

# ABRAPPE

Associação Brasileira de Prevenção de Perdas

**Palestra: Como Fazer o Básico bem FEITO!**

**Carlos Eduardo Santos**

# Carlos Eduardo Santos



**Palestrante Internacional, Professor, Escritor, Consultor, Advogado e Administrador de Empresas**

**Presidente da ABRAPPE**

Associação Brasileira de Prevenção de Perdas

**Professor**

Fundação do MBA de Varejo da USP – Universidade São Paulo

**Professor**

Fundação Dom Cabral

**Idealizador do Instituto Prevenir Perdas ([www.prevenirperdas.com.br](http://www.prevenirperdas.com.br))**

**Escritor do livro “Prevenção de Perdas e Gestão de Risco”**

Editora Sicurezza

**Coautor do livro “Manual do Varejo no Brasil**

Editora Saraiva

**Experiências Anteriores:**

**Vice – Presidente** de Loss Prevention Walmart Brasil

**Diretor** de Prevenção de Perdas, Auditoria e Gerenciamento de Riscos das Lojas Marisa

**Gerente Executivo** de Prevenção de Perdas das Lojas Marisa

**Consultor Responsável** pela realização de mais de 200 projetos de Prevenção de Perdas em toda América Latina

**Responsável** pela capacitação de mais 10.000 profissionais de Prevenção de Perdas e Varejo em todo o Brasil e América Latina, em mais de 25 anos de realização de palestras e treinamentos

**Atualmente é** Diretor de Novos Negócios e Consultoria para a América Latina da Sensormatic / Johnson Controls



## NOSSO PROPÓSITO

*“Tornar a prevenção de perdas uma área estratégica e que contribua, de forma sustentável, para a proteção do lucro e aumento da rentabilidade dos negócios.”*



# CONSELHO-EXECUTIVO

Presidente e Diretor de Comunicação

**Carlos Eduardo Santos**  
*Sensormatic e "Prevenir Perdas"*

Vice-presidente e 1º Tesoureiro

**Lenivaldo Barros**  
*Riachuelo*

1º Secretário

**Gernaldo Gomes**  
*Lopes Supermercados*

2º Secretária

**Patricia Rosa**  
*Drogaria Araujo*

2º Tesoureiro

**Rogério Maia**  
*C&A*

Diretora Jurídica

**Renata Cavalcante**  
*Neto Cavalcante*

Diretora de  
Comunicação e Conteúdo

**Cristina Araújo**  
*Drogarias Araújo*

Diretor de ESG

**Emerson Freitas**  
*Dia Group*

Diretor de  
Inovação e Tecnologia

**Paulo Rogério Silva**  
*Petz*

Diretor de  
Relações Institucionais

**Jerome Mairat**  
*Carrefour*

Diretor de  
Relações Internacionais

**Erlon Lisboa de Jesus**  
*Abrappe*

Diretor de  
Riscos e Segurança

**Cristian Candido**  
*Via*

Diretor de Parcerias

**Rodrigo Nascimento**  
*Novo Mundo*

Diretor-executivo

**Fabiano Andrade**

# CONSELHOS FISCAL E DELIBERATIVO

## Conselho Fiscal

**Eder Motin**  
*(Condor)*  
**Marcelo Soares**  
*(Abrappe)*  
**Marcos Macchione**  
*(Neto Cavalcante)*

## Conselho Deliberativo

**Adilson Souza**  
*Sonda*  
**Alexandre Ribeiro**  
*Renner*  
**Alexandre Zuchi da Costa**  
*Amase*  
**Anderson Sousa**  
*C&C*  
**André Pontes**  
*Ferreira Costa*  
**Antonio J. Balbino Souza**  
*Abrappe*  
**Antonio de Sousa Andrade**  
*Nidobox*  
**Camila Guimarães**  
*Floresta Supermarket*  
**Carlos Eduardo Peruzzi**  
*Marisa*  
**Carlos Palomares**  
*Lojas Americanas*  
**Cecília Leotte**  
*Abrappe*  
**Claudio Pecin**  
*RaiaDrogasil*

**Cristian Candido**  
*Via*  
**Edson Nunes**  
*Globo / Nazaria*  
**Elizeu Lucena**  
*Carrefour*  
**Fernando Uchoa**  
*Atakarejo*  
**Fernando Alves**  
*Pague Menos*  
**Franklin Oliveira**  
*Cencosud – BA*  
**Gernaldo Gomes**  
*Lopes-Raiz*  
**Jonathan Taylor**  
*Abrappe*  
**José Alcides Gomes**  
*Lojas Emmanuelle*  
**Karina Bandeira**  
*St Marche*  
**Keila Meireles Prates**  
*Abrappe*  
**Marcos Cunha**  
*Bretas*

**Sergio Meneses**  
*Dia*  
**Paulo Silva**  
*Petz*  
**Patrícia Rosa**  
*Drogaria Araujo*  
**Patrick Barra**  
*Grupo Carone*  
**Roberto Pupe**  
*Panvel*  
**Rodrigo Nascimento**  
*Novo Mundo*  
**Rodrigo Canal**  
*Abrappe*  
**Rogério Carvalho**  
*Magalu*  
**Rogério Maia**  
*C&A*  
**Romuald Gausot**  
*GPA*  
**Samuel Peixoto**  
*Amis / Panelão*  
**Yuri Miranda**  
*Amas*



# COMITÊS

## Regionais

- AM – Coordenador: Alexandre Zuqui (Amase)
- BA - Coordenador: Franklin Oliveira (Cencosud)
- CE - Coordenador: Antonio de Sousa Andrade (Acesu)
- GO – Coordenador: Rodrigo Nascimento (Novo Mundo)
- MG - Coordenador: Samuel Peixoto (Amis)
- MS - Coordenador: Yuri Miranda (Amas)
- MT - Coordenador: Tiago Zompero Pazini (Eletro Fios)
- PE - Coordenador: André Pontes (Ferreira Costa)
- PR - Coordenador: Eder Motin (Apras)
- RJ - Coordenadora: Camila Guimarães (Asserj)
- RS - Coordenador: Roberto Pupe (Grupo Panvel)
- SC – Coordenador: vago (Acats)
- ES - Coordenador: Patrick Barra (Grupo Carone) - **NOVO**

## Setoriais e técnicos

- Comitê Indústria – Jorge Custódio (Piracanjuba) **NOVO**
- Comitê Logística – Anderson Silva (Mercado Livre) - **NOVO**
- Comitê Segurança – Elizeu Lucena (Carrefour)
- Comitê Jurídico – Renata Cavalcante (NCSA)

# PILARES DE ATUAÇÃO



## SUORTE

- Networking com os principais líderes do varejo
- Comitês regionais
- Atuação junto ao board das empresas
- Inserção do tema Prevenção de Perdas nos principais eventos do varejo



## CONTEÚDO

- Estudos e pesquisas de mercado
- Artigos e papers técnicos
- Troca de experiências entre os membros
- Literatura nacional e internacional



## EDUCAÇÃO E CARREIRA

- Eventos e cursos de capacitação
- Banco de vagas e currículos
- Certificação profissional

# CARTILHAS PARA OS ASSOCIADOS

**ABRAPE**  
Associação Brasileira de Prevenção de Perdas

COMITÊ DE SEGURANÇA

## Como prevenir desvios de mercadorias no varejo

*Ficou para trás o tempo em que estoques, vendas e maquinários eram considerados as maiores riquezas de uma empresa. Hoje, são os ativos intangíveis que compõem os diferenciais competitivos. Olhar para eles atentamente é construir relacionamentos positivos e mais respeitosos com os(as) consumidores(as), o que ajuda a evitar crises.*

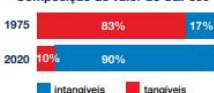


Fruto de recentes transformações em um mundo pós-industrial e frente ao complexo panorama da sociedade da informação e do conhecimento em que vivemos, a valorização dos chamados **valores intangíveis** tem assumido cada vez mais relevância na manutenção das vantagens competitivas e nos resultados das empresas.

Estudo\* realizado com base no índice S&P500 mostrou que, em 1975, 83% do valor de uma empresa era composto por ativos tangíveis e ape-

nas 17%, por intangíveis. De lá para cá, ocorreu uma verdadeira revolução nesses números. Hoje, os intangíveis representam 90% do valor de uma empresa (veja gráfico abaixo).

Composição de valor do S&P500



\*Fonte: www.oceanotomo.com

O COMITÊ DE SEGURANÇA ABRAPPE é uma iniciativa da Associação Brasileira de Prevenção de Perdas, organização que reúne mais de 600 varejistas e 2 mil profissionais de prevenção de perdas e gestão de riscos. A Abrappe atua para que as operações das redes varejistas sejam cada vez mais seguras e, consequentemente, mais rentáveis e lucrativas, sempre respeitando, acima de tudo, os direitos de clientes e colaboradores(as) e os valores humanos.

Veja mais em:  
[www.abrappe.com.br](http://www.abrappe.com.br)



01

**ABRAPE**  
Associação Brasileira de Prevenção de Perdas

COMITÊ DE SEGURANÇA

## Gestão de conflitos no ambiente comercial

*O cenário atual exige dos(as) profissionais de Prevenção de Perdas estratégias que posicionem o bem-estar de todas as pessoas e a satisfação dos(as) clientes no centro de suas decisões, tanto na prevenção quanto na resolução de conflitos. Os momentos de crise trazem boas oportunidades para efetivar a mudança cultural pela qual a área tanto necessita passar.*

Neste novo século, caracterizado por mudanças rápidas e constantes e frenético fluxo informativo, um dos maiores desafios competitivos no mundo empresarial é se antecipar e prevenir problemas, visando sobretudo a satisfação dos(as) clientes. No caso do varejo, o contexto atual não é dos mais favoráveis, visto que a maior recessão econômica da história recente do Brasil, somada ao cenário de pandemia, atingiu em cheio o setor.

O isolamento social imposto pela Covid-19 derrubou a abertura de lojas físicas no País. A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) estima que o comércio perdeu mais de 75 mil pontos de venda somente em 2020. A recuperação não parece tão próxima, com novas variantes do coronavírus surgindo – caso da Ômicron – e uma taxa de desempre-

go de 12,6% no terceiro trimestre de 2021, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Esse grave cenário econômico afeta diretamente os negócios de variados setores. Já foi abordado anteriormente (leia artigo *Gestão de desvio de mercadorias no varejo*) como os valores intangíveis vêm se tornando vantagem competitiva para as empresas e estão mudando a atuação da área de Prevenção de Perdas, para um modelo que se guia muito mais pela prevenção do que pela resolução de crises.

O antigo foco na gestão de ocorrências já deixou claro que, se algo não for feito em caráter preventivo, as pequenas perdas poderão se transformar em sérios problemas a serem administrados de forma emergencial, causando desgaste tanto na relação com os(as) clientes quanto no clima

O COMITÊ DE SEGURANÇA ABRAPPE é uma iniciativa da Associação Brasileira de Prevenção de Perdas, organização que reúne mais de 600 varejistas e 2 mil profissionais de prevenção de perdas e gestão de riscos. A Abrappe atua para que as operações das redes varejistas sejam cada vez mais seguras e, consequentemente, mais rentáveis e lucrativas, sempre respeitando, acima de tudo, os direitos de clientes e colaboradores(as) e os valores humanos.

Veja mais em:  
[www.abrappe.com.br](http://www.abrappe.com.br)



01

**ABRAPE**  
Associação Brasileira de Prevenção de Perdas

COMITÊ DE SEGURANÇA

## Gestão de incidentes e relações com autoridades

*Ter os(as) clientes no centro da estratégia empresarial ajuda a construir relações que atendam às demandas e necessidades dos(as) consumidores(as) e zelem pela integridade de todas as pessoas. Nesse sentido, o relacionamento com autoridades de segurança pública pode ter grande valia na prevenção e gestão de incidentes.*

Vivemos a era da informação e do conhecimento. E do ativismo. As redes sociais são hoje um dos meios preferidos dos(as) consumidores(as) para manifestarem sua satisfação – ou indignação – com o posicionamento das organizações. Mobilizações, depredações, cancelamentos e boicotes são algumas das reações adotadas caso o(a) cliente perceba algum desrespeito àquilo que considera social e ambientalmente aceitável.

Esse novo panorama da sociedade tem levado a transformações significativas em todo o varejo. Incidentes ocorridos recentemente com varejistas brasileiros envolvendo casos de racismo, violência ou homofobia, que viralizaram nas redes, têm estimulado a revisão de processos internos de gestão, a fim de prevenir ou minimizar ocorrências delicadas com clientes.

A percepção de que vários desses casos poderiam ter tido desfecho completamente diferente vem direcionando debates a respeito da atuação da área de Prevenção de Perdas, tradicionalmente focada na defesa dos ativos patrimoniais tangíveis.

**Hoje, há um certo consenso de que os prejuízos causados à imagem da marca em situações como essas são imensamente maiores, em todos os aspectos, do que eventuais furtos.** Ou, até mesmo, mais graves do que eventuais falhas processuais, na gestão de estoques, dos inventários ou na manutenção de equipamentos.

Todos esses cuidados fazem com que, cada vez mais, seja necessário identificar os vários papéis e responsabilidades estendidos à área, diferenciando atribuições relacionadas à prevenção de perdas em si daquelas

O COMITÊ DE SEGURANÇA ABRAPPE é uma iniciativa da Associação Brasileira de Prevenção de Perdas, organização que reúne mais de 600 varejistas e 2 mil profissionais de prevenção de perdas e gestão de riscos. A Abrappe atua para que as operações das redes varejistas sejam cada vez mais seguras e, consequentemente, mais rentáveis e lucrativas, sempre respeitando, acima de tudo, os direitos de clientes e colaboradores(as) e os valores humanos.

Veja mais em:  
[www.abrappe.com.br](http://www.abrappe.com.br)



01

**WWW.ABRAPPE.COM.BR**



# PREVENÇÃO DE PERDAS EM NOVELA DA GLOBO

**ABRAPE**

Associação Brasileira de Prevenção de Perdas



# Nova Visão Estratégica – GESTÃO DE RISCOS

Gestão de  
Risco

Auditoria

Gestão de  
Estoques

Prevenção à  
Fraudes

Prevenção de  
Perdas

Controles  
Internos

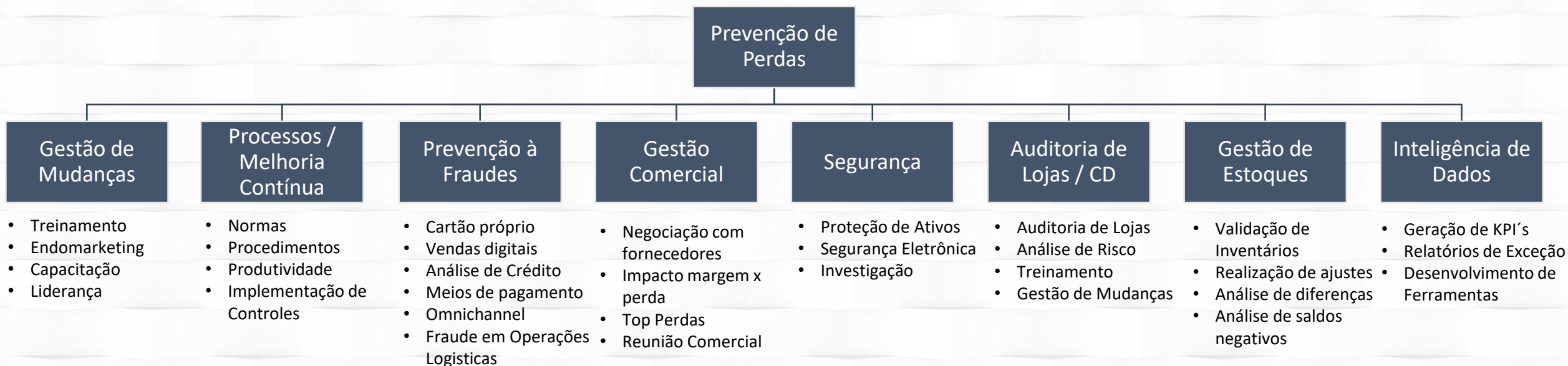
Compliance

Segurança

- Alimentar
- Informação
- Trabalho
- Proteção de Ativos



# Estrutura Organizacional Padrão





# PERDA AMPLIADA

Prevenção de Perdas Ampliada  
lojas físicas e e-commerce





# NOVA VISÃO ESTRATÉGICA

De Prevenção de Perdas para a  
“PROTEÇÃO DO LUCRO”



CLIENTE

PERDA  
AMPLIADA

P&L (BU)

CULTURA DE  
RISCOS

RENTABILIDADE/  
MARGEM /  
GERAÇÃO DE CAIXA



# PROTEÇÃO DO LUCRO

Prevenção de Perdas  
Gestão de Estoques

Segurança Patrimonial

Riscos

Cliente

Operações  
Price

Compras

Marketing

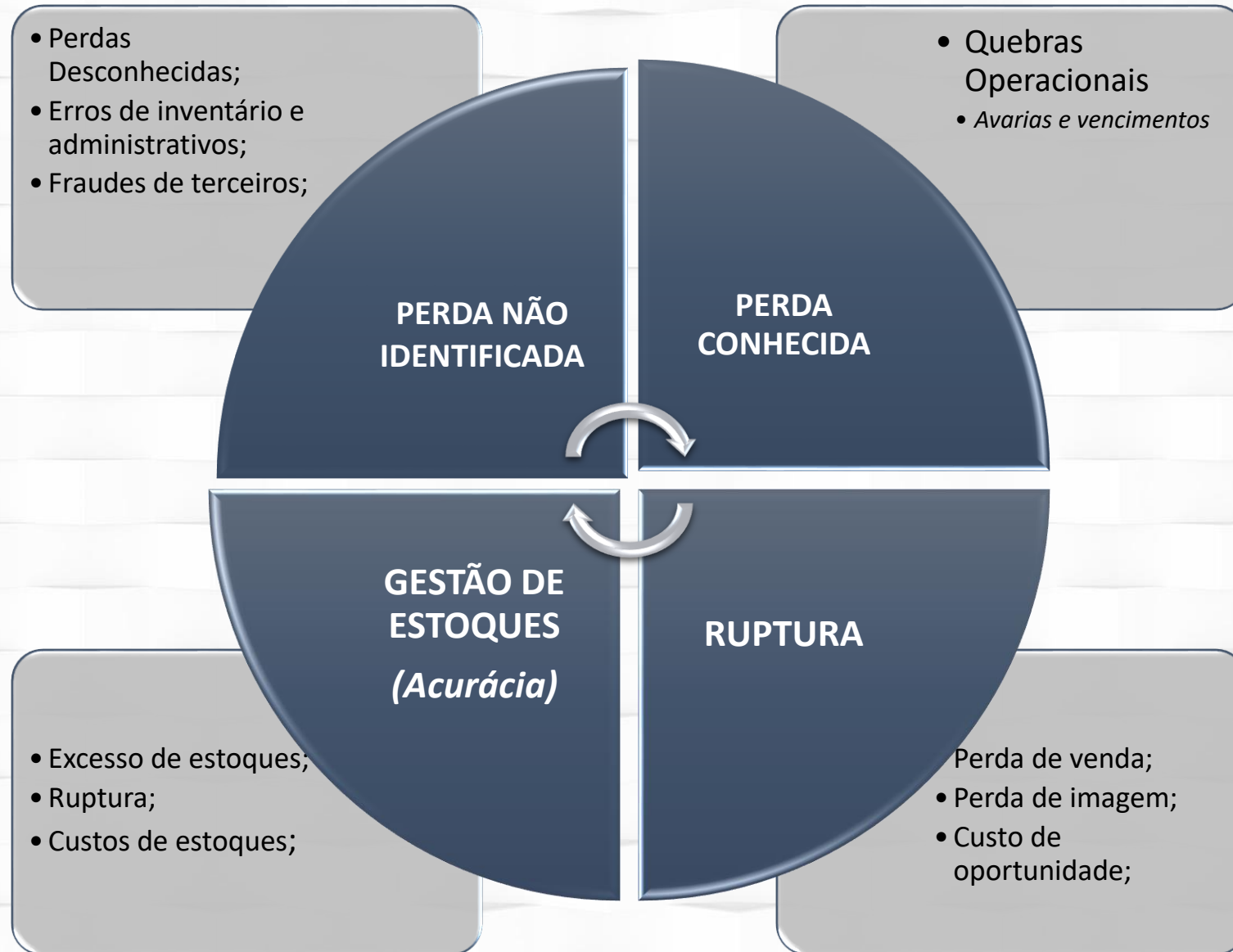


PONTO L = LUCRO





# Principais desafios da Prevenção de Perdas – Foco Estoques





# 6ª Pesquisa ABRAPPE de Perdas no Varejo Brasileiro

Junho/2023

Realização:



Apoio:



E o Índice Médio das perdas no varejo foi: **1,48%**

Segundo estimativa de estudo da SBVC, o Varejo Restrito movimentou **2,14 Trilhões** de reais em 2022.

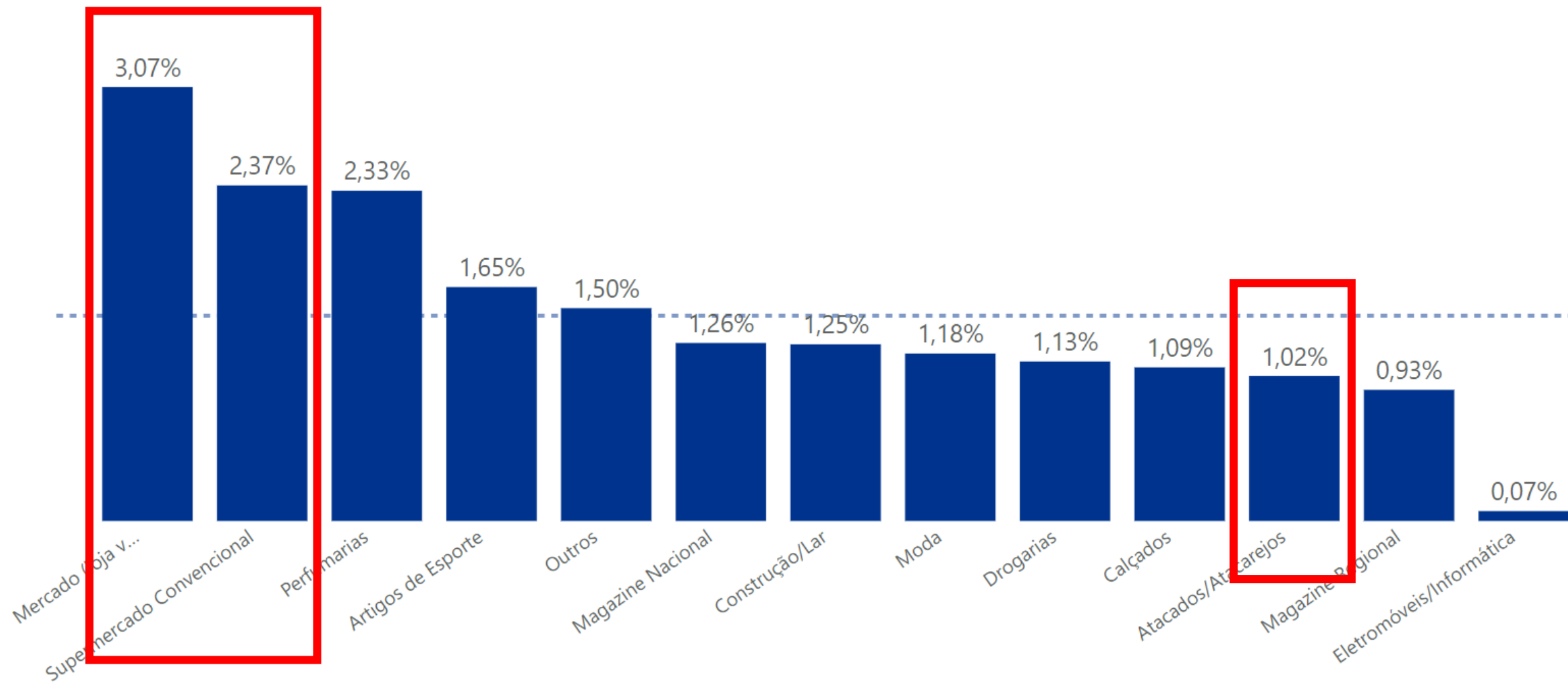
Em 2021 o índice médio de perdas no varejo foi de **1,21%**, portanto tivemos um aumento de **22%** para o ano atual.

**O que isso representa?**

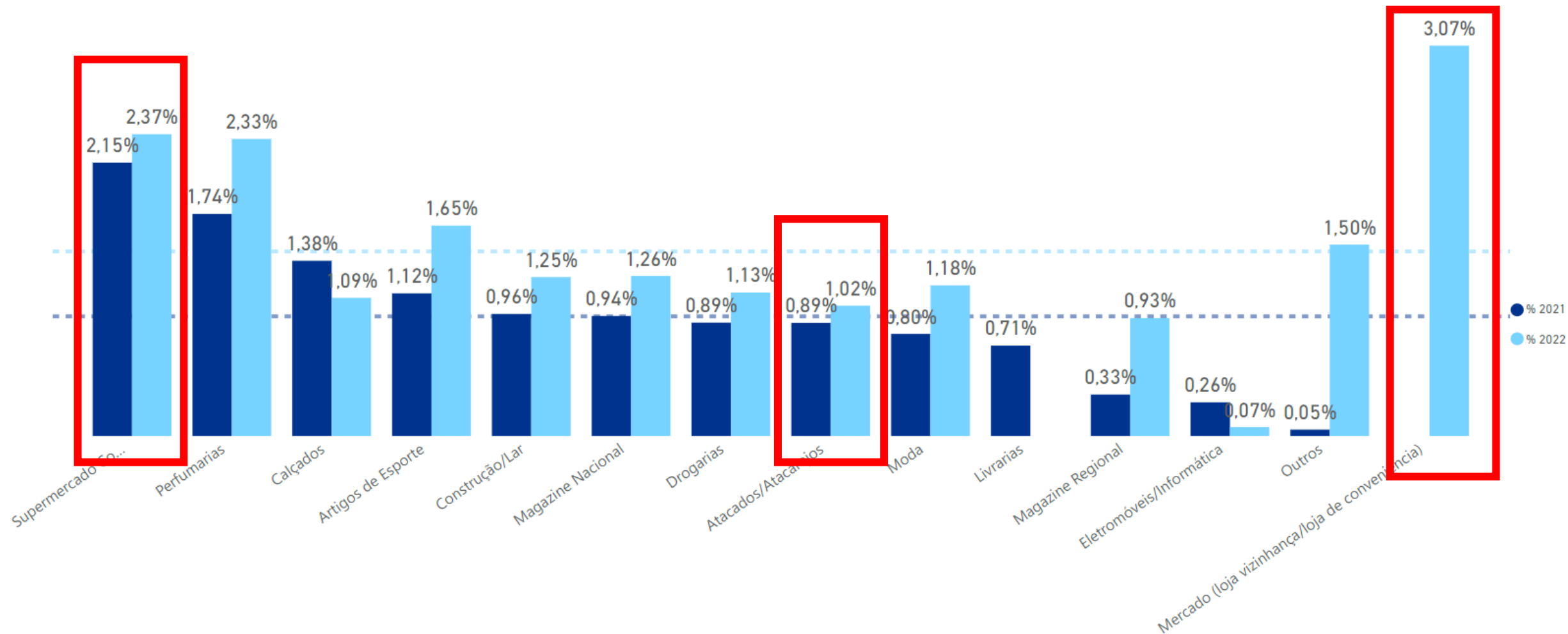
Uma perda de:

**31,7 Bilhões de Reais!**





Os setores não apresentados, não atenderam os pré requisitos da metodologia em quantidade de respondentes e/ou qualidade da informação.



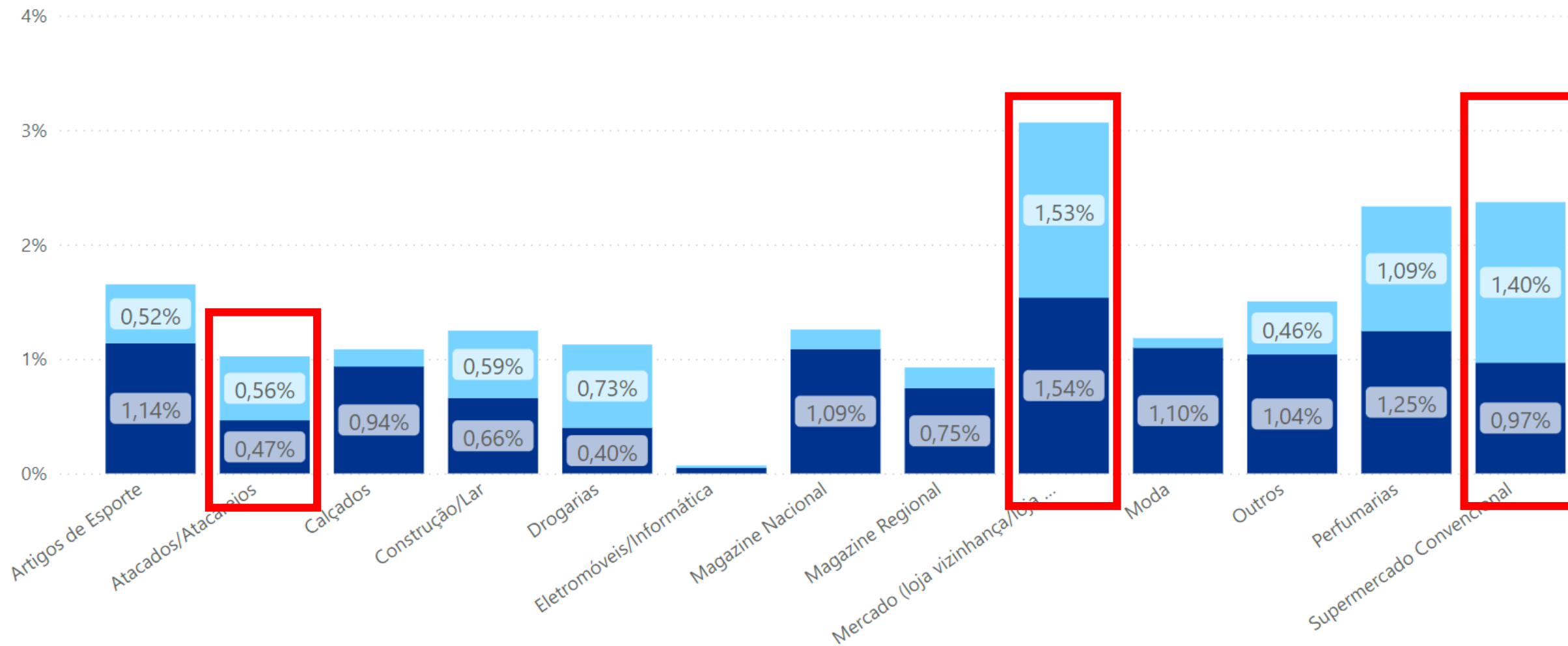
Os setores não apresentados, não atenderam os pré requisitos da metodologia em quantidade de respondentes e/ou qualidade da informação.



2022



● Perdas não Identificadas ● Quebras Operacionais

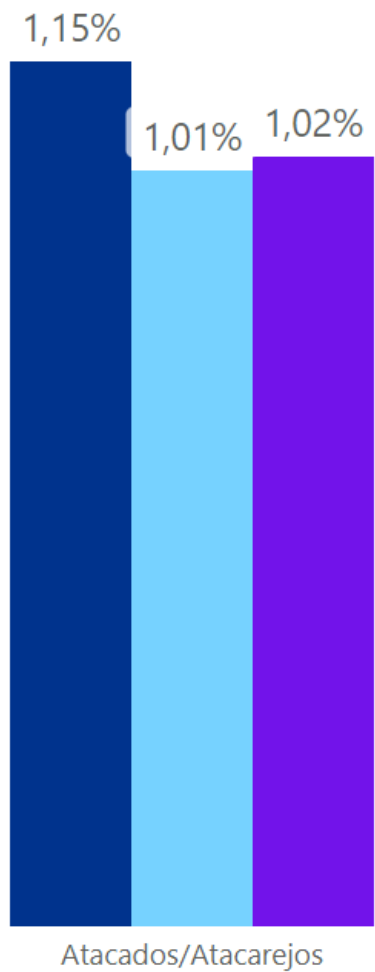


Os setores não apresentados, não atenderam os pré requisitos da metodologia em quantidade de respondentes e/ou qualidade da informação.

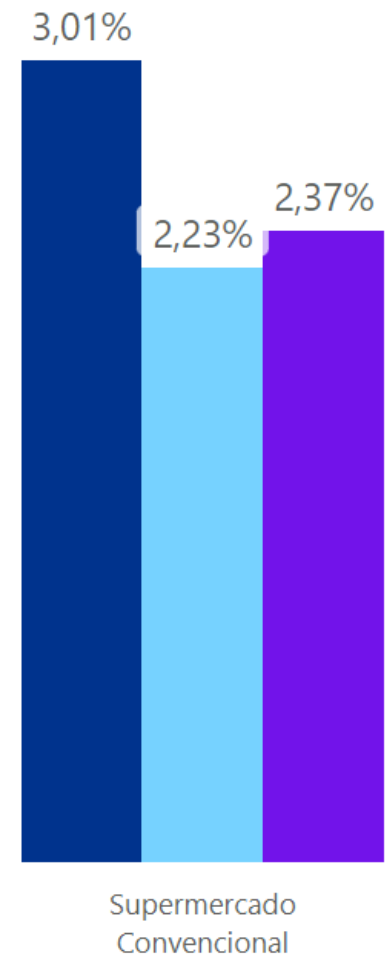




● Sem Bonificação ● Com Bonificação ● Índice Total

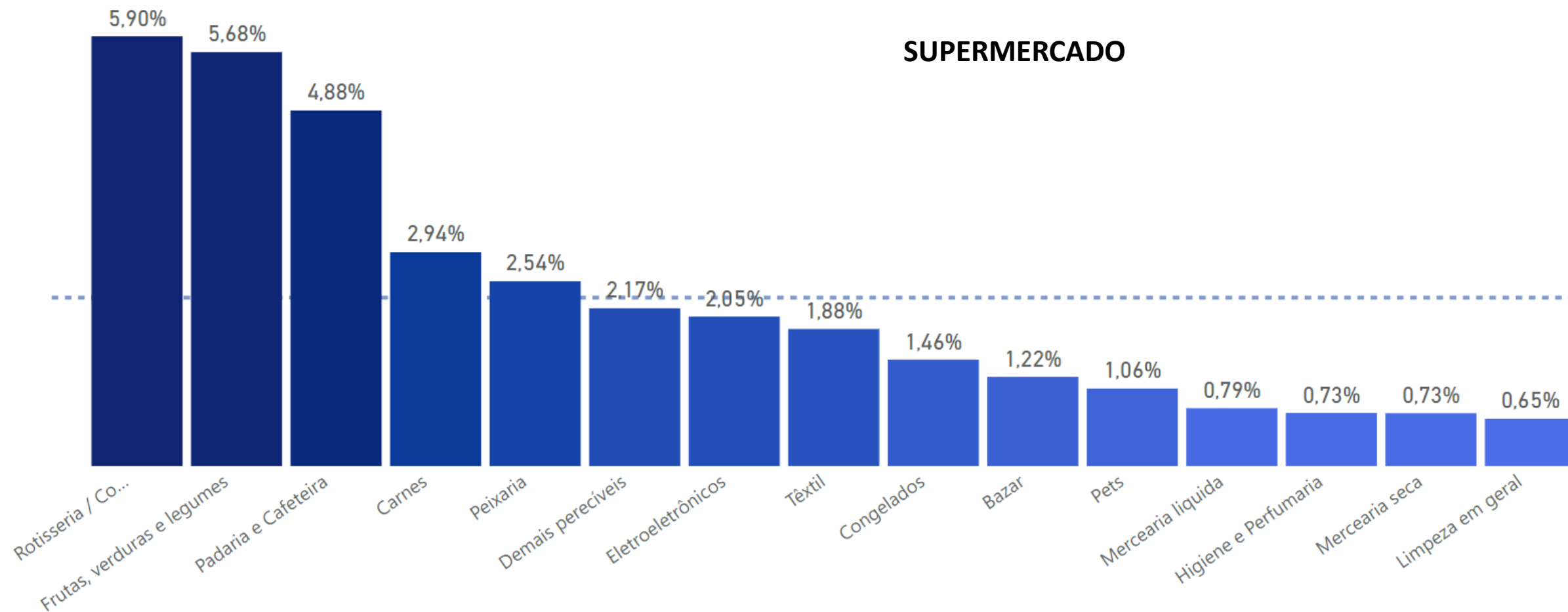


● Sem Bonificação ● Com Bonificação ● Índice Total



*Os setores não apresentados, não atenderam os pré requisitos da metodologia em quantidade de respondentes e/ou qualidade da informação.*

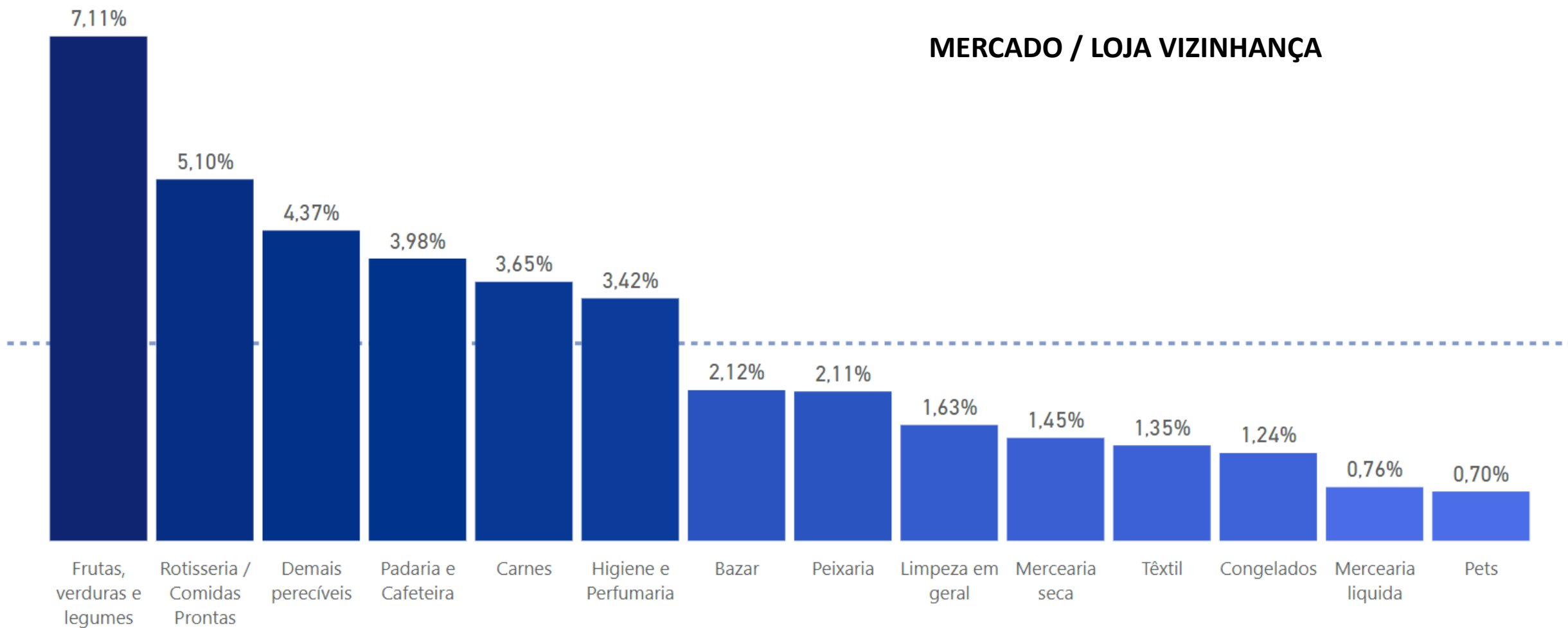
## SUPERMERCADO



Os setores não apresentados, não atenderam os pré requisitos da metodologia em quantidade de respondentes e/ou qualidade da informação.

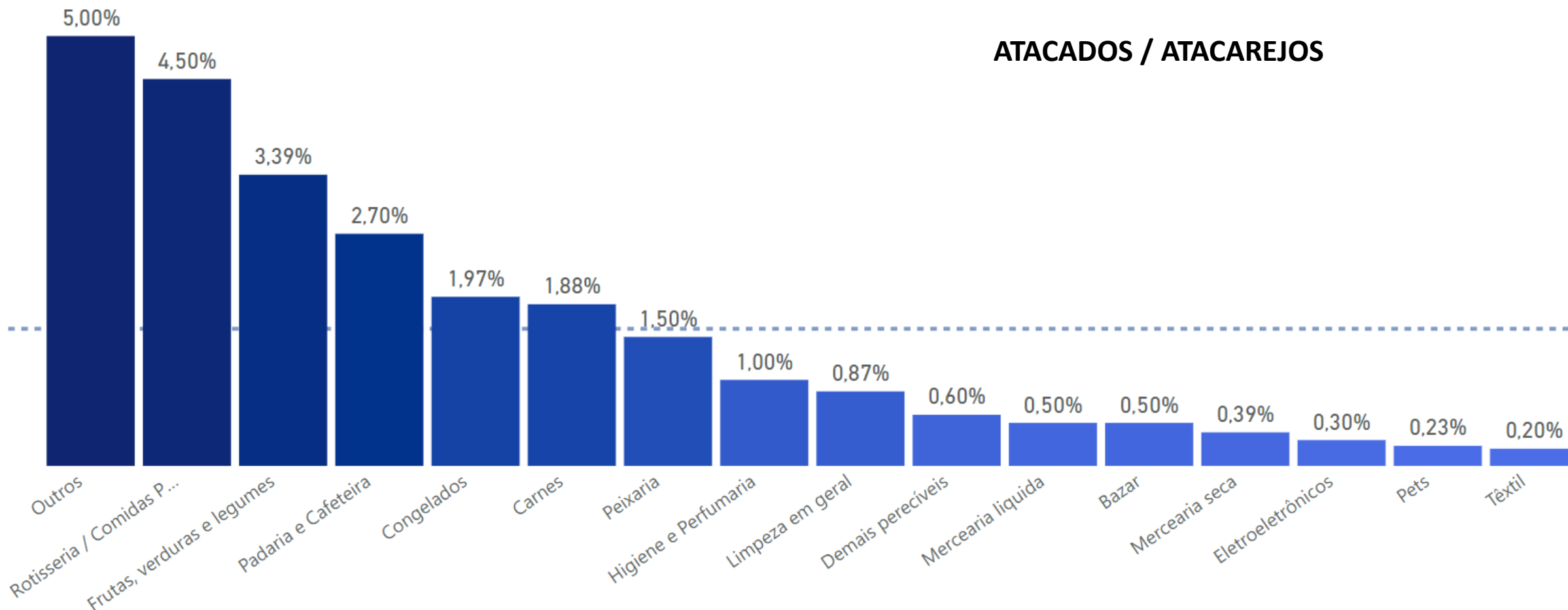


## MERCADO / LOJA VIZINHANÇA



Os setores não apresentados, não atenderam os pré requisitos da metodologia em quantidade de respondentes e/ou qualidade da informação.

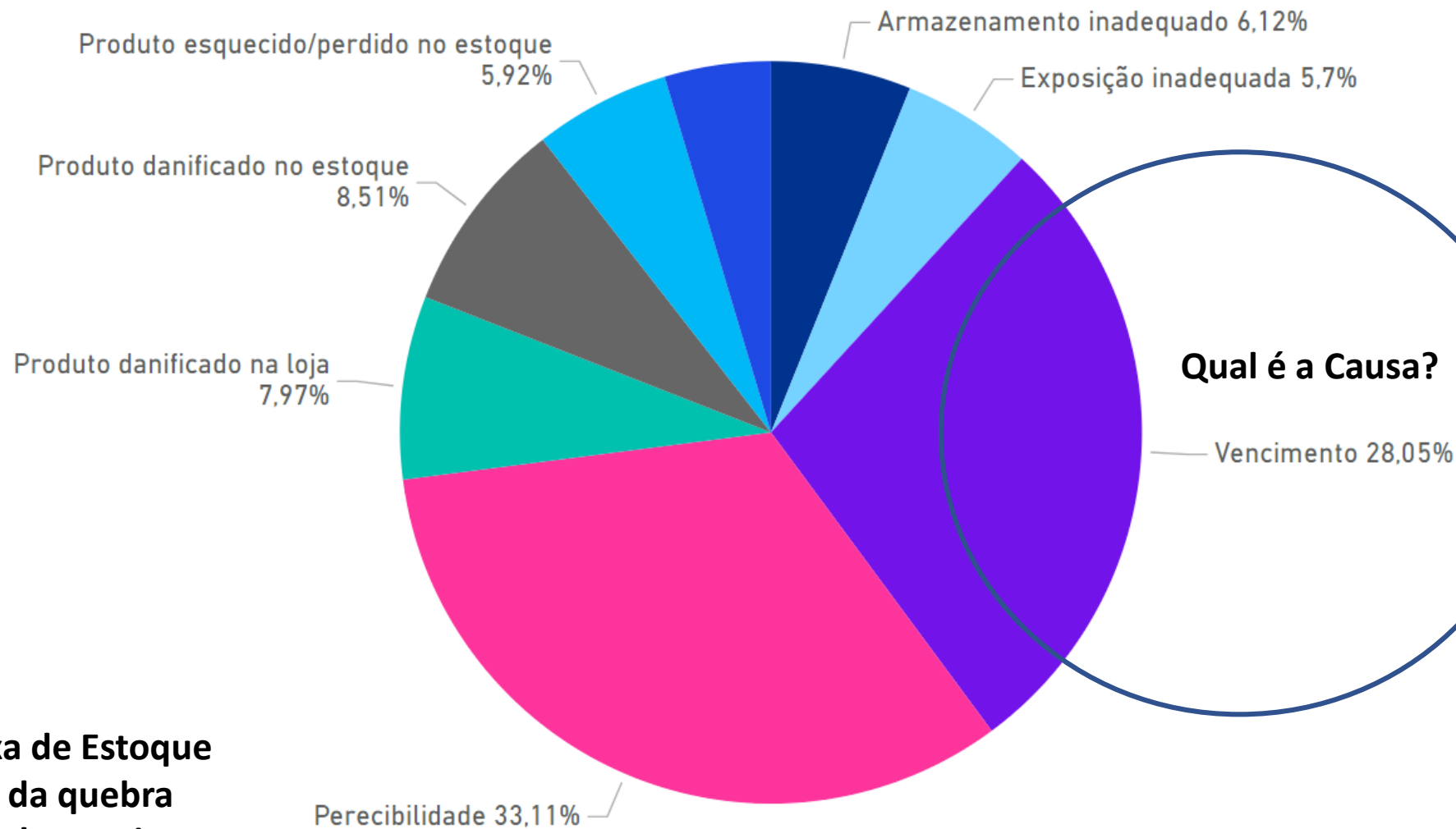




Os setores não apresentados, não atenderam os pré requisitos da metodologia em quantidade de respondentes e/ou qualidade da informação.



## SUPERMERCADO



**Qual é a Causa?**

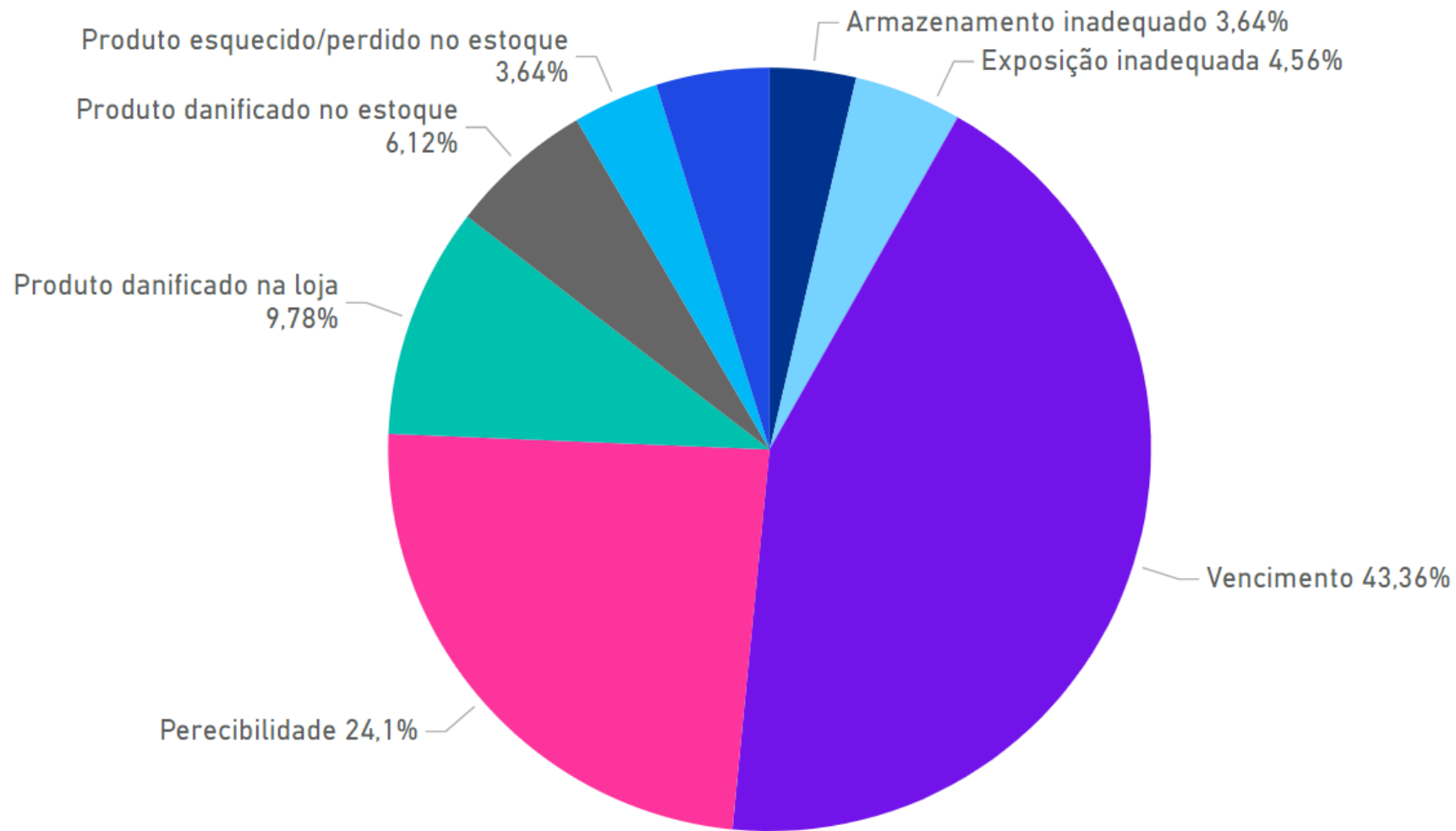
Vencimento 28,05%

- Regra 1: Contabilizar a Baixa de Estoque**
- Regra 2: Identificar a causa da quebra**
- Regra 3: Identificar a causa de vencimento**
- Regra 4: Diagnosticar e implementar Plano de Ação**

- Armazenamento inadequado
- Exposição inadequada
- Vencimento
- Perecibilidade
- Produto danificado na loja
- Produto danificado no estoque
- Produto esquecido/perdido no estoque
- Refrigeração

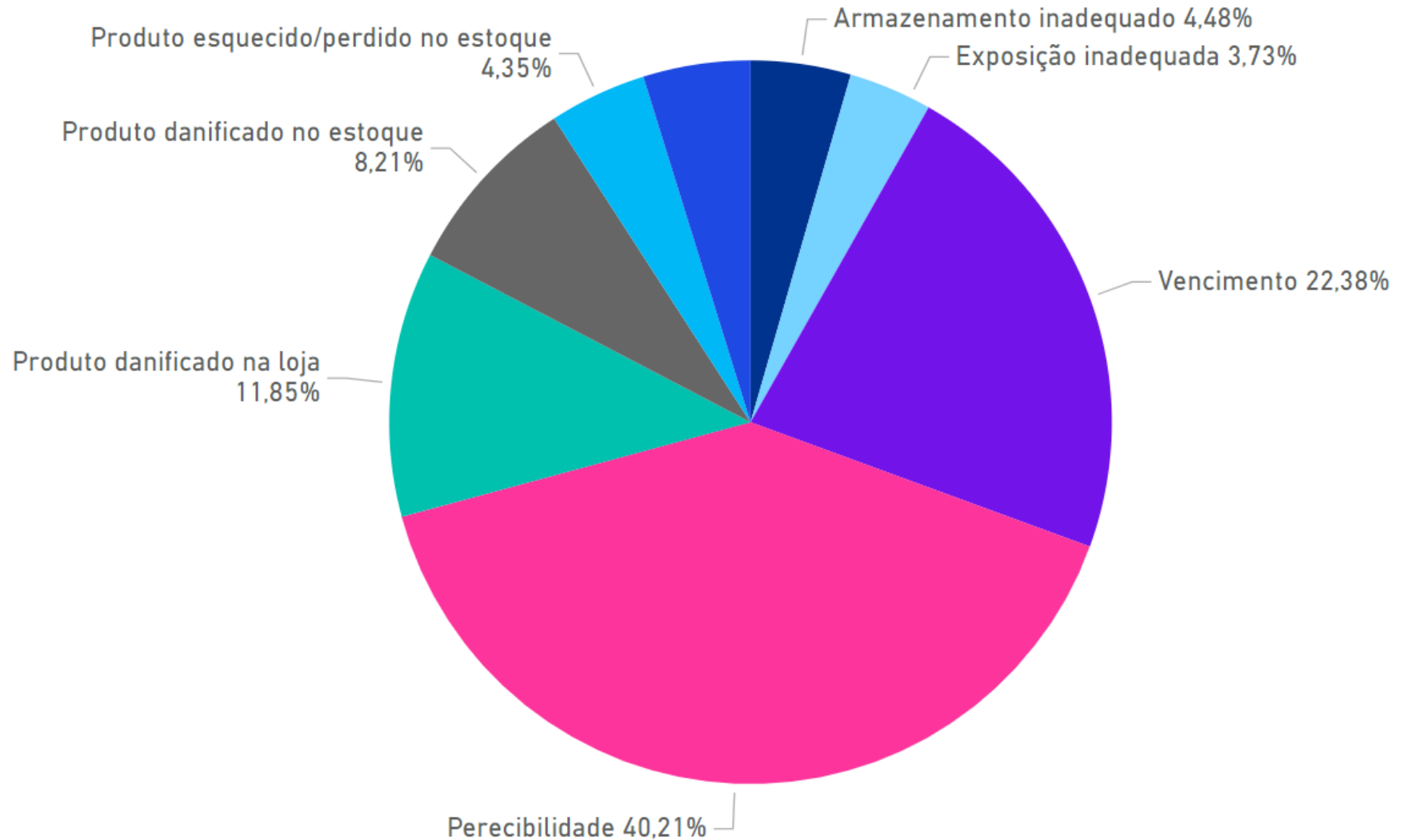


## MERCADO / LOJA VIZINHANÇA



- Armazenamento inadequado
- Exposição inadequada
- Vencimento
- Percibilidade
- Produto danificado na loja
- Produto danificado no estoque
- Produto esquecido/perdido no estoque
- Refrigeração

## ATACADOS / ATACAREJOS

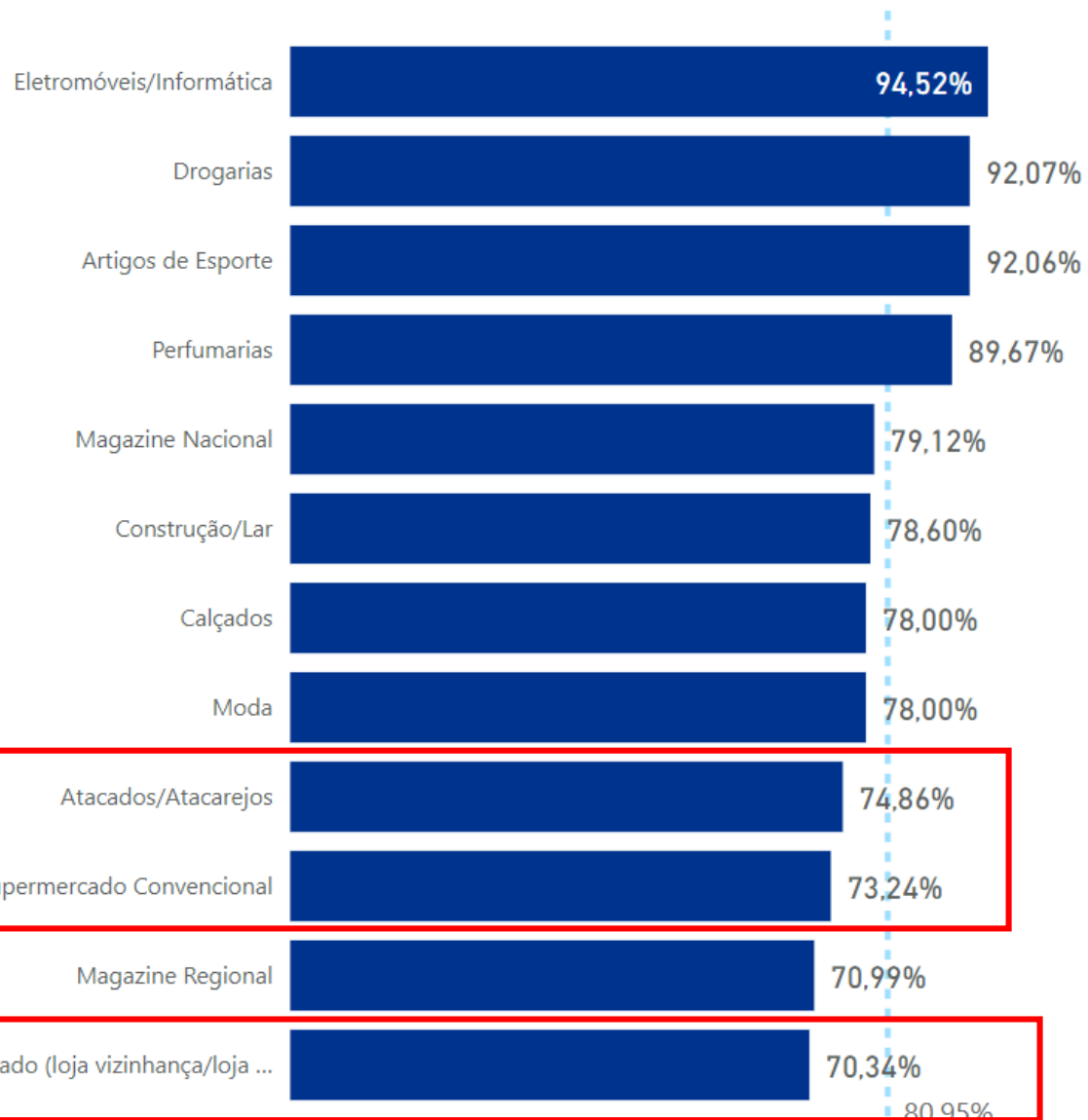


- Armazenamento inadequado
- Exposição inadequada
- Vencimento
- Perecibilidade
- Produto danificado na loja
- Produto danificado no estoque
- Produto esquecido/perdido no estoque
- Refrigeração

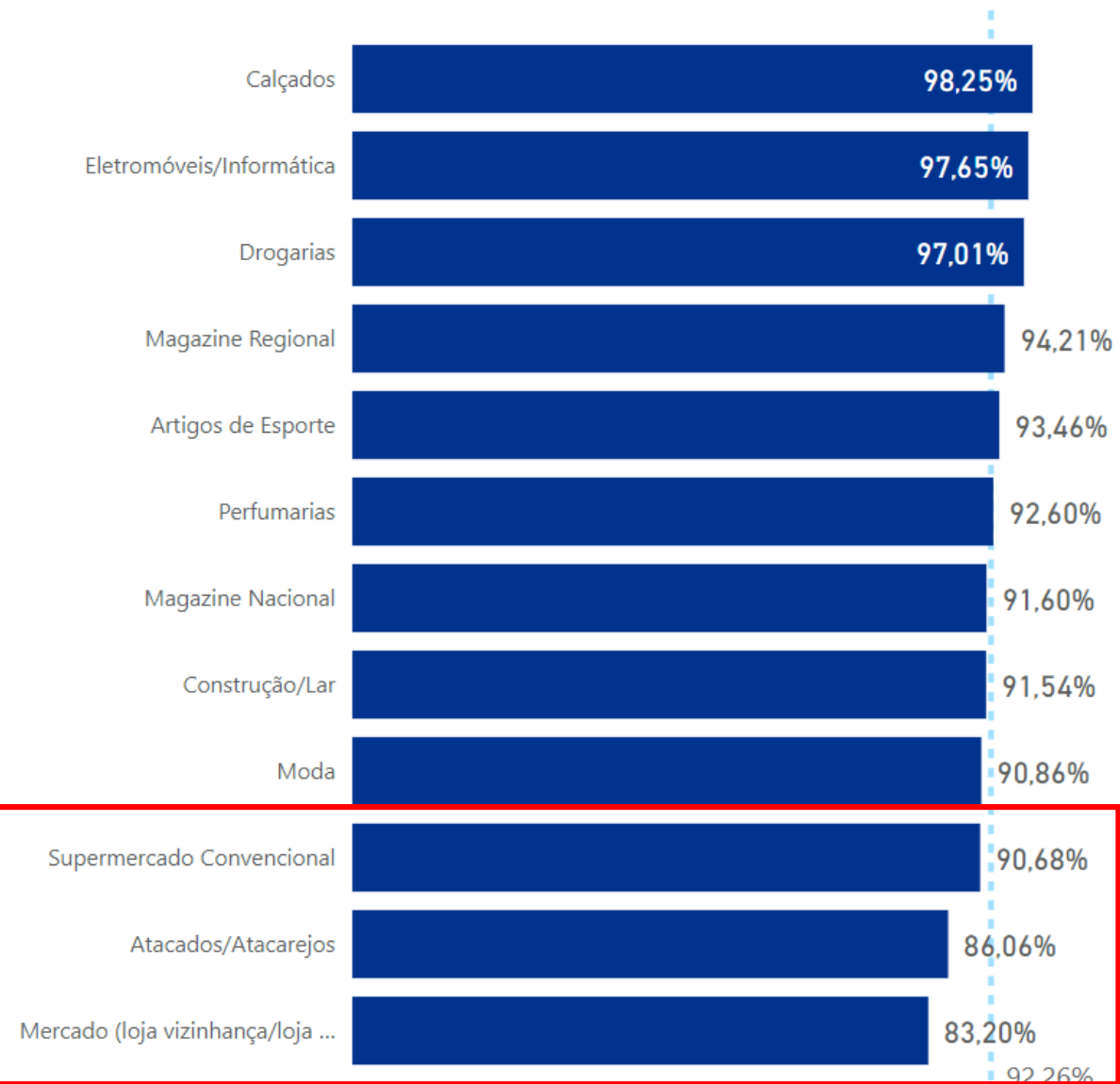




**Acurácia qualitativa**

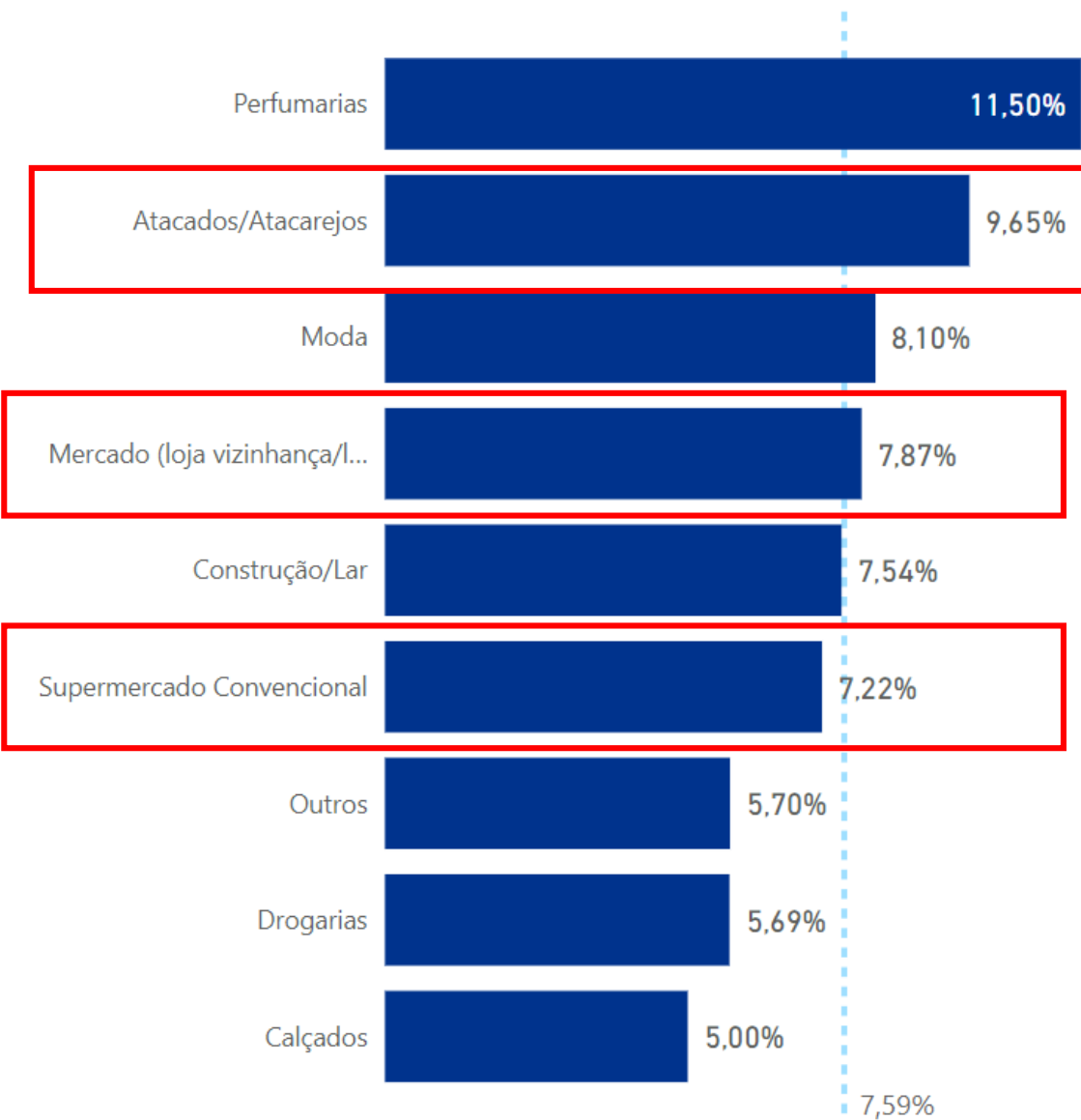


**Acurácia quantitativa**

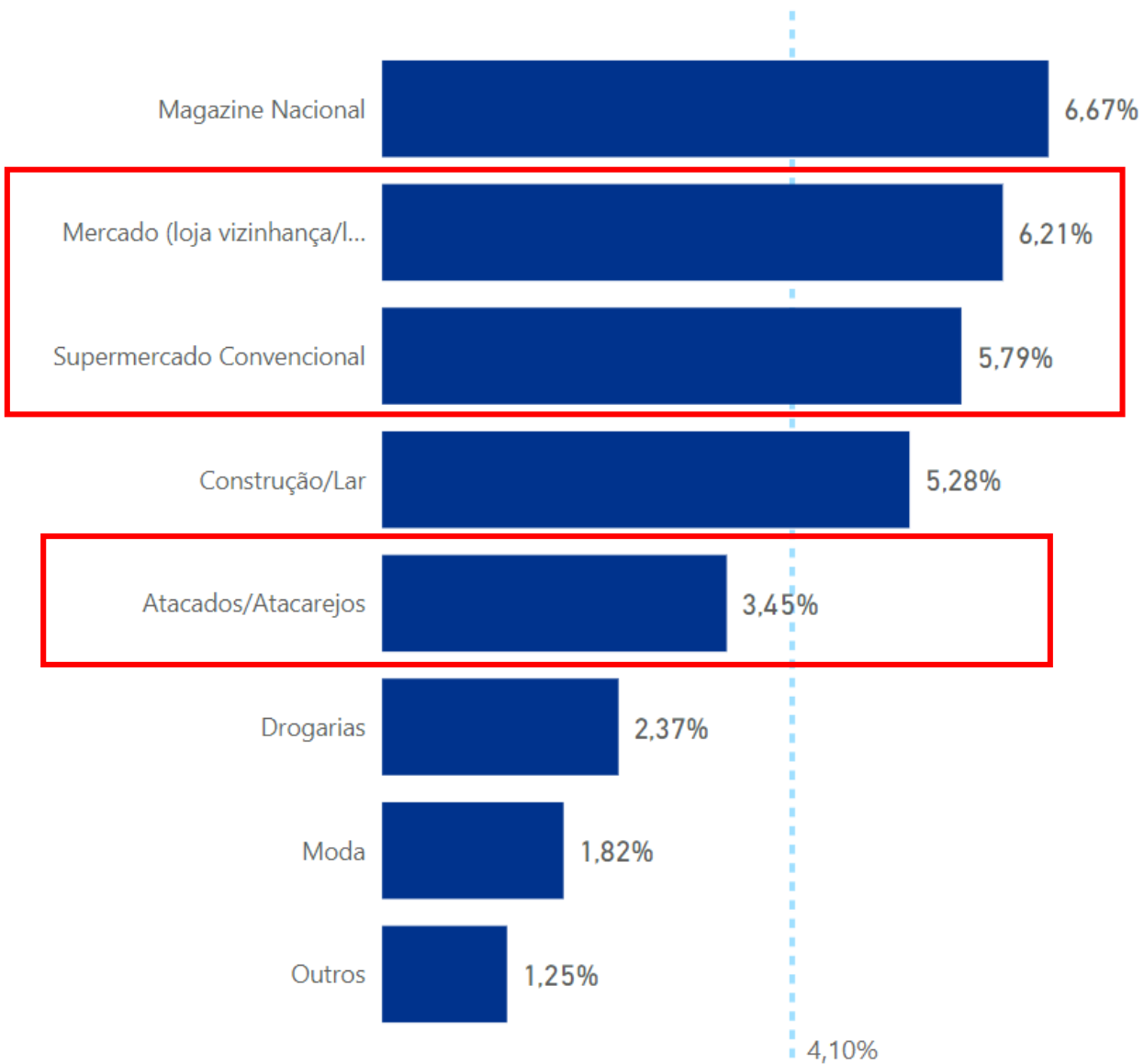




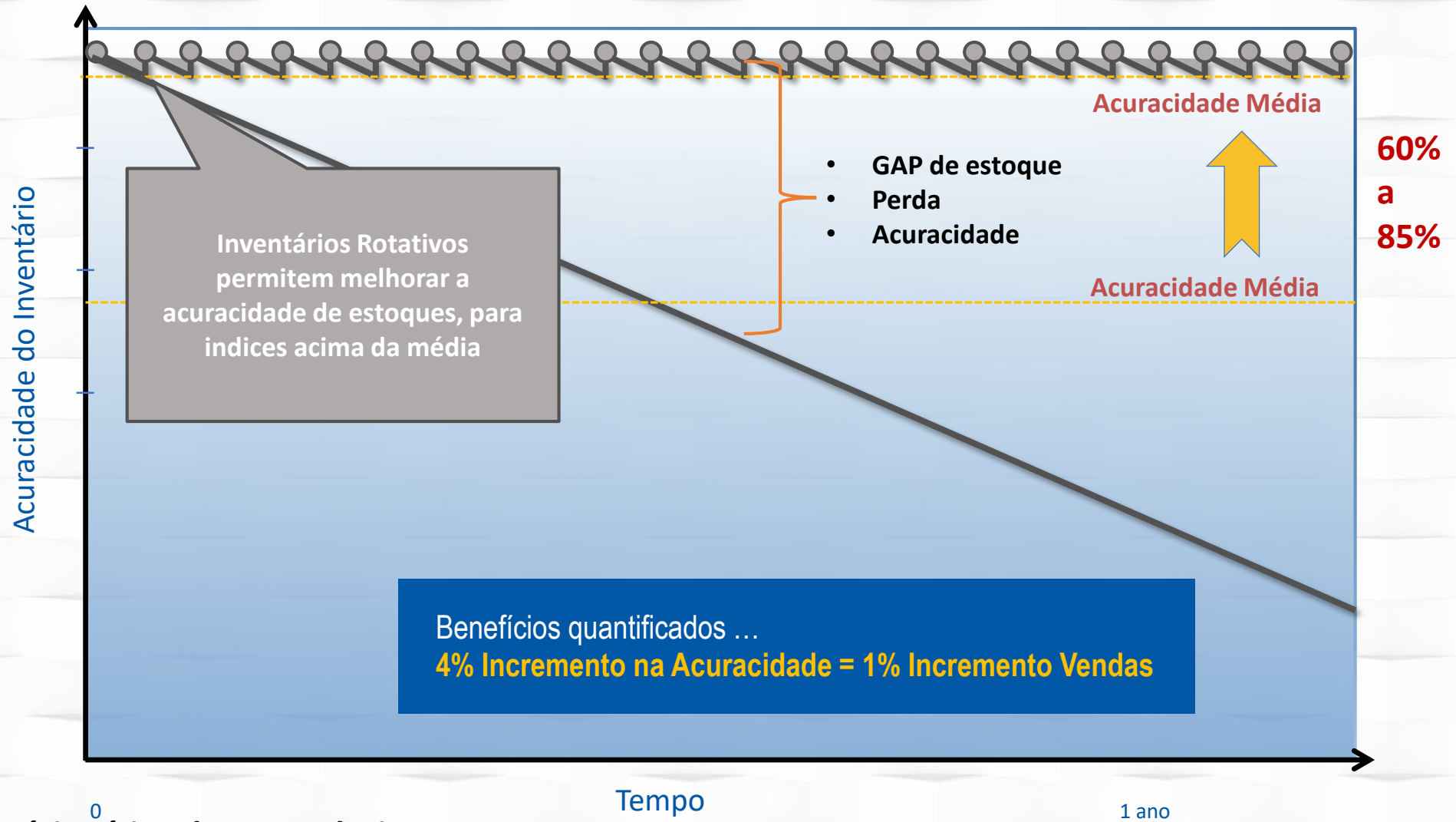
## Ruptura Comercial



## Ruptura Operacional



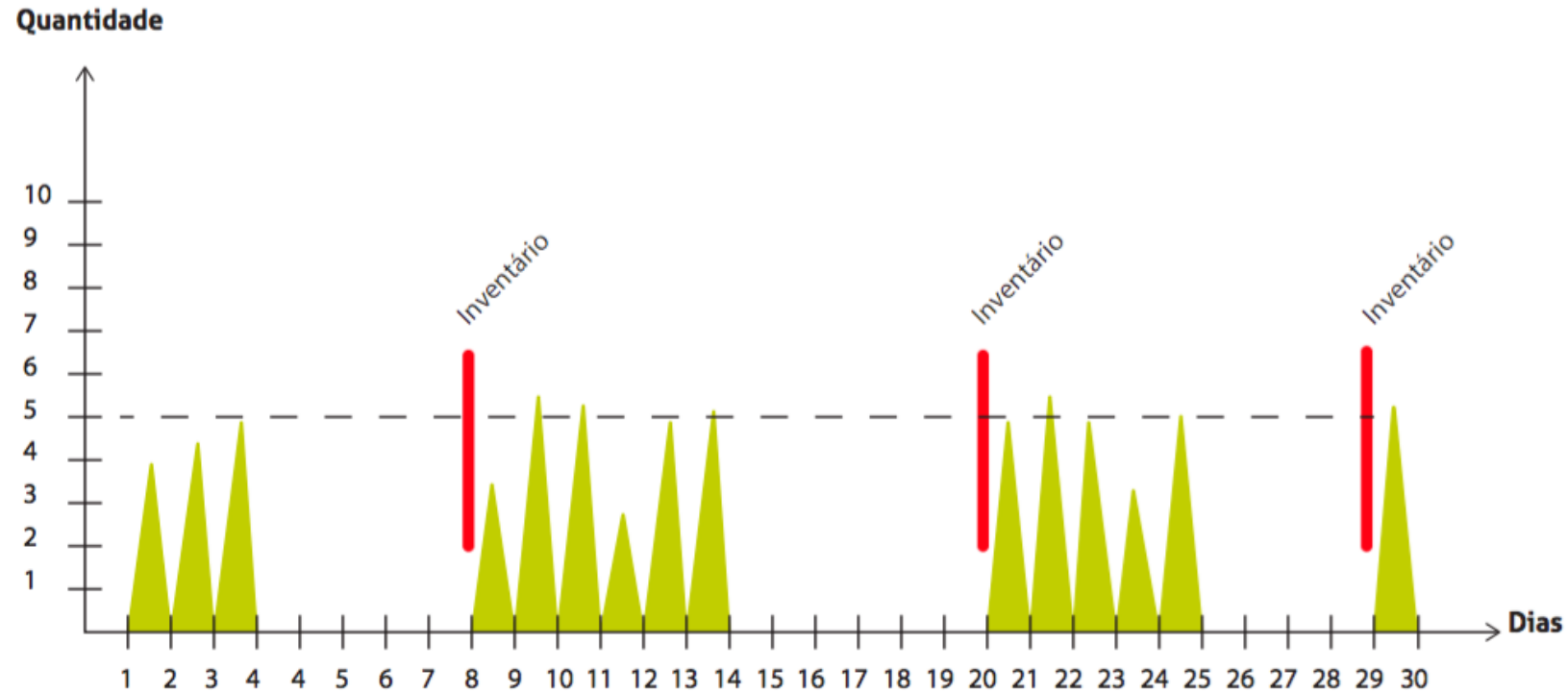
# “Boca do Jacaré”



Regra 5: Inventário Físico de Mercadorias

Regra 6: Perda não identificada

# Ruptura – Perdas de vendas (PERDA AMPLIADA)



CÁLCULO DA RUPTURA						CÁLCULO DE PERDA			
Produto	Venda Média	Qtde dias sem venda	Venda perdida	Valor	Perda Venda total	Produto	Estoque contábil	Estoque físico	Perda
123	5	109	545	R\$10	R\$5.450	123	5000	2000	R\$3000

Fonte: Patricia Rosa (Drogaria Araújo)

**PERDA REAL TOTAL = R\$ 8.450**



# Impacto da Acurácia no resultado das perdas e ruptura

**Abaixo de 40%**

**Lojas: 8**

**Ruptura: 15%**

**Perda Média: 2,53%**

**De 40 a 69%**

**Lojas: 16**

**Ruptura: 10%**

**Perda Média: 2,32%**

**De 70% a 84%**

**Lojas: 25**

**Ruptura: 8%**

**Perda Média: 2,03%**

**Acima de 85%**

**Lojas: 10**

**Ruptura: 4%**

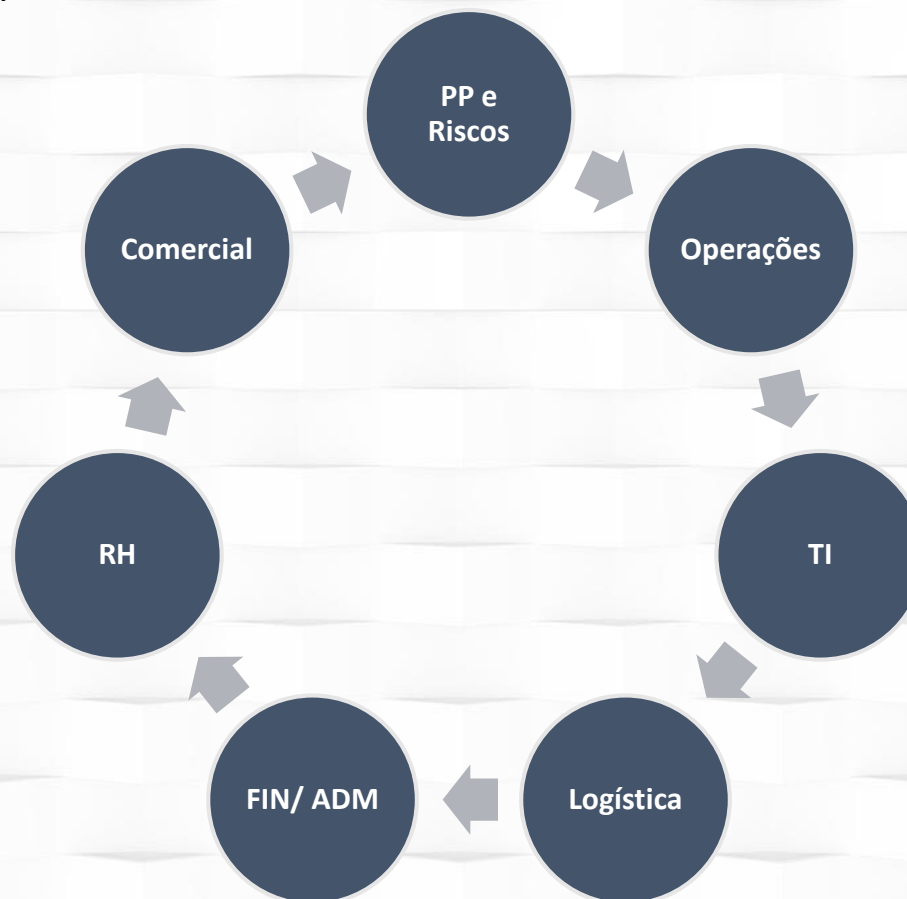
**Perda Média: 1,82%**

# Comitê de Prevenção de Perdas

O comitê deve zelar pelo cumprimento do Programa de Implementação das Ações de Prevenção de Perdas e possível sinergia/fusão com o Comitê de Ética:

## Composição:

- Gerentes de PP
- Gerente de Gestão de Estoques
- Gerente Financeiro/ Adm
- Gerente de Operações
- Gerente de Logística
- Gerente de RH
- Gerente de TI
- Gerente Comercial



Reúne-se, **mensalmente**, com o objetivo de avaliar os indicadores de perdas, status das ações implementadas, discussão sobre novas oportunidades identificadas.

## Doctos Suportes do Comitê:

- ATA;
- Lista de Presença;
- Regime Interno;
- **Canal de Comunicação**

**Patrocinador:** Gerente de Prevenção de Perdas e Riscos

# Gestão do Dia a Dia

## Objetivo:

Estabelecer canal de comunicação diário entre Operações e Prevenção de Perdas nas lojas através da discussão sobre perdas ocorridas no dia anterior x causas e respectivos planos de ação.

## Escopo:

- Perdas de inventário
- Quebras operacionais
- Geração de Indicadores

## Processos sugeridos :

### Quebras Operacionais

- I. Registro de causas e sub causas
- II. Descarte com acompanhamento de Prev. de Perdas

### Perdas de Inventário

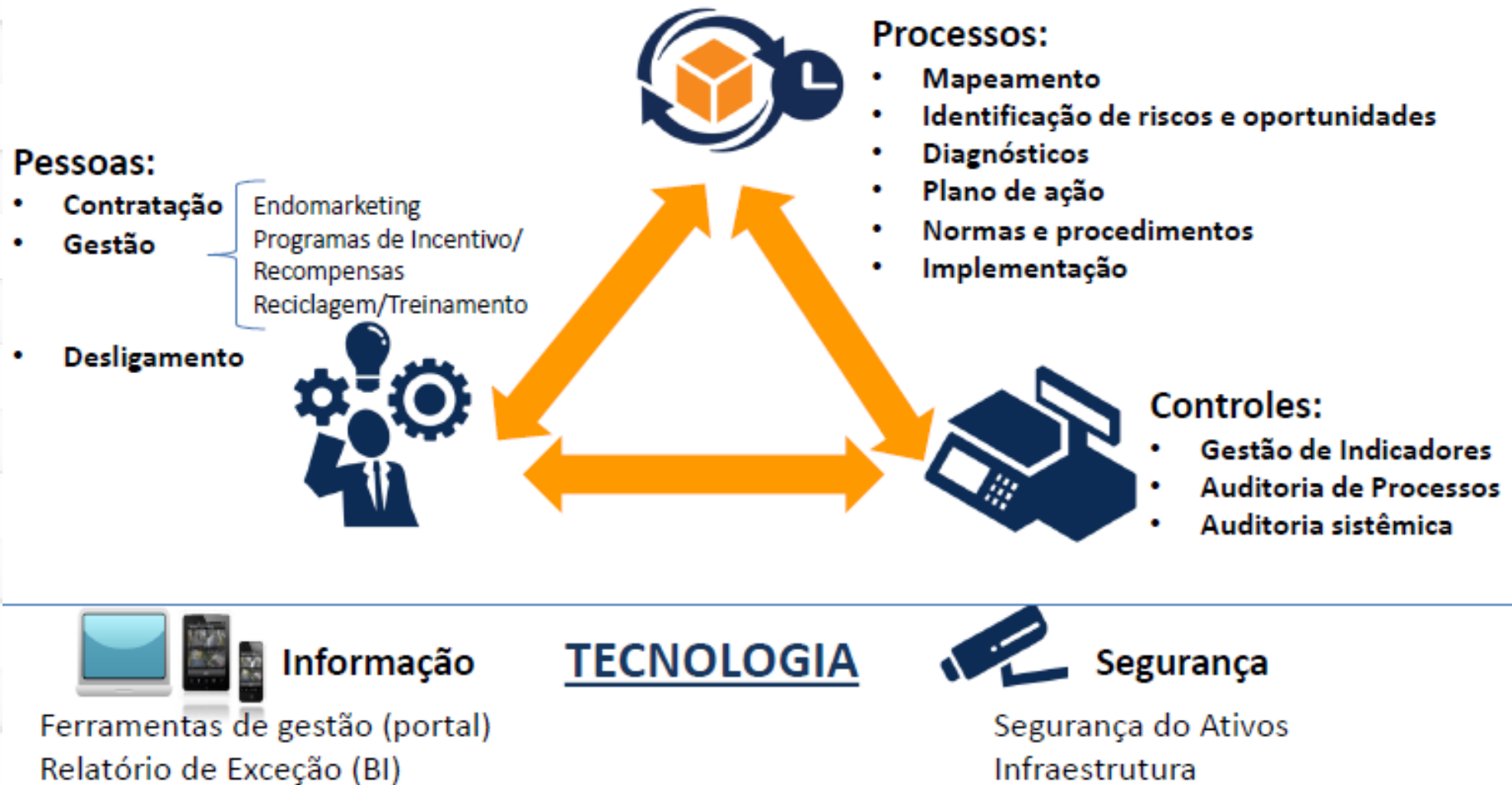
- I. Apuração das diferenças
- II. Análise das diferenças
- III. Monitoramento da cadeia dos PAR
- IV. Análise resultados perda x perda



*By: Carlos Eduardo Santos*



# Framework Prevenção de Perdas



# Níveis de maturidade em prevenção de perdas

Níveis	Processos	Pessoas	Indicadores	Tecnologia	Gestão
1	Ausência de NP, poucos controles implementados	Treinamentos não realizados, ausência de cultura	Falta de indicador de perdas ou não confiável	Não existente ou dificuldade para calcular ROI	Área inexistente
2	Mapeamento dos Processos e NP formalizadas	Programa de Treinamentos (novos e reciclagens)	Realização de inventários (PNI) e controle de quebras	CFTV, Antenas de Alarme, APP Check List, Solução de monitoramento PDV	Liderança da área na 3ra linha. PP é responsável pelos resultados. Foco Lojas
3	Carga Certificada, QA, PP faz parte do processo, não é controle	Endomarketing, Programas de Incentivo (R=R), identificação visual	One Page, Acurácia, Ruptura, Impacto em Margem	Ferramentas de BI, Portal da PP	Reporte C-Level. TODOS são responsáveis pelo resultado. Atuação no CD
4	Gestão de Riscos, atuação em outras áreas (Nova Visão)	Escola de Prevenção de Perdas, Encontros Anuais, Endomarketing, Programas de Incentivo (R=R), identificação visual	One Page, Acurácia, Ruptura, Impacto em Margem	Relatórios de Exceção, Dashboard, Monitoramento Contínuo	PP é estratégico, tema é discutido no Board. Atuação no e-commerce.
5	Atuação transversal (PERDA AMPLIADA), Gestão Comercial das Perdas.	GESTÃO DE MUDANÇAS	DRE	Machine Learning, RFID, IA, Inteligência preditiva de Dados,	Gerencia Sr ou Diretor com reporte direto ao CEO. Foco na Prot, Lucro

# Prevenção de Perdas = AUMENTO DE VENDAS

**CENÁRIO SEM  
PREVENÇÃO DE PERDAS**



**CENÁRIO COM  
PREVENÇÃO DE PERDAS**



# Conclusão: Perdas impactam na redução das vendas







# BOAS PRÁTICAS DE PREVENÇÃO DE PERDAS NO E-COMMERCE E CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

A pandemia acelerou a agenda de inovação das empresas em toda a cadeia de abastecimento, provocando um crescimento considerável das vendas pelos canais digitais, e investimentos em toda a operação logística para adaptar-se à essa nova realidade. Com isso, novos desafios foram incorporados à agenda de prevenção de perdas e riscos das empresas com o objetivo de proteger toda a operação e potencializar os LUCROS. O **CURSO BOAS PRÁTICAS DE PREVENÇÃO DE PERDAS NO E-COMMERCE E NA LOGÍSTICA (CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO)**, entrega um conteúdo estratégico, tático e operacional com base em boas práticas de mercado para minimizar os efeitos das perdas em toda a cadeia de valor do varejo.

## PROFESSORES



MARCOS ALTEMARI



CRISTIAN CANDIDO



ANDERSON FAGUNDES



JOSÉ ROBERTO



ROGÉRIO MAIA



MAURO FRIEDRICH



CARLOS EDUARDO



zoom

### AULAS ONLINE

Plataforma Zoom

### DATAS

02 a 06 de Outubro - 18:30h / 22:00

### CARGA HORÁRIA

18 horas

### INVESTIMENTO

R\$ 1.100,00 (Depósito em Conta / Cartão em até 6 vezes)



Desconto de 10% para associados:



# Participe dos cursos promovidos pela Abrappe / Instituto Prevenir Perdas

## Inscrições:

[www.prevenirperdas.com.br](http://www.prevenirperdas.com.br)

# Participe dos nossos Grupos de Whatsapp



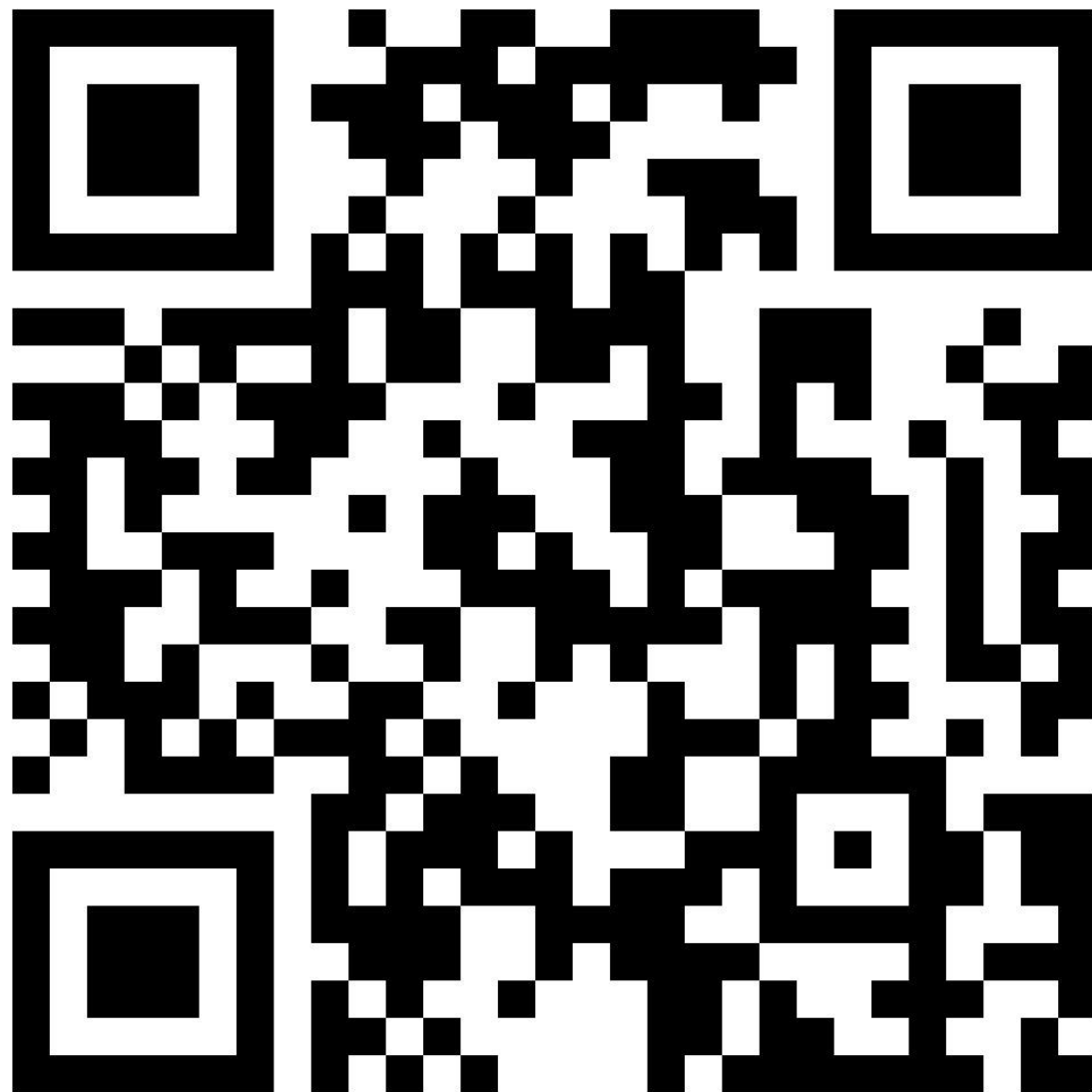
**Prevenir Perdas IV**

Grupo do WhatsApp



Escaneie o código QR com a câmera do  
WhatsApp para entrar neste grupo.

**Associe-se à ABRAPPE**



# ABRAPPE

Associação Brasileira de Prevenção de Perdas

***Vamos, juntos, cumprir o propósito de “tornar a prevenção de perdas uma área estratégica e que contribua, de forma sustentável, para o aumento da rentabilidade dos negócios.”***

***Obrigado,  
Carlos Eduardo Santos  
carlos@Abrappe.com.br  
+55 11 98937.6752  
www.Abrappe.com.br***

