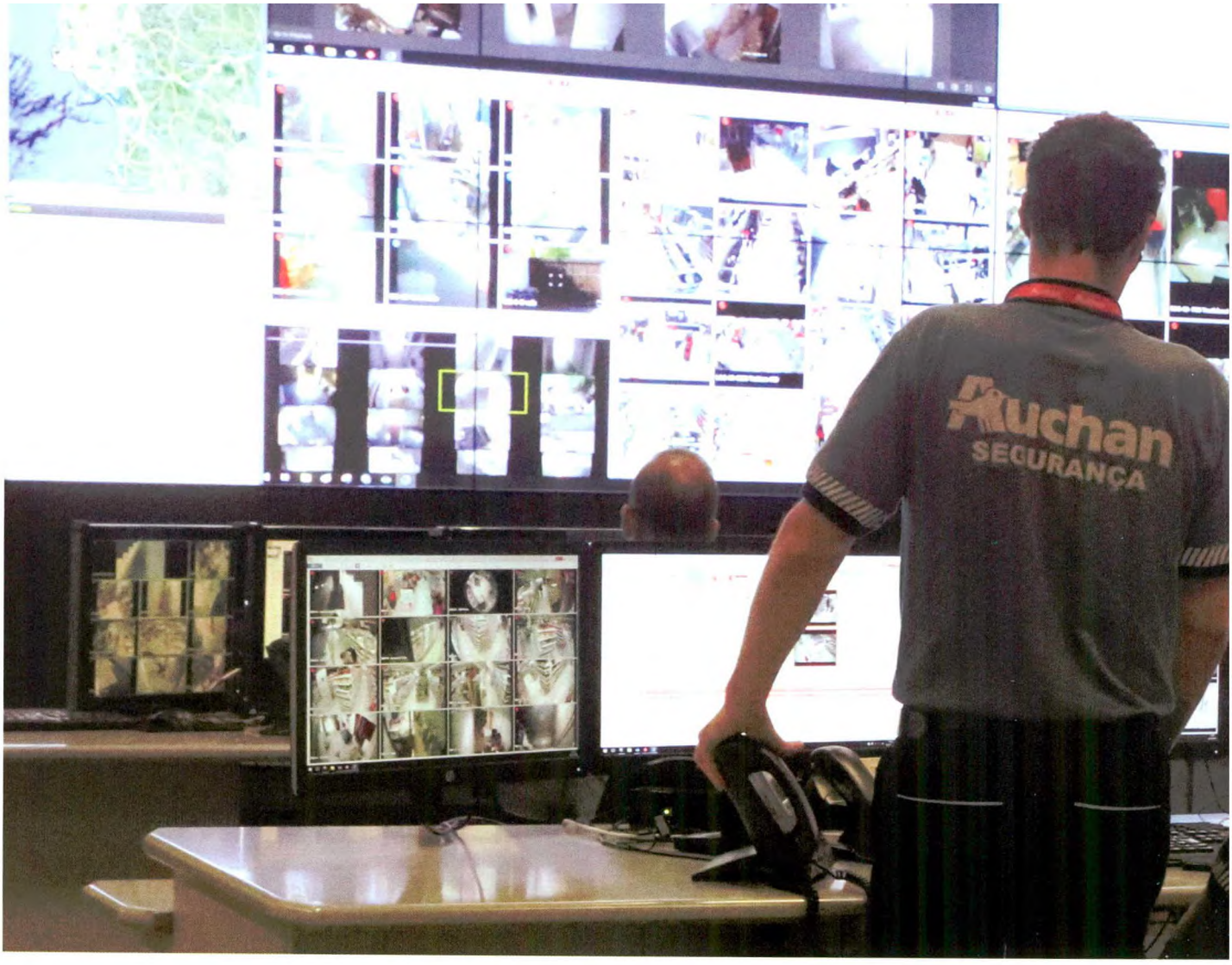
CISION
DISTRIBUIÇÃOHOJE
ID: 84232422
01-01-2020
Meio: Imprensa
País: Portugal
Period.: Mensal
Âmbito: Outros Assuntos
Pág: 26
Cores: Cor
Área: 20,00 x 25,61 cm²
Corte: 1 de 7



O LADO INVISÍVEL DAS OPERAÇÕES DO RETALHO

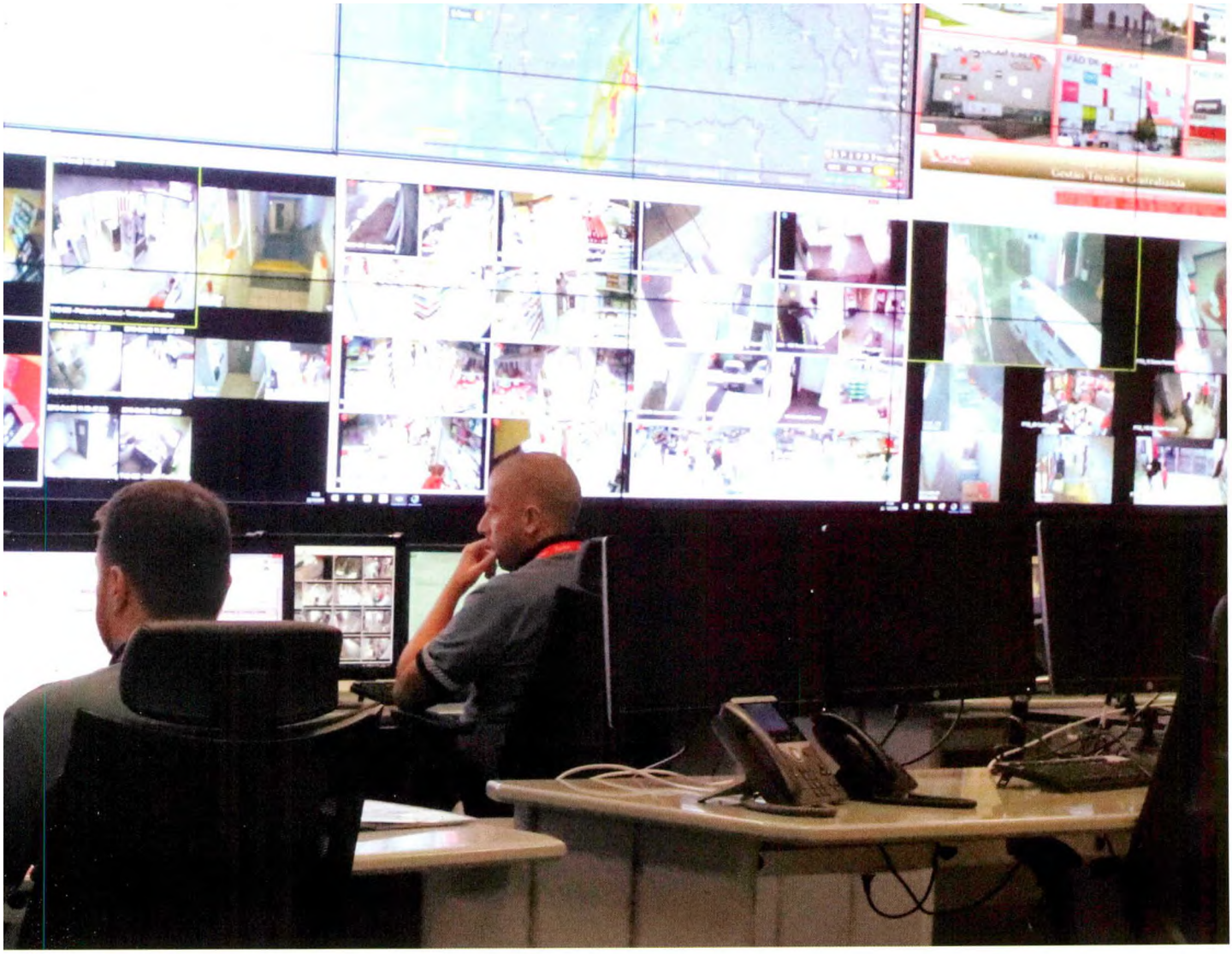
É nas profundezas do centro comercial Ubbo, antigo Dolce Vita Tejo, que está instalado o Centro Nacional de Segurança da Auchan, centro nevrálgico dos serviços de segurança do grupo de retalho alimentar. Fomos conhecer o local de onde saem algumas das soluções de segurança mais avançadas da empresa e estivemos à conversa com o "maestro" que coordena uma operação invisível, mas de grande impacto no negócio.

TEXTO: ANA RITA COSTA // FOTOGRAFIA: AUCHAN

"Vou dar acesso". Foi assim que se abriram as portas do Centro Nacional de Segurança da Auchan Portugal, depois de Silvestre Machado, diretor nacional de Segurança da empresa, se identificar com a sua impressão digital. É ali que está situado o centro nevrálgico da segurança de todas as operações da Auchan em Portugal, algures nos pisos subterrâneos do centro comercial Ubbo, e de onde saem todas as diretrizes de segurança económica, de proteção de dados e de segurança e saúde no trabalho da Auchan Portugal.

Silvestre Machado, que nos acompanhou durante a visita ao espaço onde até à data desta reportagem mais nenhum jornalista entrou, é quem comanda todas estas operações. "O meu trabalho é essencialmente a nível estratégico. Tenho de pensar a segurança da empresa a médio e longo prazo. 30% do meu dia

CISION
DISTRIBUIÇÃOHOJE
ID: 84232422
01-01-2020
Meio: Imprensa
País: Portugal
Period.: Mensal
Âmbito: Outros Assuntos
Pág: 27
Cores: Cor
Área: 20,00 x 25,46 cm²
Corte: 2 de 7



passo nos serviços centrais, na nossa sede, outros 30% aqui, no Centro Nacional de Segurança, e o restante tempo nas lojas, a acompanhar os processos de compra dos clientes e os nossos modelos de negócio".

Poucos sabem, mas o Centro Nacional de Segurança da Auchan Portugal é o centro de *expertise* do grupo Auchan a nível mundial para a área da segurança, o que significa que é ali que são desenvolvidas todas as boas práticas de segurança implementadas pela companhia e testadas as soluções tecnológicas que são colocadas ao serviço da segurança do negócio.

"Centralizamos toda a operação, de todos os nossos locais de operação, desde lojas a gasolineiras e base logística, aqui. É um espaço onde automatizamos tudo o que é operação e gerimos as exceções em termos de alarmes e em termos de operação. Este é um espaço muito reservado, mesmo por questões de ordem legal, e nevrálgico para nós. Baseia-se em três princípios: explorar a inovação, integração de sistemas e interoperabilidade entre os sistemas", explica Silvestre Machado, que nos últimos cinco anos consecutivos viu este centro ser reconhecido com o Prémio Cinco Estrelas de Segurança no Retalho, uma distinção "motivante".

Atualmente, a Auchan conta com uma equipa de 500 vigilantes, todos *insourcing* e recrutados pelo Centro Nacional de Segurança não pela experiência na área da segurança, mas pela sua capacidade de se adaptarem às novas tecnologias e aos processos. "Temos aqui licenciados em Letras, professores de Música... Não escolhemos as pessoas em função da formação que têm, mas de um perfil que se adapte à exploração das novas tecnologias. Não faz sentido termos uma estrutura topo de gama e altamente evoluída em termos tecnológicos, mas com a qual as pessoas não se adaptam a trabalhar. O sistema é muito intuitivo e ao fim de três semanas as pessoas estão aptas a trabalhar dentro de uma *workstation* aqui no Centro Nacional de Segurança", afirma ainda o diretor nacional de Segurança da Auchan Portugal.

"A Auchan em Portugal é o centro de *expertise* do grupo a nível mundial na área da segurança"

De acordo com Silvestre Machado, um dos desafios do setor da segurança continua a ser o recrutamento de mulheres, mas na Auchan existe uma regra de "discriminação positiva" que exige que "o mínimo de efetivo feminino nas nossas lojas e aqui no Centro Nacional de Segurança seja de 25%". O diretor nacional de Segurança da Auchan diz que não se trata apenas de uma medida de "responsabilidade social", mas também de uma política que beneficia o negócio do retalhista. "Percebemos que as mulheres são muito eficazes a trabalhar na área da segurança, sobretudo naquilo que é a generalidade das ocorrências que implicam um trabalho de longa duração e de baixa intensidade. Os homens traba-

CISION
DISTRIBUIÇÃOHOJE
ID: 84232422
01-01-2020
Meio: Imprensa
País: Portugal
Period.: Mensal
Âmbito: Outros Assuntos
Pág: 28
Cores: Cor
Área: 19,95 x 25,80 cm²
Corte: 3 de 7

lham melhor em curta duração e muita intensidade, em picos de crise. A sensibilidade de gerir situações com crianças ou idosos é muito superior no caso das mulheres", revela.

SOLUÇÕES DE SEGURANÇA QUE SERVEM O MERCADO DO RETALHO

Além de um espaço para testar soluções e equipamentos de segurança, algumas das quais ainda não estão disponíveis no mercado, o Centro Nacional de Segurança da Auchan conta com um laboratório onde é analisada a resolução das câmaras, equipamentos de leitura de códigos de barras e tecnologias de reconhecimento facial. Silvestre Machado revela que todas estas soluções servem a segurança da empresa, mas também o mercado. "Permitem saber o perfil [género e idade] de quem nos visita, por exemplo. Todos estes dados são analisados em tempo real".

"Temos parcerias com alguns fabricantes que personalizam soluções para nós. E nós, como *end users*, identificamos as novas ameaças e vulnerabilidades, dizemos que precisamos de determinada solução e desenvolvemo-la com alguns parceiros. Desenvolvemos, por exemplo, soluções para melhorar as condições de segurança e o conforto na experiência de compra, porque a segurança não pode ser inibidora de uma experiência de compra nova e diferenciadora. Mas temos de controlar as nossas perdas para que o processo seja viável. Testamos antenas, câmaras, *software* analítico... tudo o que podemos usar, em termos legais, na operação de segurança, mas que seja orientada para as nossas necessidades. Não compramos equipamentos por catálogo. Nós é que desenhamos a solução e vamos à procura de *know-how* para a desenvolver (...) Estamos, por exemplo, a testar um sistema de proteção de gavetas com tintagem. Esta solução não existe em mais lugar nenhum do mundo porque os fabricantes de *checkout* não as desenvolvem. O que fizemos foi desenvolvê-la com um fabricante português, que é um dos melhores a nível mundial na proteção de sistemas ATM. Criámos um sistema eficaz que tem uma ligação a botões antipânico se houver uma tentativa de assalto e para que o dinheiro fique tintado caso tentem roubar. Já existem duas lojas a fazer testes destas gavetas e as notícias correm tão rápido que temos a Guardia Civil de Espanha a querer visitar-nos porque ouviu falar desta solução e entende que para o Sul de Espanha, onde há muitos assaltos a supermercados, pode ser uma solução para recomendarem aos comerciantes", conta ainda.

"Aquilo que desenvolvemos já ultrapassa a nossa estratégia de negócio. Já tem também a ver com serviço público e com cooperação através de soluções que sirvam também terceiros. Aqui, na segurança, não somos concorrentes, somos parceiros. Hoje, existem soluções no mercado, até na nossa concorrência, que fomos nós que propusemos a empresas que desenvolvem este tipo de soluções", acrescenta.

UM "*BIG BROTHER*"?

Depois de percorremos os corredores labirínticos do Centro Nacional de Segurança da Auchan, e de visitarmos a sala de crise, onde a equipa se reuniu para acionar o plano de contingência para lidar com a recente greve dos

CISION
DISTRIBUIÇÃOHOJE
ID: 84232422
01-01-2020
Meio: Imprensa
País: Portugal
Period.: Mensal
Âmbito: Outros Assuntos
Pág: 30
Cores: Cor
Área: 19,78 x 24,09 cm²
Corte: 4 de 7

motoristas de matérias perigosas, garantindo a normalidade das operações, chegamos às duas grandes salas de operações que gerem todos os incidentes de segurança que possam ocorrer no grupo. Segundo Silvestre Machado, a estratégia da empresa na área da segurança é o foco nos 99% de clientes que entram nas lojas para comprar e não no 1% que podem, eventualmente, ter segundas intenções.

"Nós exploramos a proatividade e não a reação. Não nos preocupamos em encontrar a pessoa que está a furtar e em fazer essa abordagem. Nós preocupamo-nos com os 99% de clientes que vêm comprar e sabemos que, ao criar uma boa experiência de compra e um bom ambiente de loja, estamos a reduzir o ambiente propício ao furto, que é a desorganização, a falta de qualidade de serviço no atendimento ao cliente, etc. Na prevenção, as regras de cortesia são regras de segurança. Quando perguntamos a alguém 'Posso ajudar?', também estamos a implementar uma regra de segurança. Temos uma postura de não criar condições para o furto, mas sim de dar as melhores condições a quem nos visita com o objetivo de ter uma boa experiência de compra, rápida e eficaz", explica.

As salas de operações estão equipadas com tecnologias avançadas para que seja possível detetar qualquer incidente que possa ocorrer nas lojas, na plataforma logística da empresa e até nos transportes entre o fornecedor e as lojas. "Todas as câmaras têm *software* analítico e é o sistema que gera os alarmes e que os hierarquiza. As pessoas que aqui estão vão respondendo a esses alarmes. Aqui pode gerir-se tudo. Segurança, acesso a pessoas, ligar e desligar fornos dos hipermercados, ligar e desligar o eletrocutor das moscas na área dos frescos. Tudo o que tenha um contacto elétrico pode gerir-se a partir daqui, o que nos permite, em situações muito críticas, ter alguém fora da caixa para gerir um incidente de segurança. O que acontece em sistemas que gerem a segurança loja a loja é que se houver um incidente durante a noite, só de manhã é que se identifica. Aqui, temos uma equipa fora da loja, com mais experiência e que tem um padrão de decisão de excelência, porque lida com todos os incidentes a nível nacional. Além disso, também acompanhamos toda a cadeia de frio, toda a nossa frota, desde o ponto de origem até às nossas lojas. Sabemos quais são as nossas viaturas, onde estão, se estão em movimento ou paradas, e a temperatura da galera, que também podemos controlar. Se houver alguma falha, o produto não é colocado à venda", explica.

"Seria de estranhar que uma empresa de comércio disponibilizasse uma área como esta se não tivesse um *payback* muito significativo para a empresa"

"Não é um grande *Big Brother* como as pessoas pensam. Isso é um mito urbano. Aqui só se gerem exceções", acrescenta ainda o diretor nacional de Segurança da Auchan. E apesar de este ser o lado invisível das operações de qualquer cadeia de retalho, Silvestre Machado revela que os vários estudos realizados pela cadeia revelam que "a maioria dos clientes confirma que escolhe o seu local de compras não só em função da qualidade de serviço e do preço, mas também em função do sentimento de segurança que tem e que muitas vezes é inconsciente".

SEGURANÇA TRAZ GANHOS "NA ORDEM DOS MILHÕES DE EUROS"

A Auchan está ainda preparada para responder a praticamente todos os incidentes que possam ocorrer durante as visitas dos clientes. Todas as equipas de segurança da empresa têm formação de suporte básico de vida para utilização dos desfibrilhadores.

"Fomos a primeira empresa a participar no Programa Nacional de Desfibrilhação Automática. No ano da morte do jogador de futebol Fehér [2004] também tivemos um incidente numa loja em Vila Real, com uma senhora grávida de dois gémeos que teve uma paragem cardiorrespiratória. Felizmente, os vigilantes que lá estavam tinham formação de suporte básico de vida e até à chegada do INEM contribuíram para uma história de sucesso. A partir daí, mesmo não sendo obrigatório em Portugal, em espaços como os nossos, passámos a ter desfibrilhadores em todas as lojas. Além disso, todos os vigilantes têm formação de segunda intervenção dos bombeiros, por isso, estão aptos não só para atacar o fogo antes da chegada dos bombeiros, como também para os acompanhar no que for necessário. Mais recentemente, até por determinados tipos de ameaças mais violentas, que felizmente não chegaram a Portugal, demos formação de primeiros socorros estáticos às nossas equipas. Todas as nossas lojas têm garrotes e pessoas preparadas para situações violentas que muitas vezes são a causa de perdas de vidas. A experiência que temos de França é essa. Somos uma equipa muito orientada para pensar na segurança 5 ou 10 anos à frente e não no imediato", afirma.

Silvestre Machado não tem dúvidas de que os modelos de segurança implementados pelo Centro Nacional de Segurança têm um contributo positivo para o negócio da Auchan Portugal. "Já percebemos que a estrutura de segurança e a forma como nós a materializamos é determinante para os resultados da empresa, porque a redução de custos e de perdas é determinante para o valor que aportamos. Cada vez mais, aquilo que tem a ver com o serviço de segurança e de emergência pública começa a estar centralizado. A responsabilidade de primeira intervenção está cada vez mais nas mãos do operador privado. Nós sabemos perfeitamente, numa situação de emergência, quanto tempo é que as forças de segurança demoram a chegar às nossas lojas, os bombeiros ou o INEM, e nesse período de tempo temos de ter estruturas preparadas e meios adequados para darmos essa resposta", refere.

De acordo com o diretor nacional de Segurança da Auchan, a eficácia em termos de recursos conquistada pela estrutura de segurança do retalhista permite "uma redução [de custos] na ordem dos milhões de euros", todos os anos. "É superior aos 2,5 milhões de euros só naquilo que é a exploração e otimização dos recursos, ou seja, pessoas no trabalho e

CISION
DISTRIBUIÇÃOHOJE
ID: 84232422
01-01-2020
Meio: Imprensa
País: Portugal
Period.: Mensal
Âmbito: Outros Assuntos
Pág: 31
Cores: Cor
Área: 19,54 x 25,74 cm²
Corte: 5 de 7

questões relacionadas com a produtividade. Se falarmos na redução de custos energéticos, andamos na ordem dos 25%. E em empresas como a nossa, em que um hipermercado é uma pequena cidade em termos de consumo, isto é muito significativo. Obviamente que isto não tem só a ver com a centralização, mas com uma cultura de alinhamento com as questões ambientais. Mas os ganhos

"A maioria dos clientes confirma que escolhe o seu local de compras não só em função da qualidade de serviço e do preço, mas também em função do sentimento de segurança que tem e que muitas vezes é inconsciente"

são muito significativos. Aliás, seria de estranhar que uma empresa de comércio disponibilizasse uma área como esta se não tivesse um *payback* muito significativo para a empresa", acrescenta. Silvestre Machado revela ainda que as perdas da companhia, nas lojas em Portugal, não ultrapassam os 0,6% das vendas operacionais. "Face àquilo que é a média nacional, que no último barómetro rondava os 1,26%, temos um resultado muito bom", afirma ainda.

"UM DESAFIO" PARA A SEGURANÇA

Em setembro deste ano, a Auchan Portugal colocou, finalmente, um ponto final na marca Jumbo, depois de 50 anos de operação no mercado português sob a insígnia do elefante. Desde aí, todas as lojas da cadeia de distribuição estão a operar debaixo do "chapéu" Auchan e com uma nova experiência de compra que já foi implementada em "lojas-modelo", como é o caso da loja Auchan de Alfragide.
Esta nova experiência de compra traduz-se, por exemplo, na criação da Academia do Café, um espaço onde, além da venda de cápsulas de café avulso, o cliente passa a poder fazer degustações de café acompanhadas por um colaborador responsável por explicar as características sensoriais dos produtos disponíveis. Além disso, há um reforço das áreas dedicadas a produtos biológicos, avulso e dietéticos, com mais referências disponíveis, e um alargamento do número de caixas de *checkout* automáticas, o que permite ao cliente fazer todo o percurso de compra com recurso à aplicação da Auchan, que já foi "descarregada" por cerca de 200 mil pessoas em Portugal.
"Se o cliente quiser, pode entrar, fazer todas as suas compras e sair sem ter de falar com ninguém", revelou recentemente Pedro Cid, CEO da Auchan, explicando ainda que 40% das transações feitas nas lojas Auchan já são completamente autónomas (com a *app* ou com recurso às caixas automáticas).
Uma nova experiência de compra que, segundo Silvestre Machado, representa "um desafio" para a equipa de segurança da empresa. "O nosso cliente, tal como os nossos colaboradores, tem cada vez mais uma cultura de experimentação das novas tecnologias e da novidade, muito acima daquilo que é a média europeia. É uma vantagem que temos aqui em relação aos outros países. O que nós procuramos são soluções [de segurança] muito próximas do livre serviço e da satisfação do cliente e são exceções aquelas em que se inibe o livre serviço ao cliente. O cliente traz-nos novos desafios. Hoje, pretende vir às compras com o seu *tupperware* e colocar o fiambre diretamente nesse *tupperware*. Temos de ir ao encontro das necessidades do cliente, mas obviamente que é um desafio para a segurança. E os desafios obrigam-nos a crescer", conclui.

CISION

DISTRIBUIÇÃOHOJE

ID: 84232422

01-01-2020

Meio: Imprensa
País: Portugal
Period.: Mensal
Âmbito: Outros Assuntos

Pág: 4
Cores: Cor
Área: 9,30 x 5,09 cm²
Corte: 6 de 7

26 O lado invisível das operações do retalho

CISION

DISTRIBUIÇÃOHOJE

ID: 84232422

01-01-2020

Meio: Imprensa
País: Portugal
Period.: Mensal
Âmbito: Outros Assuntos

Pág: 1
Cores: Cor
Área: 6,12 x 1,86 cm²
Corte: 7 de 7

DISTRIBUIÇÃOHOJE

Nº480
Edição Mensal - dezembro 2019 / janeiro 2020
Preço € 5,40 - IVA incluído

INRETAIL CONGRESS
CONSUMIDORES EXIGENTES, EXPERIÊNCIAS INSPIRADORAS

+

MOBILE WORLD CONGRESS
O RETALHO REGRESSA AO FUTURO

SEGURANÇA NO RETALHO
O LADO INVISÍVEL DAS OPERAÇÕES DO RETALHO

SAC
COMO É QUE AS MARCAS PRESTAM APOIO AOS CLIENTES?

5 607727 117759 00480 >