



Carlotta Feuls

Previna furtos em sua loja

Os furtos são a segunda maior causa de perdas dentro de um supermercado. Para se prevenir, a tecnologia ajuda, mas equipe comprometida e mudanças no *layout* de loja são fundamentais

a **tecnologia** tem ajudado os supermercadistas a reduzir os furtos de produtos, mas mesmo as câmeras, etiquetas eletrônicas, embalagens de proteção e antenas antifurto precisam de uma equipe comprometida para que a política de prevenção seja efetiva. Lojas bem iluminadas, de corredores amplos e gôndolas de altura mediana também são mais facilmente monitoradas. Os especialistas em segurança reconhecem que o tema é delicado e recomendam abordagens preventivas de modo a evitar constrangimentos.

Dependendo do caso, os furtos podem representar até cerca de um terço das perdas totais nos supermercados, e somente as quebras operacionais representam prejuízo maior. A experiência dos lojistas mostra que pessoas de todos os matizes e classes se aproveitam de vulnerabilidades nos sistemas para levar produtos sem pagar. As maneiras mais usuais de cometer o crime são ocultando itens sob vestes ou mochilas, trocando etiquetas, substituindo o conteúdo nas embalagens ou até mesmo deixando mercadoria na parte inferior dos carrinhos.

No entender de Carlos Eduardo Santos, MBA em Gestão de Riscos e Segurança Empresarial pela Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, é importante a adoção de medidas tradicionais como a instalação de câmeras, etiquetas eletrônicas, antenas antifurto, embalagens de proteção, porém, os processos como um todo precisam melhorar, incluindo treinamento de pessoal e fixação de normas. O consultor Salvador Fraga, reforça a orientação. “É um erro comum o estabelecimento ter uma câmera de vigilância de primeira linha, mas não existir alguém designado para monitorá-la. Ninguém assume a tarefa ‘quando tiver um tempo livre’ e o índice de perda continua alto”, conta.

Atitudes **suspeitas**

Os ladrões apresentam, em geral, atitudes suspeitas. O cliente que olhar muito para os lados; levantar o produto à altura dos olhos observando câmeras ou o movimento de funcionários; deixar cair a mercadoria no chão de forma proposital para colocá-la na bolsa; permanecer por muito tempo em área de pouca visibilidade e circulação ou abrir mochila/sacola intencionalmente em local onde se escolhe produtos, deve acender o sinal de alerta na equipe da loja. “Os supermercados estão na comunidade e sua localização faz com que o público seja praticamente o mesmo todos os dias. O comprador contumaz vai com lista de produtos e conhece o lugar de tudo, não fica vagando. O furtante vai de lugar para outro, verifica as câmeras e usa roupas largas”, ensina Fraga.

Conforme Santos, uma equipe de prevenção de perdas bem treinada deve estar capacitada para agir antes da consumação do furto, isto é, antes do cliente sair da loja. Ele defende a abordagem preventiva como meio de obtenção de resultados positivos tanto na mitigação do risco de furto como do risco legal, em razão de ações indenizatórias por danos morais. “Ao perceber um cliente com atitude suspeita, identificada por qualquer colaborador ou pelo circuito fechado de TV, recomenda-se o estabelecimento de um diálogo proativo com ele, oferecendo um serviço da loja, o cesto ou o carrinho para carregar suas compras, demonstrando que seu com-

portamento foi percebido e está sendo observado”, explica. “O colaborador precisa se precaver para não provocar constrangimentos, cuidando nos termos a na linguagem.”

A abordagem convencional ou conservadora, por sua vez, é necessária quando comprova-se a ocultação de produto, desde que o cliente tenha efetivamente saído da loja sem pagar pelo item, e a equipe de segurança saiba exatamente onde o cliente o escondeu. A ação, todavia, é delicada. Cabe às empresas a decisão do formato adequado de abordagem em razão de sua configuração interna, tecnologias disponíveis e nível de qualificação e treinamento dos colaboradores. “Em determinados contextos, simplesmente o ato do sinal sonoro na frente da loja já pode representar um constrangimento ilegal”, observa Santos.

Abordagem **certeira**

A decisão de realizar a abordagem deve estar pautada na relação custo/benefício. A ação deve ser feita de forma certa, caso contrário o cliente pode acusar a loja de calúnia, constrangimento ilegal ou cárcere privado. Os agentes de segurança devem usar os meios de forma moderada, evitando qualquer lesão corporal e tendo provas contundentes de onde o produto foi escondido e de que ele foi retirado de dentro da loja. O sistema precisa ser competente na identificação e no registro (gravação).

Os produtos de custo unitário alto e de pequeno ou médio porte são os mais visados, e por isso pilhas, lâminas de barbear, isqueiros, preservativos e alguns chocolates figuram nos estandes de *check-out*, que inibem os ladrões. No caso de um flagrante, Carlos Eduardo Santos orienta a equipe



©iStock.com/Diego Cervio

de prevenção de perdas a acionar autoridade policial para registro de boletim de ocorrência.

Você está sendo observado

Nos Supermercados Asun, o sistema de prevenção de furtos envolve monitoramento e fiscalização interna em cada loja. Na medida que é detectada alguma atitude ou atividade suspeita ocorre o aviso aos fiscais, via rádio, e se decide a melhor tática a ser utilizada em cada situação. Os furtos externos representam por volta de 13% do total das perdas e estão atrás apenas das quebras operacionais que representam 34%.

Segundo o gerente administrativo financeiro Valdecir Pressi, normalmente os ladrões agem em duplas. Nos corredores, se posicionam um de frente para o outro com a finalidade de vigiar a movimentação na retaguarda. Dessa forma, conseguem esconder produtos sob as roupas. “Quando nossos funcionários percebem, procuram solicitar alguma informação para que os mesmos saiam

do local. Existem casos que, em algum local da loja, um deles faz algum movimento para chamar a atenção dos fiscais e funcionários, facilitando para o outro agir”, conta.

A fiscalização do Asun procura deixar claro, para aquele que tenta furtar, que a atitude criminosa foi percebida. “Normalmente, se o ladrão ainda não pegou nada, desiste e, se já pegou, deixa a mercadoria em algum canto da loja”, diz. “Se, mesmo assim, tenta sair da loja com as mercadorias sem pagar, é feita a abordagem externa e, após, o registro da ocorrência junto aos órgãos competentes.”

Os produtos mais visados são bebidas quentes, eletroportáteis, carnes nobres e itens de menor volume, fáceis de esconder sob as roupas. Os horários de pouco movimento são os preferidos para os furtos menores e rápidos, e os horários de pico para os furtos maiores. “Os casos que mais surpreendem são aqueles em que o ladrão, ‘na cara dura’, tenta sair da loja com carrinho cheio de mercadorias sem importar-se com a presença dos fiscais”, admira-se Pressi.

Aprimore os sistemas de segurança

Esteja atento ao que os especialistas indicam como medidas efetivas para reduzir as chances de sua loja sofrer com a ocorrência de furtos e roubos:

Lojas com pé-direito alto e bem iluminadas, de prateleiras em altura mediana, com corredores espaçosos, inibem a ação de ladrões. Manter a mercadoria bem frenteadada é outra dica, para dar a sensação de prateleira cheia e facilitar a vista da ausência dos produtos.

Etiquetas eletrônicas e câmeras são ótimas medidas para reduzir furtos, mas a principal delas é o comprometimento da equipe, assim cada funcionário torna-se um fiscal.

Produtos caros e de giro alto precisam de inventário semanal.

Algumas ações preventivas: olhar o *layout* de distribuição de *mix*; comprometer a equipe e coletar informações.

Vendedor de bebida deve ser acompanhado de perto, para que não descarregue caixa de bebidas vazias no depósito.

Para os supermercados pequenos e médios, o consultor Salvador Fraga recomenda uma equipe de três fiscais (uma no depósito, uma na loja e uma na frente de caixa).

Furtos internos também demandam cuidados. São aqueles que tem a participação de algum colaborador da loja e ocorrem geralmente porque há falta de controle ou de vigilância, no ponto de venda. A fraude é o meio mais comum: anulações irregulares, cancelamentos inexistentes e não pagamento do produto. Quando o clima organizacional é bom, a perda é baixa, e vice-versa. As práticas preventivas recomendadas, neste caso, são o processo de revista periódico, o monitoramento de ambientes, o controle de acessos e o engajamento.