



Pesquisa de Vitimização do Segmento Supermercadista

Varejo de Produtos Alimentícios de Belo Horizonte - 2018



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.

Este 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.



61,8% dos entrevistados sofreram algum tipo de violência na cidade de Belo Horizonte; em 32,4% das empresas avaliadas houve algum tipo de ocorrência dentro do estabelecimento

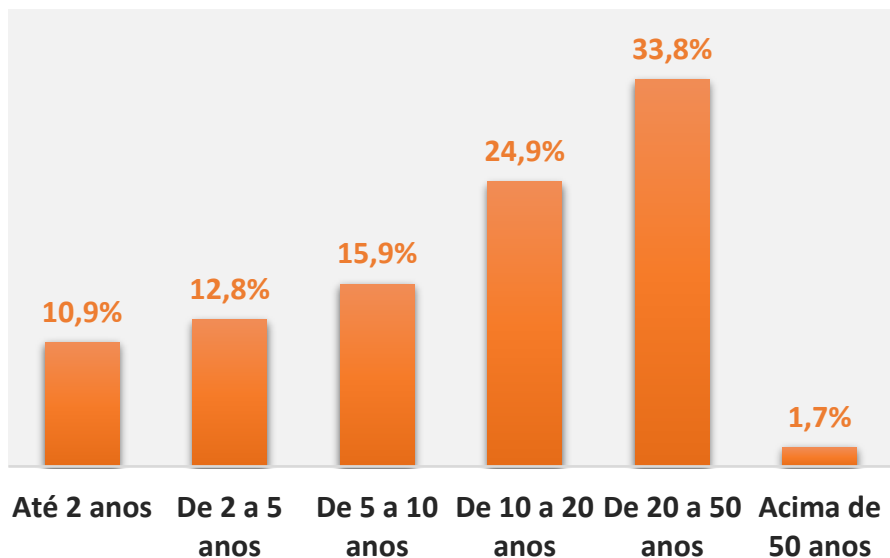
Entre os crimes ocorridos dentro do estabelecimento destacam-se: assalto à mão armada a comerciários (68,3%), furtos à loja (15,2%) e assalto à mão armada a clientes (3,9%)



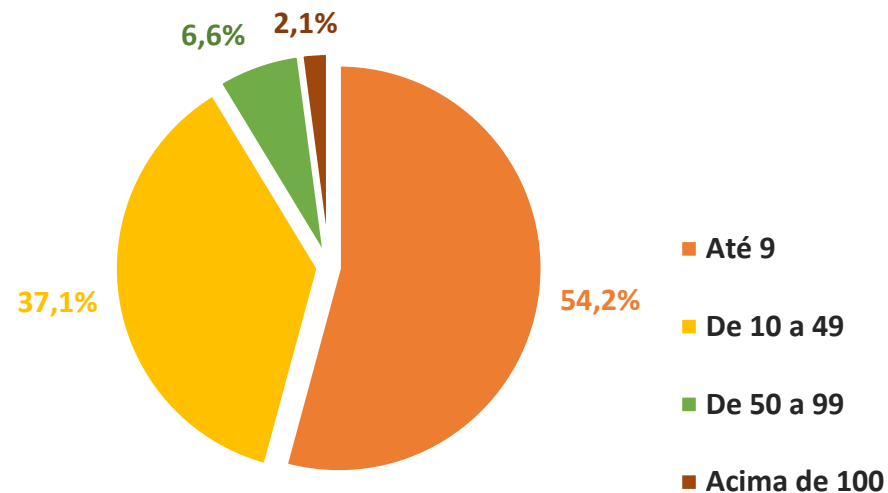
52,5% das empresas reagiram ou mudaram algum processo com medo da violência, 41,0% passaram a guardar objetos de valor em outros locais e 33,3% mudaram o horário de funcionamento da loja

Perfil das empresas

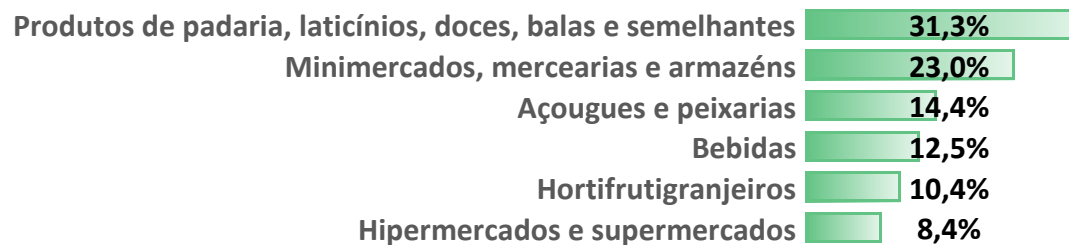
Tempo de atuação da empresa



Número de funcionários

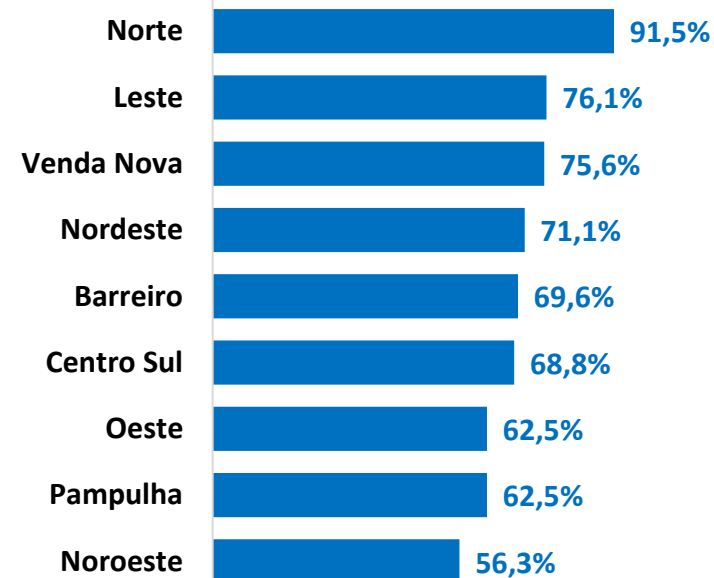
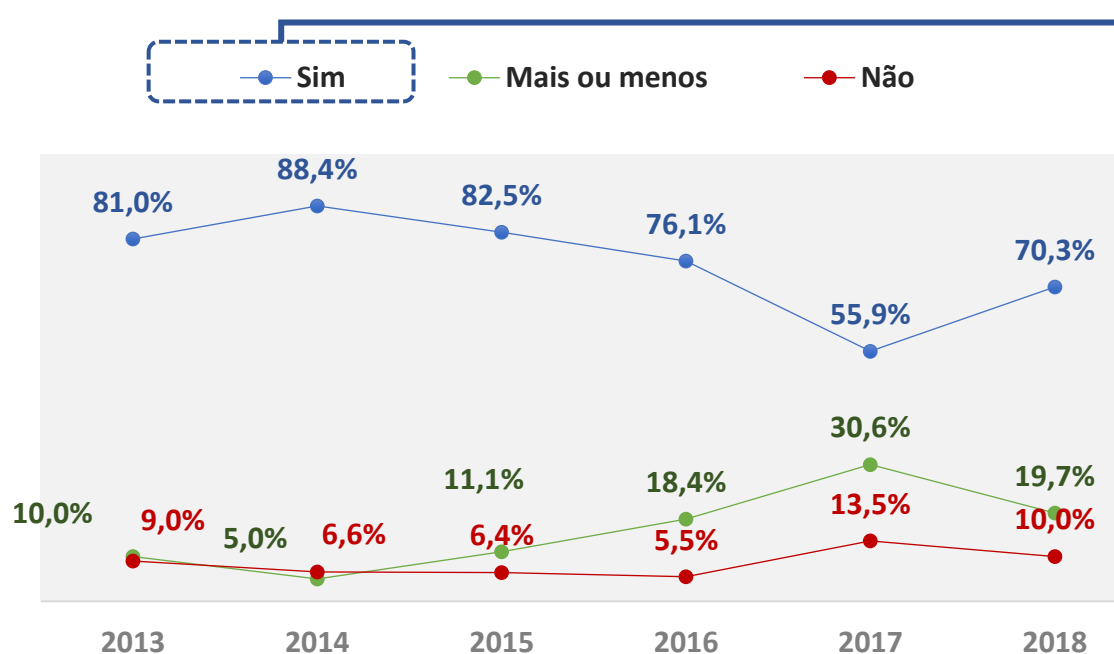


Segmento de atuação da empresa



Qualidade de vida

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

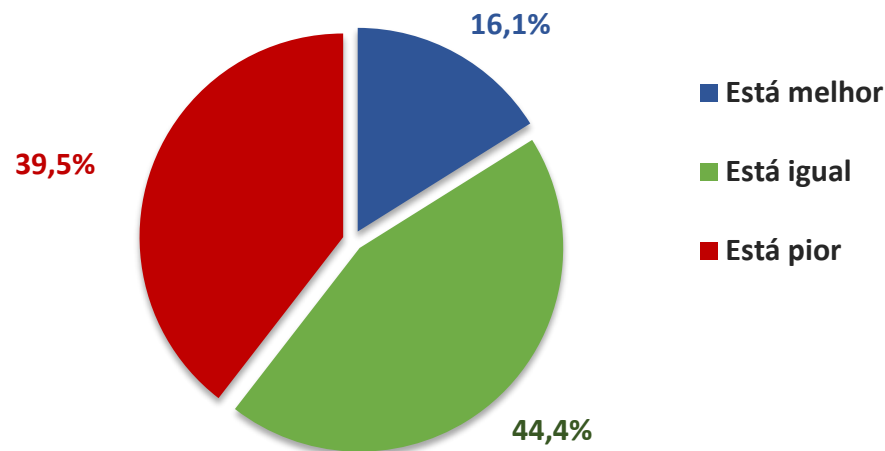


Em 2018, 70,3% dos entrevistados avaliaram positivamente Belo Horizonte, um aumento de 14,4 pontos percentuais em relação ao ano anterior (55,9%).

As avaliações para o indicador apresentaram um comportamento diferente entre as regiões da cidade. Os entrevistados da Região Norte são os mais positivos em relação à qualidade de vida em Belo Horizonte: 91,5% responderam a opção "sim".

Qualidade de vida

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

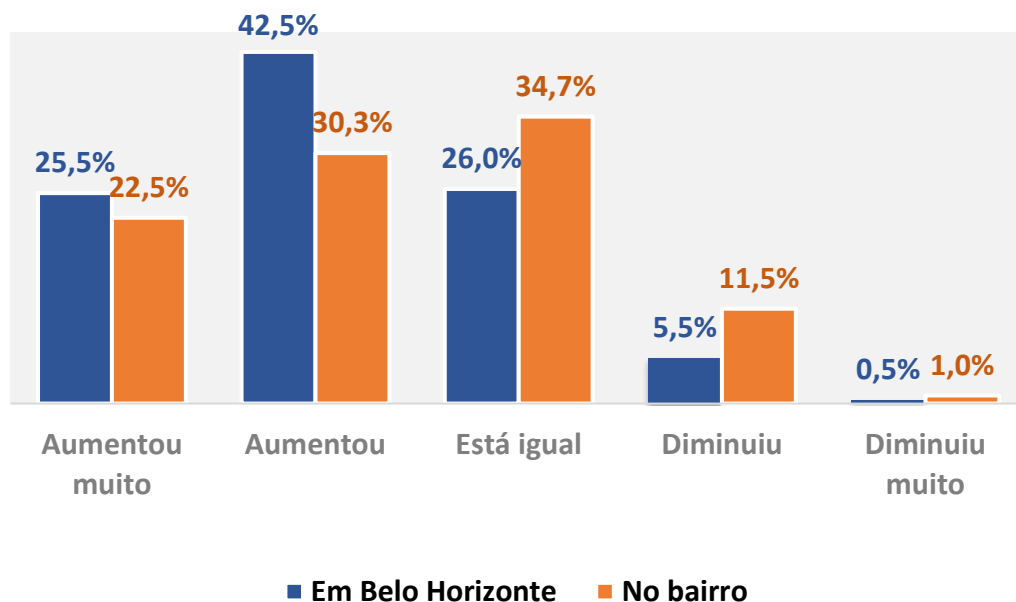


Entre os empresários do segmento, 16,1% acreditam que a qualidade de sua vida na cidade de Belo Horizonte está melhor, em comparação aos últimos 12 meses, e 44,4% acredita que nada mudou no período.

Não foi encontrada diferença significativa entre as regiões

Percepção de criminalidade

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

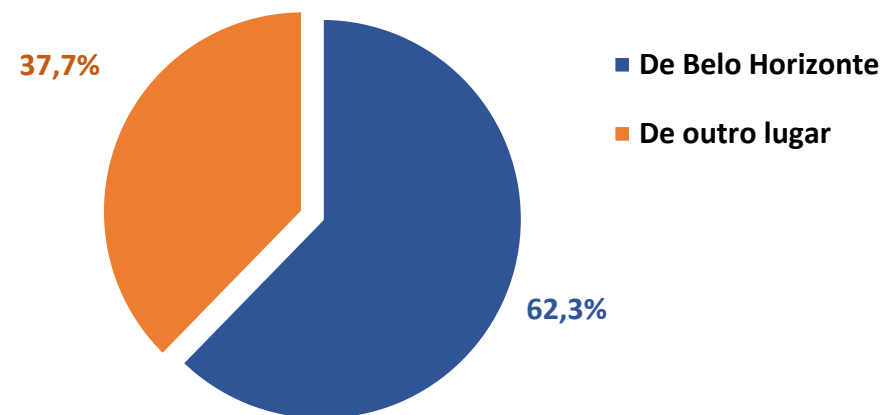


Entre os avaliados, a maioria percebe o aumento da criminalidade tanto na cidade como um todo quanto no bairro em que o estabelecimento se localiza.

Na cidade, 68,0% dos entrevistados notaram aumento da criminalidade em Belo Horizonte, percentual superior aos 52,8% que observaram o crescimento dentro do bairro do seu estabelecimento.

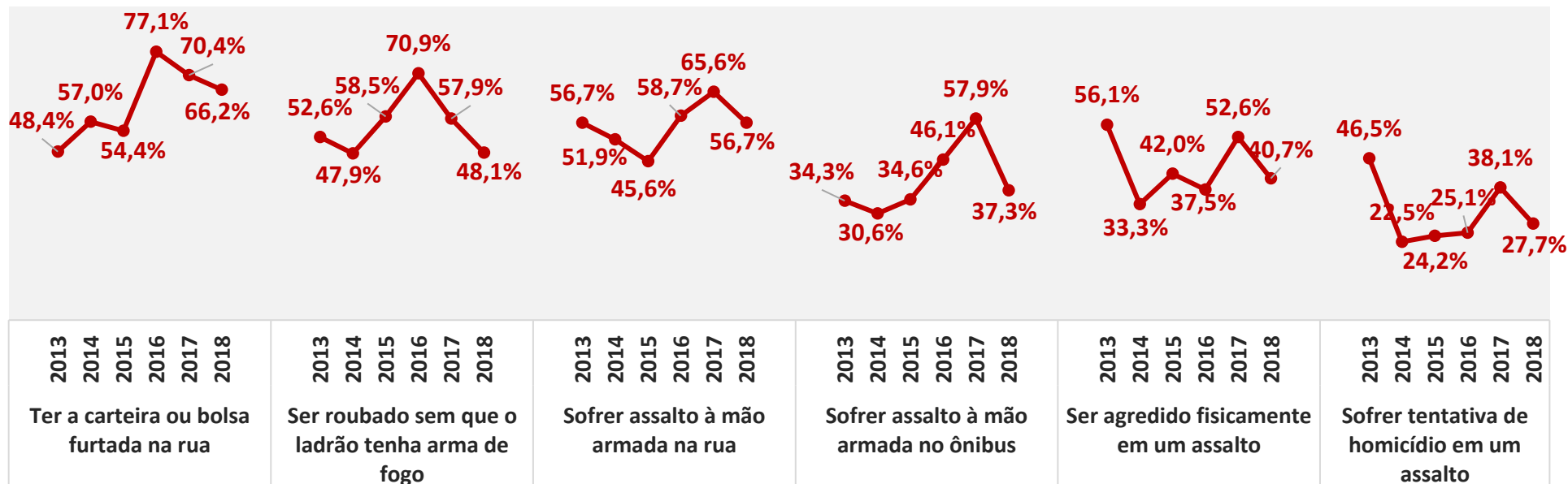
Entre os entrevistados que perceberam o aumento da criminalidade, 37,7% atribuíram esse resultado a moradores de outros locais, pessoas da região metropolitana, outras cidades e até outros Estados.

Os responsáveis pelo aumento da criminalidade em Belo Horizonte são:



Percepção de insegurança

Histórico da percepção de insegurança⁽¹⁾



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

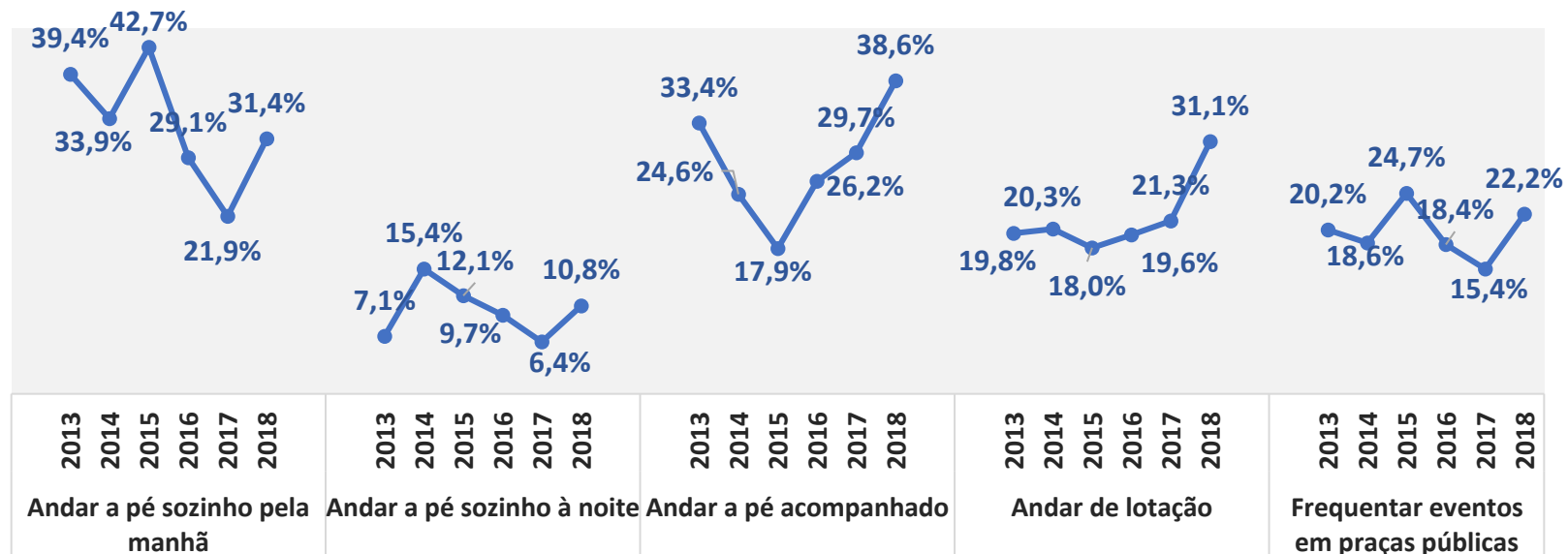
| | Ter a carteira ou bolsa furtada na rua | Ser roubado sem que o ladrão tenha arma de fogo | Sofrer assalto à mão armada na rua | Sofrer assalto à mão armada no ônibus | Ser agredido fisicamente em um assalto | Sofrer tentativa de homicídio em um assalto |
|---------------|--|---|------------------------------------|---------------------------------------|--|---|
| Muito pequena | 5,1% | 12,3% | 9,4% | 11,8% | 14,5% | 22,0% |
| Pequena | 18,7% | 30,7% | 26,1% | 37,6% | 34,7% | 39,6% |
| Indiferente | 10,0% | 9,0% | 7,8% | 13,4% | 10,1% | 10,7% |
| Grande | 40,6% | 33,2% | 41,0% | 24,8% | 30,6% | 19,1% |
| Muito grande | 25,5% | 14,8% | 15,7% | 12,4% | 10,1% | 8,7% |

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

Nota: Os resultados dos indicadores foram revisados

Percepção de insegurança

Histórico da percepção de segurança⁽²⁾



Percepção de insegurança no ano de 2018

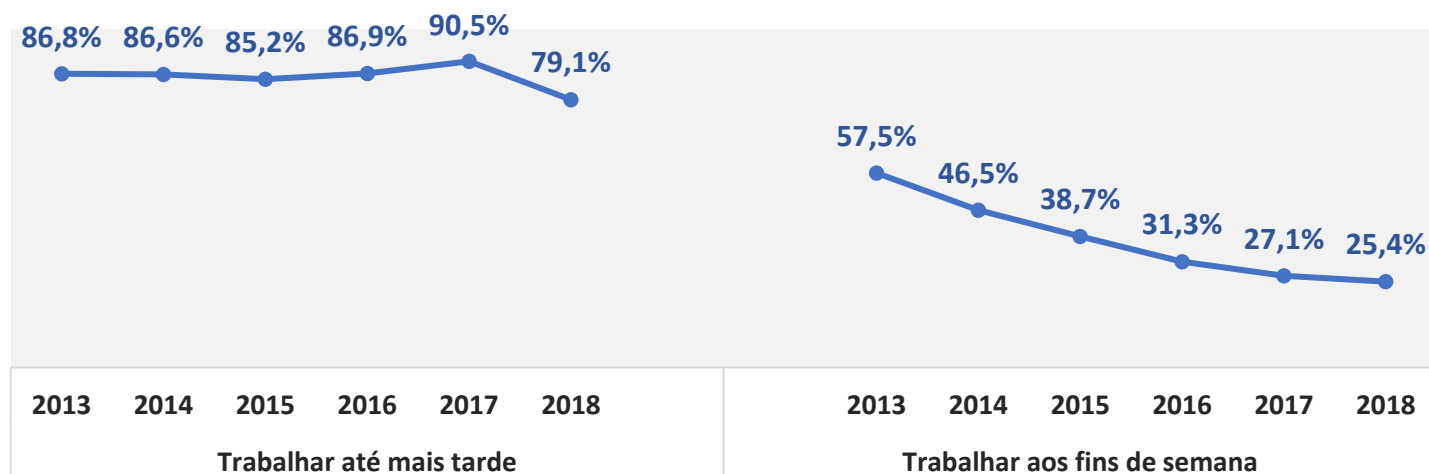
| | Andar a pé sozinho pela manhã | Andar a pé sozinho à noite | Andar a pé acompanhado | Andar de lotação | Frequentar eventos em praças públicas |
|----------------|-------------------------------|----------------------------|------------------------|------------------|---------------------------------------|
| Muito seguro | 1,4% | 0,7% | 1,2% | 0,3% | 0,3% |
| Seguro | 30,0% | 10,1% | 37,4% | 30,8% | 21,8% |
| Indiferente | 10,2% | 3,5% | 13,8% | 20,7% | 15,7% |
| Inseguro | 40,0% | 40,8% | 35,7% | 37,5% | 39,4% |
| Muito inseguro | 18,4% | 44,8% | 11,9% | 10,7% | 22,8% |

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

Nota: Os resultados dos indicadores foram revisados

Percepção de insegurança

Histórico da percepção de segurança⁽²⁾



Percepção de insegurança no ano de 2018

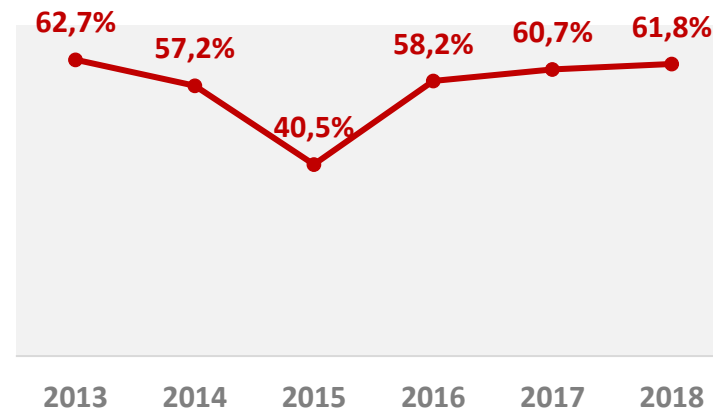
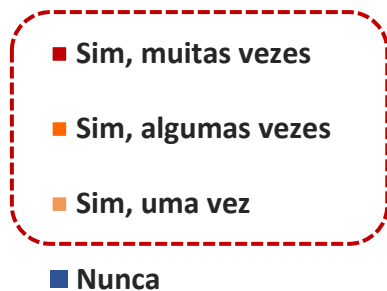
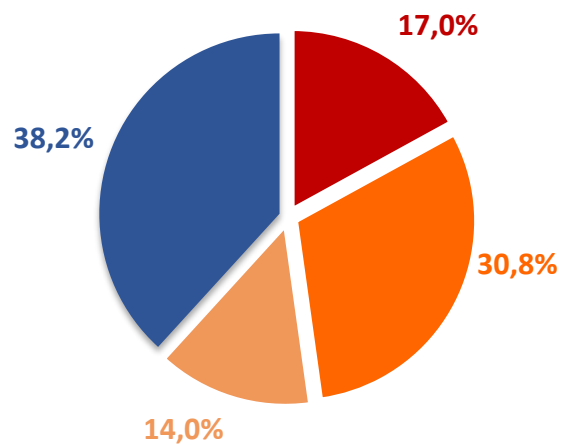
| | Trabalhar até mais tarde | Trabalhar aos fins de semana |
|----------------|--------------------------|------------------------------|
| Muito seguro | 0,0% | 0,7% |
| Seguro | 20,9% | 26,1% |
| Indiferente | 4,8% | 10,1% |
| Inseguro | 43,6% | 37,7% |
| Muito inseguro | 30,7% | 25,4% |

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

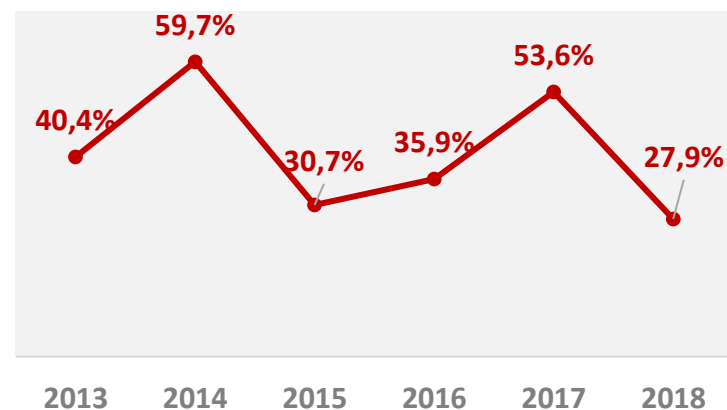
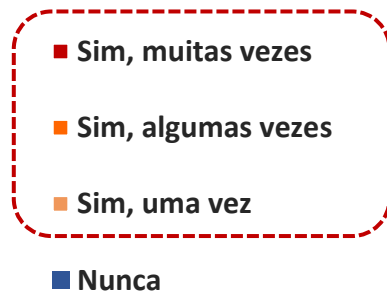
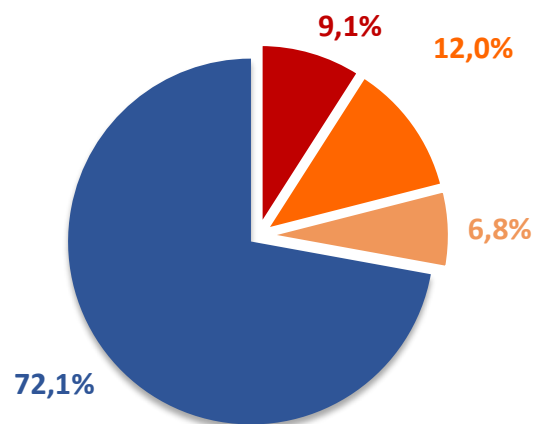
Nota: Os resultados dos indicadores foram revisados

Vitimização

Sofreu algum furto, assalto ou agressão em Belo Horizonte?

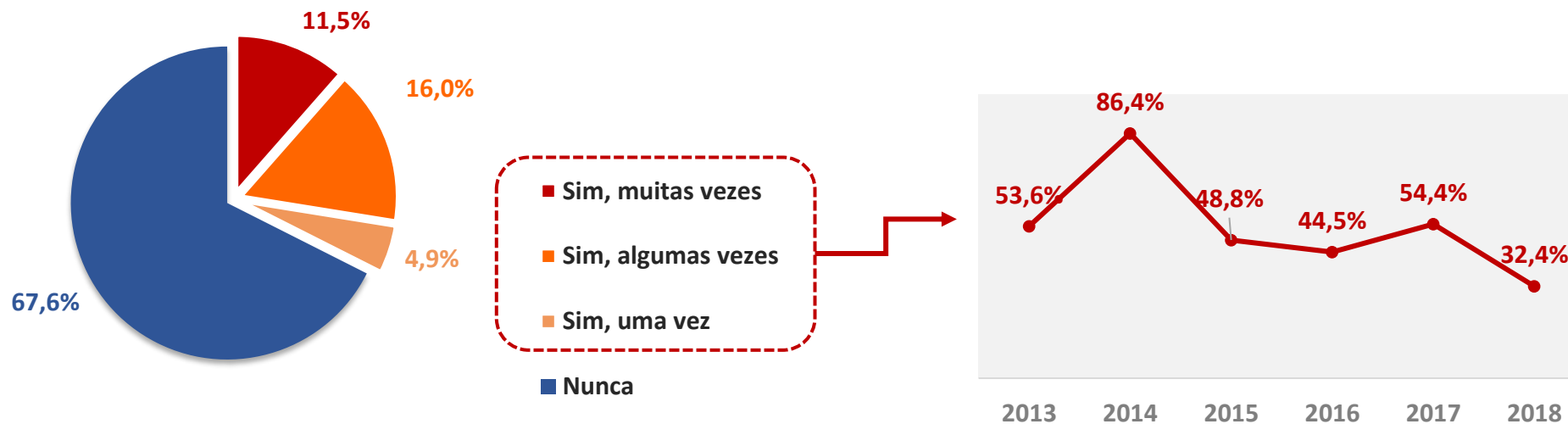


Sofreu algum furto, assalto ou agressão no seu bairro?



Vitimização

Sofreu algum furto, assalto ou agressão no seu estabelecimento?



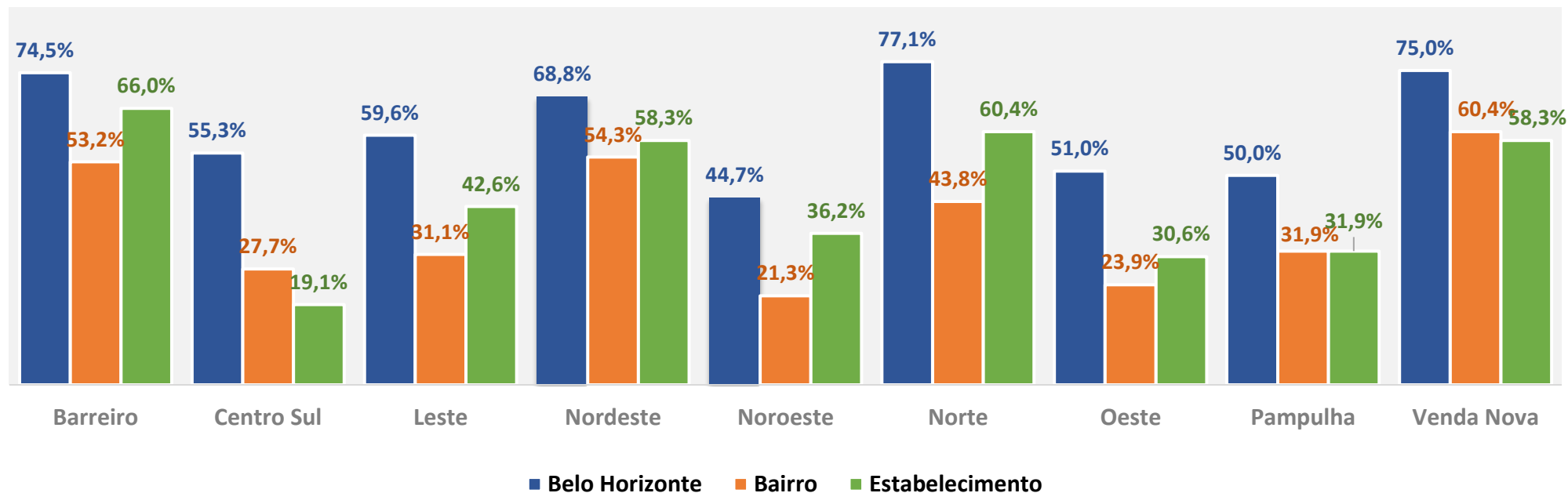
Qual tipo de violência ocorreu? ⁽¹⁾

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Assalto à mão armada a comerciários | 20,0% | 26,8% | 54,9% | 68,3% |
| Furto a loja | 37,3% | 37,4% | 20,6% | 15,2% |
| Assalto à mão armada a clientes | 19,6% | 9,8% | 12,3% | 3,9% |
| Agressão a comerciários | 2,2% | 0,8% | 2,0% | 2,2% |
| Furto a comerciários | 1,3% | 2,8% | 1,2% | 1,7% |
| Furto a clientes | 3,6% | 4,7% | 1,2% | 1,3% |
| Assalto a comerciários | 3,1% | 11,4% | 3,6% | 1,3% |
| Assalto a clientes | 7,1% | 4,7% | 0,4% | 0,4% |
| Agressão a clientes | 1,8% | 0,8% | 0,4% | 0,0% |
| Outros | 4,0% | 0,8% | 3,6% | 5,7% |

Entre os crimes ocorridos, 68,3% foram assalto à mão armada a comerciários e 15,2% furto a loja.

Vitimização

Ocorrência de furto, assalto ou agressão por região de Belo Horizonte⁽³⁾



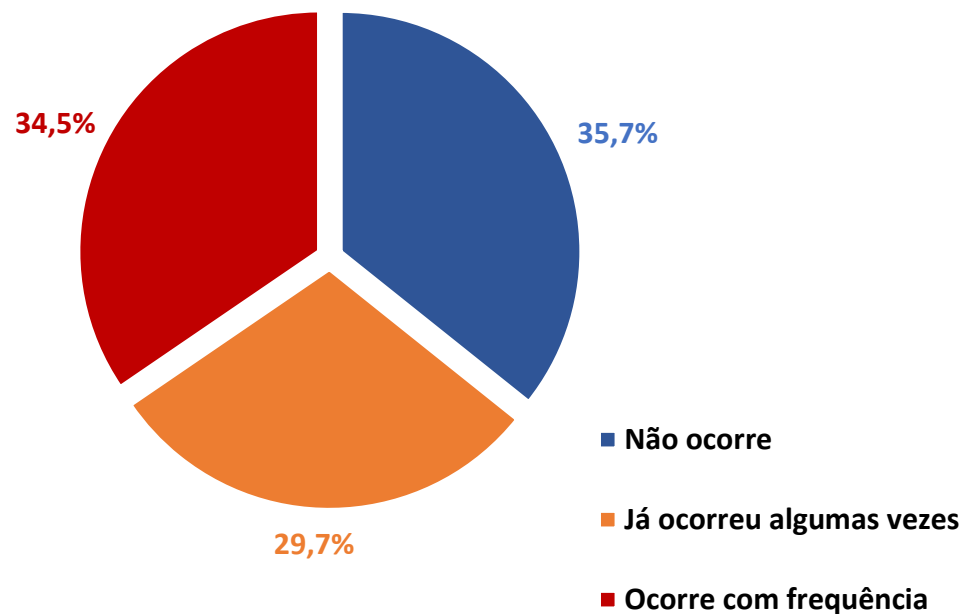
O gráfico assim representa o percentual de entrevistados em cada região que sofreu algum furto, assalto ou agressão em Belo Horizonte, no bairro em que o estabelecimento está localizado ou no próprio comércio.

Na amostra pesquisada, a Região do Barreiro (66,0%) e a Região Norte (60,4%) revelaram o maior número de comércios vitimizados. Na Região Centro-Sul foi observada a menor vitimização nos estabelecimentos: 19,1%.

⁽³⁾Percentual de empresários que passaram por furto, assalto ou agressão no local

Vitimização

Com que frequência ocorre furto de produtos da loja?

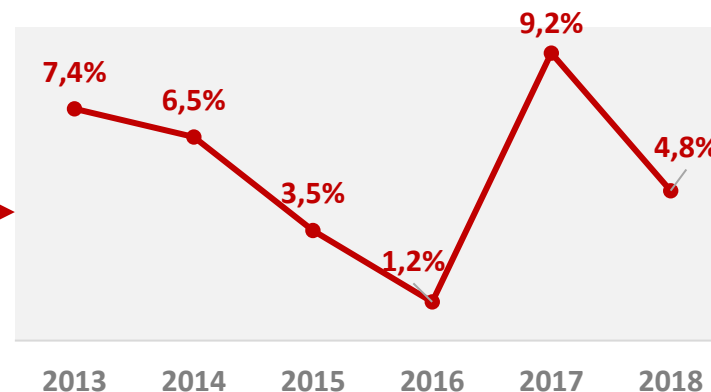
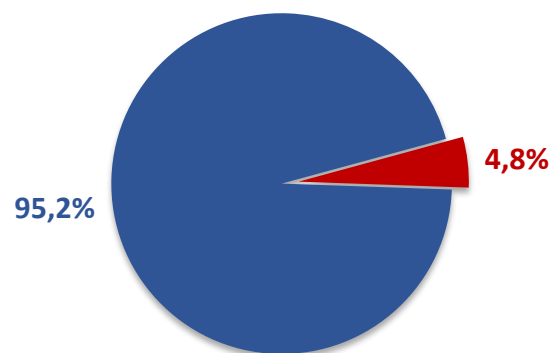


35,7% dos empresários afirmaram que não ocorrem furtos de produtos da loja. Segundo 29,7%, a infração já ocorreu algumas vezes e nos demais estabelecimentos (34,5%) esses casos ocorrem com frequência.

Não foi encontrada diferença significativa entre as regiões

Vitimização

Acionou a Polícia?



Quem considera responsável pela segurança?⁽⁴⁾



Entre os empresários que relataram alguma ocorrência no estabelecimento, a maioria (95,2%) acionou a Polícia.

46,5% atribuem à Polícia a responsabilidade pela segurança pública; em segundo lugar, 23,2% acreditam que é papel do Estado.

⁽⁴⁾ Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

Mudança de hábito

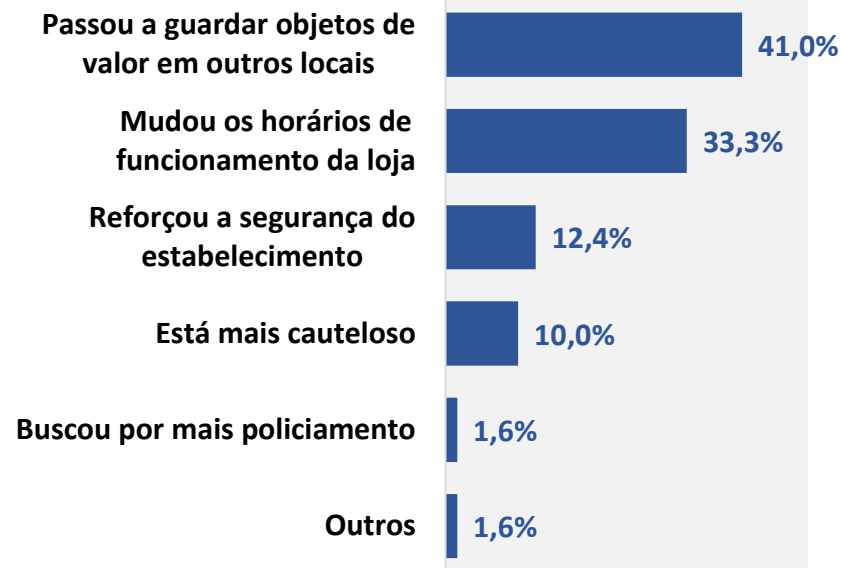
Mudou de hábito, nos últimos 12 meses, com medo da violência?



■ Sim
■ Não

Sim

| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 76,0% | 49,6% | 46,5% | 42,4% | 62,8% | 52,5% |

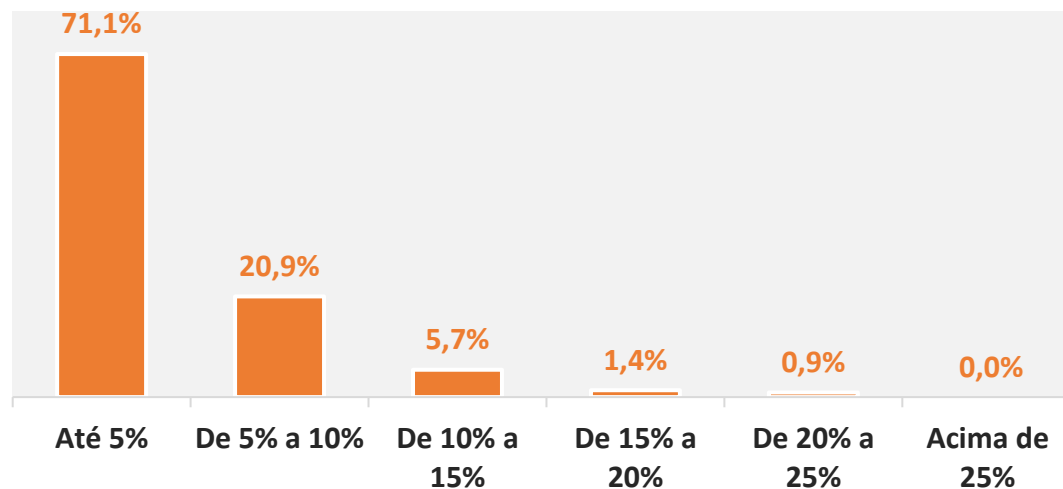


Com medo da violência nos estabelecimentos, 52,5% dos entrevistados afirmaram que reagiram ou mudaram alguma atitude nos últimos tempos. A principal ação, tomada por 41% dos entrevistados, foi a mudança do local de armazenamento dos objetos de valor. Já 33,3% modificaram o horário de funcionamento da loja e 12,4% reforçaram a segurança do estabelecimento.

Não foi encontrada diferença significativa entre as regiões

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% | 49,5% |
| Alarmes | 19,6% | 27,7% | 28,5% | 26,6% | 24,0% |
| Tranca nas portas e janelas | 18,6% | 8,1% | 9,3% | 11,3% | 7,9% |
| Grades em janelas e/ou portas | 14,2% | 11,2% | 11,7% | 9,6% | 4,7% |
| Cerca elétrica | 1,0% | 11,6% | 5,8% | 7,0% | 3,4% |
| Vigia armado | 10,8% | 4,9% | 6,0% | 2,8% | 0,7% |
| Segurança desarmado/fiscais de loja | 1,5% | 2,1% | 0,6% | 1,6% | 0,2% |
| Muro alto | 0,0% | 3,2% | 1,4% | 0,0% | 4,3% |
| Interfone | 1,5% | 1,4% | 1,0% | 0,0% | 0,4% |
| Cão de guarda | 0,0% | 0,7% | 0,4% | 0,0% | 0,9% |
| Outros | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 2,4% | 4,0% |

A maioria das empresas gasta, em média, até 5% do faturamento mensal da loja com segurança (71,1%). Entre os itens mais utilizados estão o circuito interno de TV (49,5%), alarmes (24,0%) e tranca nas portas e janelas (7,9%).

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

Metodologia

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista de produtos alimentícios e regiões de Belo Horizonte, distribuídas igualmente para cada região da cidade. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 9 e 17 de agosto de 2018. Foram avaliadas 432 empresas, 48 de cada região, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra a um intervalo de confiança de 95%. A diferença do conjunto de respostas nas regiões foram avaliadas pelo teste quiquadrado.

Equipe Técnica

Estudos Econômicos

| | |
|---------------------------|--------------------------------------|
| Responsável | Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida |
| Analista de pesquisa | Elisa Castro da Mata Ferreira |
| Assistente administrativa | Dayanne Jéssica da Silva Mendes |
| Pesquisadores | Bruno Alisson Batista Gomes |
| | Filipe do Nascimento Souza |
| | Joyce do Nascimento Silva |
| | Sara Angela dos Santos |
| Jovem aprendiz | Pedro Borges Teixeira |

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.