



Pesquisa de Vitimização do Segmento Supermercadista

Varejo de Produtos Alimentícios de
Belo Horizonte

ago/17



Vitimização do segmento supermercadista

O aumento das taxas de criminalidade no país nos últimos anos, vem impactando direta e indiretamente a sociedade. Entre as perdas sociais, a insegurança reduz o desenvolvimento econômico e traz prejuízos que vão desde os gastos excessivos com o sistema de saúde pública até a sensação generalizada de insegurança..

A área de Estudos Econômicos da Federação do Comércio do Estado de Minas Gerais (Fecomércio MG), em parceria com o Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios de Belo Horizonte (Sincovaga-BH) realizaram esta pesquisa com vistas a traçar a vitimização do segmento, que tem sido um dos principais alvos em Belo Horizonte nos últimos anos.

Esse estudo permite, por um processo de amostragem, estimar o nível de violência efetivo, para assim auxiliar na promoção de políticas de segurança preventivas, além de servir como base para projetos e pesquisas de outros setores.



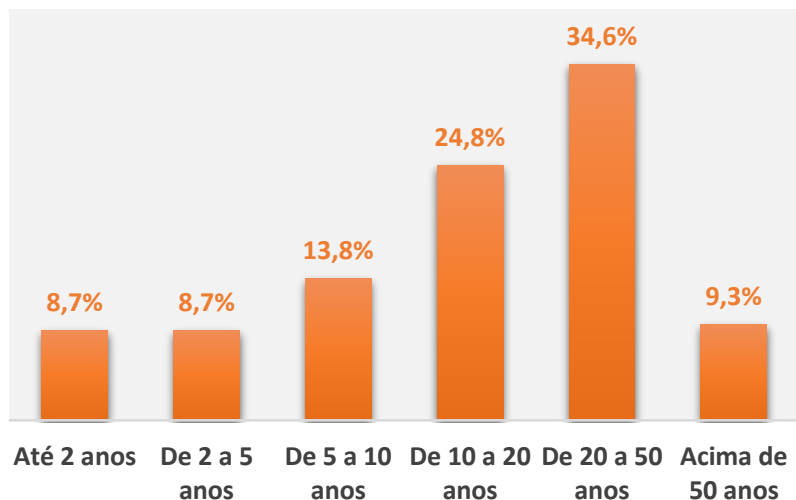
60,7% dos entrevistados sofreram algum tipo de violência na cidade de Belo Horizonte. Em 54,4% das empresas avaliadas houve algum tipo de ocorrência dentro do estabelecimento.

Entre os crimes ocorridos dentro do estabelecimento destacam-se: assalto à mão armada a comercíários (54,9%), furtos à loja (20,6%) e assalto a mão armada a clientes (12,3%).

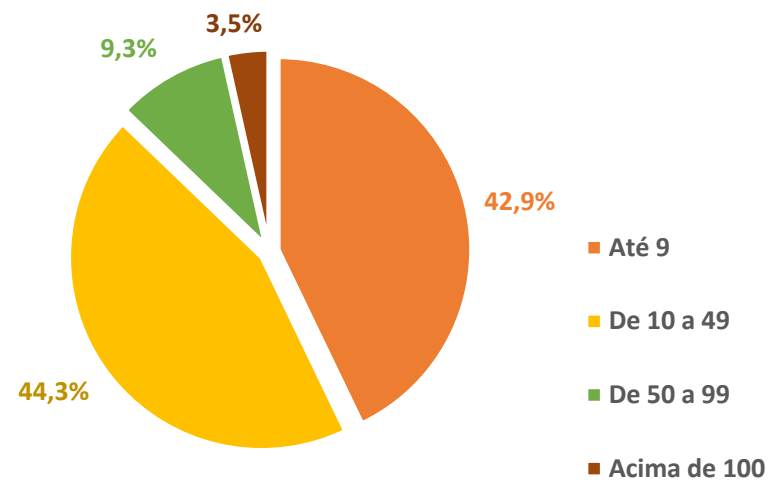
62,8% das empresas reagiram ou mudaram algum processo com medo da violência, 37,5% passaram a guardar objetos de valor em outros locais e 30,9% mudaram o horário de funcionamento da loja. Em geral, os gastos com segurança fazem parte do planejamento orçamentário das empresas, a maioria delas dispense até 5% do faturamento mensal para essa finalidade.

Perfil das empresas

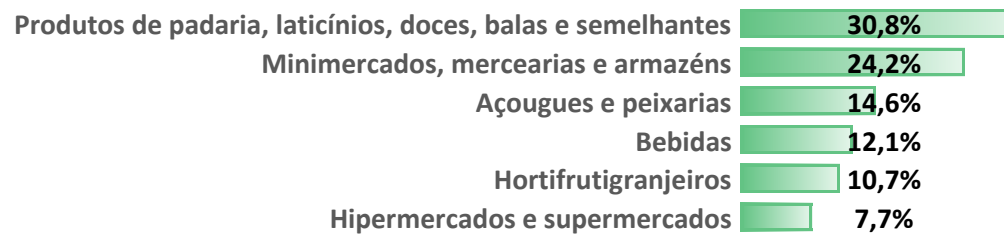
Tempo de atuação da empresa



Número de funcionários

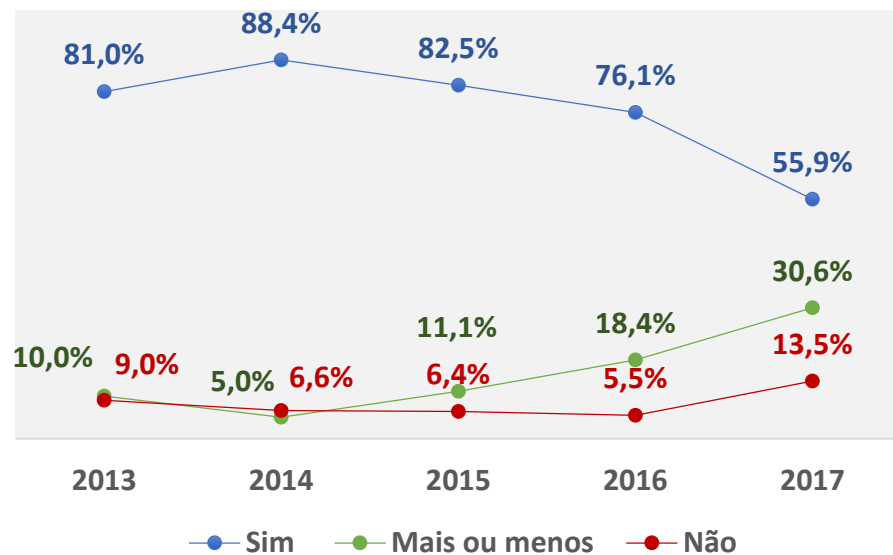


Segmento de atuação da empresa

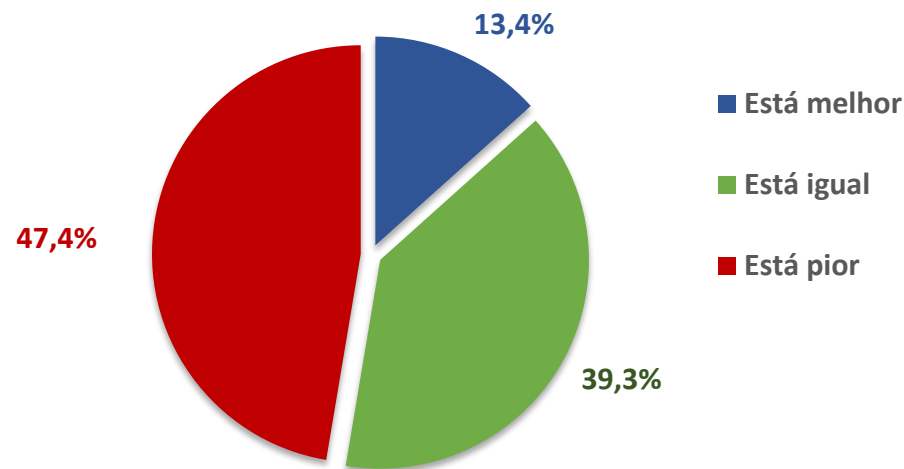


Qualidade de vida

Acha que Belo Horizonte é uma boa cidade para se viver?



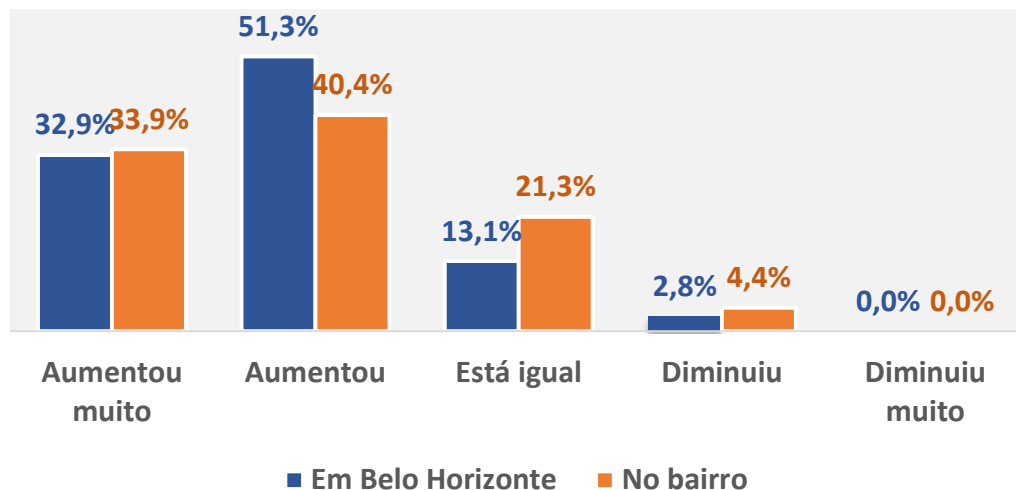
A qualidade de sua vida em Belo Horizonte, nos doze últimos meses...



Entre os empresários entrevistados, 47,4% acreditam que a qualidade de sua vida na cidade de Belo Horizonte está pior, em comparação aos últimos 12 meses. Esse resultado reflete na diminuição, desde o ano de 2014, no percentual de empresários que consideram a cidade boa para se viver. Em 2017, 55,9% dos entrevistados avaliaram positivamente a cidade, uma redução de 20,2 pontos percentuais em relação ao ano anterior (76,1%).

Percepção de criminalidade

Diria que, nos últimos doze meses, a criminalidade...

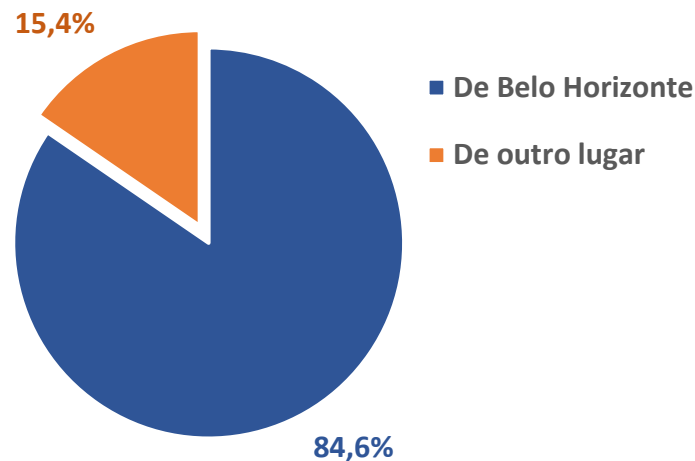


Entre os avaliados, a maioria percebe o aumento da criminalidade tanto na cidade como um todo quanto no bairro em que o estabelecimento se localiza.

Na cidade, 84,2% dos entrevistados notaram aumento da criminalidade em Belo Horizonte, percentual superior aos 74,3% que observaram o crescimento dentro do bairro do seu estabelecimento.

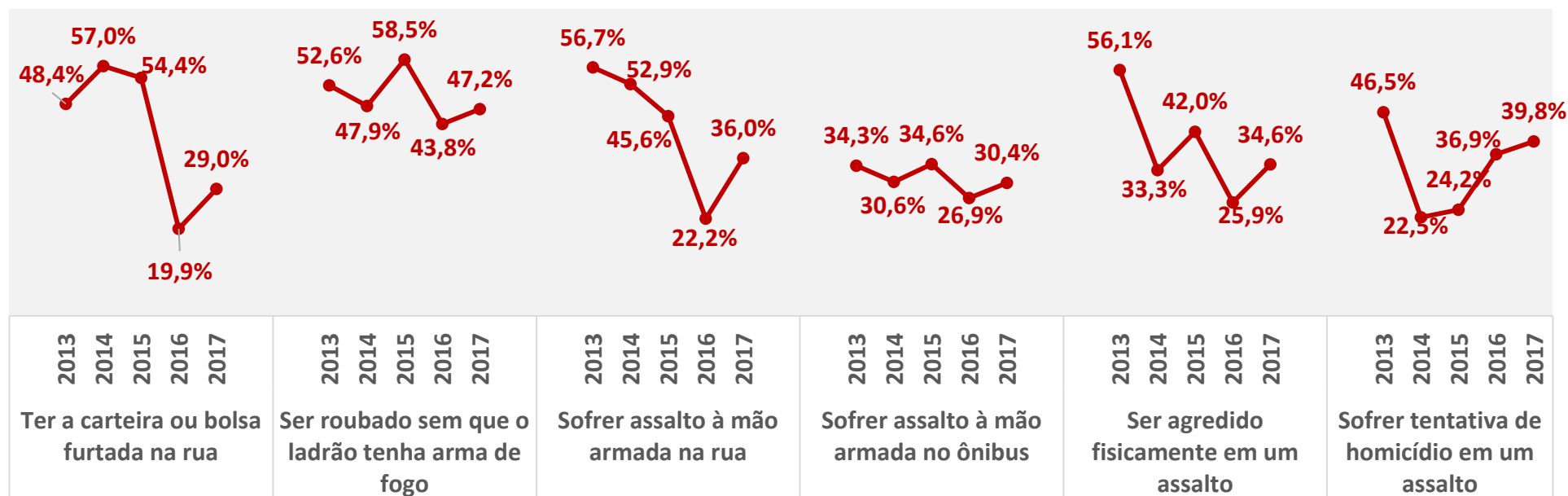
Entre os entrevistados que perceberam o aumento da criminalidade, 15,4% atribuíram esse resultado a moradores de outros locais, pessoas da região metropolitana, outras cidades e até outros Estados.

Os responsáveis pelo aumento da criminalidade em Belo Horizonte são:



Percepção de insegurança

Histórico da percepção de insegurança⁽¹⁾



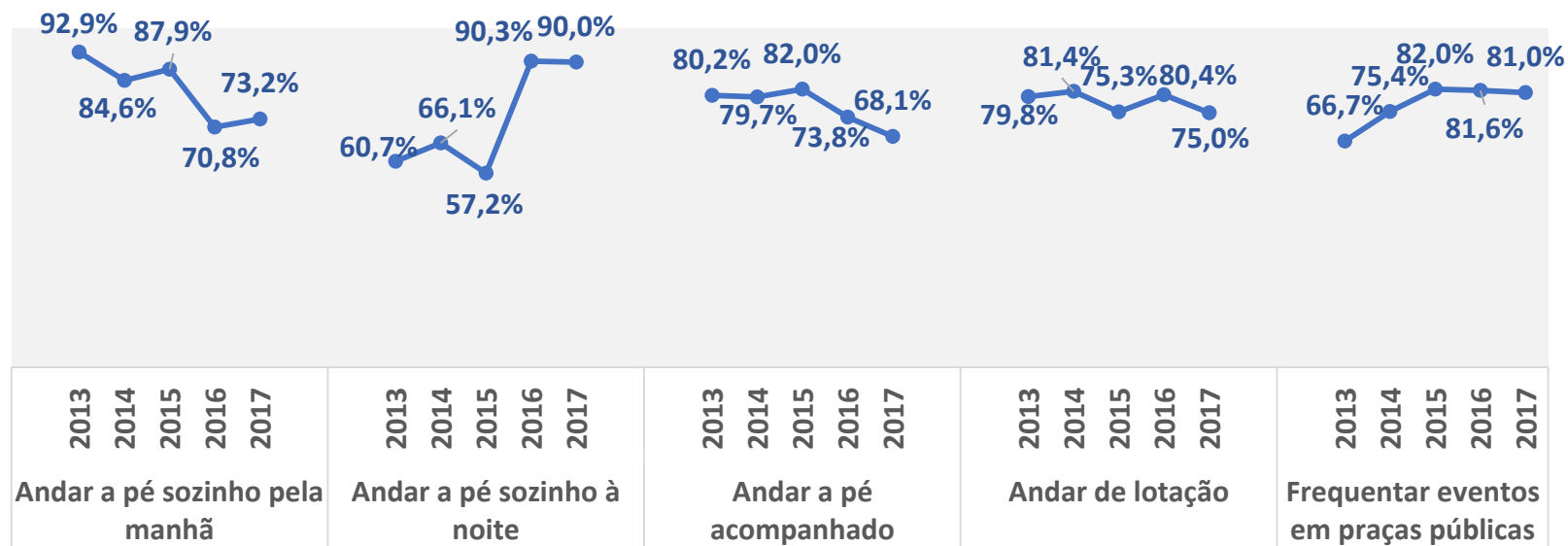
⁽¹⁾ Percentual de empresários que responderam "grande" ou "muito grande" para a chance de ocorrência de cada item

Pensando no bairro onde fica o seu estabelecimento, qual a chance de ocorrer situações como:

	Ter a carteira ou bolsa furtada na rua	Ser roubado sem que o ladrão tenha arma de fogo	Sofrer assalto à mão armada na rua	Sofrer assalto à mão armada no ônibus	Ser agredido fisicamente em um assalto	Sofrer tentativa de homicídio em um assalto
Muito pequena	26,4%	10,6%	16,7%	17,8%	13,0%	11,7%
Pequena	37,2%	25,9%	36,6%	42,7%	39,0%	37,1%
Indiferente	7,4%	16,3%	10,7%	9,2%	13,4%	11,4%
Grande	21,3%	29,1%	26,5%	23,5%	23,6%	26,3%
Muito grande	7,7%	18,1%	9,5%	6,9%	11,0%	13,5%

Percepção de insegurança

Histórico da percepção de segurança⁽²⁾



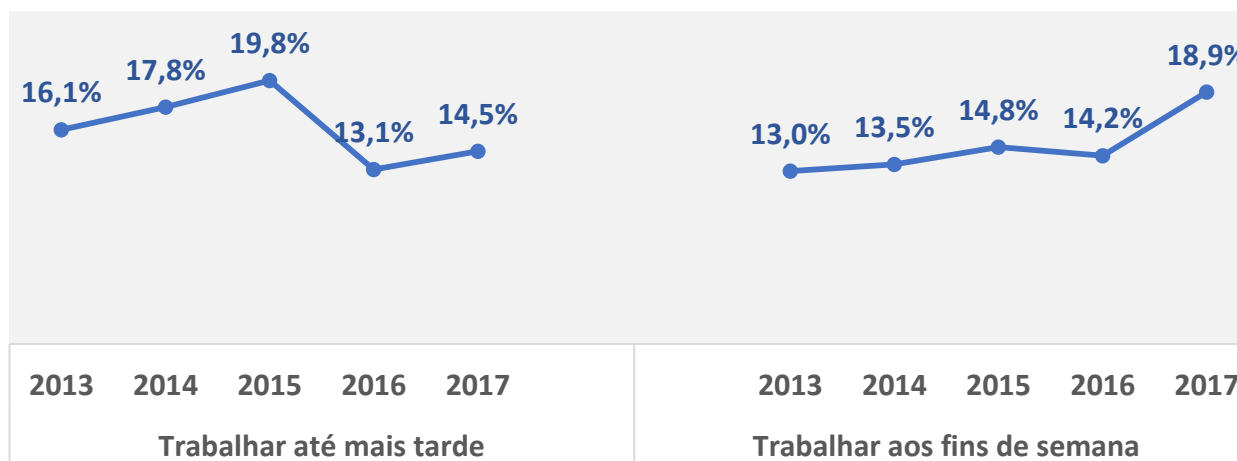
⁽²⁾ Percentual de empresários que responderam, "indiferente", "seguro" ou "muito seguro" para cada item

Percepção de insegurança no ano de 2017

	Andar a pé sozinho pela manhã	Andar a pé sozinho à noite	Andar a pé acompanhado	Andar de lotação	Frequentar eventos em praças públicas
Muito seguro	18,9%	51,3%	12,8%	11,5%	26,8%
Seguro	43,3%	34,8%	42,5%	43,4%	39,2%
Indiferente	11,0%	3,9%	12,8%	20,1%	15,1%
Inseguro	25,5%	10,0%	31,1%	24,3%	18,4%
Muito inseguro	1,4%	0,0%	0,8%	0,7%	0,6%

Percepção de insegurança

Histórico da percepção de segurança⁽²⁾

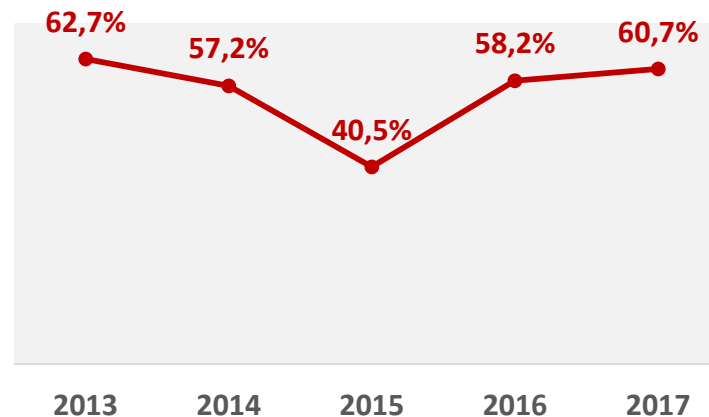
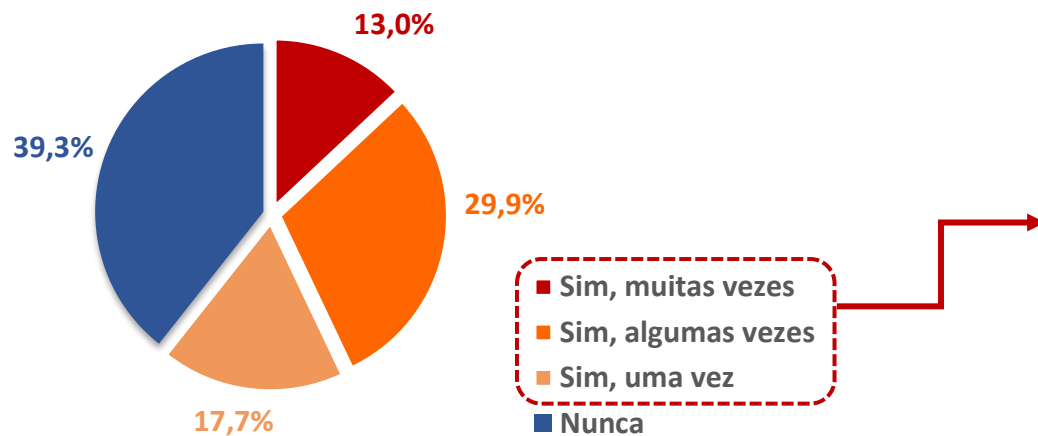


Percepção de insegurança no ano de 2017

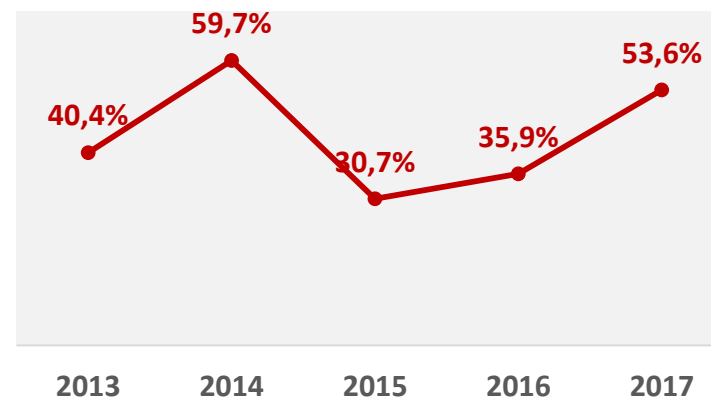
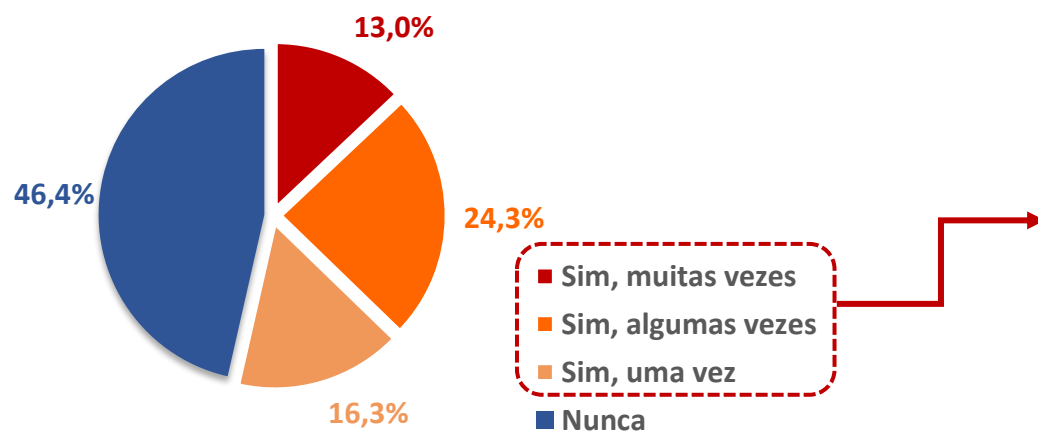
	Trabalhar até mais tarde	Trabalhar aos fins de semana
Muito seguro	35,4%	27,0%
Seguro	42,9%	41,2%
Indiferente	7,2%	12,8%
Inseguro	14,5%	18,7%
Muito inseguro	0,0%	0,3%

Vitimização

Sofreu algum furto, assalto ou agressão em Belo Horizonte?

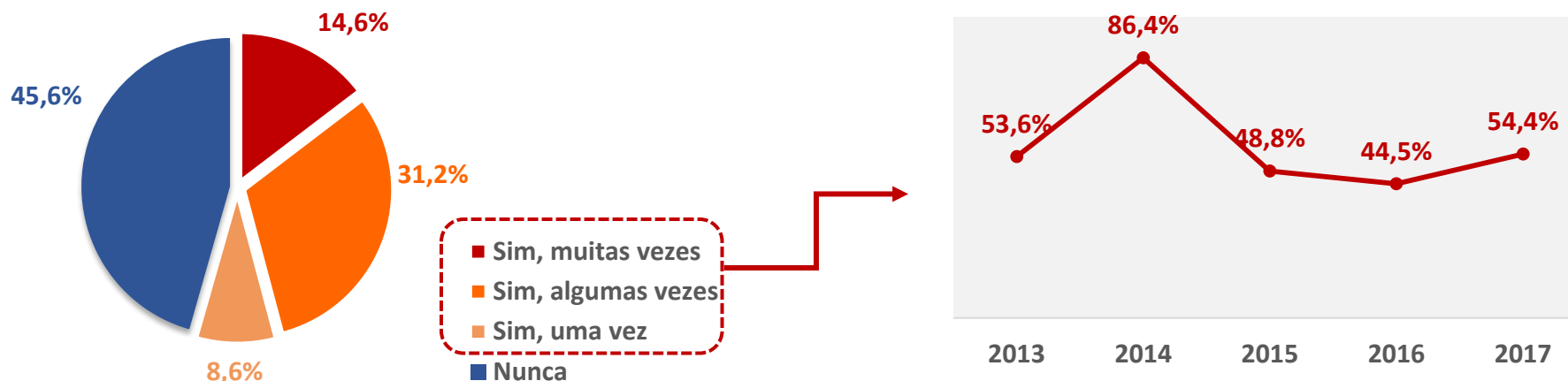


Sofreu algum furto, assalto ou agressão no seu bairro?



Vitimização

Sofreu algum furto, assalto ou agressão no seu estabelecimento?



Qual tipo de violência ocorreu? ⁽¹⁾

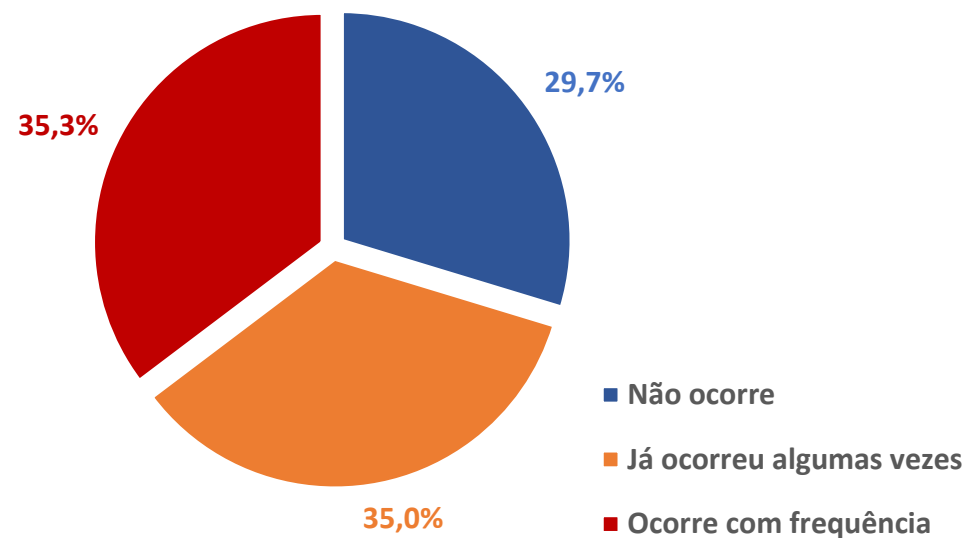
	2013	2014	2015	2016	2017
Assalto à mão armada a comerciários	35,1%	28,8%	20,0%	26,8%	54,9%
Furto em loja	24,7%	28,0%	37,3%	37,4%	20,6%
Assalto à mão armada a clientes	17,5%	2,5%	19,6%	9,8%	12,3%
Assalto a comerciários	3,1%	4,2%	3,1%	11,4%	3,6%
Agressão a comerciários	1,0%	5,9%	2,2%	0,8%	2,0%
Furto a comerciários	3,1%	3,4%	1,3%	2,8%	1,2%
Furto a clientes	24,7%	9,3%	3,6%	4,7%	1,2%
Assalto a clientes	6,2%	1,7%	7,1%	4,7%	0,4%
Agressão a clientes	1,0%	0,8%	1,8%	0,8%	0,4%
Outros	0,0%	12,7%	4,0%	0,8%	3,6%

Em 54,4% dos estabelecimentos avaliados ocorreu, pelo menos uma vez, algum ato de violência. Esse percentual é superior ao índice da última avaliação (44,5%).

Entre os crimes ocorridos, 54,9% foram assalto à mão armada a comerciários e 20,6% furto em loja.

Vitimização

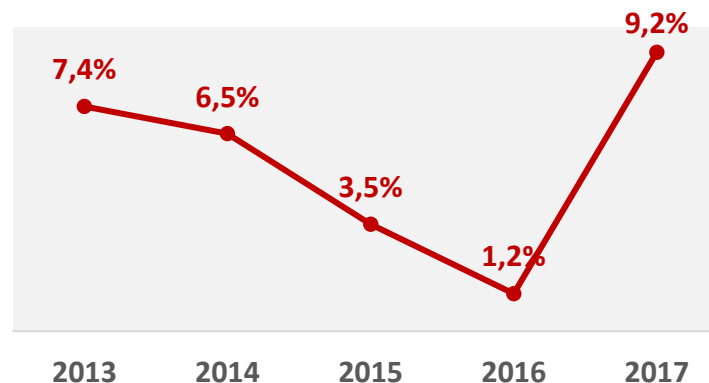
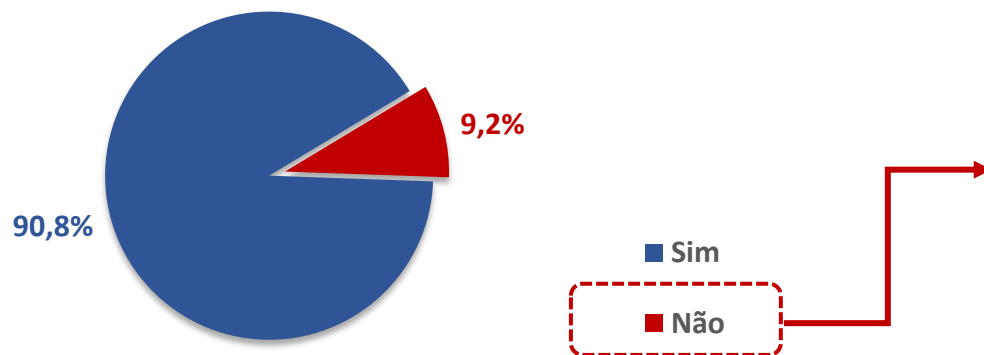
Com que frequência ocorrem furto de produtos da loja?



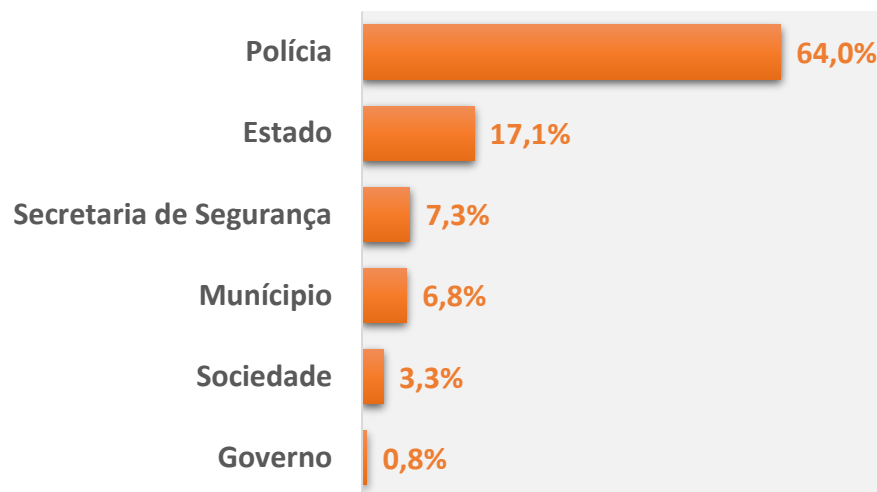
29,7% dos empresários afirmaram que não ocorrem furtos de produtos da loja. Segundo 35,0%, a infração já ocorreu algumas vezes e nos demais estabelecimentos (35,3%) esses casos ocorrem com frequência.

Vitimização

Acionou a Polícia?



Quem considera responsável pela segurança?⁽³⁾



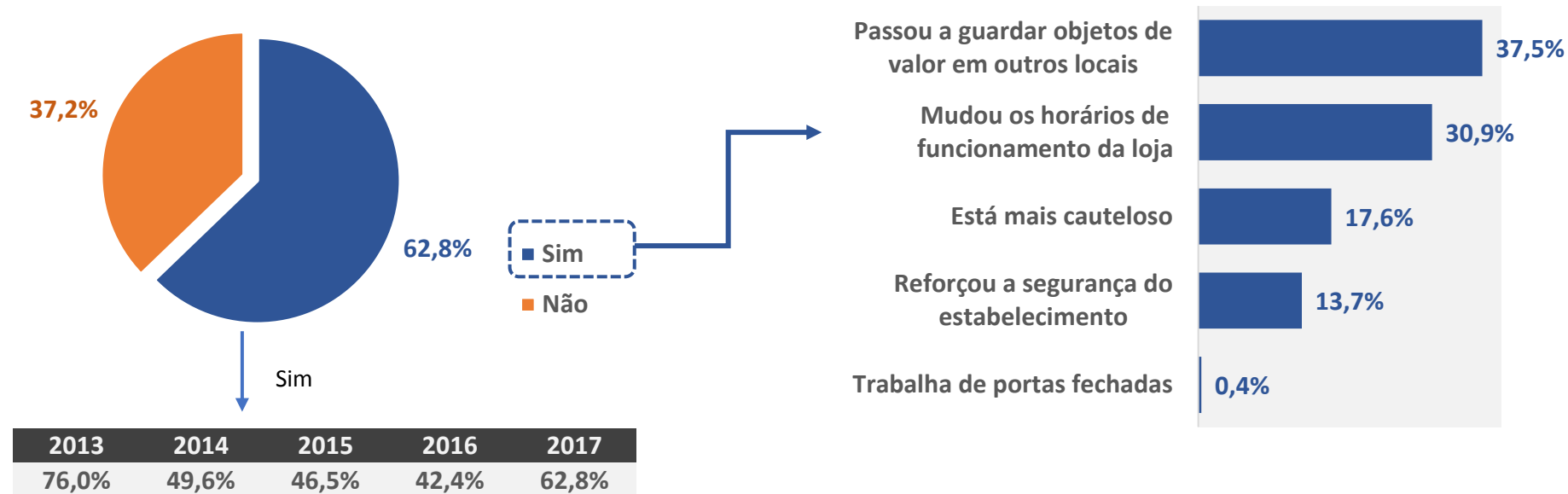
Entre os empresários que relataram alguma ocorrência no estabelecimento, a maioria (90,8%) acionou a Polícia.

64,0% atribuem à Polícia a responsabilidade pela segurança pública, em segundo lugar, 17,1% acreditam que é papel do Estado.

⁽³⁾ Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

Percepção de criminalidade

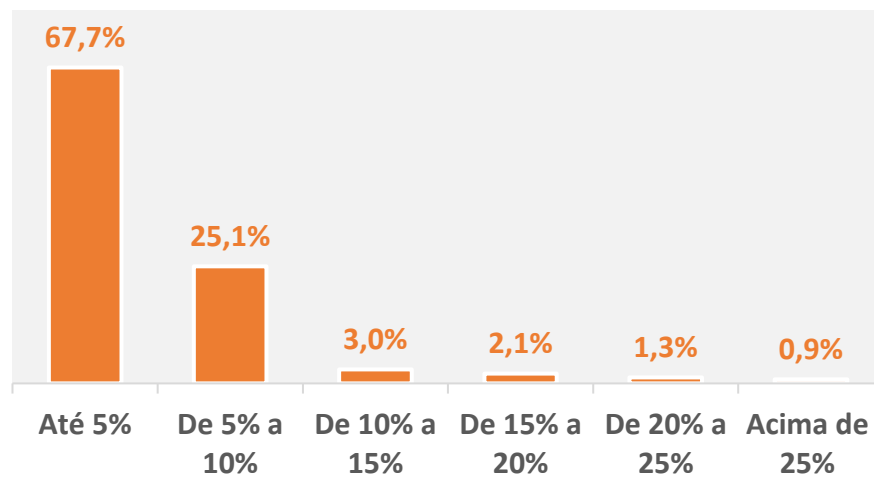
Mudou de hábito, nos últimos 12 meses, com medo da violência?



Com medo da violência nos estabelecimentos, 62,8% dos entrevistados afirmaram que reagiram ou mudaram alguma atitude nos últimos tempos. A principal ação, tomada por 37,5% dos entrevistados, foi a mudança do local de armazenamento dos objetos de valor, 30,9% modificaram o horário de funcionamento da loja e 17,6% estão mais cautelosos.

Investimento em segurança

Qual é o gasto aproximado com segurança, em termos percentuais, por mês em sua empresa?



O que tem em seu estabelecimento para se proteger?⁽³⁾

	2013	2014	2015	2016	2017
Circuito interno de TV	32,8%	28,4%	35,3%	38,8%	46,2%
Alarmes	19,6%	27,7%	28,5%	26,6%	26,7%
Tranca nas portas e janelas	18,6%	8,1%	9,3%	11,3%	5,2%
Grades em janelas e/ou portas	14,2%	11,2%	11,7%	9,6%	4,5%
Cerca elétrica	1,0%	11,6%	5,8%	7,0%	9,4%
Vigia armado	10,8%	4,9%	6,0%	2,8%	1,6%
Segurança/vigia desarmado	1,5%	2,1%	0,6%	1,6%	0,7%
Muro alto	0,0%	3,2%	1,4%	0,0%	3,3%
Interfone	1,5%	1,4%	1,0%	0,0%	0,3%
Cão de guarda	0,0%	0,7%	0,4%	0,0%	0,9%
Outros	0,0%	0,7%	0,0%	2,4%	1,2%

A maioria das empresas gasta, em média, até 5% do faturamento mensal da loja com segurança (67,7%). Entre os itens mais utilizados estão o circuito interno de TV (46,2%), alarmes (26,7%) e vigia armado (9,4%).

⁽³⁾Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

Metodologia

A metodologia utilizada para a pesquisa foi a aplicação de questionários (survey) por telefone. A análise quantitativa se dá a partir de amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista de produtos alimentícios e regiões de Belo Horizonte, baseada no total de empresas do comércio varejista do segmento dentro da capital mineira. O método utilizado para a seleção das lojas foi definido com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 9 e 18 de agosto/2017. Foram avaliadas 364 empresas perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra a um intervalo de confiança de 95%.

Equipe Técnica

Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes
	Filipe do Nascimento Souza
	Joyce do Nascimento Silva
	Sara Angela dos Santos
Jovem aprendiz	Lara Oliveira Lopes

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG e o Sincovaga de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG e o Sincovaga como fonte de informação.



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais.
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324
economia@fecomercomg.org.br | www.fecomercomg.org.br

