

ELIMINAÇÃO DE DESPERDÍCIOS E PERDAS



VISÃO GERAL SOBRE O DESPERDÍCIO

- **O QUE É DESPERDÍCIO E PERDA**
- **PORQUE OCORRE O DESPERDÍCIO**
- **ONDE OCORRE O DESPERDÍCIO**
- **O QUE O DESPERDÍCIO CAUSA**
- **O QUE LEVA AO DESPERDÍCIO**
- **COMO MINIMIZAR OS DESPERDÍCIOS**



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL.
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA.

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

O QUE É DESPERDÍCIO E PERDA

DESPERDÍCIO

- Ato ou efeito de desperdiçar, desaproveitamento, extravio, perda;
- É o desconhecimento ou a falta de orientação das pessoas;
- Tudo que não acrescenta valor ao seu produto de venda como perdas de tempo, capital, peças, energias, etc;
- Usar além do necessário, ao ponto de jogar fora parte daquilo que serviria para outras pessoas ou para ser usado em outra ocasião.



**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

DESPERDÍCIO

- É tudo aquilo que deixa de ser aproveitado, devido a ter se estragado ou se quebrado;
- Ter sido usado de forma inadequada;
- Não se ter uma iniciativa de uso ou não se saber usar;



PERDAS

- Ato ou efeito de perder, extravio, destruição;
- Perda é todo lucro ou resultado não alcançado por motivo de: extravio, desperdício, quebra ou administração ineficiente;
- É toda redução não planejada dos ativos da empresa;
- Concorrência que causa impacto negativo aos negócios da empresa, grande prejuízo e reduz os lucros



VARIADAS FORMAS DE PERDAS NOS SUPERMERCADOS

- Erros no cadastro de produtos;
- Formas de exposição dos itens;
- Uma mercadoria que cai no chão e quebra-se;
- Um produto degustado por um cliente, fornecedor ou funcionário



**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

POR QUE OCORRE O DESPERDÍCIO

- Mau emprego do recurso

* Deixar expositor vazio sem mercadorias.

-Furto e Roubo

*Falta de uma mercadoria sem que tenha sido vendida;

*Retirada de uma mercadoria.



**SUPER
NORTE**

2 PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

-Má Administração

* mercadoria que necessita de refrigeração, permanece em temperatura ambiente.

-Mau Gerenciamento

* falta de mercadorias expostas.

-Falta de Atenção

* colaboradores desatentos em relação aos clientes.



- Falta de Conhecimento
 - * colaborador desconhece alguns produtos.

- Falta de Ética Profissional
 - * valor da etiqueta diferente do preço de venda;
 - * comentários sobre clientes.

- Falta de Responsabilidade
 - * mercadoria fora do prazo de validade;
 - * produtos inadequados na exposição. -



**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - ROYAMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

ONDE OCORRE O DESPERDÍCIO

- Em casa;
- No supermercado;
- Na escola;
- Na rua;
- Em qualquer ambiente.

NO SUPERMERCADO, ONDE OCORRE O DESPERDÍCIO

Em todas as seções:

- Hortifruti
- Carnes
- Frios e laticínios
- Peixaria
- Padaria e confeitaria
- Mercearia
- Não alimentício
- Portaria
- Áreas da administração
- Áreas internas de estocagem e trânsito de funcionários



**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - ROYAMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

O QUE O DESPERDÍCIO CAUSA

- Prejuízo;
- Comprometimento do resultado operacional do supermercado;
- Comprometimento da saúde;
- Comprometimento da sobrevivência.



O QUE LEVA AO DESPERDÍCIO

- Comportamentos e atitudes inadequadas;
- Idéias pré- concebidas, preconceitos.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - ROYAMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

COMO MINIMIZAR OS DESPERDÍCIOS



EDUCAR E TREINAR OS ENVOLVIDOS

- EDUCAR: esclarecer os motivos, levar a refletir sobre o assunto. Orientar os envolvidos na operação sobre os porquês referentes aos desperdícios.
- TREINAR: transmitir a informação e o conhecimento sobre a operação e o procedimento correto.

INVESTIR NA LIDERANÇA

•É importante que o responsável na orientação das tarefas conheça os princípios fundamentais sobre liderança. O líder tem um importante papel de promover a participação, o comprometimento e a orientação dos seus liderados, visando atingir os objetivos esperados. O líder deve planejar, acompanhar, avaliar os resultados obtidos e corrigir os eventuais desacertos.

FOCAR NO DESPERDÍCIO

- Antes de mais nada é importante identificar os desperdícios. Atuar primeiramente naqueles que são os mais representativos. Deve-se atacar primeiramente os 20% de produtos ou problemas que são responsáveis pela maioria das perdas. Elaborar um plano de ação com início, meio e fim das tarefas e serem executadas para eliminar ou controlar os desperdícios.

PREVENIR O DESPERDÍCIO

- Treinamento de todos os funcionários, ensinando noções básicas de prevenção e respeitando as especificidades das seções e dos departamentos;
- Trabalho de monitoramento mais intenso sobre as áreas e produtos onde ocorrem as maiores perdas;
- Batida de validade diária nas seções e produtos mais críticos, como frios e laticínios;



PREVENIR O DESPERDÍCIO

- Verificação de temperatura dos balcões refrigerados e câmaras frias três vezes ao dia;
- Realização de inventário a cada três meses no mínimo;
- Estabelecer metas de redução de perdas para as diferentes seções e áreas da empresa. E bonificar a equipe quando a meta for atingida;



PREVENIR O DESPERDÍCIO

- Conscientizar e disseminar a cultura da prevenção de perdas para que seja praticada não apenas na empresa, mas em casa, pelos funcionários;
- Dotar a loja de equipamentos de segurança, como etiquetas antifurto, antenas com sinais sonoros e circuito interno de câmeras de televisão.



FORMAR UMA EQUIPE FORTE

- Os desperdícios representam uma ameaça real para a empresa, que precisa ser combatida seriamente em cada local em que ocorre. Os funcionários que trabalham na operação da seção são as pessoas mais indicadas para identificar e atuar no combate ao desperdício. São eles, portanto, os primeiros a serem orientados, cobrados e premiados.



**SUPER
NORTE**

2 0 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

AGENDAR TEMPO PARA TRATAR DE DESPERDÍCIOS

- Se você tem problemas com desperdícios na loja e até hoje não teve tempo para fazer nada a respeito, comece a se preocupar, pois é possível que logo, tenha tempo de sobra pois não haverá mais loja para cuidar. Agende tempo específico para cuidar do desperdício, que ocorre em seu âmbito de trabalho.



**SUPER
NORTE**

2 0 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

AGENDAR TEMPO PARA TRATAR DE DESPERDÍCIOS

- Converse com colegas, chefia, fornecedores, clientes e veja o que é possível fazer em relação ao desperdício da sua área ou empresa. A diminuição das perdas se reflete na melhoria do resultado operacional da loja, portanto, investir tempo para cuidar dela é com certeza uma das ações mais importantes de um bom gestor.



**SUPER
NORTE**

2 0 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

COLHER DADOS DO MERCADO

- Saiba o que está ocorrendo no seu segmento com relação ao combate dos desperdícios. Observe o que estão fazendo sobre o assunto os concorrentes, fornecedores e outras empresas. Consulte a literatura disponível a respeito, pesquise na internet, o importante é se informar sobre o assunto e tomar as decisões mais acertadas.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

SUPER
NORTE

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

MEDIR/VERIFICAR O DESPERDÍCIO

- Furto interno;
- Furto externo;
- Erros Administrativos;
- Quebras operacionais;
- Envolvimento das pessoas.

ELABORAR UM PLANO DE TRABALHO

- Introduzir o conceito de prevenção na cultura corporativa, através de palestras, cursos para todos na empresa;
- Mapeamento das zonas de risco, em cada um dos principais processos empresariais para identificar seus pontos críticos e criar rotinas (como a realização de inventários constantes com intervalo de 60 dias);

- Se possível terceirizar a mão de obra (a fim de não criar vínculos entre a equipe de vendas e de inventário);
- Após a apuração dos resultados, é necessário elencar os produtos cujas perdas somadas representam 50% do total dos prejuízos;



RETAGUARDA

OBJETIVOS OPERACIONAIS A ALCANÇAR :

- 1 - ZERO PERDAS;
- 2 - MERCADORIA 100% NO DESTINO;
- 3 - ZERO ERRO NA OPERAÇÃO;
- 4 - AREA 100% LIMPA E ORGANIZADA;



**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- Esses produtos serão considerados de alto risco, e por isso merecem um tratamento diferenciado entre a compra, estocagem e venda;
- A rotina de inventário deverá ser rotativo, periódico e inferior a 30 dias;
- Para o sucesso dessa empreitada é imprescindível nomear um responsável geral por prevenção de perdas, com o objetivo de pensar e controlar diretamente as informações;



- Medida eficiente também é: no controlar a técnica de estocagem no salão de vendas, onde o produto com data de validade mais próxima ao vencimento deve estar na frente, para ser vendido primeiro;
- Escolher um responsável pela limpeza, organização e controle de validade e vencimento, em cada seção de produtos.



**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- Para minimizar as perdas existem no mercado desde opções simples como a de guardar os produtos visados em armários de vidro, podendo chegar até a câmeras para monitorar o comportamento suspeito dos “clientes”;
- A equação é simples: ao estabelecer metas para a redução das perdas, os varejistas estarão investindo para minimizá-las e, com isso aumentar o lucro do seu negócio, numa relação custo-benefício muito mais eficaz do que qualquer ação promocional de vendas.



**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - ROYAMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

“ Encare os obstáculos como meio de seu crescimento,
da formação de sua FELICIDADE”.

Fale menos

Escute mais

Leia bons livros

Imite as boas ações

Cultive o otimismo

Impossível sonhar sozinho

Dê o melhor de si

Anime-se com o êxito dos outros

Disponha-se a colaborar

Esteja sempre disposto a ajudar.



**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - ROYAMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

Maria de Jesus Aquime
Multiplicadora ENS

j.aquime@yahoo.com.br