

Características da amostra

	Faturamento acima de R\$300 milhões	%	Outras	%
Nº de empresas	19	23%	63	77%
Nº de funcionários	59.864	75%	19.938	25%
Área total de vendas (em milhões de m ²)	0,8	76%	0,2	24%
Nº de check-outs	5.307	71%	2.219	29%
Nº de lojas	625	74%	225	26%
Nº de CDs/ depósitos	31	48%	33	52%
Faturamento bruto (em R\$ bilhões)	15,1	71%	6,2	29%

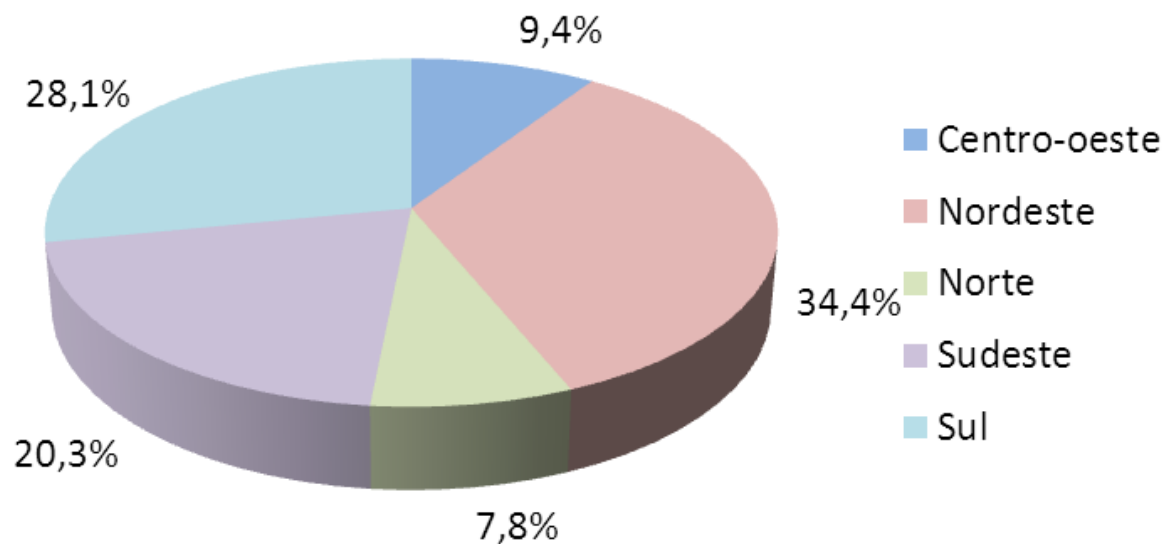
23% das empresas concentram 71% do faturamento, o que mostra uma variedade grande de tamanho das empresas.

Distribuição geográfica da amostra de lojas por região do Brasil



Nessa edição da pesquisa a região Nordeste destaca-se como sendo a que tem o maior número de lojas.

Distribuição geográfica da amostra de CDs e depósitos por região do Brasil



O Nordeste também tem o maior número de CDs e depósitos, seguido pela região Sul.

Resultados da pesquisa

Conteúdo:

- Indicadores de perdas em supermercados
 - Índice geral de perdas
 - Perda identificada X perda não identificada
 - Perecíveis X não perecíveis
- Causa das perdas
- Investimentos em prevenção de perdas

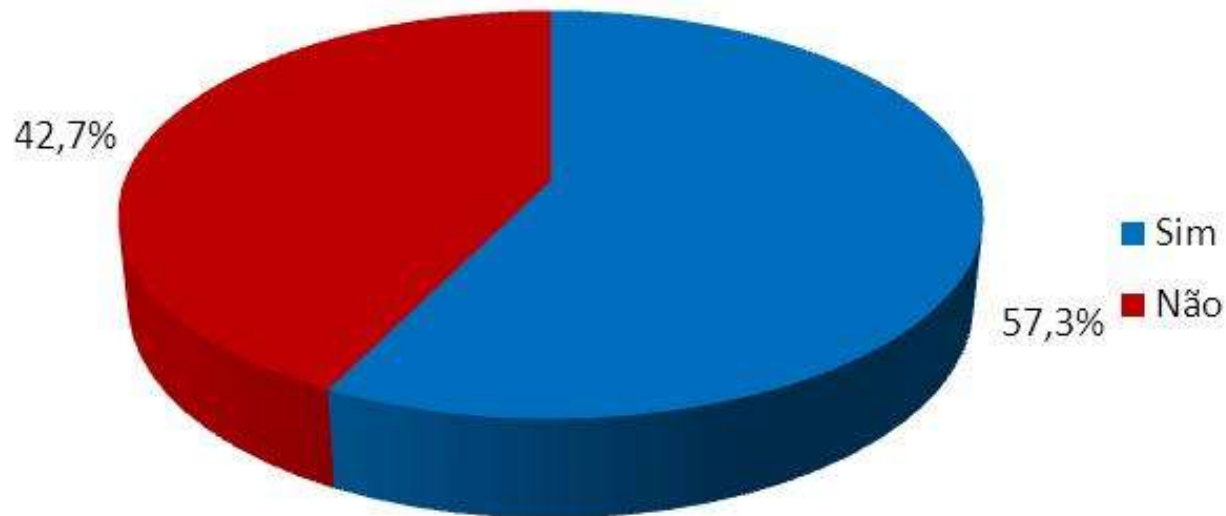
Indicadores de perdas em supermercados

- ✓ O foco da pesquisa são perdas ocorridas nos pontos de venda que possam resultar em diferenças de estoque.
- ✓ A fim de tornar os dados comparáveis entre empresas, o índice de perdas é apurado dividindo-se o valor das perdas a preço de custo pelo valor do faturamento líquido.
- ✓ Das 48 empresas que participaram da pesquisa, 39 informaram o valor apurado das perdas em R\$.
- ✓ 21 empresas participaram da pesquisa em 2008 e em 2009 e informaram o valor de perdas nos dois anos. Considerando apenas estas empresas, houve um aumento de 0,14 pontos percentuais no indicador de Perdas Totais.

Etapas da prevenção de perdas do varejo

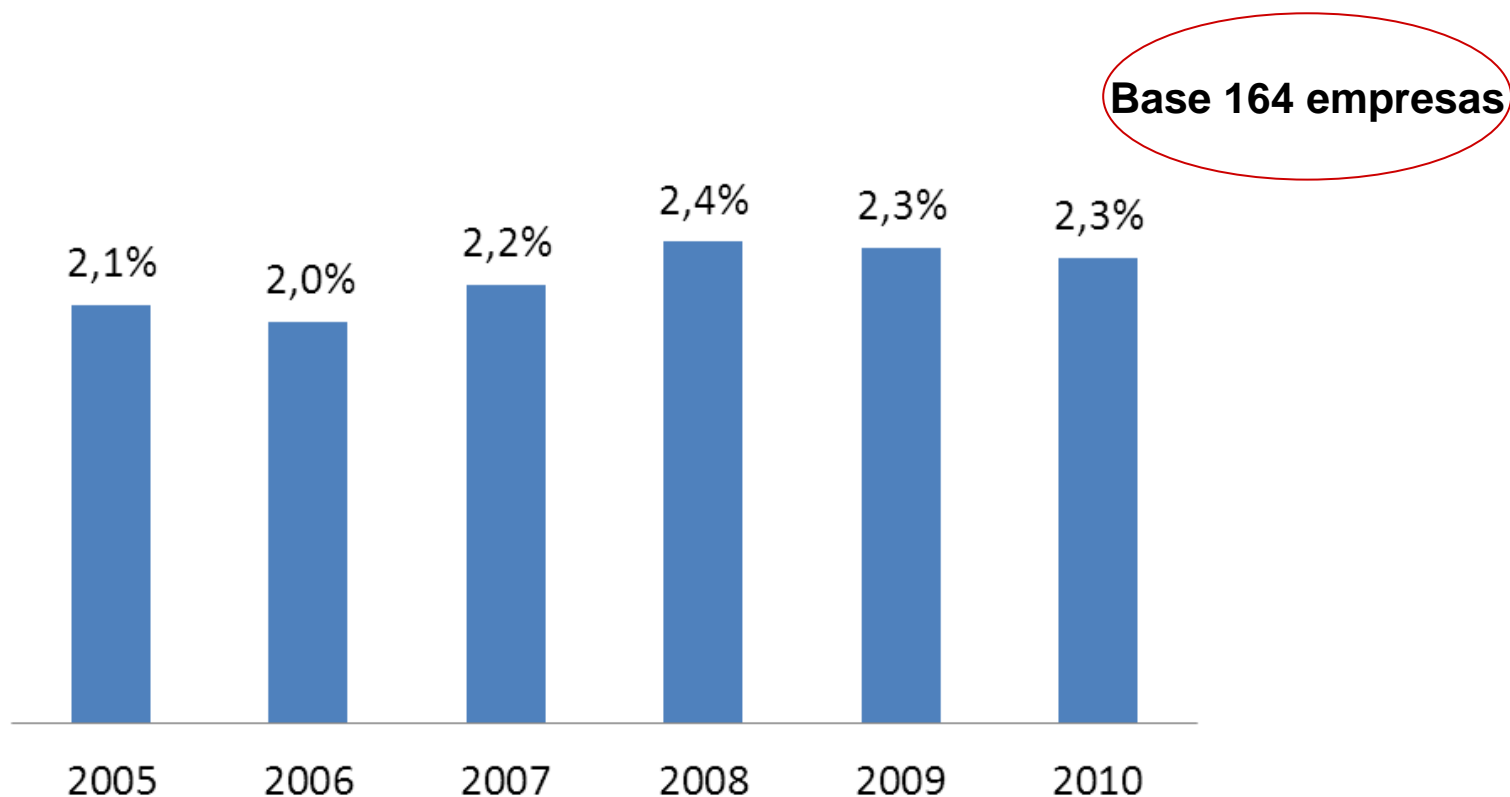
- ✓ O ponto de partida de um programa de Prevenção de Perdas é a apuração do valor de quanto a empresa está perdendo, para que esta possa alcançar uma operação mais eficiente e com maior rentabilidade.
- ✓ A prevenção de perdas tem início na mensuração das perdas, a partir da realização de inventários periódicos e na apuração de indicadores.
- ✓ A definição de ações preventivas requer a identificação das causas das perdas e a avaliação do custo e do benefício das necessidades de investimento estimadas.
- ✓ A partir da resposta de executivos da área de Prevenção de Perdas, foram levantados o valor das perdas e dos investimentos efetuados para minimizá-las.

Indagados se a empresa possui área de prevenção de perdas, os executivos participantes responderam que:



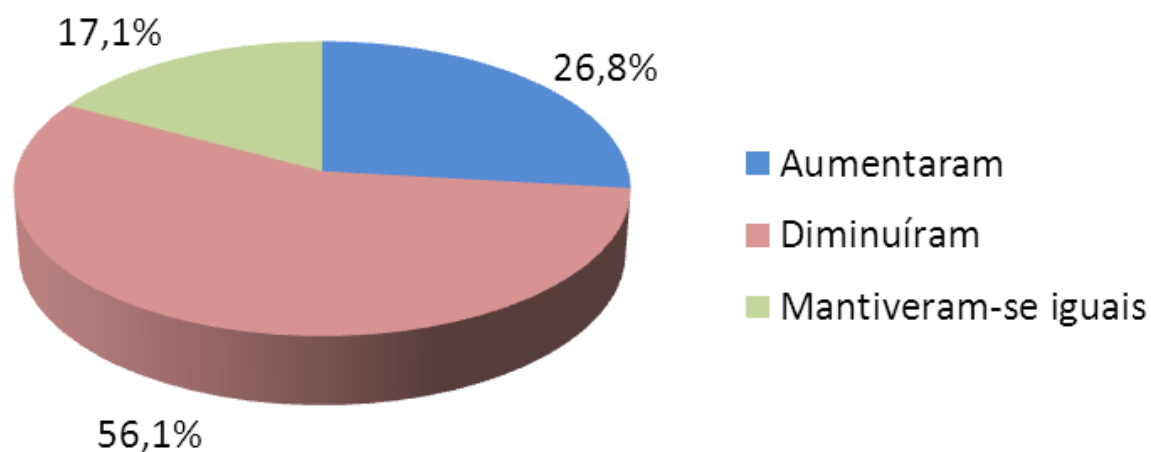
Ainda é alto o número de empresas que não possuem uma área de prevenção de perdas.

Indicador de perdas médio de supermercados



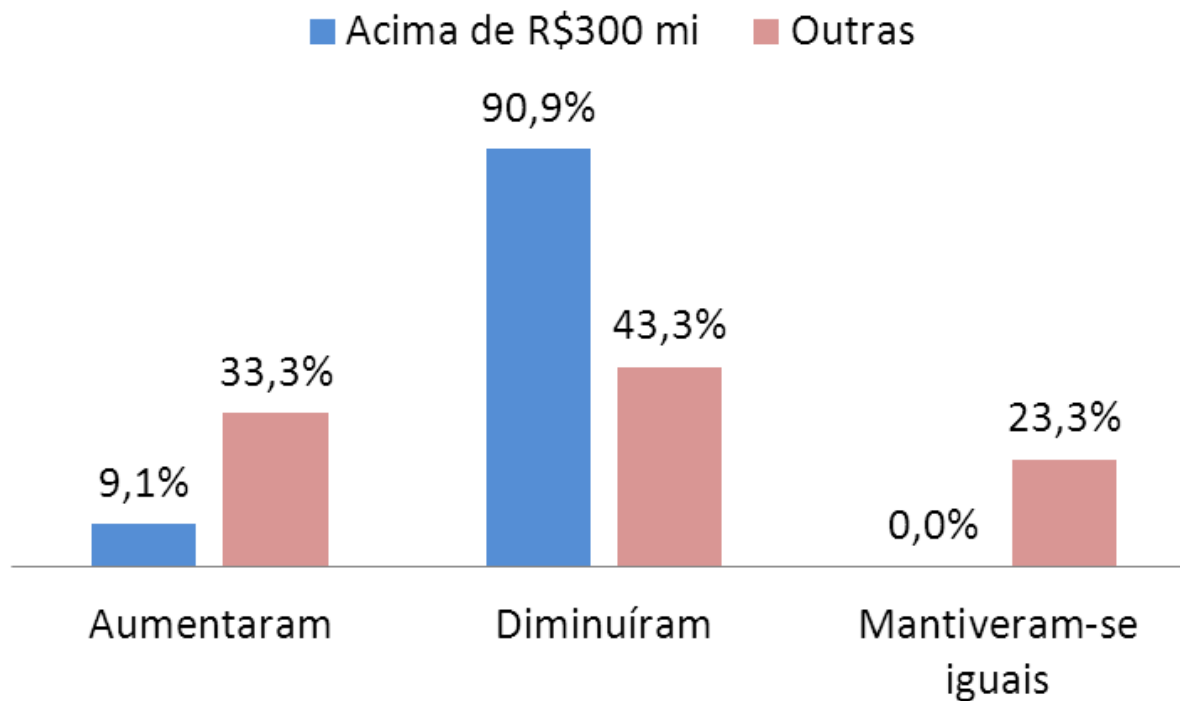
De 2005 a 2010 o índice de perdas médio foi de 2,2%. A variação em torno dessa média foi baixa em todos os anos analisados.

Variação das perdas totais



Em 2009 48% dos participantes disseram que suas perdas haviam diminuído e 12% disseram que elas se mantiveram iguais.

Variação das perdas totais



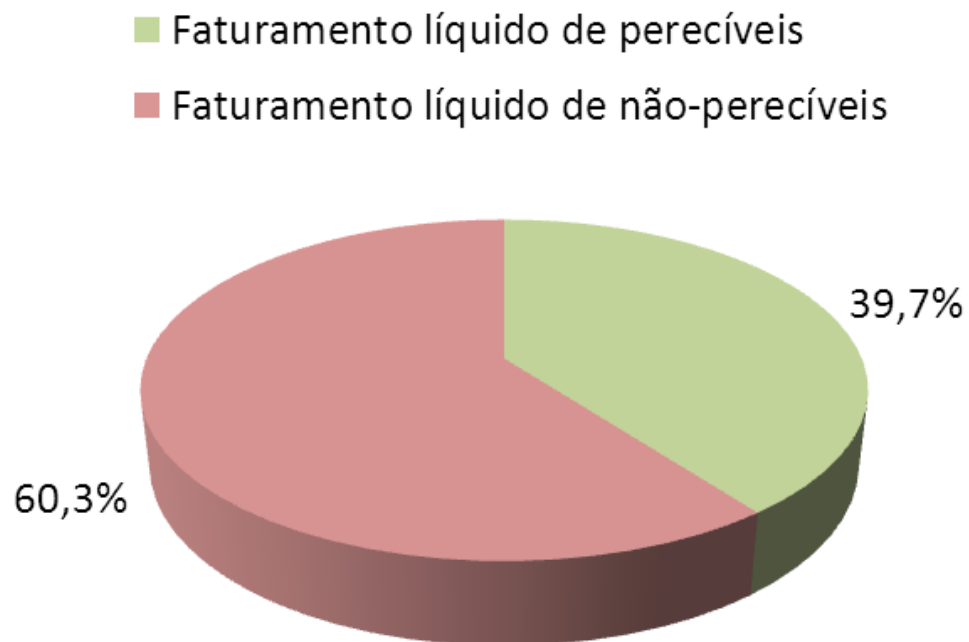
Quase todas as empresas com faturamento superior à R\$ 300 milhões tiveram significativa diminuição nas perdas. Para as outras empresas essa proporção representa 43%.

Indicadores de perdas (valores/dia)

	2007	2008	2009	2010	08/07	09/08	10/09
Perda por colaborador	22,5	12,1	5,1	8,5	-46,1%	-58,2%	67,4%
Perda por m ²	1,1	0,7	0,3	0,7	-33,6%	-59,3%	117,2%
Perda por check-out	154,7	105,7	41,6	79,4	-31,7%	-60,6%	90,9%

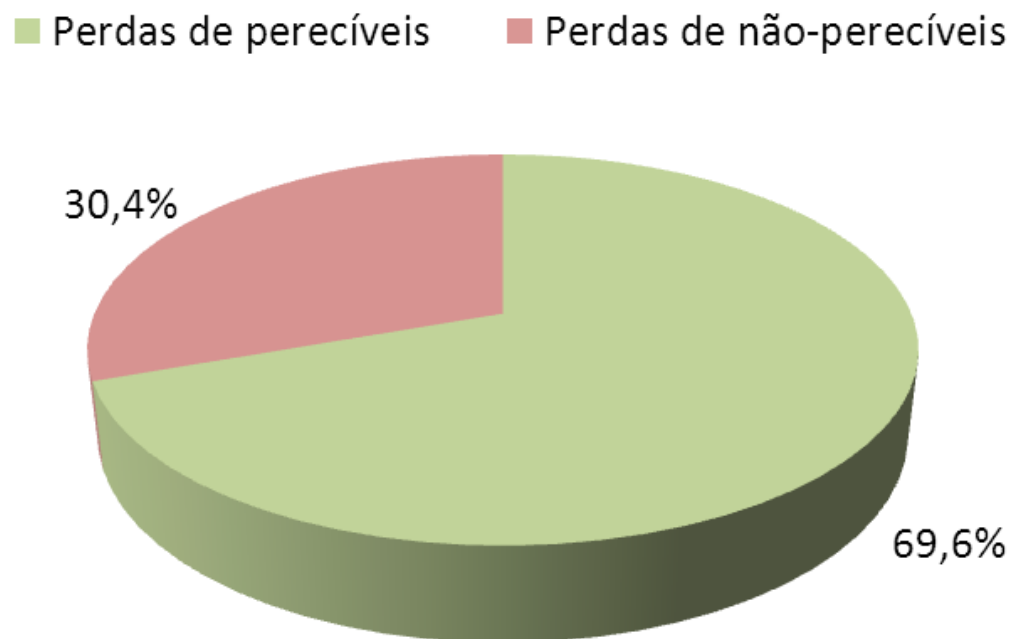
Apesar do aumento nas perdas em relação à 2009, os índices de perda sofreram queda em relação ao ano de 2007.

Participação de perecíveis no faturamento líquido



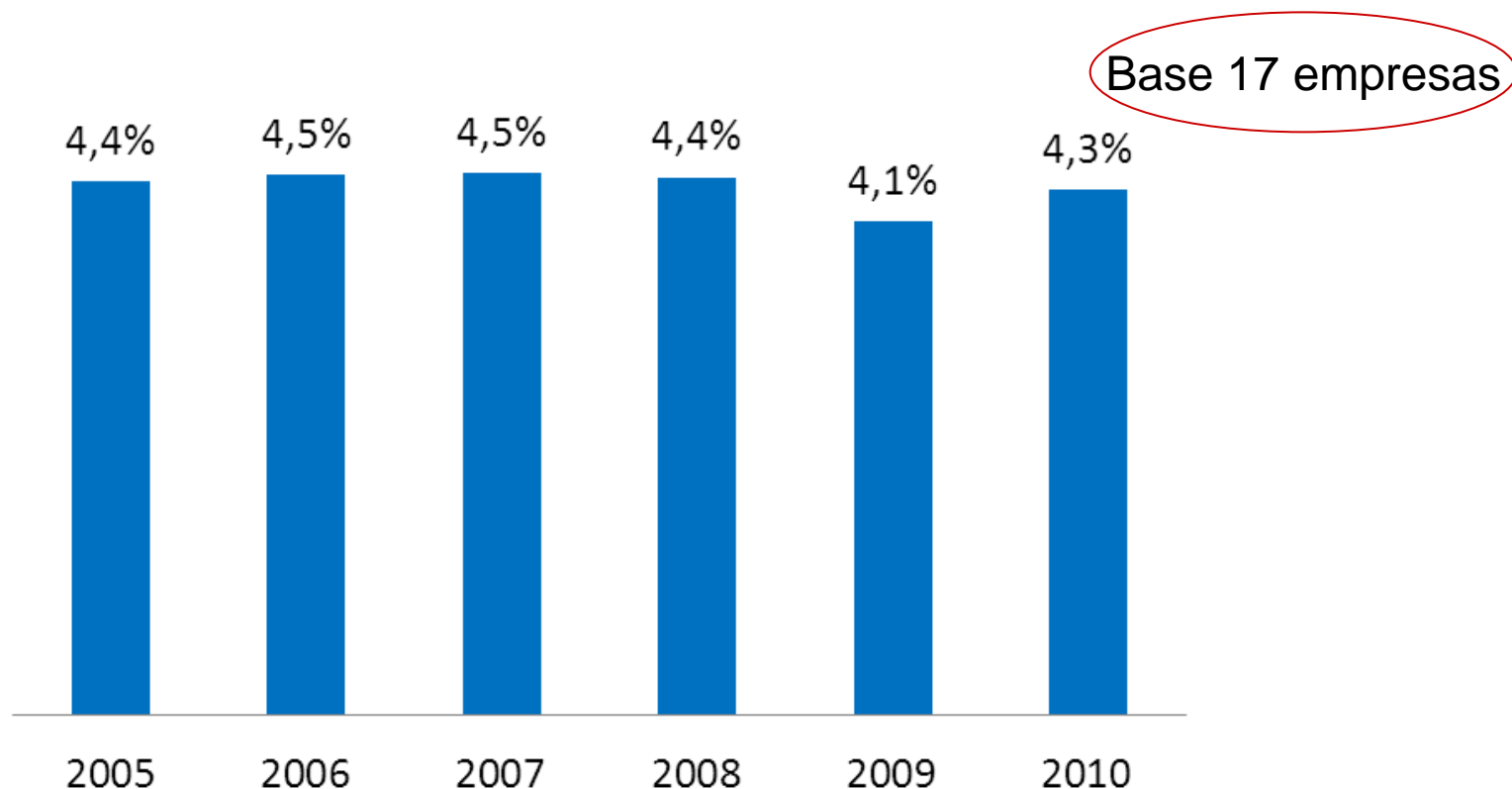
Perecíveis representam aproximadamente 40% do faturamento dessas empresas.

Participação de perecíveis nas perdas



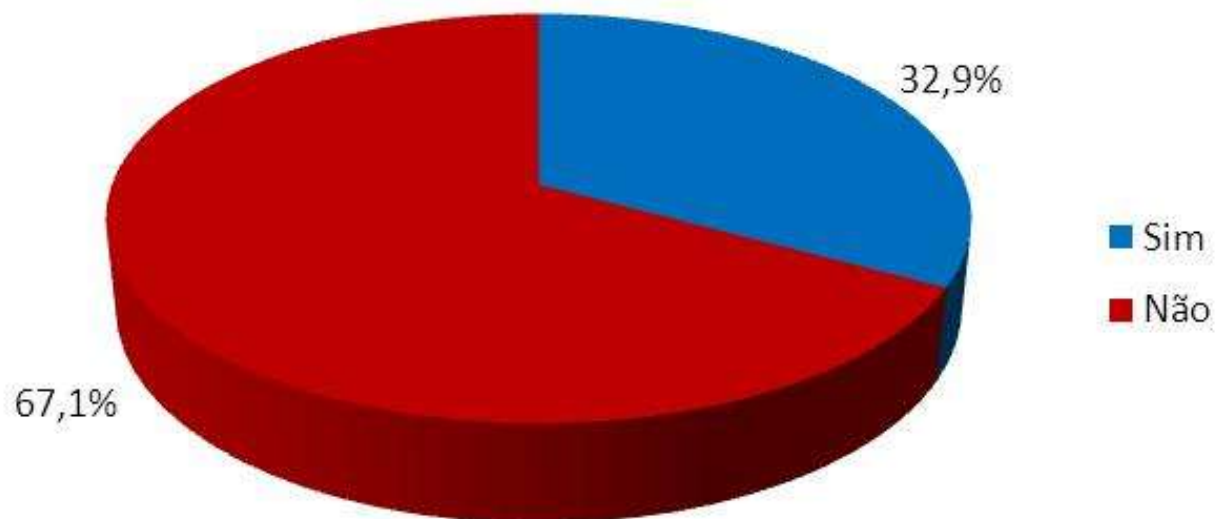
Apesar de apresentarem participação menor no faturamento, os perecíveis apresentam quase 70% das perdas de supermercados.

Indicador de perdas de perecíveis de supermercados



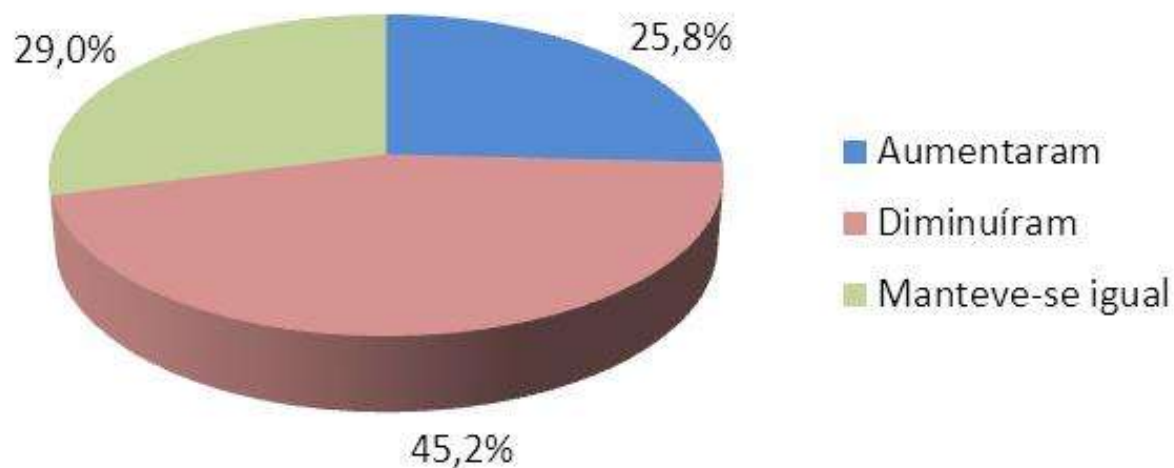
Nos últimos anos as perdas com perecíveis mantiveram-se no mesmo patamar, embora nota-se pequeno aumento de 2009 para 2010.

A empresa registra a perda de perecíveis separadamente?



No ano de 2009 a proporção de empresas que registrava a perda de perecíveis separadamente era de 72,9%.

Varição das perdas de perecíveis

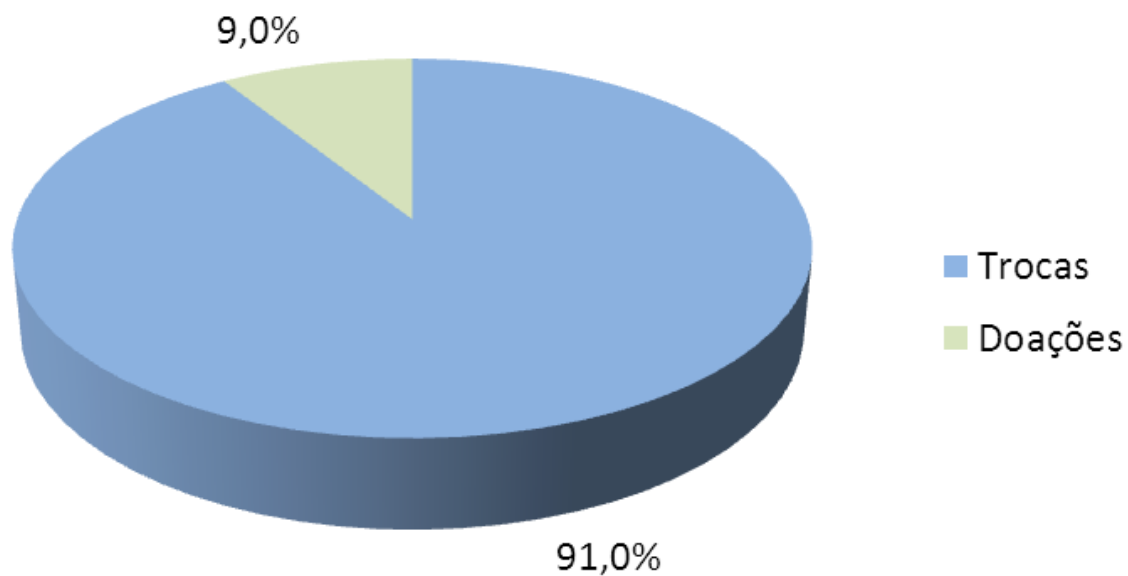


Na décima pesquisa, 39,0% das empresas disseram que a perda de perecíveis aumentou e 36,6% disseram que diminuiu.

Indicadores complementares de perdas em supermercados

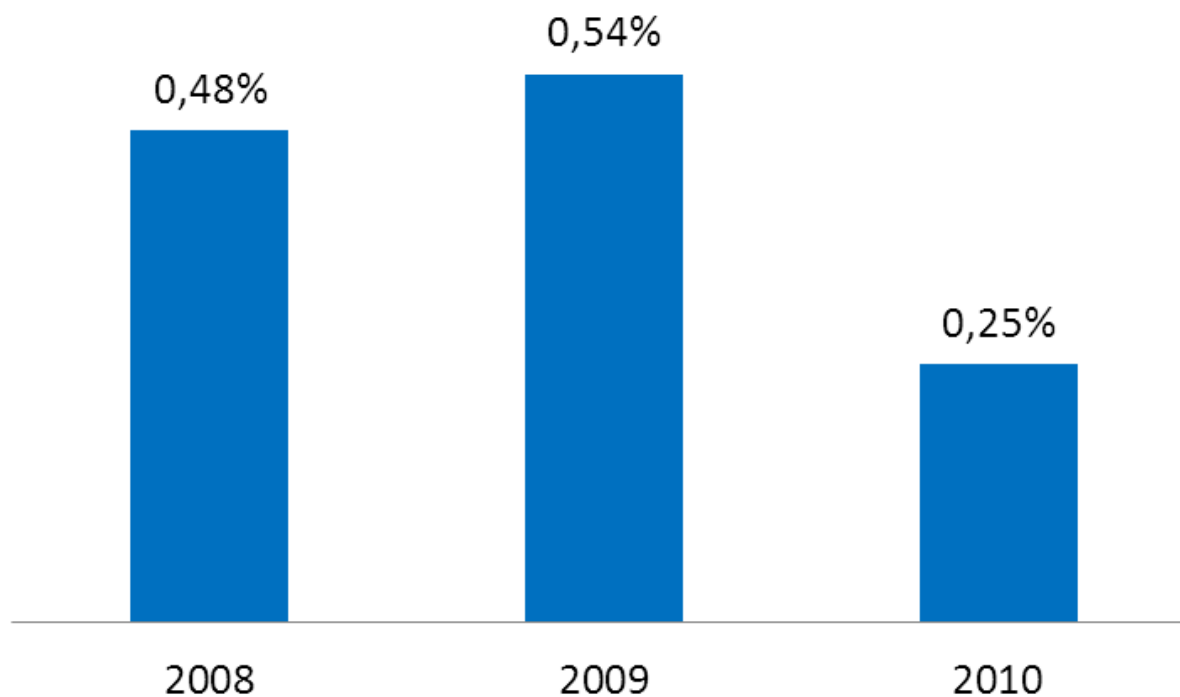
- ✓ Com vistas ao aprimoramento da informação apurada sobre perdas no varejo supermercadista, outros indicadores foram analisados conforme feito na décima pesquisa.
- ✓ Estes indicadores incluem:
 - ✓ Perdas associadas a trocas e doações
 - ✓ Perdas referentes a diferenças de caixa, fraudes com cartões de crédito e fraudes com cheques.

Distribuição dos valores de perdas com trocas de produtos e doações



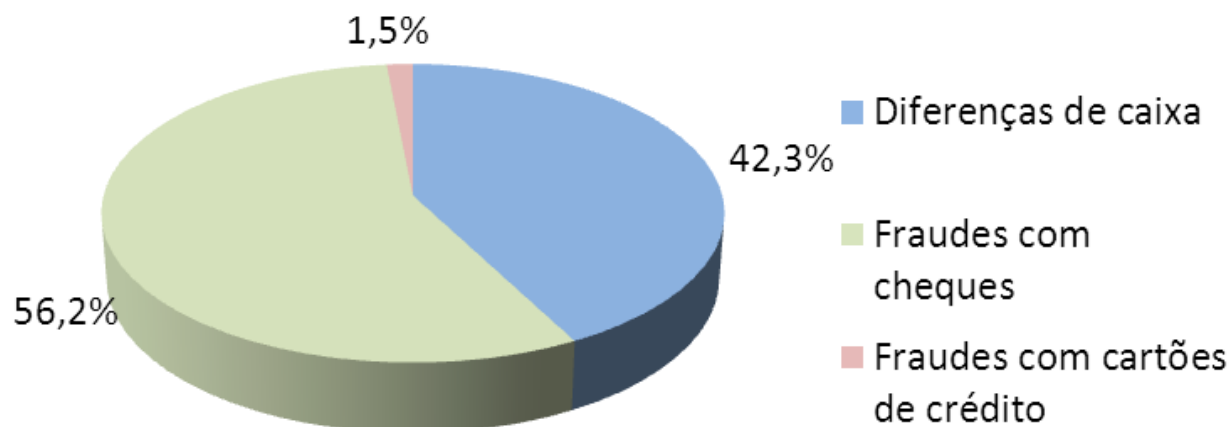
Destacam-se os valores de perdas com trocas de produtos, representando 91,0% das perdas.

Indicadores de perdas de trocas e doações sobre o faturamento líquido



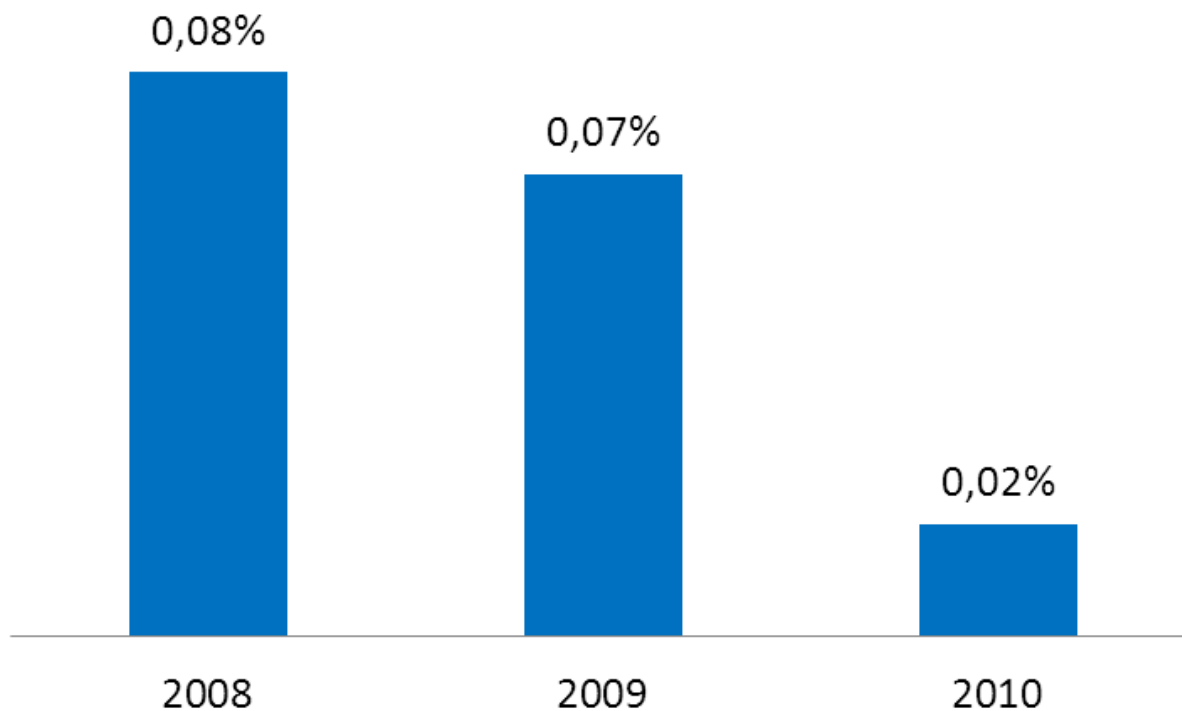
O valor perdido com trocas e doações representou 0,25% do faturamento líquido de 2010.

Distribuição dos valores de perdas com fraudes com cheques e cartões de crédito e com diferenças de caixa



Destaque para diferenças de caixa que apresentou um aumento de 12,3 pontos percentuais enquanto fraudes com cartão de crédito tiveram queda de 12,1 pontos percentuais em relação à 2009.

Indicadores de perdas: fraudes com cheques e cartões de crédito e diferenças de caixa sobre o faturamento líquido



Em 2010 o valor dessas perdas caiu 0,05 p.p em relação à 2009.

Perdas identificadas X perdas não identificadas

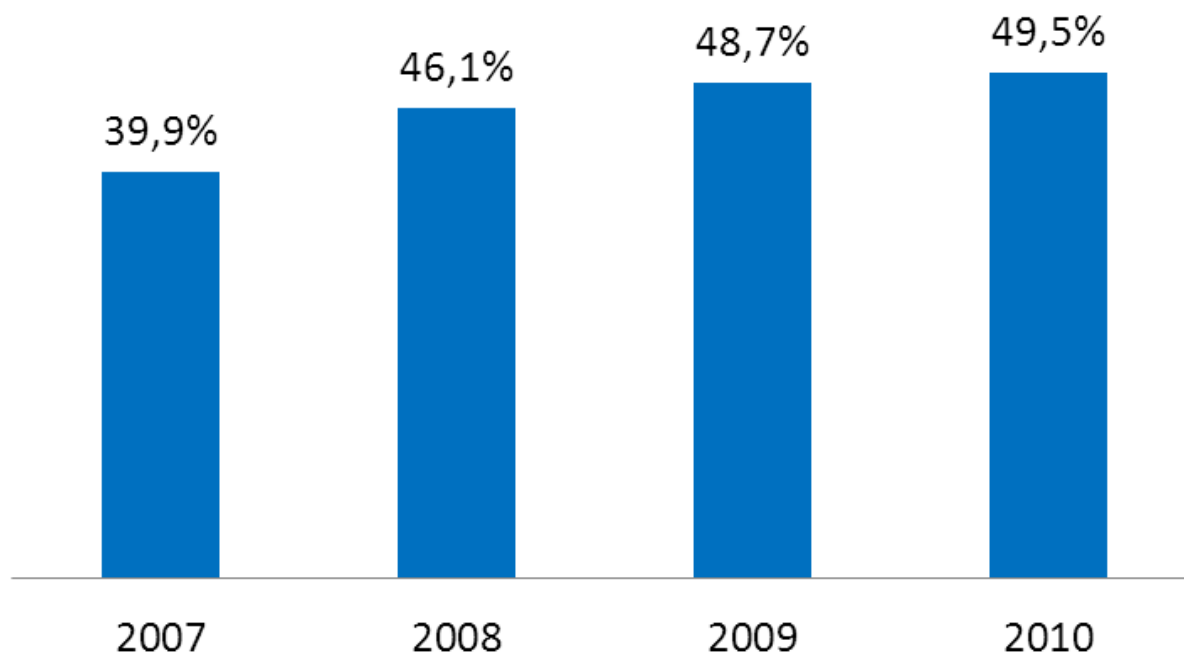
- ✓ As perdas dividem-se em perdas identificadas e não identificadas.
- ✓ As perdas não identificadas referem-se a toda mercadoria perdida sem causa conhecida, cuja falta é constatada no momento de um inventário físico de mercadorias.
- ✓ As perdas identificadas referem-se a mercadoria registrada no 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. Em geral, correspondem a:
 - ✓ Produtos danificados ou degustados sem autorização,
 - ✓ Produtos com validade expirada,
 - ✓ Produtos com partes faltando (incompletos),

Perda identificada x perda não identificada



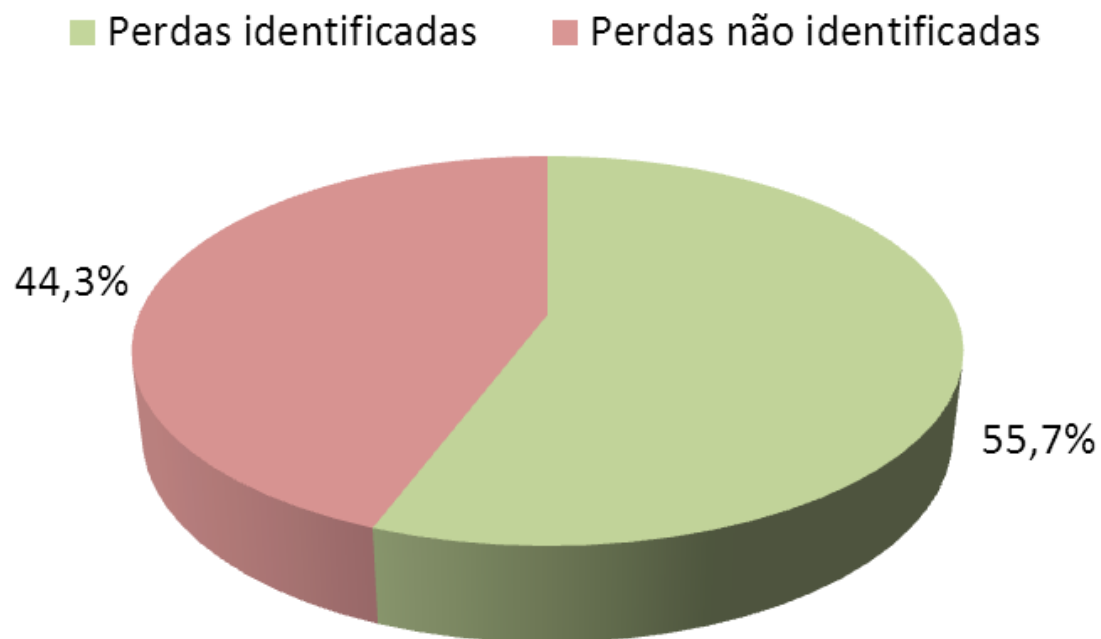
Praticamente metade das perdas não é identificada.

Variação da perda identificada



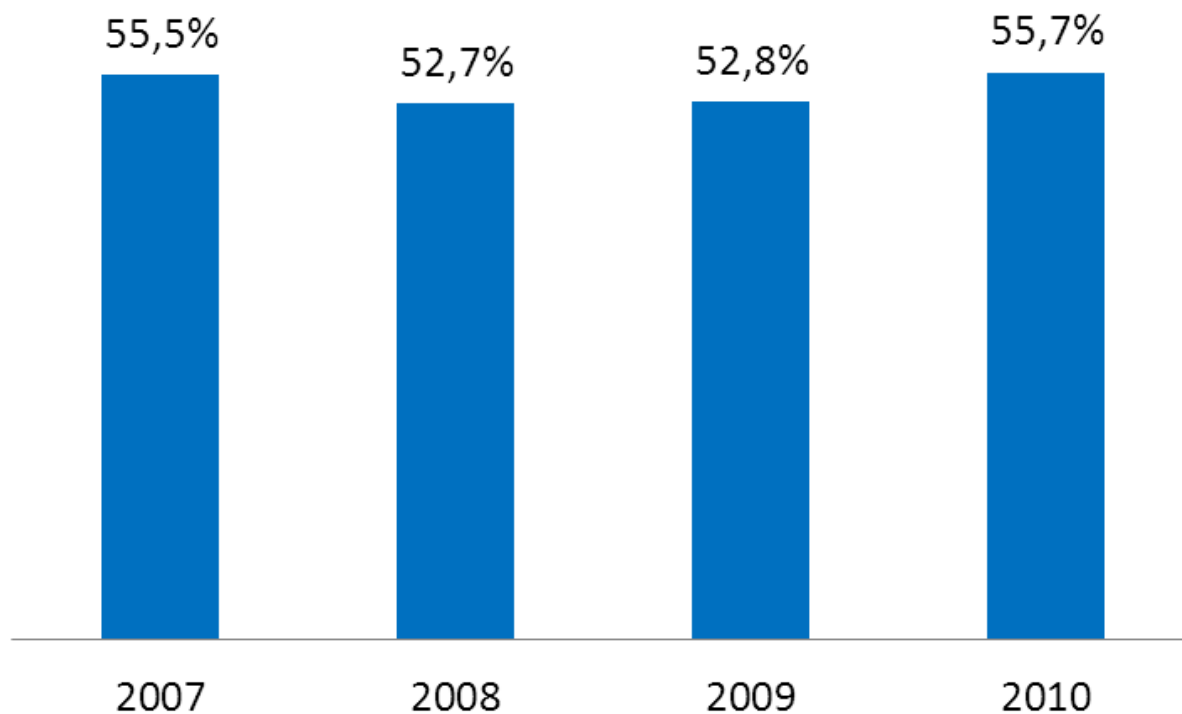
O percentual de perdas identificadas tem apresentado crescimento, porém mais da metade das perdas ainda não é identificada.

Percíveis: perda identificada x perda não identificada



Percíveis apresenta uma proporção maior de perdas identificadas do que não percíveis.

Perecíveis: variação da perda identificada



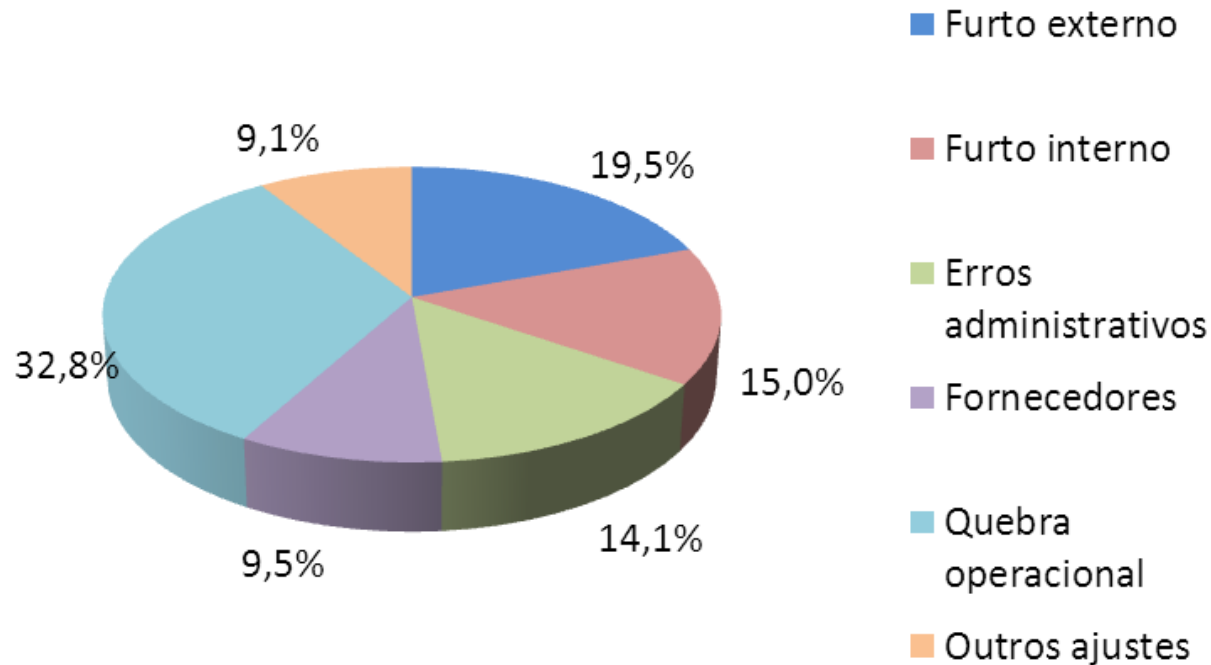
As perdas identificadas de perecíveis não sofreram alteração significativa nos últimos anos.

Causas das perdas

No estudo são investigadas seis possíveis causas de perdas:

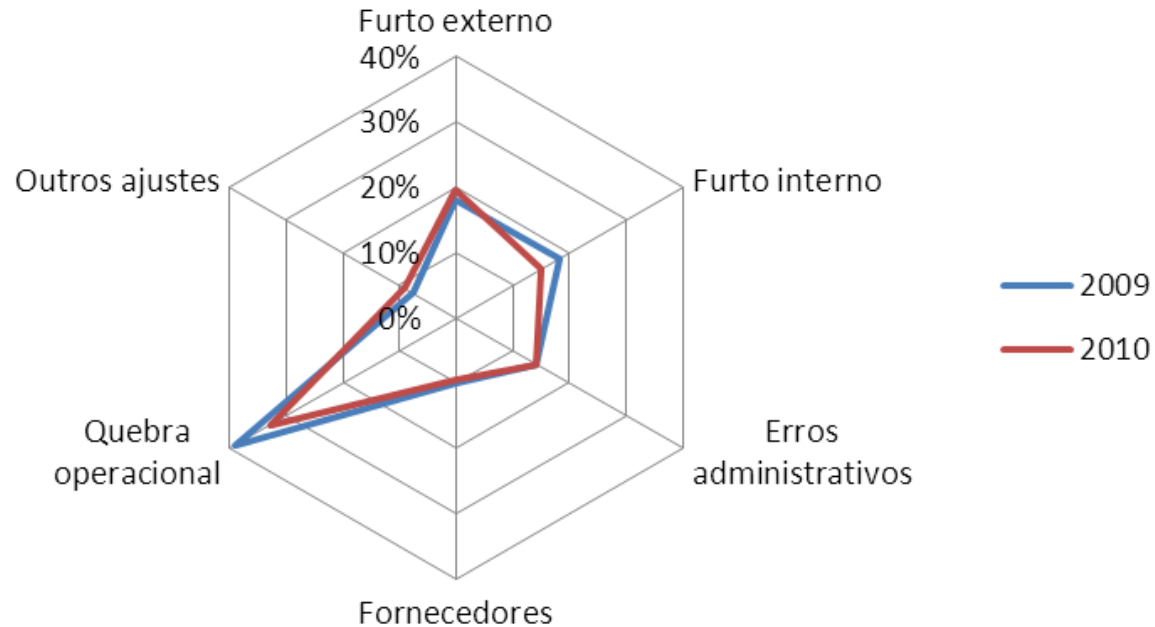
1. Quebra operacional
2. Furto interno
3. Furto externo
4. Erros administrativos
5. Fraudes por fornecedores
6. Outros ajustes

Causas das perdas



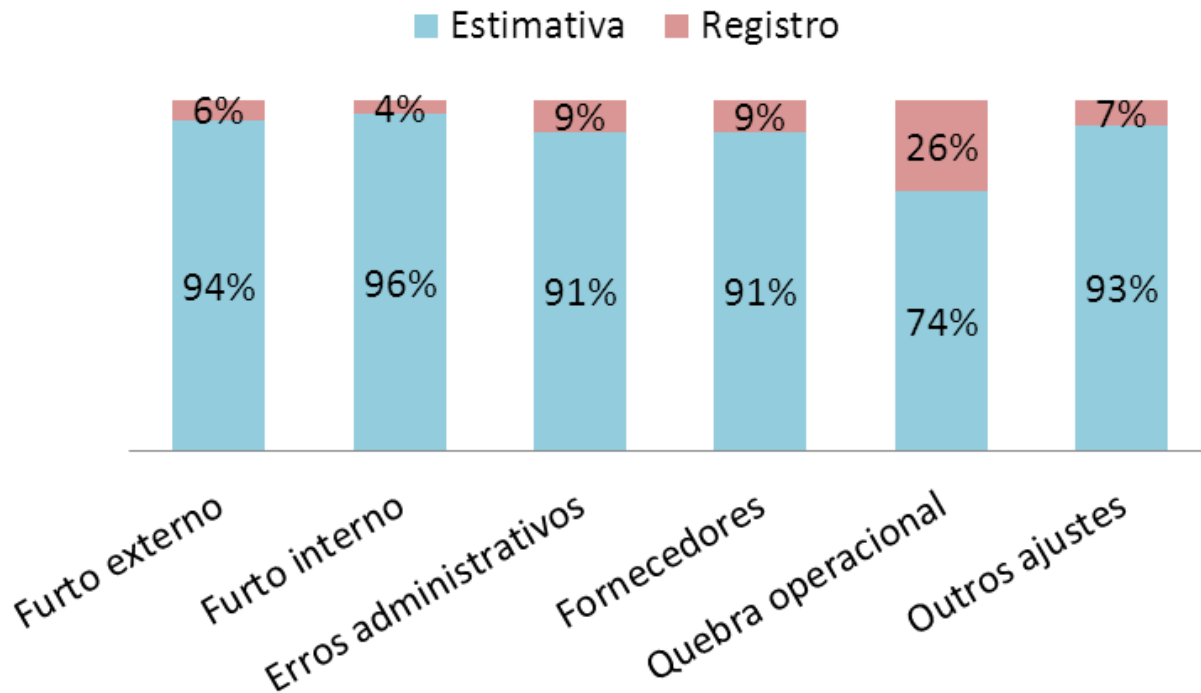
A quebra operacional permanece como a principal causa das perdas com 32,8%, seguido por furtos que somam 34,5%.

Causas das perdas



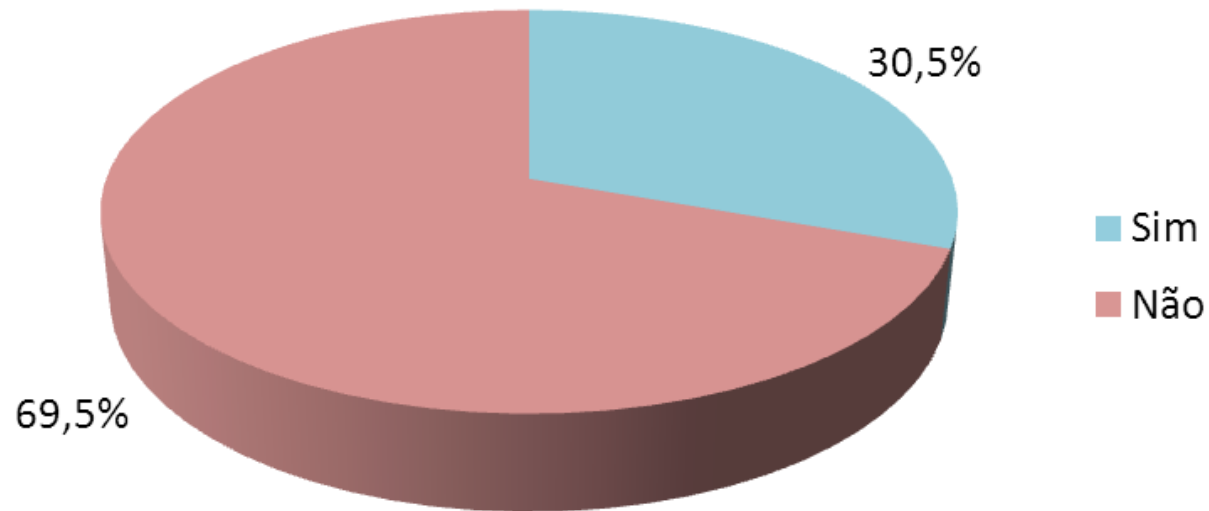
As principais alterações foram a redução das quebras operacionais em 6,2 p.p em relação à 2009 e furto interno com queda de 3,2 p.p.

Método utilizado na apuração das causas das perdas



Além de metade das perdas serem não identificadas a medida daquelas que são identificadas tratam-se de estimativas na sua grande maioria.

A empresa registra quando pega flagrante?

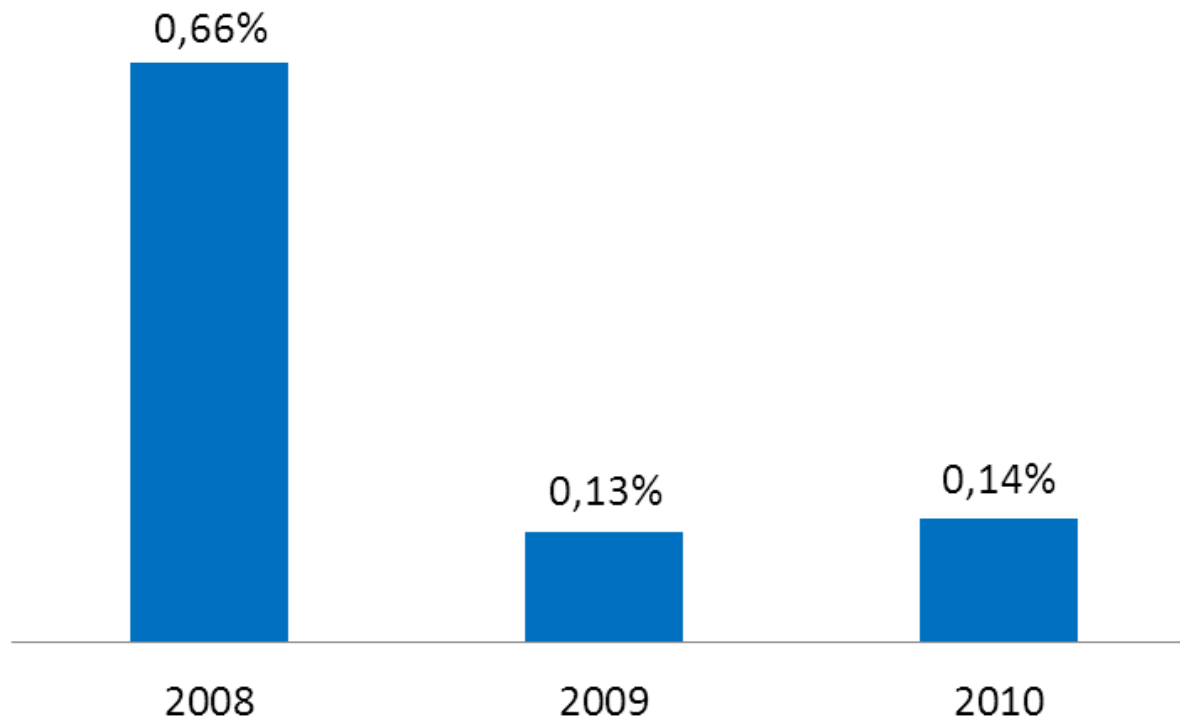


A maioria das empresas respondentes não registra quando pega flagrante.

Investimentos em prevenção de perdas

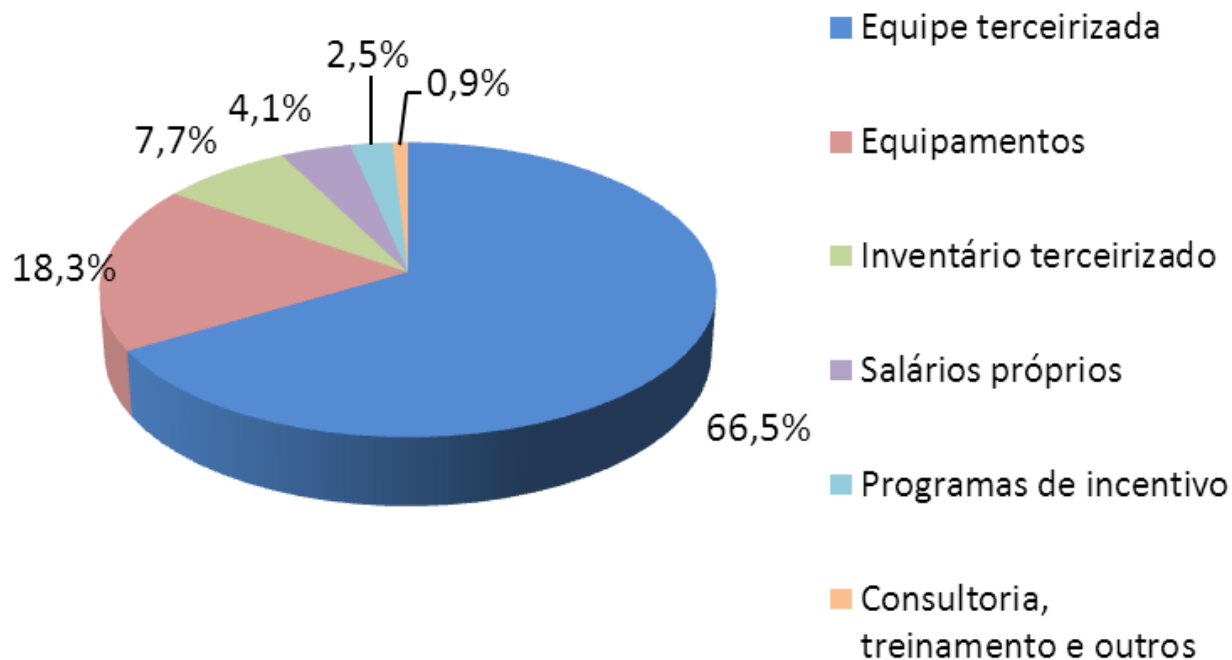
- Identificada a origem das perdas, os varejistas devem atuar na sua prevenção.
- O que fazer, então, para aumentar o controle sobre os processos, de modo a minimizar a ocorrência de prejuízo?

Investimentos em prevenção de perdas sobre o faturamento líquido



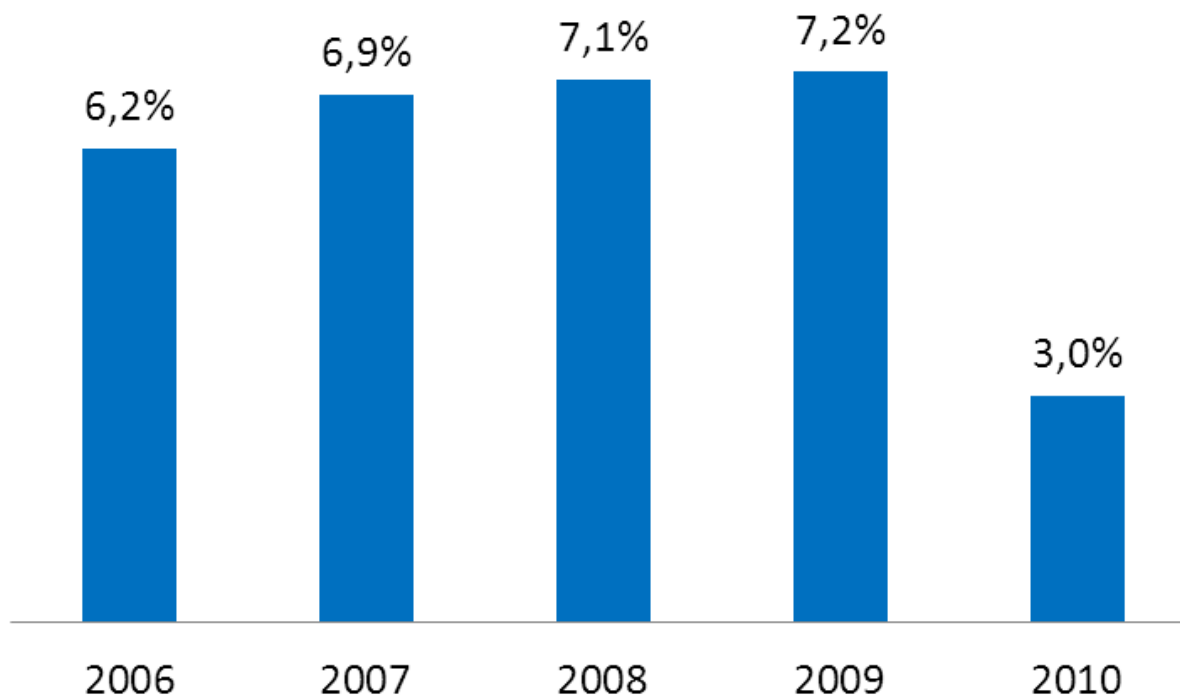
O percentual de investimento em prevenção de perdas em relação ao faturamento líquido manteve-se estável entre 2009 e 2010.

Distribuição do orçamento de 2010 com prevenção de perdas



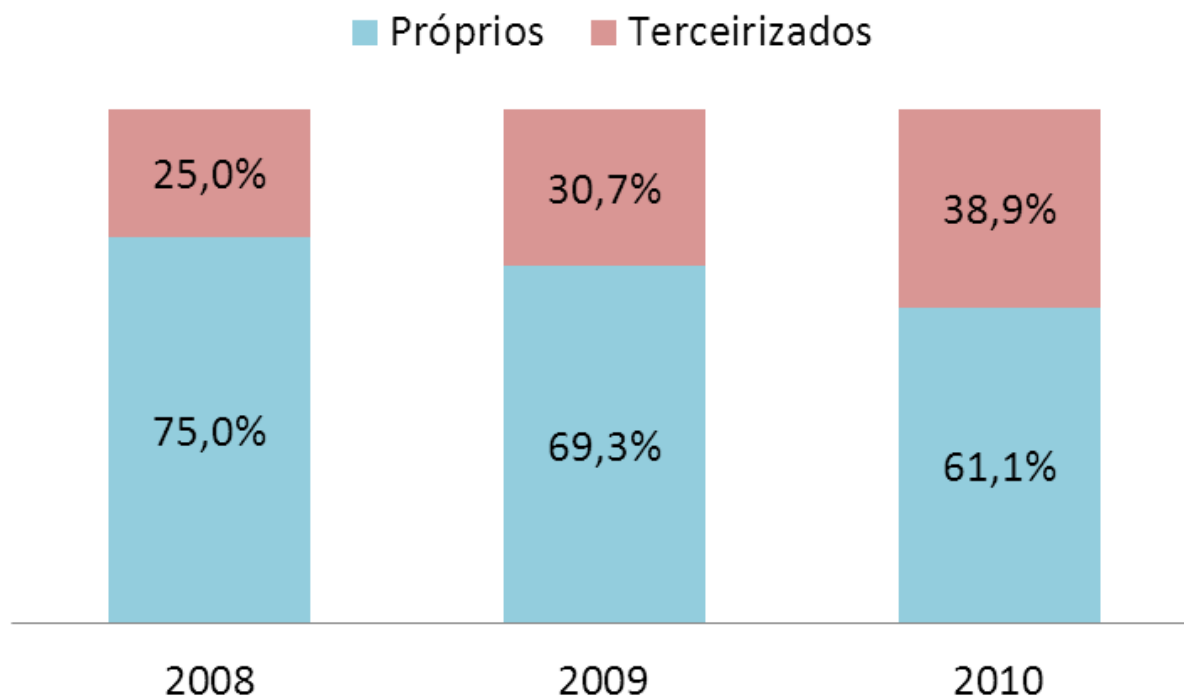
Destaque para os gastos com equipes terceirizadas (66,5%) e equipamentos (18,3%).

Considerando o total de colaboradores, a área de prevenção de perdas representa:



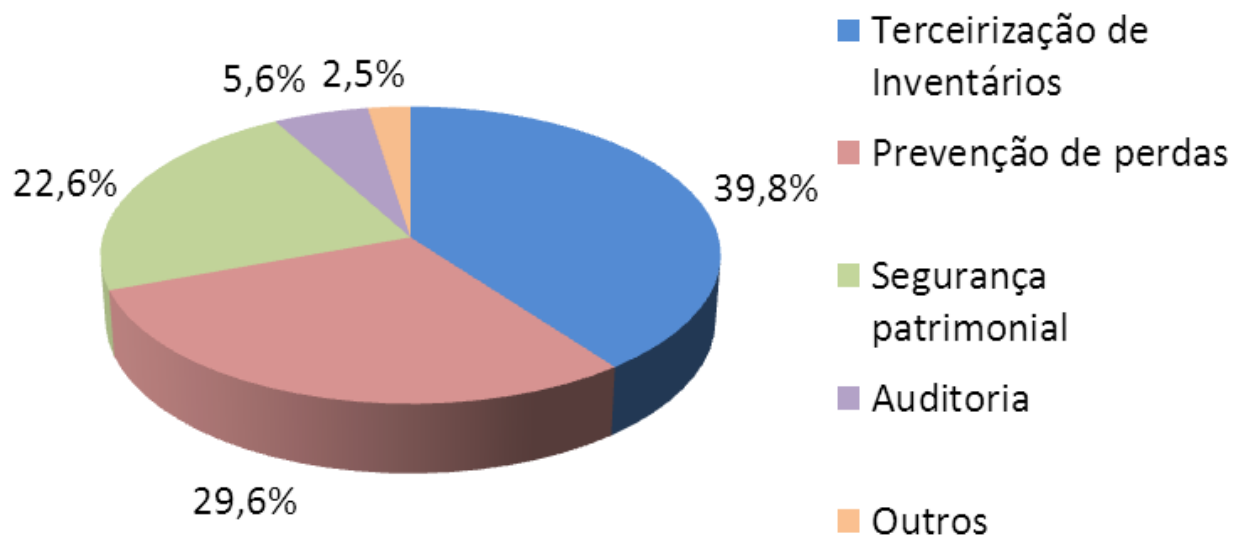
Considerando colaboradores próprios e terceirizados, o número de colaboradores da área de prevenção de perdas sofreu uma forte queda no último ano.

Participação de pessoal próprio e terceirizado na área de prevenção de perdas



Observamos uma tendência a terceirização. De 2008 até 2010 a participação de pessoal terceirizado aumentou 13,9 p.p.

Distribuição das despesas com pessoal terceirizado em 2010

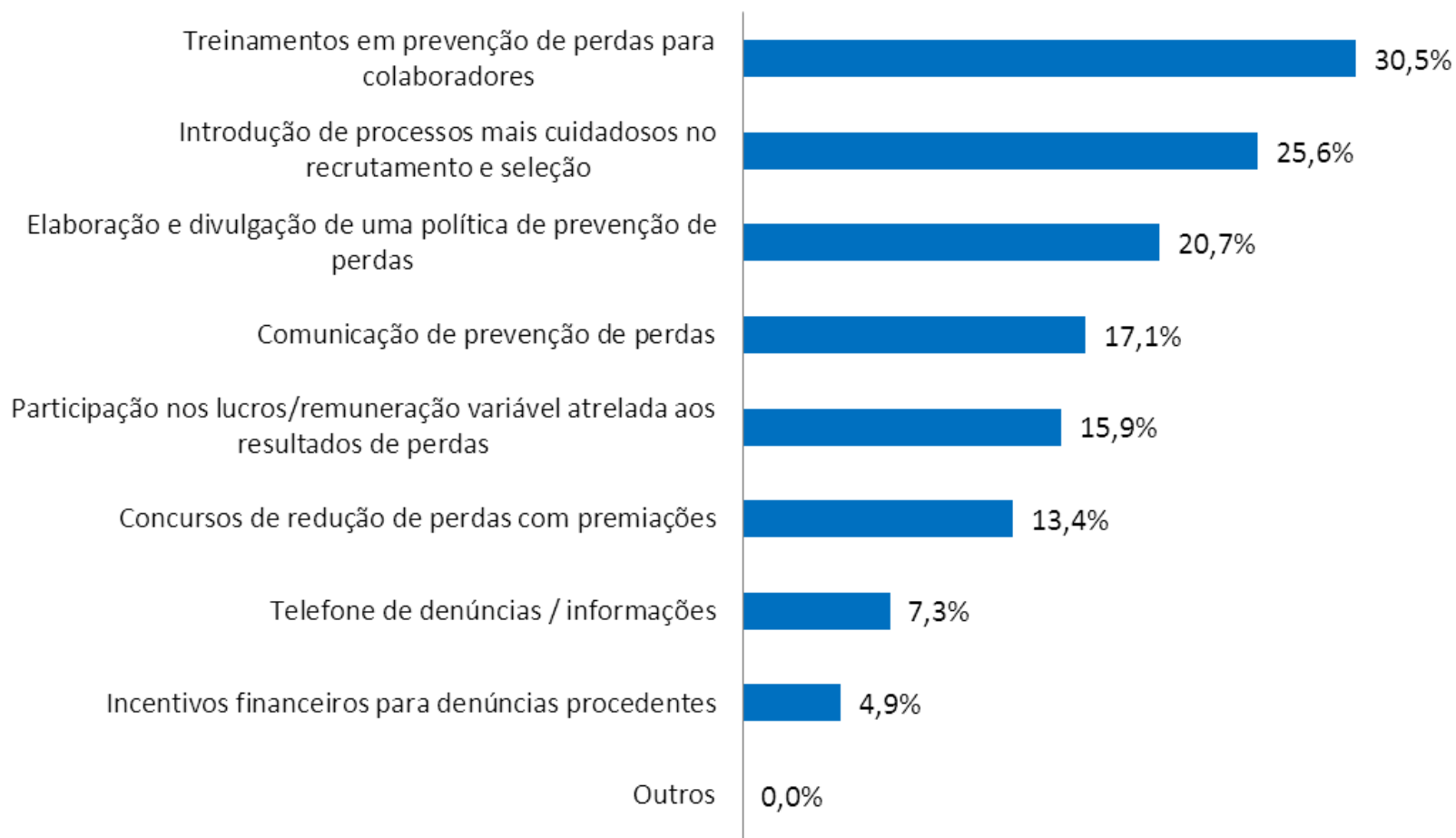


Segurança patrimonial sofreu queda de 11,4 p.p na participação dos gastos com pessoal terceirizado.

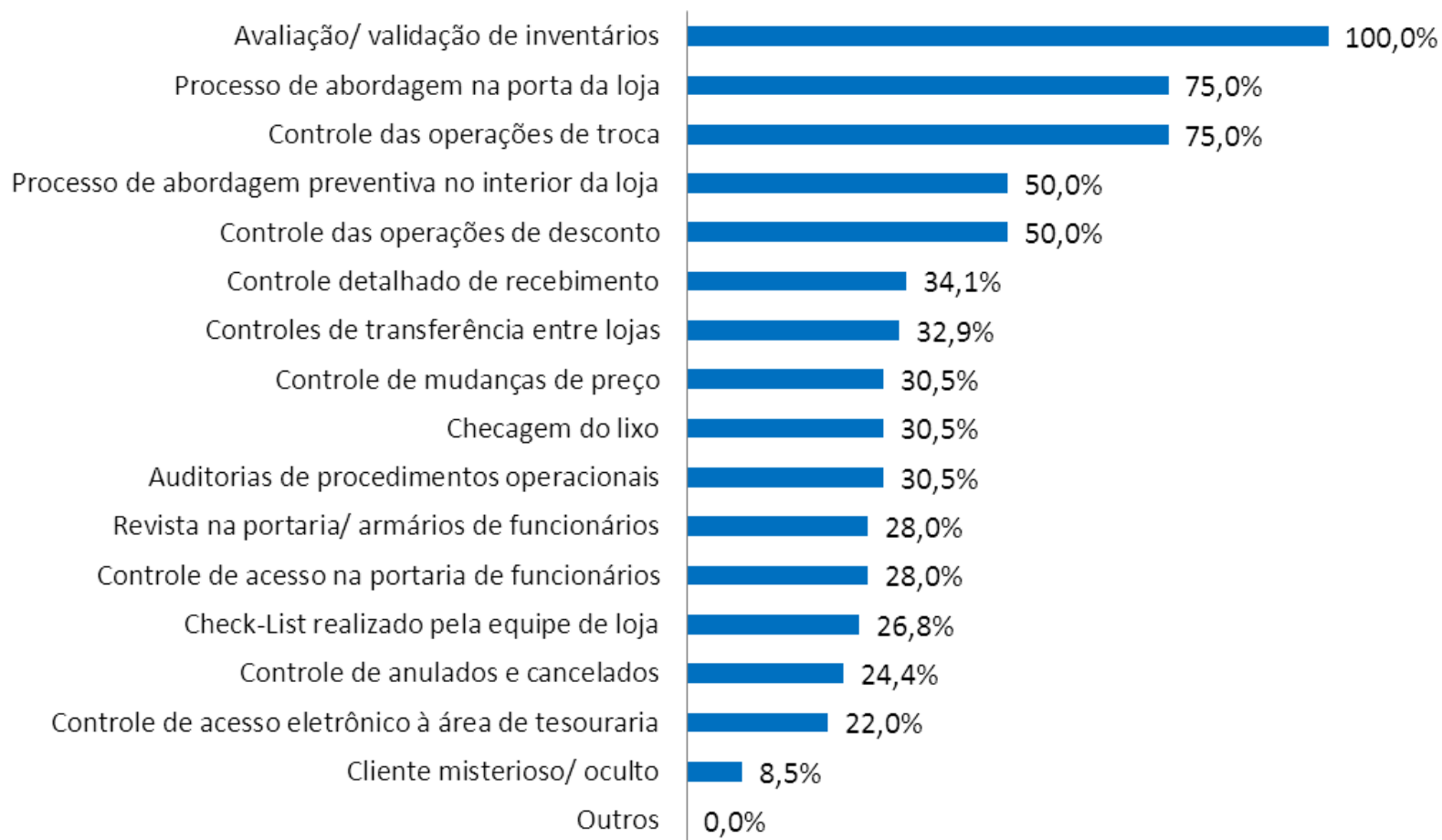
Adoção de equipamentos em prevenção de perdas



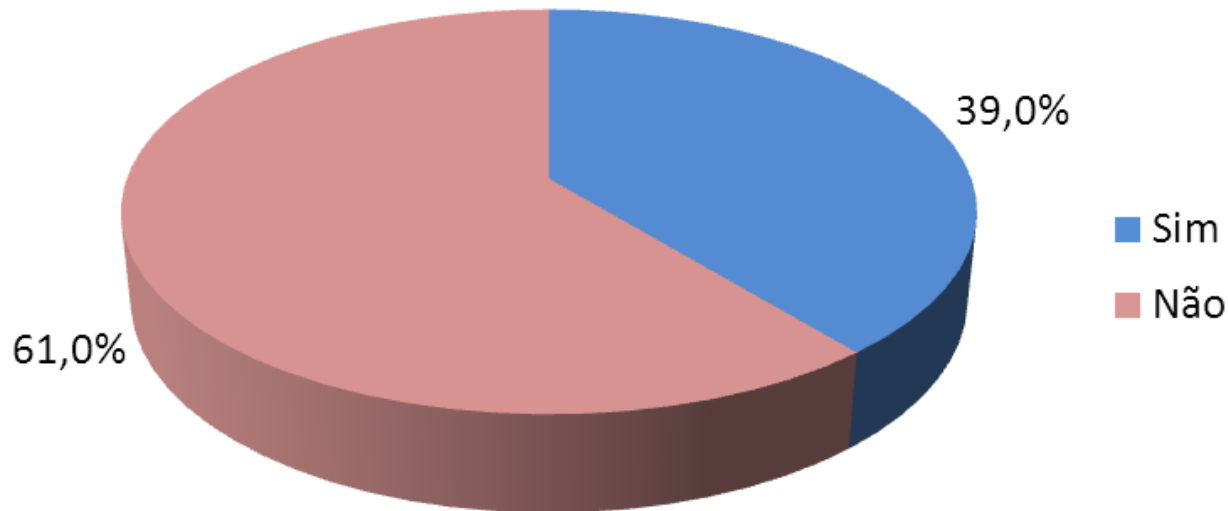
Programas de prevenção de perdas



Soluções e controle de processos



As empresas em geral tratam os produtos de alto risco (PAR) de forma diferenciada

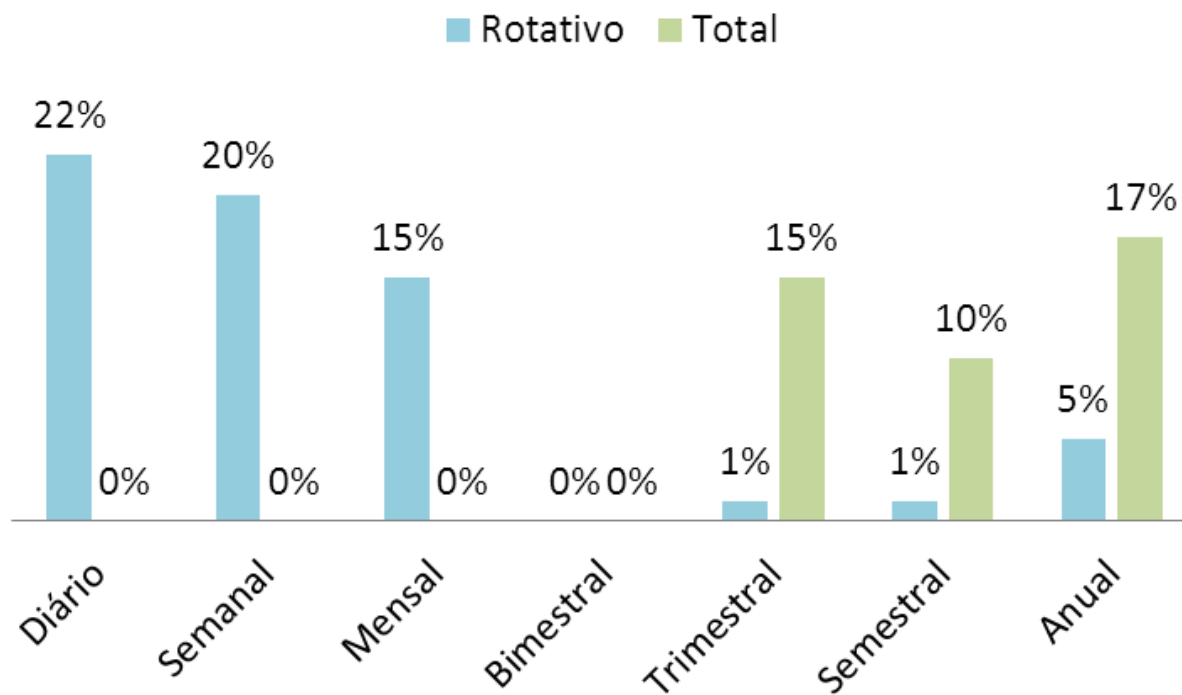


Os produtos de alto risco caracterizam-se pela existência de um mercado paralelo, onde podem ser comercializados com certa facilidade. Em geral, são produtos de baixo volume e alto valor agregado, portanto, exigem atenção e cuidados específicos.

Soluções adotadas para produtos de alto risco (PAR)



Realização de inventários



Destques

- ✓ Houve uma leve queda do índice de perdas no varejo supermercadista de 2,33% para 2,28%.
- ✓ O índice de perdas de perecíveis aumentou de 4,07% para 4,33%.
- ✓ As perdas financeiras representam 0,02% do faturamento líquido. Destaque para fraudes com cheques que correspondem a 56,2% do total das perdas financeiras.
- ✓ Os perecíveis responderam por 70% das perdas totais.
- ✓ A perda não identificada diminuiu de 62,3% para 50,5%, indicando um potencial para refinar ainda mais o conhecimento sobre as causas das perdas dentro das empresas.
- ✓ As principais causas das perdas são a quebra operacional e os furtos cometidos por clientes e/ou colaboradores.

Destques

- ✓ 42,7% das empresas informaram não ter uma área estruturada de prevenção de perdas.
- ✓ O investimento em Prevenção de Perdas manteve-se estável entre 2009 e 2010 nas empresas consultadas.
- ✓ 66,5% do orçamento de prevenção de perdas é investido em equipe terceirizada e 18,3% em equipamentos.
- ✓ Os equipamentos mais utilizados pela área de prevenção de perdas são respectivamente: Sistema de aprovação de cheques (50%), sistemas de gravação digital (50%), CFTV visível (36,6%), alarmes de acesso (30,5%) e rádios comunicadores (29,3%).
- ✓ 61% das empresas não tratam os produtos PAR de forma diferenciada.

Considerações finais

- ✓ O processo de análise de dados foi realizado pelo Provar e pela Felisoni & Associados, em parceria da ABRAS, da Fundação ABRAS e da Nielsen no levantamento dos dados.
- ✓ Ressalta-se a divulgação apenas de dados agregados, mantendo-se o compromisso de confidencialidade dos dados individuais das empresas participantes.