

1º WORKSHOP PLASTROM SENSORMATIC - RECIFE

Prevenção de Perdas Conceitos Gerais e Aspectos Jurídicos



Apoio:



AGENDA

- Conceitos Gerais**
- Estatísticas de Perdas**
- Pilares da Prevenção de Perdas**
- Principais Macro Processos geradores de Perdas**
- Aspectos Jurídicos**
- Abordagem Preventiva e Reativa**



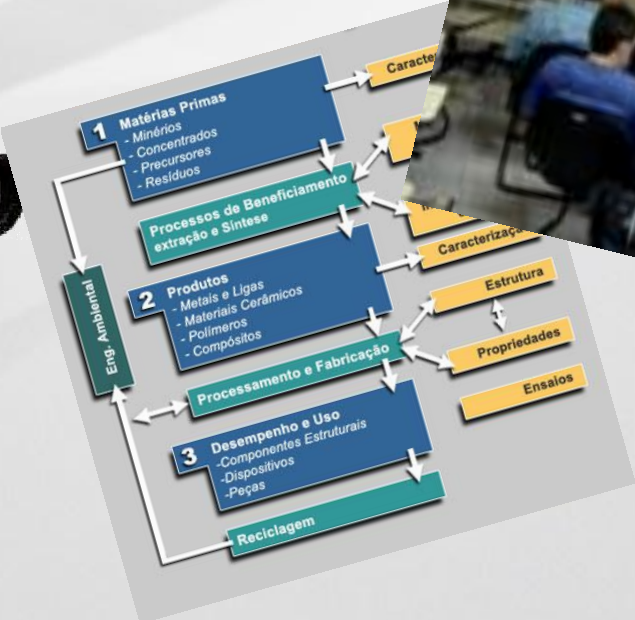
CONCEITO GERAL DE PERDAS:

Ocorrências que geram impacto negativo nos resultados de uma empresa.

Envolve quaisquer tipos de prejuízos em razão de:

CONCEITO GERAL DE PREVENÇÃO DE PERDAS:

Técnicas e ações de controle e proteção sobre quaisquer tipos de danos e prejuízos ao negócio



RAZÕES PARA A PREVENÇÃO DE PERDAS NOS NEGÓCIOS:

Dificuldade para
aumento das vendas

Competitividade
de Mercado

Fim da Ciranda
Financeira

Redução das
Margens de Lucro



dreamstime.com



LUCRO



**“olhar” melhor para os
seus processos**

RISCO = PESSOA OU PROCESSO?



Conceito de Risco

Possibilidade de um acontecimento incerto

- Tem que ser possível e previsível
- Não pode haver certeza que ele ocorrerá

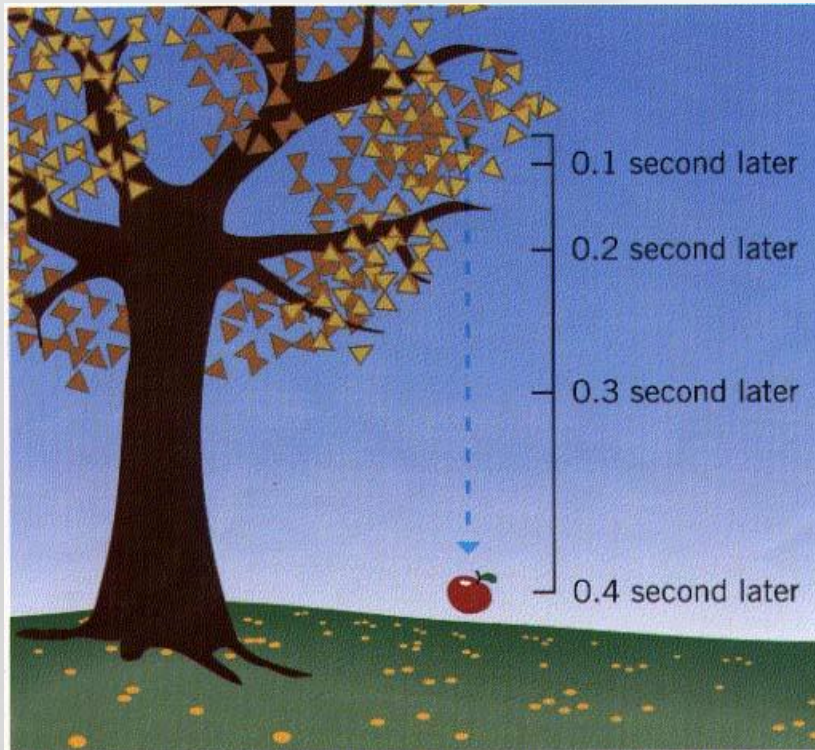
Ex. Paraquedista, o acidente é previsível, porém toma todos os meios de prevenção para evitar



Conceito de Risco

Fortuito ou acidental, podendo ser doloso

- **Independente da vontade do homem**
- **O agente pode produzir o risco**
- **Deve-se evitá-lo ou reduzi-lo**



Conceito de Risco

Com consequências negativas ou danosas

- Deve comportar uma perda



RELAÇÃO PERDAS X RISCO



Modalidades de Perdas

Perdas de Estoque

(Foco em varejo):

Furto Interno, furto externo, quebras operacionais, erros administrativos, fraude de Terceiros (Fornecedor/Transportador), etc.



Perdas Financeiras:

Assaltos, inadimplência de crédito, cheques devolvidos, fraudes de cartões e cheques, pagamento de juros indevidos, pagamentos em duplicidade, fraudes em operações eletrônicas, etc.

Modalidades de Perdas



Perdas Administrativas:

Desperdícios de suprimentos, água, energia, telefone, manutenções por mau uso, etc.

Perdas Comerciais:

Ausência de produtos na gôndola, embalagens não apropriadas, prazos de entrega não cumpridos, distribuição incorreta de mercadorias,.



Modalidades de Perdas

Perdas de Produtividade:

Burocracia nos processos e atividades, demora no atendimento em geral, tempo na execução dos trabalhos acima do "tempo padrão", retrabalho.



Perdas Legais

São as perdas oriundas das ações judiciais no relacionamento com clientes, fornecedores e estado.

Quebras Operacionais

São as avarias causadas nas mercadorias por acondicionamento e/ou movimentação inadequados, prazos de validade expirados, deterioração de perecíveis e degustação de produtos com a identificação da embalagem vazia, que reduzem seu valor comercial (parcial ou total).

TRANSPORTE

QUEBRAS

RECEBIMENTO

BATERIA DE CAIXA

ESTOQUE

EXPOSIÇÃO



Trocas

São os produtos que perderam seu valor original de venda por influência direta e/ou indireta das pessoas, assim como pela deterioração natural ou prazo de validade expirado, que através de acordo comercial previamente definido, o fornecedor se compromete a substituir os produtos na exata quantidade ou percentual negociado.

Impacto = Custo de Estoque (Perda Financeira)

Rupturas

Indisponibilidade de produtos na área de vendas, causada pela ineficiência na reposição, falhas no planejamento de compras, atrasos nos processos logísticos.



Índice de Perdas no Varejo

**Até
2011**

Perda
(à preço de venda)



Faturamento
bruto

Atual

Perda
(à preço de custo)



Faturamento
líquido

CALCULAR

ESFORÇO DE VENDAS EM UNIDADES



**Estoque da Loja:
10 Unidades**



Preço de Custo:
R\$ 6,00

Preço de Venda:
R\$ 8,00



Perda de Inventário:
1 Unidade – R\$ 8,00

Lucro de cada produto: R\$ 2,00

4 unidades x R\$ 2,00 = R\$ 8,00 = 1 Unidade

É preciso vender 4 unidades para cada 1 produto perdido !!

INTRODUÇÃO À CULTURA DE PREV. DE PERDAS

IMPACTOS DAS PERDAS SOBRE O LUCRO

Quantidade Perdida	Preço de Custo	Preço de Venda	Lucro	Quantidade Venda
1	6,00	8,00	2,00	4
2	6,00	8,00	2,00	8
3	6,00	8,00	2,00	12
5	6,00	8,00	2,00	20
6	6,00	8,00	2,00	24
10	6,00	8,00	2,00	40
15	6,00	8,00	2,00	60
20	6,00	8,00	2,00	80

Qual o esforço de vendas para anular as perdas?

Vendas em R\$ para anular Perdas de Inventário					Perdas em R\$
66.666,67	33.333,33	28.571,43	25.000,00	18.181,82	1.000,00
133.333,33	66.666,67	57.142,86	50.000,00	36.363,64	2.000,00
233.333,33	116.666,67	100.000,00	87.500,00	63.636,36	3.500,00
320.000,00	160.000,00	137.142,86	120.000,00	87.272,73	4.800,00
666.666,67	333.333,33	285.714,29	250.000,00	181.818,18	10.000,00
20.000.000,00	10.000.000,00	8.571.428,57	7.500.000,00	5.454.545,45	300.000,00
33.333.333,33	16.666.666,67	14.285.714,29	12.500.000,00	9.090.909,09	500.000,00
% Lucro	1,50%	3,00%	3,50%	4,00%	5,50%

Como se Distribui o faturamento:

Faturamento



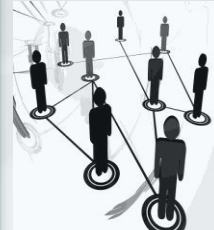
CUSTO



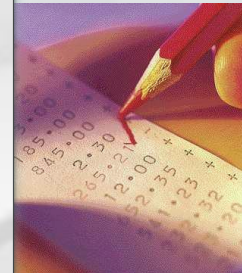
IMPOSTOS



CUSTO OPERACIONAL



DESPESAS GERAIS



PERDAS



100%

60%

20%

10%

5%

3%

% Restantes

40%

20%

10%

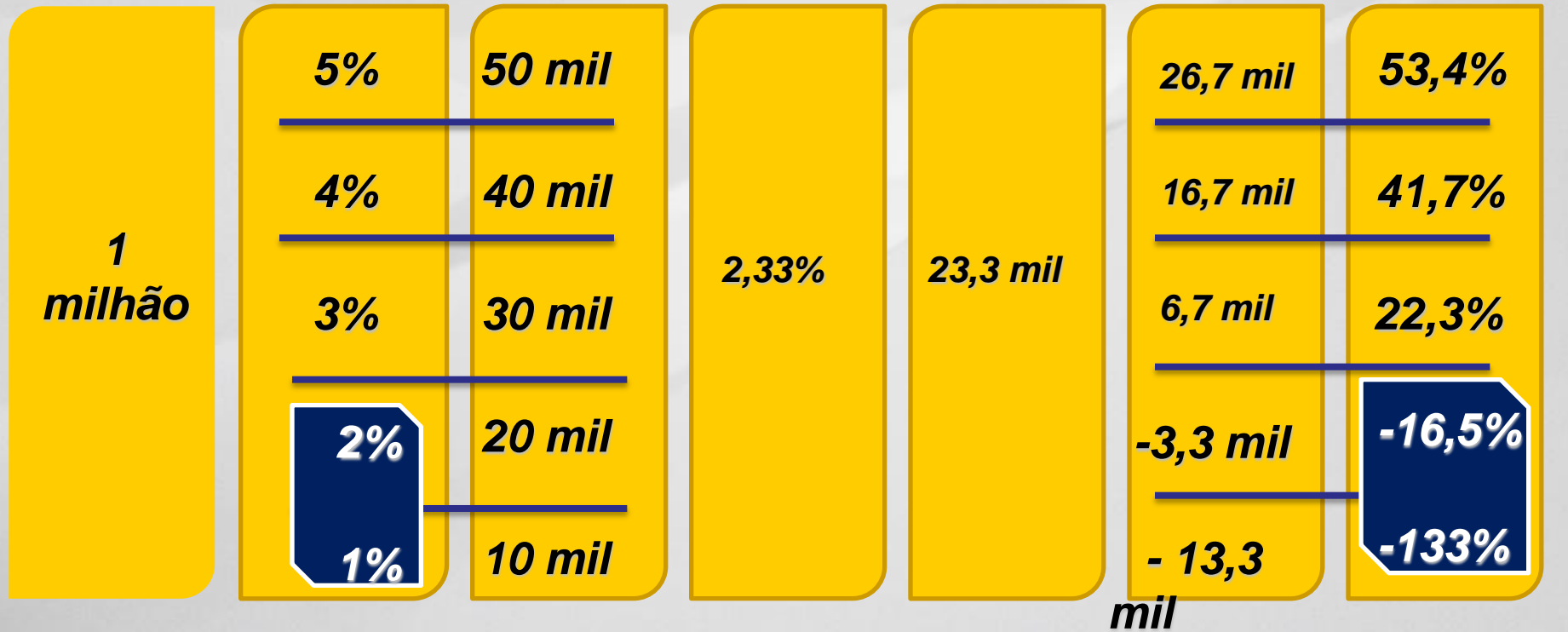
5%

2%

Lucro Líquido

MARGEM X PERDA

VENDA	MARGEM (%)	LUCRO (R\$)	PERDA (%)	PERDA (R\$)	LUCRO REAL (R\$)	REDUÇÃO (%) LUCRO PREVISTO
-------	------------	-------------	-----------	-------------	------------------	----------------------------



Desafios internos para a implementação da Cultura de PP:

1 – Alta Administração engajada

2 – Cooperação das áreas internas da empresa

- Compras**
- Logística**
- TI**
- RH**
- Engenharia**
- VM (Lay-out)**
- Vendas**

3 – Disseminação aos colaboradores

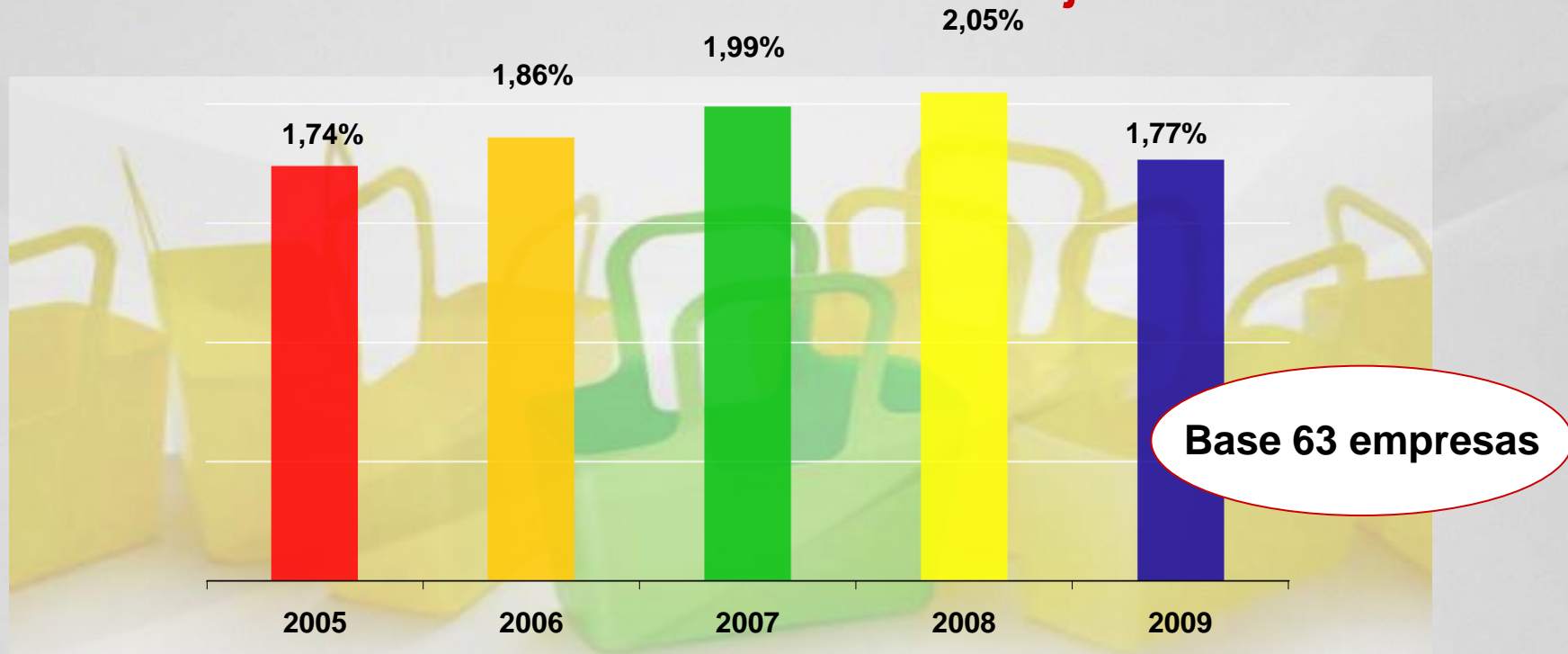
Fases para a implementação de um Programa:

- 1- Conhecimento do negócio**
- 2- Conhecimento das perdas**
- 3- Organização de um Workshop**
- 4- Criação de comitês, grupos de discussão e envolvimento das principais lideranças**
- 5- Identificação dos riscos e vulnerabilidades**
- 6- Realização de Diagnóstico com base nas boas práticas**
- 7- Realização de inventários para mensuração dos resultados e investimentos**
- 8- Elaborar políticas (NP) de prevenção de perdas estabelecendo limites, alçadas e principalmente responsabilidades das áreas**
- 9- Implementar boas práticas**
- 10- Criar campanhas de endomarketing**
- 11- Criar indicadores de monitoramento**
- 12- Estruturar um programa de auditoria**

10ª Avaliação de Perdas no Varejo – 2010

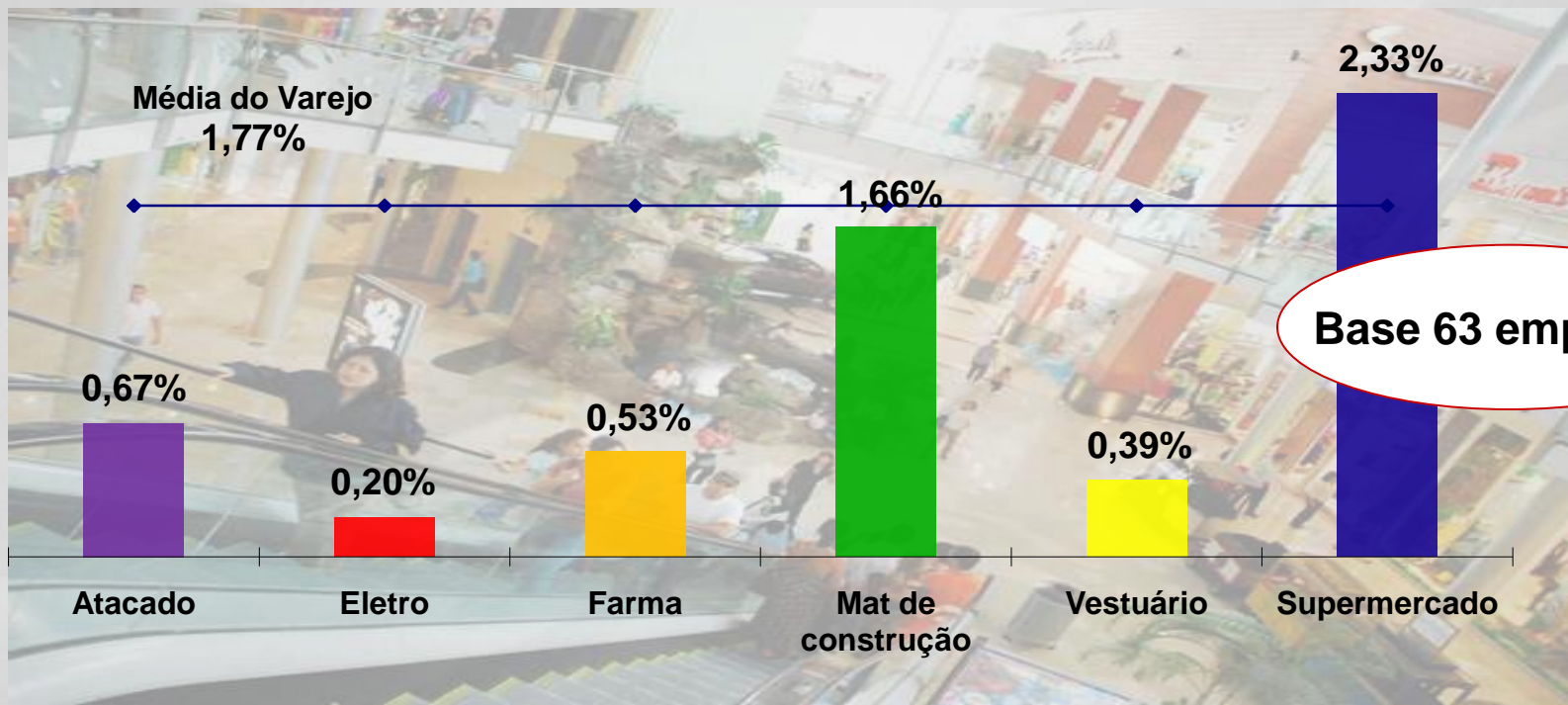
PRINCIPAIS DADOS ESTATÍSTICOS

Índice de Perdas Médio do Varejo



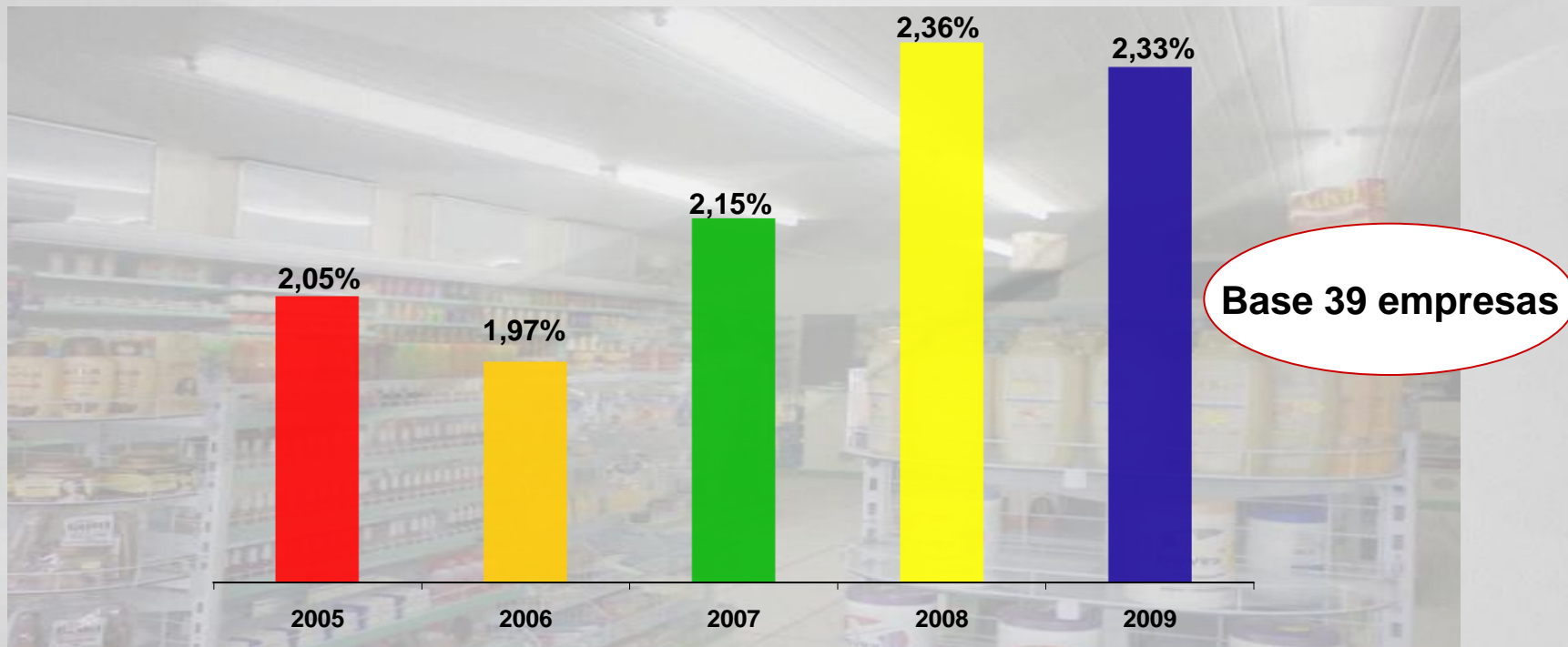
A partir da divisão das perdas totais pela receita operacional líquida, apurou-se o índice de perdas para o varejo brasileiro. Em 2009, o índice médio de perdas apresentou uma queda de 0,28 ponto percentual comparativamente ao ano anterior devido à redução do percentual de empresas supermercadistas.

Índice de Perdas Médio do Varejo por segmento



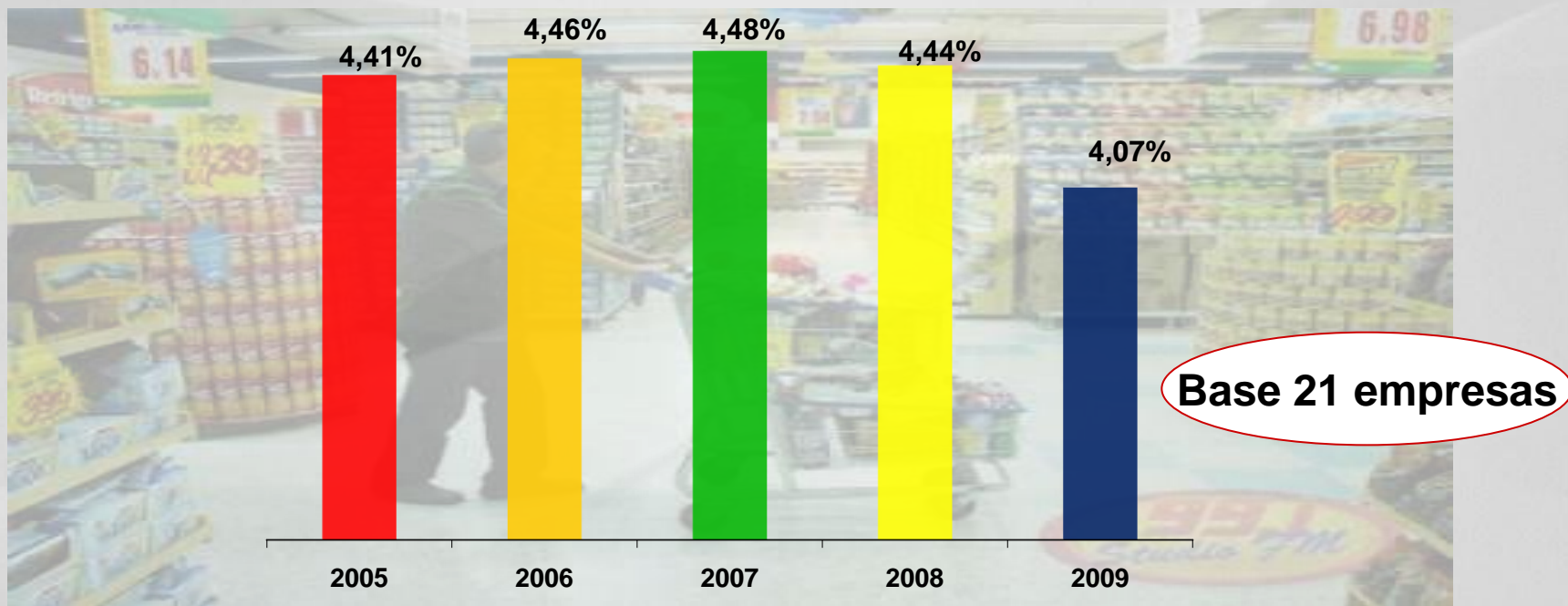
Verificou-se uma queda de 0,76 p.p. no índice apurado para o setor eletroeletrônico em comparação a 2008. Este ano incluímos o setor atacadista, que apresenta índice de 0,67 p.p.

Indicador de Perdas Médio de Supermercados



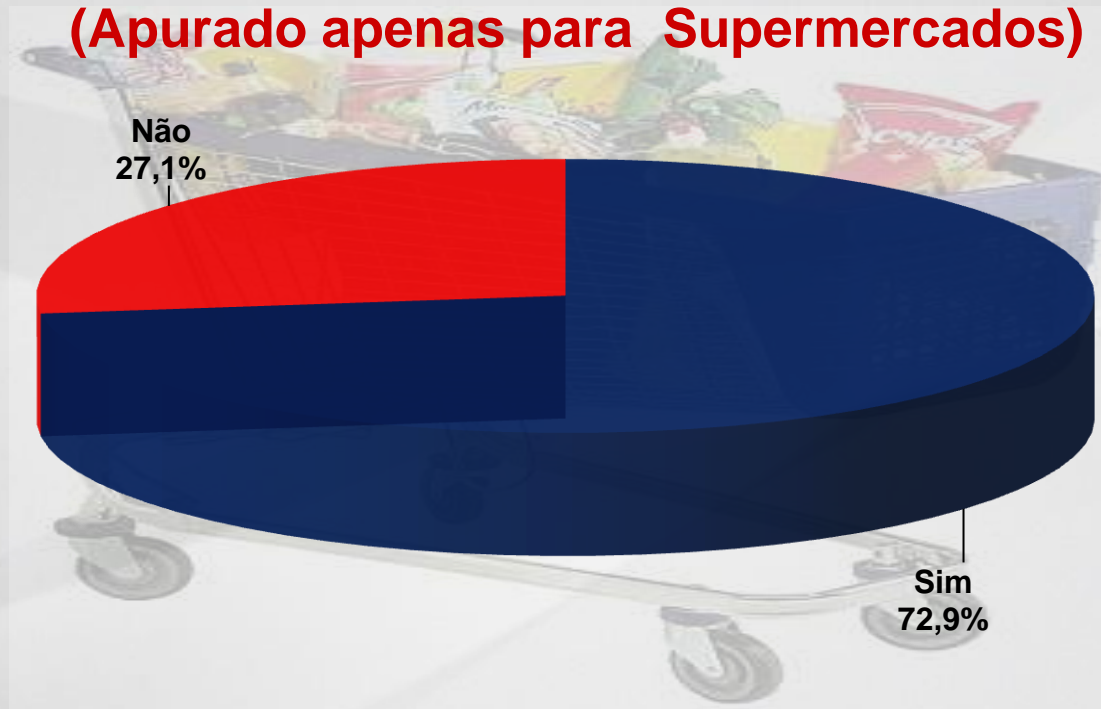
O índice médio de perdas cresceu 0,39 pontos percentuais de 2006 a 2008, e apresentou uma leve queda em 2009.

Indicador de Perdas de Perecíveis Médio (Apurado apenas para Supermercados)



Houve uma redução de 0,37 p.p. no indicador de perdas de perecíveis enquanto o indicador de perdas totais diminuiu apenas 0,03 p.p.

A Empresa Registra a Perda de Perecíveis separadamente? (Apurado apenas para Supermercados)



A maioria das empresas participantes da pesquisa (72,9%) informou que o registro da perda de produtos perecíveis é segregado das perdas totais. Em 2008 eram apenas 54,9%.

Indicadores de Perdas (Valores/Dias)

Base 60 empresas

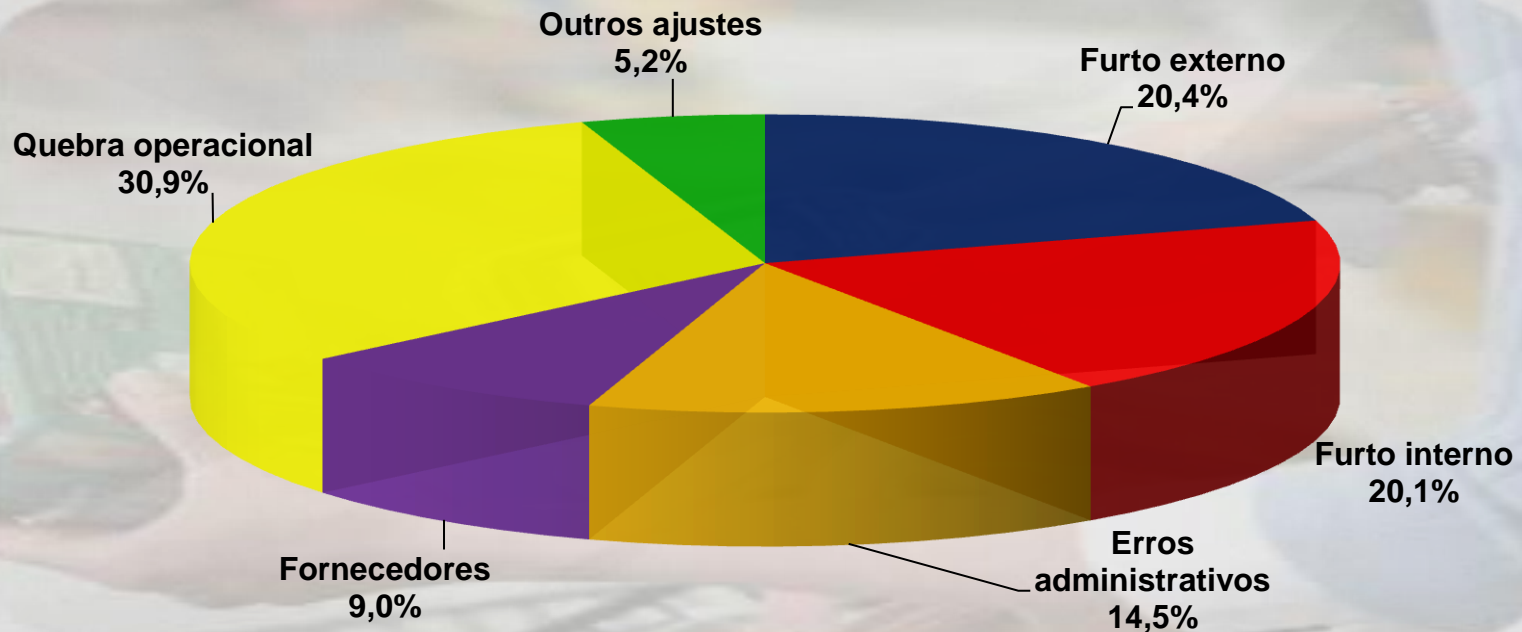
	2007	2008	% variação 2007/2008	2009	% variação 2008/2009	% variação 2007/2009
Perda/colaborador	9,00	9,63	6,54%	5,78	-66,73%	-55,82%
Perda/m ²	0,47	0,56	16,07%	0,29	-92,22%	-61,33%
Perda/check-out	63,15	53,38	-18,30%	45,27	-17,92%	-39,50%

De 2007 para 2009 registrou-se uma redução significativa das perdas diárias por colaborador, m² e por check-out.

Para o cálculo dos indicadores utiliza-se a perda diária dividindo-a pelo número de colaboradores, m² e check-outs das empresas participantes.

Causas das Perdas - Varejo

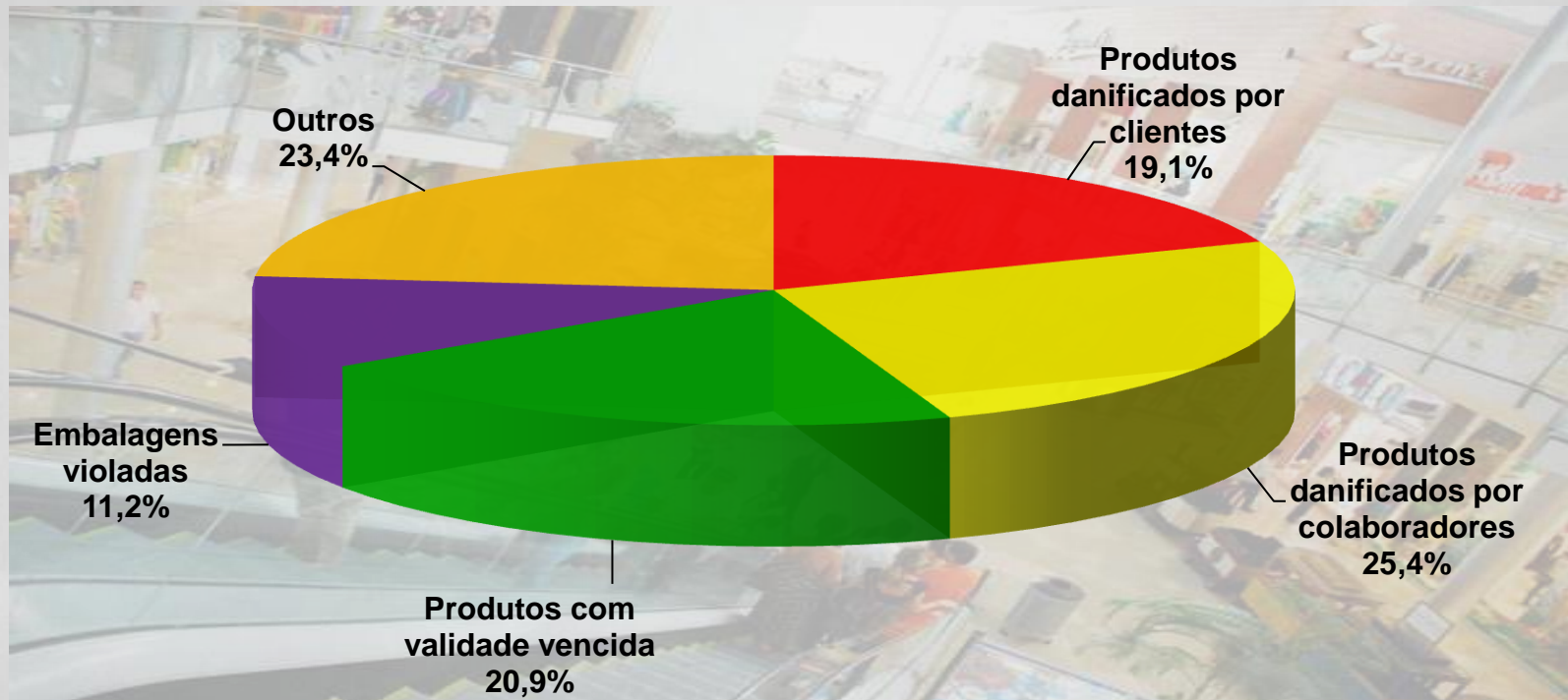
Geral



Quebra operacional permanece como a principal causa de perdas (40,3% em 2008). Furtos (interno e externo) representam 32,9% das perdas em 2008, apresentou crescimento de 7,6 p.p. em relação ao ano anterior.

Causas das Quebras Operacionais

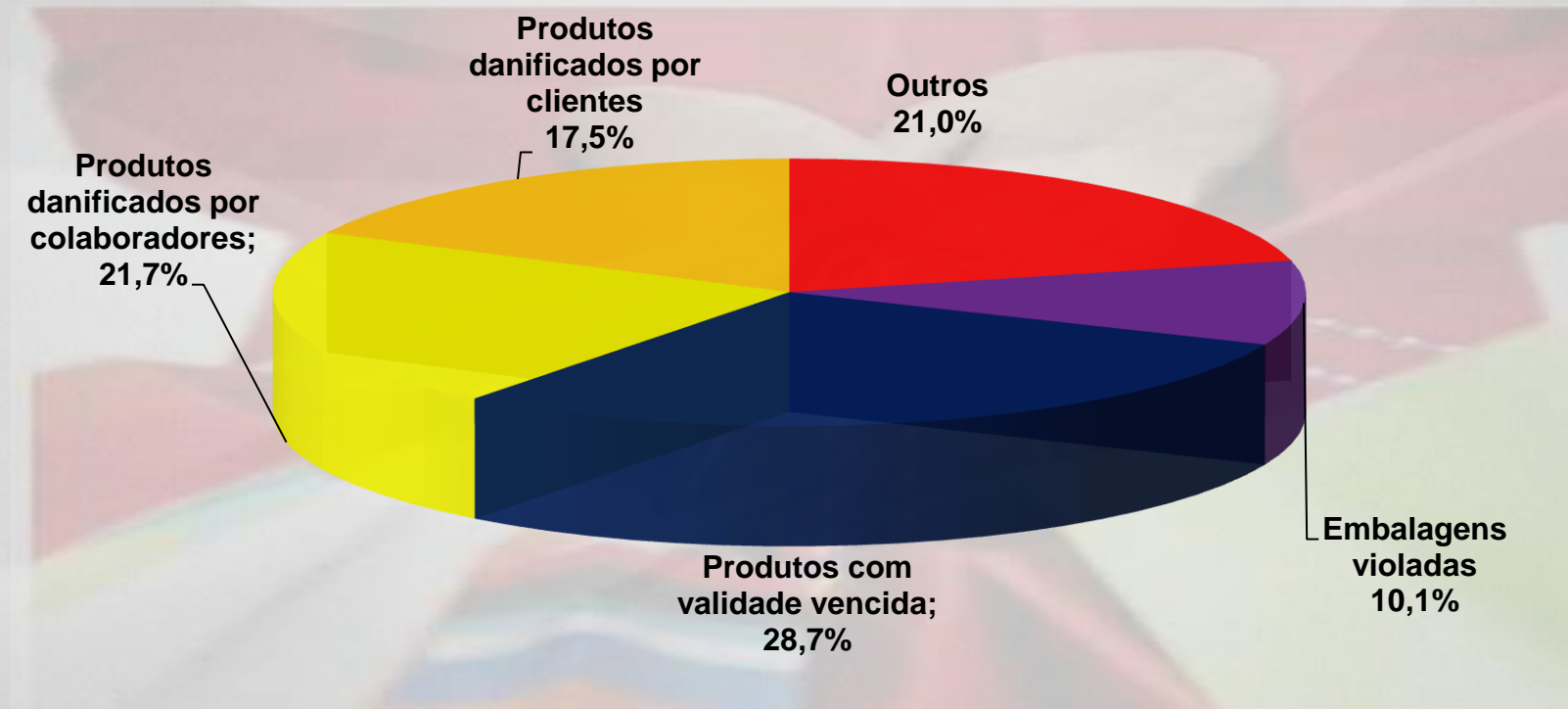
Geral



Produtos danificados por colaboradores (33,9% em 2008) permanece como a principal causa conhecida de quebra operacional do setor de eletroeletrônicos.

Causas das Quebras Operacionais por segmento

Supermercados



Produtos com validade vencida e produtos danificados por colaboradores são as principais causas de quebra operacional do setor supermercadista.

PILARES DA PREVENÇÃO DE PERDAS

PROCESSO

**SISTEMA
TRIPÉ**

CONTROLE

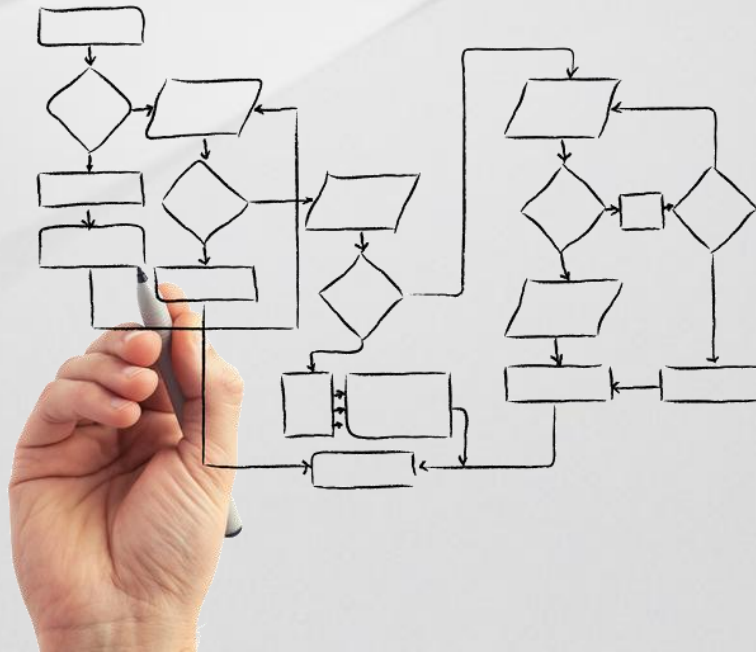
TREINAMENTO

T E C N O L O G I A

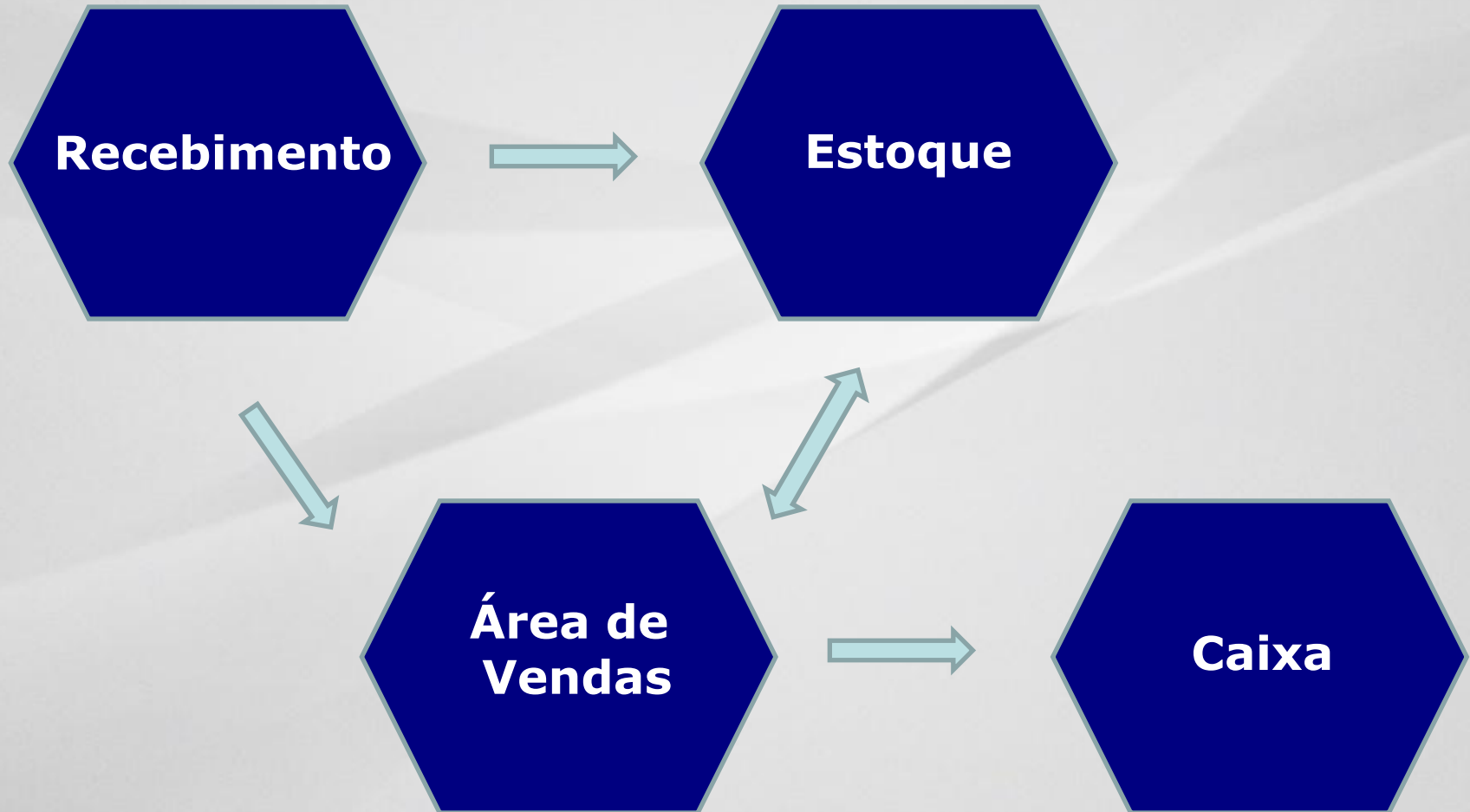
PILARES DA PREVENÇÃO DE PERDAS

1) PROCESSO

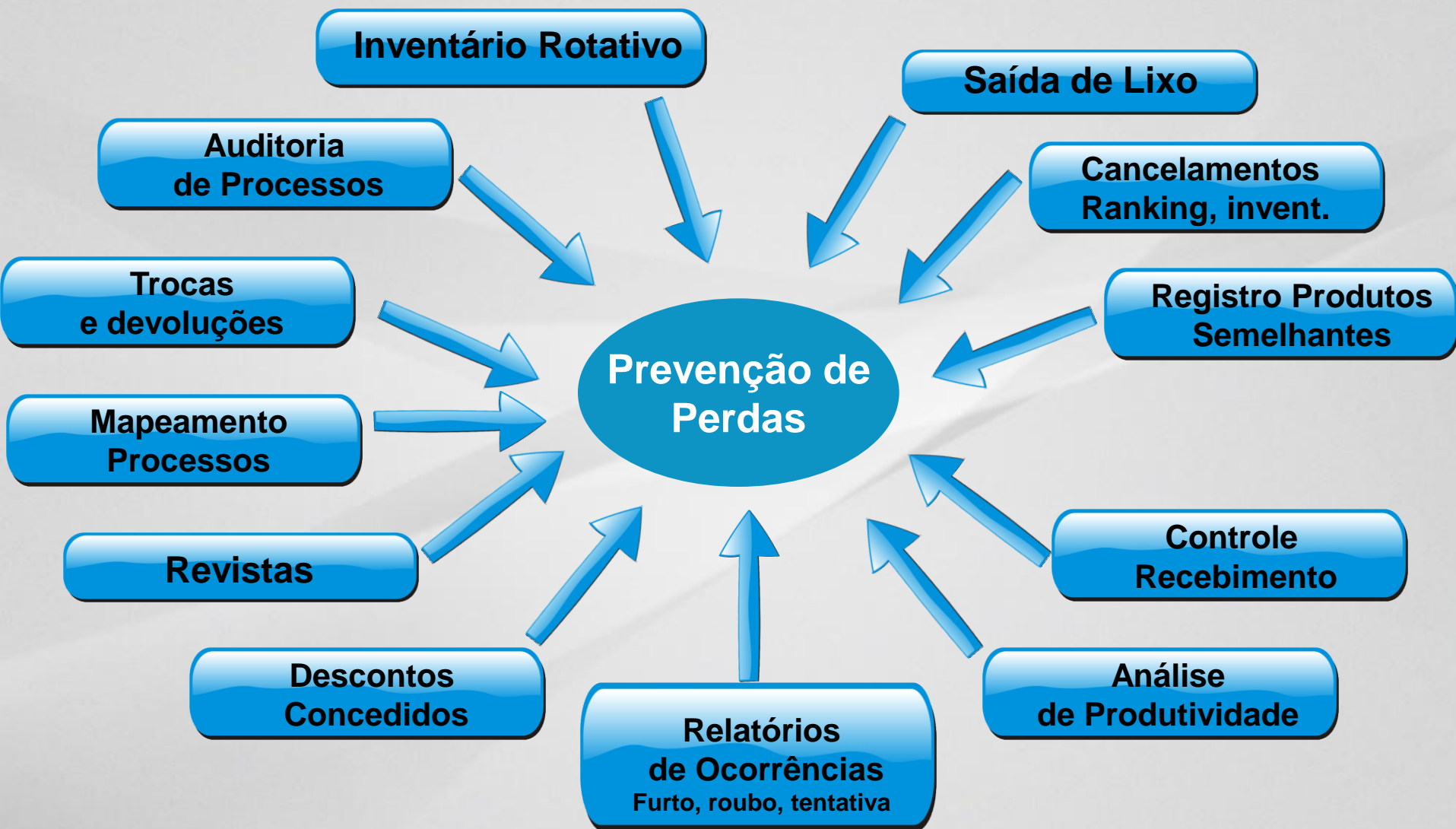
Primeira etapa a ser executada para a criação e estruturação de uma área de prevenção de perdas. Tem como foco, o levantamento de todos os processos executados na organização, identificação de seus riscos e criação de políticas para dar sustentação ao programa a ser implantado.



Principais Processos geradores de Perdas



PROCESSOS (CONTROLES E FERRAMENTAS)



BASE DE SUSTENTAÇÃO DA PREVENÇÃO DE PERDAS

2) PESSOAS (Treinamento)

Tem como foco, o investimento em gestão de pessoas no que se refere a treinamentos, políticas de RH, análise social, ferramentas psicológicas, programas de conscientização e incentivos.



GESTÃO DE PESSOAS



PILARES DA PREVENÇÃO DE PERDAS

3) Controle

Última etapa a ser executada, se refere ao monitoramento que deverá ser realizado nos processos com o objetivo de avaliar a conformidade dos processos, isto é, se as normas e procedimentos estão sendo cumpridas, através:

- Auditorias Preventivas e Reativas**
- Monitoramento das Operações de Frente de Caixa**
- Implementação de Indicadores**



PILARES DA PREVENÇÃO DE PERDAS

TECNOLOGIA

Suporta toda a estrutura e pilares, através dos investimentos em tecnologias com base na estratégia definida.

Deve ser levado em consideração a viabilidade financeira do investimento em relação aos custos e benefícios do projeto.



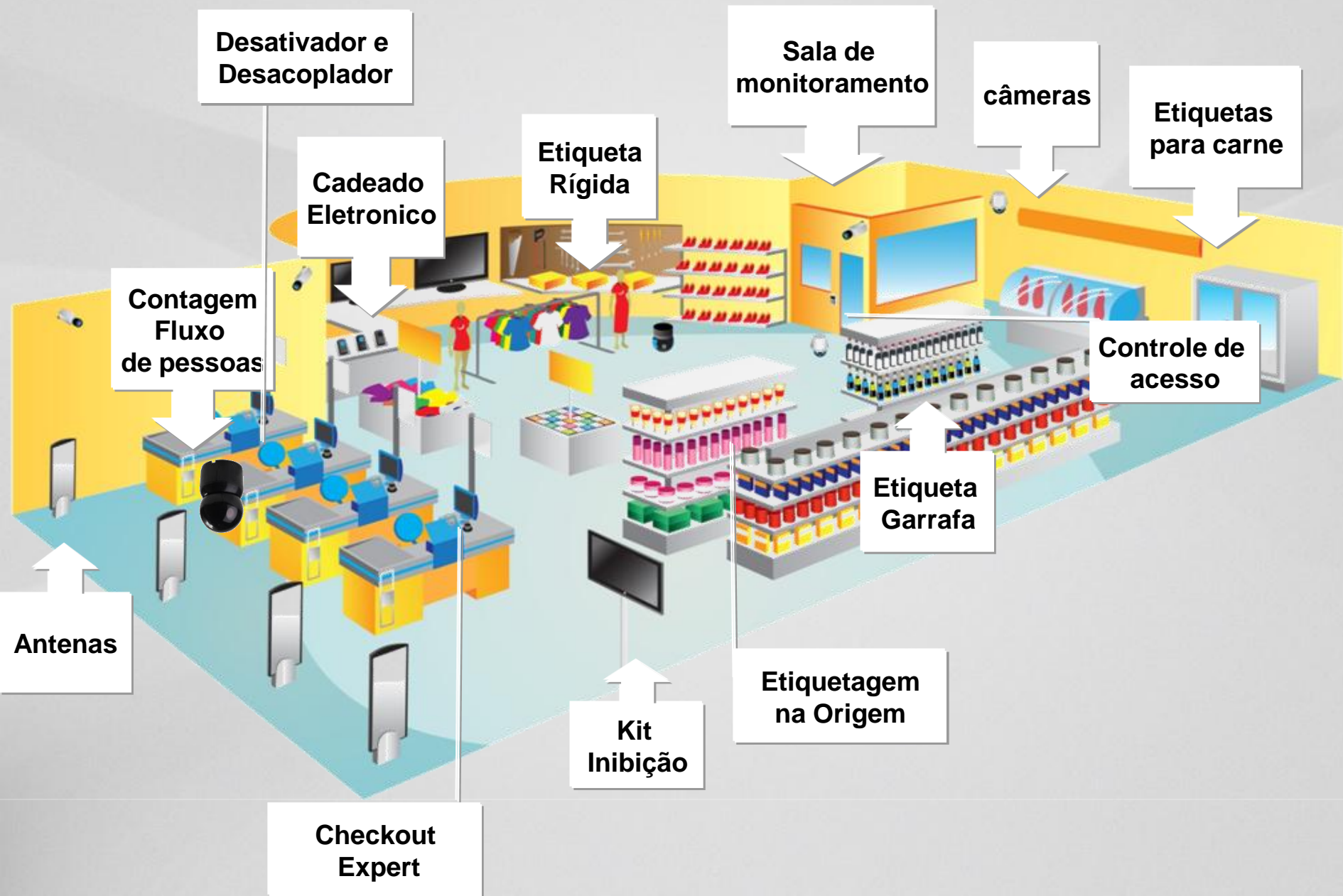
Abordagem das Soluções de Tecnologia em Prevenção de Perdas

Visão direcionada para o Gerenciamento de Prevenção de Perdas

- Foco em adequação ao uso e definição ;
- Alinhada com a oferta de produtos e serviços do mercado fornecedor.



MAPA DE SOLUÇÕES DE PREVENÇÃO DE PERDAS



Aspectos Jurídicos

Abordagem Preventiva e Reativa

DIREITO PENAL

É o ramo do Direito que regula os crimes e contravenções, determinando as penas e medidas de segurança.

DIREITO PENAL

CRIME

É um Fato Típico, antijurídico e culpável.

Fato = Conduta do ser humano podendo ser uma ação (quando o sujeito faz alguma coisa) ou omissão (quando o sujeito deixa de fazer alguma coisa).

Típico = Quando o fato é descrito em lei, isto é, na norma incriminadora.

Antijurídico = Quando o fato é contrário a Lei, ao Direito

Culpável = Quando se aplica ao fato em razão de culpa e/ou dolo

DIREITO PENAL

DOLO E CULPA

Dolo: É o propósito intencional de praticar fato descrito na lei como crime

Culpa: Consiste na prática não intencional do delito, faltando, porém, o agente a um dever de atenção e cuidado, quando age com:

- Imprudência**
- Negligência**
- Imperícia**

DIREITO PENAL

CAUSAS QUE EXCLUEM A CRIMINALIDADE

Também conhecida como Cláusulas excludentes de ilicitude, o qual excluem o caráter antijurídico de uma conduta prevista como fato típico. Conforme determina o art. 23 do CP, "Não há crime quando o agente pratica o fato:

- a) Estado de Necessidade**
- b) Legítima Defesa**
- c) Estrito cumprimento do dever legal**
- d) Exercício regular do Direito**

DIREITO PENAL

PRISÃO EM FLAGRANTE

Qualquer do povo poderá e as autoridades policiais e seus agentes deverão prender quem quer que seja em flagrante delito.

Considera-se em Flagrante Delito quem:

Está cometendo infração penal, acaba de comete-la, é perseguido, logo após, pela autoridade, pelo ofendido ou por qualquer pessoa, em situação que faça presumir ser autor da infração, é encontrado, logo depois, com instrumentos, armas, objetos ou papéis que façam presumir ser ele o autor da infração.

DIREITO PENAL

CRIME CONSUMADO

Quando nele se reunam todos os elementos de sua definição legal.

- Fases:**
- **Cogitação: Mentalização**
 - **Preparação: Práticas dos atos imprescindíveis a execução do crime**
 - **Execução: o bem jurídico é atacado**
 - **Consumação: elementos realizados.**

O QUE É FURTO?

FURTAR: Subtrair fraudulentamente (coisa alheia); roubar; desviar , esquivar.

FURTO: Ato ou efeito de furtar; às ocultas; dissimuladamente.

CÓDIGO PENAL

Subtrair para si ou para outrem coisa alheia móvel.

CAUSAS DE FURTO

- **Exposição de Produtos de alto valor agregado.**
- **Ausência/ineficácia de mecanismos de proteção.**
- **Fonte de receita (Venda no mercado informal).**
- **Furto como fator social.**
- **Oportunidade.**
- **Dependente de Tóxicos (Sustento do vício).**

DIREITO PENAL

ROUBO

Subtrair, coisa móvel alheia, para si ou para outrem, mediante grave ameaça ou violência a pessoa, ou depois de havê-la, por qualquer meio, reduzido à impossibilidade de resistência(...)

DIREITO PENAL

TENTATIVA

Tentado, quando, iniciada a execução, não se consuma por circunstâncias alheias à vontade do agente.

DIREITO PENAL

DESISTÊNCIA VOLUNTÁRIA

O agente que, voluntariamente, desiste de prosseguir na execução ou impede que o resultado se produza, só responde pelos atos praticados

DIREITO PENAL

LESÃO CORPORAL

Ofender a integridade corporal ou a saúde de outra pessoa.

CALÚNIA

Caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como crime.

Penal: detenção, de 6 meses a 2 anos e multa.

Imputar fato definido como crime, consuma-se quando chega ao conhecimento de 3º

DIREITO PENAL

DIFAMAÇÃO

Difamar alguém, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação.

Pena: detenção, de 3 meses a 1 ano.

Imputar alguém fato que atinja sua reputação, consuma-se quando chega ao conhecimento de 3º.

DIREITO PENAL

INJÚRIA

Injuriar alguém, ofendendo-lhe a dignidade ou o decoro.

Pena: detenção, de 1 a 6 meses, ou multa.

Atinge o decoro, a dignidade de alguém, pode ser por gestos ou palavras, consuma-se quando chega ao conhecimento do próprio ofendido, é a honra de cada um

Ex. Gesto de furto na comunicação entre fiscais.

Vc é um vagabundo!

DIREITO PENAL

CONSTRANGIMENTO ILEGAL

Constranger alguém, mediante violência ou grave ameaça, ou depois de lhe haver reduzido, por qualquer outro meio, a capacidade de resistência, a não fazer o que a lei permite, ou fazer o que ela não manda.

DIREITO PENAL

AMEAÇA

Ameaçar alguém, por palavra, escrito ou gesto, ou qualquer outro meio simbólico, de causar-lhe mal injusto e grave.

DIREITO PENAL

SEQÜESTRO E CÁRCERE PRIVADO

**Privar alguém de sua liberdade,
mediante seqüestro ou cárcere privado.**

DIREITO PENAL

APROPRIAÇÃO INDÉBITA

Apropriar-se de coisa móvel, de que tem a posse ou a detenção.

DIREITO PENAL

ESTELIONATO

Obter para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento

DIREITO CIVIL

DANO MORAL

DANO MORAL

CONCEITO DANO

Consiste na lesão (diminuição ou destruição) que, devido a certo evento, sofre uma pessoa, contra a sua vontade, em qualquer bem ou interesse jurídico, patrimonial ou moral.

DANO MORAL

DANO EXTRAPATRIMONIAL

É a ofensa de interesses não patrimoniais provocada pelo fato lesivo. Atinge bens não patrimoniais.

Ex. ofensa à paz, a tranqüilidade de espírito, a liberdade individual, a integridade física, a honra, ao nome, a privacidade, a imagem, etc.

IMPORTANTE: Podemos ter uma lesão a um bem jurídico patrimonial que leva um dano Extrapatrimonial

Ex. Roubo de um anel de noivado

DANO MORAL

INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL

- **Natureza da lesão: Impossibilidade de reparação**
- **Insuscetível de avaliação pecuniária: Autor/juiz determinam o valor**
- **Caráter punitivo e educativo: desestimular e prevenir a repetição de situações semelhantes**
- **Caráter compensatório : sensação de prazer, desafogo – visa compensar a dor**

Silvio Rodrigues: “ o dinheiro provocará na vítima uma sensação de prazer, de desafogo, que visa compensar a dor, provocada pelo ato ilícito”.

JURISPRUDÊNCIAS FAVORÁVEIS

“APELAÇÕES CÍVEIS. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. ACIONAMENTO DE ALARME ANTIFURTO EM ESTABELECIMENTO COMERCIAL. **AUSÊNCIA DE DEMONSTRAÇÃO DE ABUSO NA CONDUTA DO FUNCIONÁRIO DA LOJA. DANO MORAL NÃO CARACTERIZADO. SIMPLES ABORRECIMENTO. PROVA TESTEMUNHAL QUE NEM SEQUER PRESENCIOU O FATO.** IMPROCEDÊNCIA DA AÇÃO. APELO DA AUTORA REQUERENDO A MAJORAÇÃO DO QUANTUM INDENIZATÓRIO FIXADO NO PRIMEIRO GRAU PREJUDICADO. APELO DA RÉ PROVIDO E APELO DA AUTORA PREJUDICADO.” (Apelação Cível Nº 70015954209, Sexta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Antônio Corrêa Palmeiro da Fontoura, Julgado em 17/04/2008)

JURISPRUDÊNCIAS FAVORÁVEIS

“Ação de indenização por dano moral. Abordagem em estabelecimento comercial. Sentença de improcedência da ação. Recurso da parte demandante. Mérito da demanda. **O fato de ser abordada por seguranças quando da saída da loja da demandada, em razão do acionamento do alarme antifurto, não é o bastante para caracterizar dano moral indenizável.** No caso, ao contrário do que se alega, os depoimentos da demandante e das testemunhas não demonstram o excesso ou o abuso de direito no procedimento adotado pelo segurança da loja, ao ter a apelante e sua irmã as bolsas examinadas, além de terem que passar novamente pelas antenas do sistema antifurto. O mero desconforto ou aborrecimento não gera dano moral indenizável. Assim, inexistindo dano moral, descaracteriza-se a pretensão ressarcitória.” (Apelação Cível Nº 70020533105, Vigésima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Carlos Cini Marchionatti, Julgado em 19/12/2007)

JURISPRUDÊNCIAS FAVORÁVEIS

"APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. DANO MORAL. DISPARO DE ALARME ANTIFURTO DE LOJA NA SAÍDA DO CONSUMIDOR. ABORDAGEM DOS FUNCIONÁRIOS. AUSÊNCIA DE ATITUDES GROSSEIRAS OU DESELEGANTES POR PARTE DOS PREPOSTOS DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL. DANO MORAL NÃO CARACTERIZADO.

Inexistente a abordagem agressiva ou deselegante por parte dos prepostos da ré, o simples fato de disparar o alarme antifurto no momento da saída do consumidor da loja não é situação, por si só, para caracterizar dano moral. Situação em concreto que se amolda como mero dissabor, não suscetível de indenização.

APELAÇÃO

DESPROVIDA."

(Apelação Cível Nº 70017062407, Sexta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Artur Arnildo Ludwig, Julgado em 28/02/2008)

JURISPRUDÊNCIAS DESFAVORÁVEIS

“DANO MORAL. REVISTA EM SUPERMERCADO. SOAR DE ALARME ANTI FURTO. ABUSIVIDADE DA CONDOTA. QUANTIFICAÇÃO. **É abusiva a conduta da ré que submete os autores à verificação das compras adquiridas e conferência com a nota fiscal, diante de inúmeros curiosos, em função de ter soado o alarme quando deixavam o estabelecimento** – o que só foi causado em função de ter ficado preso em um dos produtos adquiridos uma etiqueta magnética de preços. Fato que poderia ser verificado na hora, sem causar situação vexatória. Na quantificação da reparação do dano moral, além de outros critérios, deve ser levada em conta a situação sócio-econômica da ofendida e do ofensor. Ainda, deve ser tal que sirva para coibir a reiteração da prática do ilícito sem, no entanto, proporcionar enriquecimento sem causa para quem recebe. Quantia que, no caso, se mostra adequada e consentânea às circunstâncias e peculiaridades da demanda. Apelo e recurso adesivos improvidos.” (Apelação Cível Nº 70003975505, Quinta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Des. Marco Aurélio dos Santos Caminha, Julgado em 03/10/2002)

JURISPRUDÊNCIAS DESFAVORÁVEIS

“RESPONSABILIDADE CIVIL. SUPERMERCADO. ABORDAGEM DE CLIENTE NO INTERIOR DA LOJA. SUSPEITA DE FURTO NÃO CONFIRMADA. ABORDAGEM E REVISTA POLICIAL NA SAÍDA DO ESTABELECIMENTO. PROCEDIMENTO HUMILHANTE QUE COLORE A FIGURA DO DANO MORAL. ATO ILÍCITO CONFIGURADO. **Se a conduta do preposto do supermercado, suspeitando de furto por parte do cliente, ultrapassa a barreira da observação, dando azo a que fosse o consumidor revistado pela polícia militar após sua saída do supermercado, onde efetivamente adquiriu bens, e nada tendo sido constatado em relação à prática de furto,** então resta configurada a figura do dano moral, pelo constrangimento e pelas humilhações infligidas ao cliente. Sentença de parcial procedência mantida. Apelo parcialmente provido.” (Apelação Cível Nº 70011605128, Décima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Paulo Antônio Kretzmann, Julgado em 04/08/2005)

JURISPRUDÊNCIAS DESFAVORÁVEIS

RESPONSABILIDADE CIVIL. DANO MORAL. ABORDAGEM DE FUNCIONÁRIO DO PRÓPRIO SUPERMERCADO SOB SUSPEITA DE FURTO. ALARME SONORO ACIONADO. FURTO NÃO COMPROVADO. CONSTRANGIMENTO E HUMILHAÇÃO. DANO MORAL CARACTERIZADO.

Pratica ato ilícito, e responde pelos danos causados, o comerciante que, suspeitando de furto por parte de seu próprio funcionário, por ter soado o alarme anti furto da loja, sujeita-o a constrangimento e humilhação pública, bem como a revista pessoal, sem nada encontrar.

Alegação de furto não comprovada. Dano moral caracterizado. Dever de compensar reconhecido. Apelo provido.”

(Apelação Cível Nº 70022090377, Décima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Des. Paulo Antônio Kretzmann, Julgado em 28/02/2008)

JURISPRUDÊNCIAS DESFAVORÁVEIS

2008.001.57071	-	APELAÇÃO	CÍVEL
DES. RONALDO	ALVARO	MARTINS	Julgamento:
08/04/2009	-	QUARTA	CÂMARA
	DÉCIMA		CÍVEL

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO INDENIZATÓRIA. RESPONSABILIDADE CIVIL. DANO MORAL. DISPARO DE SISTEMA DE ALARME ANTI-FURTO EM LOJA. ACUSAÇÃO DE FURTO E ATITUDE GROSSEIRA DO SEGURANÇA DA LOJA. **Atitude grosseira de segurança do estabelecimento e acusação de furto confirmadas pelas provas testemunhais. Constrangimento em local de grande circulação que acabou por reunir curiosos, o que acarreta situação vexatória à autora.** Dano moral fixado em R\$41.500,00 que se mostra excessivo, devendo ser reduzido para R\$5.000,00. Valor que melhor se adequa aos parâmetros de proporcionalidade e razoabilidade diante dos fatos narrados. Agravo retido a que se NEGA PROVIMENTO e apelação a que se PROVÊ PARCIALMENTE.

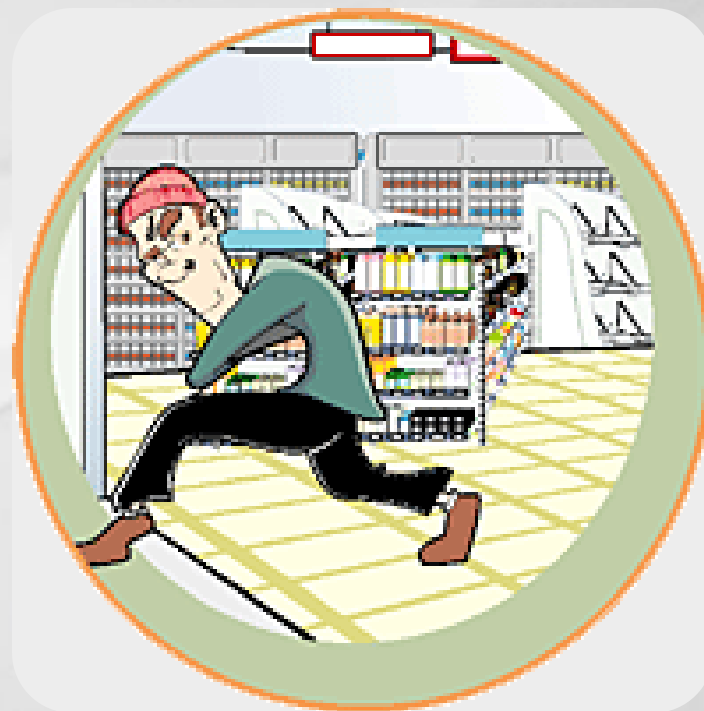
- **FURTO EXTERNO**
- **FURTO INTERNO**

PRINCIPAIS MODALIDADES

- **Ocultação de Produtos.**
- **Troca de Etiquetas.**
- **Simulações de Troca.**
- **Substituição de Produtos.**
- **Produto não registrado.**
- **Fraude em Provedores.**
- **Quadrilhas Especializadas.**
- **Estelionato.**
- **Degustação**

IDENTIFICANDO FURTANTES

- **Furtante Ocasional;**
- **Furtante Impulsivo;**
- **Furtante Profissional.**



IDENTIFICANDO FURTANTES

Furtante Ocasional (compra duas e furta uma)

- Fica muito tempo na loja**
- Conversa com outros clientes e colaboradores para não chamar a atenção**
- Vai várias vezes ao provador**
- Geralmente compra alguma coisa**
- Cria uma oportunidade para furtar**

IDENTIFICANDO FURTANTES

Furtante Impulsivo (cleptomaníaco)

- **Age sozinho**
- **Vem várias vezes a loja, mas não compra nada**
- **Fica observando fiscais e funcionários**
- **Cria oportunidades para furtar**

IDENTIFICANDO FURTANTES

Furtante Profissional

- Entram nas lojas em duplas, quadrilhas
- Furtam grandes quantidades, geralmente produtos PAR, próximos as saídas, produtos pequenos e de alto valor, etc.
- Utilizam sacolas preparadas, alicates, imãs, etc.
- Alguns se deslocam para chamar a atenção, enquanto outros furtam.

PRÁTICAS PREVENTIVAS

- **Tecnologias e equipamentos.**
- **Acompanhamento de Comportamento:**
 - **Atitudes Suspeitas.**
- **Abordagens Preventivas:**
 - **Atitudes Suspeitas.**
 - **Furto Consumado**

ACOMPANHAMENTO DE COMPORTAMENTO INDÍCIOS DE ATITUDES SUSPEITAS

- **Olhar muito para os lados.**
- **Levantar o produto à altura dos olhos observando o movimento de funcionários.**
- **Deixar cair um produto no chão para colocá-lo na bolsa ou sacola.**
- **Permanecer por muito tempo em um local de pouca visibilidade e circulação de funcionários.**
- **Abrir bolsa ou sacola em local onde se escolhe produtos.**
- **Experimentar produtos na área de vendas.**
- **Chamar a atenção de forma insinuante para desviar a atenção do responsável pela segurança.**

POSTURA DOS AGENTES DE PREVENÇÃO DE PERDAS

- **Posicionar-se em locais de fácil visualização pelo público, preferencialmente no meio da loja;**
- **Observar os pontos de menor circulação, postura de apoio;**
- **Evitar conversas paralelas para não desviar a atenção;**
- **Discrição, observa comportamento agitado e movimentação;**
- **Evitar pré-julgamento (aparência, vestimentas, etc.);**
- **Manter equilíbrio emocional e a calma;**
- **Evitar correr em direção a pessoa suspeita ou movimentos bruscos;**
- **Nas abordagens olha nos olhos da pessoa com as mãos para trás;**
- **Se comunica sempre via rádio, utilizando os códigos para não chamar a atenção dos clientes;**
- **Atentar para horários de pico e de maior perda**

ABORDAGEM PREVENTIVA

Atitudes Suspeitas

1 . Oferecimento de cesto ou sacola.

“Bom dia Sr(a)., poderia utilizar nossa sacola para carregar suas compras”.

2 . Oferecimento de serviços e produtos da loja.

3 . Oferecimento de ajuda.

4 . Acompanhamento à média distância.

ABORDAGEM PREVENTIVA

Ocultação do Produto dentro da loja

- 1 . Idem a Atitude Suspeitas 1-3.**
 - 2 . Acompanhamento a curta distância.**
 - 3 . Frases diretas indicando que o local não é apropriado para transportar os produtos.**
- “Bom dia Sr.(a), o local onde guardou os produtos não é o apropriado, por favor utilize nossa sacola”**

ABORDAGEM PREVENTIVA

Responsável pela Abordagem

- 1- Qualquer Colaborador**
- 2- Ao identificar atitude suspeita e/ou ocultação, dirigir-se imediatamente ao "cliente" para a abordagem preventiva**
- 3- Comunicar imediatamente os fiscais / agentes de prevenção de perdas, através de sinais e/ou códigos**
- 4- Se ocorreu a ocultação, acompanhe o cliente dentro da loja até sua saída.**
- 5- Sendo necessário, troque o monitoramento do atendente pelo segurança sem perder o cliente de vista.**

ABORDAGEM PREVENTIVA

Furto Consumado

- **Abordagem após saída do Check out / Loja.**
- **Sempre com dois fiscais de Prevenção de Perdas.**

ABORDAGEM PREVENTIVA

Furto Consumado - Procedimento

- 1 . Aborda o “cliente” e solicita o acompanhamento para um local específico, se possível monitorado**
- 2. Nesse local, mantêm a porta aberta**
- 3. Solicita a apresentação dos produtos furtados**
- 4. Decide sobre a possibilidade de pagamento caso o cliente tenha recursos financeiros.**
- 5. Solicita presença da autoridade policial.**
- 6. Mantêm pessoa do mesmo sexo no local como testemunha**
- 7. Verifica objetos cortantes no local**

ABORDAGEM REATIVA

- **Abordagem após saída do Check out / Loja.**
- **Sempre com dois fiscais de Prevenção de Perdas.**

Disparo das Antenas “?”

Com a certeza do furto – após realizados os procedimentos de prevenção.

- **Idêntica ao Furto Consumado**

ABORDAGEM REATIVA

Disparo das Antenas “?”

Sem a certeza do furto.

- **Cliente decide se retorna ou não à loja.**
- **Abordagem em todo disparo.**
 - **Informa ao cliente a possibilidade de esquecimento de etiqueta (Erro da operadora).**
 - **Solicita o cupom fiscal.**
 - **Confere, discretamente a quantidade de produtos.**

ABORDAGEM PREVENTIVA NA DEGUSTAÇÃO

Se você presenciou o “cliente” abandonar uma embalagem que foi degustada ou violada, oferecer a embalagem de volta de imediato:

“Bom dia, o Sr.(a) precisa da embalagem para efetuar o pagamento na Frente de Caixa”

É preciso falar com muita educação para não ofender o “cliente”, mas ele deve entender que precisa efetuar o pagamento. NUNCA OBRIGUE A PAGAR NO MOMENTO DA ABORDAGEM!!!!!!

É recomendado avisos de “não degustar” no sistema de som da loja.

OBRIGADO!!!!

Contato:

Email:

carlos.santos@prevenirperdas.com.br

cesantos@sensorbrasil.com.br

Site: www.plastromsensormatic.com.br

www.prevenirperdas.com.br