



Universidade do Porto
Faculdade de Direito

Óscar Filipe Martins Ramos

**O FURTO EM ESPAÇOS COMERCIAIS: CONTRIBUTOS
PARA A COMPREENSÃO DAS DINÂMICAS DO CRIME E
DA PREVENÇÃO NO CONTEXTO**

Mestrado em Criminologia

Dissertação realizada sob a orientação da
Professora Doutora Carla Cardoso

Abril 2012

ÓSCAR RAMOS

**O FURTO EM ESPAÇOS COMERCIAIS: CONTRIBUTOS
PARA A COMPREENSÃO DAS DINÂMICAS DO CRIME E
DA PREVENÇÃO NO CONTEXTO**

Dissertação para a obtenção do grau de mestre elaborada sob orientação da
Professora Doutora Carla Cardoso

Abril 2012

RESUMO

O furto em lojas é considerado uma das maiores adversidades do setor de vendas e a principal fonte de perdas e de investimento. Este tipo de crime emerge da interação entre um potencial ofensor e um ambiente ou situação que proporcione oportunidades para a ocorrência do crime. De acordo com a literatura, o furto apresenta diferentes distribuições temporais e espaciais. *Assim, como é que se pode prevenir este crime?* Este problema tem sido abordado através de estratégias de prevenção situacional que incluem medidas como o uso de CCTV, alarmes eletrónicos de segurança, segurança privada, redução das zonas de pouca visibilidade, entre outros princípios de *design*. O presente estudo procura comparar em dois contextos distintos (comércio de rua e centros comerciais) a perceção dos gerentes e subgerentes de lojas sobre: i) extensão e impacto do crime de furto; ii) medidas formais e informais utilizadas na loja e a sua eficácia percecionada; iii) artigos mais furtados e técnicas utilizadas para a prática do furto; iv) satisfação com o trabalho da polícia e a eficácia do sistema de justiça. Os dados foram recolhidos através de um questionário de autopreenchimento, aplicado a 108 gerentes e subgerentes de lojas de roupa e acessórios. Os resultados indicam que o crime de furto é percecionado como um problema e com consequências para os lojistas, especialmente com um elevado impacto no quotidiano da loja. Aqueles que percecionam mais o furto como um problema e com um maior impacto na loja, consideram também o sistema de justiça menos eficaz. Adicionalmente, os inquiridos nas lojas do comércio de rua investem mais em meios de prevenção informais do que os inquiridos em centros comerciais. No entanto, nos dois contextos, as medidas informais, tais como a atenção dos funcionários e outros princípios de *design* relacionados com o ambiente da loja, são percecionadas como as medidas mais eficazes. Além disso, o presente estudo explora a perceção da visibilidade e satisfação com o trabalho da polícia e a eficácia do sistema de justiça, nos dois contextos. Nas lojas do comércio de rua os inquiridos percecionam a polícia como mais visível, mas expressam menos satisfação com o trabalho da polícia, do que os inquiridos em centros comerciais. Por fim, esta investigação empírica pode proporcionar elementos-chave que permitam a implementação de estratégias de prevenção mais adaptadas, que tenham em consideração o ambiente da loja, especialmente no contexto português, ainda pouco explorado neste domínio.

Palavras-chave: Furto em lojas; furto no setor de venda a retalho; prevenção situacional do crime; ambiente da loja; segurança no retalho

ABSTRACT

Shoplifting is considered one of the biggest adversities in the retail sector and one of the major causes of loss as well as of investment. This type of crime emerges from the interaction between a potential offender and the environment or situation which provides opportunities for offending. According to the literature, these crimes have different temporal and spatial distributions. *So, how can we prevent these crimes?* The problem has been addressed by situational crime prevention strategies that can include techniques such as CCTV, electronic alarm tags, security guards, reduction of blind spots and other design principles. The present work aims to compare in two different retail environments (the traditional town centre and the shopping mall), the store managers' perceptions about: i) the extent and impact of shoplifting; ii) the use and effectiveness of formal and informal prevention measures; iii) most-stolen goods and theft techniques; iv) police performance and the response of the criminal justice system. The data collection was carried out through a self-report survey in a sample of 108 store managers of clothing and accessories stores. The results showed that shoplifting is perceived as a severe problem for retailers, with a high impact in the daily routine of the store. Those who report shoplifting as a severe problem and with high impact on the store also perceived the justice system as less effective. Other findings indicated that store managers of the traditional town centre invest more in the informal methods than those of the shopping mall. But, in both cases, the informal methods such as raising the awareness of sales staff and other design principles related to the store layout, are perceived as the more effective measures. Furthermore, the present study explored the visibility and satisfaction with police performance and criminal justice system in both contexts. In town centers retailers perceived the police as more visible, but they express less satisfaction with the police work, than those in the shopping mall. Overall, this empirical research could provide key elements to implement customized preventive strategies that take into account the store environment, especially in a less explored reality such as the Portuguese context.

Keywords: Shoplifting; retail theft; situational crime prevention; store environment; retail security

AGRADECIMENTOS

Agradeço, antes de tudo, à Professora Doutora Carla Cardoso pela constante partilha de conhecimento, pelo apoio crítico e pela rigorosa orientação teórica e metodológica.

À Escola de Criminologia e, em especial, ao Professor Doutor Cândido da Agra, pelo apoio e suporte na concretização e materialização deste projeto.

A todos os docentes e investigadores da Faculdade de Direito da Universidade do Porto que de forma direta ou indireta estiveram envolvidos neste projeto. Em especial à Mestre Josefina Castro que deu início a todo o interesse (crescente) por este tema, ao Mestre Ernesto Fonseca, ao Professor Doutor Pedro Sousa e ao Mestre André Leite.

Àqueles que partilharam este caminho comigo, em especial à Inês Guedes, à Teresa Sousa e à Ana Faria.

A todas as entidades e comerciantes que anonimamente despenderam do seu tempo e demonstraram a abertura necessária ao espírito científico, compreendendo a necessidade de, mais do que nunca, melhor conhecer este fenómeno.

À minha família e a todos os amigos mais próximos, pelo empenho e pela paciência, mas acima de tudo pelo incentivo e determinação que sempre transmitiram.

LISTA DE ACRÓNIMOS E ABREVIATURA

CCTV	<i>Closed-circuit television</i>
CP	Código Penal
CPP	Código de Processo Penal
CRP	Constituição da República Portuguesa
CPTED	<i>Crime Prevention Through Environmental Design</i>
CRAVED	<i>Concealable, Removable, Available, Valuable, Enjoyable, Disposable</i>
EAS	<i>Electronic Article Surveillance</i>
MP	Ministério Público
SARA	<i>Scanning, Analysis, Response, Assessment</i>
UC	Unidade de Conta

ÍNDICE DE MATÉRIAS

Resumo	ii
Abstract	iii
Agradecimentos	iv
Lista de acrónimos e abreviatura	v
Índice de matérias	vii
Índice de tabelas	ix
Índice de figuras	xi
Introdução	1
Capítulo I: O contexto e as oportunidades criminais: Considerações teóricas	3
1.1. Do indivíduo ao contexto	3
1.2. Precipitadores do crime	5
1.3. Geradores e atratores do crime	6
1.4. A teoria do padrão criminal	7
1.5. A teoria das atividades de rotina	8
1.6. A perspectiva da escolha racional	9
1.7. A prevenção situacional do crime	10
1.8. A modificação do ambiente para a prevenção do crime	13
Capítulo II: O crime de furto no setor de vendas	17
2.1. Noção jurídico-penal do crime de furto	17
2.2. Extensão e impacto do crime de furto	20
2.3. Distribuição espaço-temporal do crime de furto	22
2.4. A dificuldade de medição do fenómeno	24
2.5. Oportunidades do espaço: contextos criminógenos	25
2.6. A atratividade dos alvos: produtos criminógenos	27
2.7. A prevenção situacional do crime em espaços comerciais	29
2.8. Modelo integrado de prevenção	39
2.9. A importância do processo na avaliação e intervenção	40
2.10. Um novo modelo de avaliação e conhecimento	41

Capítulo III: Metodologia.....	44
3.1. Objetivos e hipóteses	44
3.2. Constituição da amostra	44
3.3. Instrumentos e técnicas	46
3.4. Procedimento	49
3.5. Processamento e análise de dados.....	50
Capítulo IV: Resultados.....	54
4.1. Caraterização da amostra de lojas	54
4.2. Caraterização da amostra de gerentes e subgerentes inquiridos	57
4.3. Perceção da extensão do crime de furto na loja	60
4.4. Utilização e eficácia percecionada das medidas de segurança e prevenção.....	70
4.5. Ofensores, produtos e técnicas de furto	82
4.6. O sistema formal de controlo e o setor de venda a retalho	86
4.7. Análise multidimensional da perceção do fenómeno do furto em lojas.....	95
Capítulo V: Considerações finais.....	99
5.1. Conclusões e discussão	99
5.2. Limitações e o futuro da investigação.....	105
Referências bibliográficas.....	107
Anexos	117
Anexo 1: Questionário	118
Anexo 2: Perceção dos produtos mais furtados na loja, nos dois contextos	126
Anexo 3: Perceção das técnicas utilizadas pelo ofensor para a prática do furto na loja	127
Anexo 4: Valores totais da análise multidimensional do crime de furto	128

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Caraterização das lojas por tipo de produto, população alvo, exploração e número de funcionários, nos dois contextos	55
Tabela 2: Dimensão nacional da loja e número de anos em que o espaço comercial se encontra no local do contexto em estudo	56
Tabela 3: Caraterização sociodemográfica dos inquiridos, nos dois contextos	57
Tabela 4: Caraterização e comparação da experiência profissional dos gerentes e subgerentes, nos dois contextos.....	58
Tabela 5: Perceção da problematização e consequências do crime de furto na loja, em função do contexto	60
Tabela 6: Índice da problematização e consequências do crime de furto na loja, nos dois contextos .	62
Tabela 7: Perceção da prevalência dos furtos detetados e dos indivíduos apanhados em flagrante delito nos últimos dois meses, nos dois contextos	62
Tabela 8: Perceção da flutuação do crime de furto na loja ao nível do prejuízo, investimento financeiro e em diferentes épocas, durante o último ano, nas lojas do comércio de rua e em centros comerciais.....	64
Tabela 9: Perceção da flutuação da criminalidade na zona da loja, durante o último ano, nos dois contextos.....	65
Tabela 10: Perceção da criminalidade na zona da loja comparativamente a outras zonas da cidade do Porto, nos dois contextos.....	66
Tabela 11: Perceção do impacto do crime de furto na gestão da loja, em função do contexto	67
Tabela 12: Perceção do impacto do crime de furto no quotidiano da loja, nos dois contextos.....	68
Tabela 13: Índice do impacto do crime de furto na gestão e no quotidiano da loja, nos dois contextos	69
Tabela 14: Medidas de prevenção formais utilizadas nas lojas de rua e em centros comerciais	71
Tabela 15: Medidas de prevenção informais utilizadas nas lojas de rua e em centros comerciais	73
Tabela 16: Índice das medidas de prevenção formais e informais utilizadas na loja, em função do contexto	74
Tabela 17: Eficácia percecionada das medidas de prevenção formais, em função do contexto	76
Tabela 18: Eficácia percecionada das medidas de prevenção informais, nos dois contextos	77
Tabela 19: Índice da eficácia percecionada das medidas de prevenção formais e informais, em função do contexto	78
Tabela 20: Motivos indicados pelos inquiridos para a não utilização de mais medidas de prevenção e segurança na loja, nos dois contextos.....	80

Tabela 21: Percepção do impacto das medidas de segurança e prevenção na reputação e imagem da loja, em função do contexto	81
Tabela 22: Percepção das características sociodemográficas e modo de atuação dos indivíduos apanhados, na última vez, em flagrante delito na loja, em função do contexto	82
Tabela 23: Eficácia e punitividade percebida do sistema de justiça, em função do contexto.....	86
Tabela 24: Índice da eficácia e da punitividade percebida do sistema de justiça, nos dois contextos	87
Tabela 25: Prevalência da reportabilidade do crime de furto à polícia, nos últimos dois meses, em função do contexto	88
Tabela 26: Razões que motivaram os inquiridos a reportarem um crime de furto à polícia, nos últimos dois meses, nos dois contextos	88
Tabela 27: Razões que motivaram os inquiridos a não reportarem os crimes de furto à polícia, nos últimos dois meses, nos dois contextos	89
Tabela 28: Probabilidade dos gerentes e subgerentes reportarem um furto à polícia em função do tipo de ofensor, nos dois contextos.....	90
Tabela 29: Percepção da visibilidade da polícia na zona da loja, em função do contexto	91
Tabela 30: Índice da visibilidade da polícia na zona da loja, nos dois contextos	91
Tabela 31: Avaliação da satisfação com o trabalho e desempenho da polícia e a relação com os lojistas, nos dois contextos	93
Tabela 32: Índice da satisfação com o trabalho e desempenho da polícia, nos dois contextos.....	93
Tabela 33: Prioridade com que a polícia trata o crime no setor de vendas, em função do contexto	94
Tabela 34: Correlações entre a problematização, o impacto do crime de furto na loja e a atuação das estâncias formais de controlo, nas lojas do comércio de rua.....	96
Tabela 35: Correlações entre o uso de medidas formais e informais, eficácia percebida das medidas, número de lojas no país e número de funcionários da loja, nas lojas do comércio de rua	96
Tabela 36: Correlações entre a problematização, o impacto do crime de furto na loja e a atuação das estâncias formais de controlo, nas lojas em centros comerciais	97
Tabela 37: Correlações entre o uso de medidas formais e informais, eficácia percebida das medidas, número de lojas no país e número de funcionários da loja, em centros comerciais	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Representação esquemática dos níveis de segurança das lojas de rua (Nível 1) e das lojas em centros comerciais (Nível 2).....	23
Figura 2: Comparação dos tipos de exploração de loja nos dois contextos	55
Figura 3: Comparação da experiência profissional dos inquiridos, nos dois contextos.....	59
Figura 4: Comparação da perceção da prevalência dos furtos detetados e dos indivíduos apanhados em flagrante delito nos últimos dois meses, nos dois contextos	63
Figura 5: Comparação dos índices das medidas de prevenção formais e informais utilizadas na loja, em função do contexto	75
Figura 6: Comparação dos índices de eficácia das medidas de prevenção formais e informais, em função do contexto	79
Figura 7: Principais técnicas utilizadas pelos ofensores para a prática do crime de furto, tendo em conta a última vez que alguém foi apanhado em flagrante delito, nos dois contextos	84

INTRODUÇÃO

A presente dissertação apresentada no âmbito do Mestrado em Criminologia da Faculdade de Direito da Universidade do Porto inscreve-se na temática da prevenção situacional do crime e tem como objetivo específico o estudo do fenómeno do crime de furto em lojas de venda a retalho. Este é considerado um dos principais problemas do setor de vendas, que se expressa na perda e dano dos produtos, mas também no constante investimento em medidas de prevenção e segurança. Apesar de tudo, este pode ser considerado um crime *oculto* e de difícil deteção, pouco ou nada estudado em Portugal, e sobre o qual as estatísticas oficiais se revestem de insuficiente detalhe para a sua compreensão.

O presente estudo, com recurso a um questionário, procura abordar o fenómeno do furto em lojas através da perspetiva de 108 gerentes e subgerentes de lojas de roupa e bijuteria, numa multiplicidade de dimensões: i) problematização do crime de furto; ii) consequências e impacto do crime de furto na loja; iii) medidas de prevenção utilizadas e a sua perceção de eficácia; iv) produtos mais furtados e técnicas de furto utilizadas; v) perceção da visibilidade e eficácia da polícia; vi) perceção da eficácia e punitividade do sistema de justiça.

Tento como ponto de partida a conceção de crime como um ato que ocorre num processo de interação entre o indivíduo e o contexto, este estudo centra-se em duas realidades de análise distintas: lojas do comércio de rua e lojas em centros comerciais. Desta forma, pretende-se ter em conta os elementos situacionais do crime, capazes de potenciar ou dissuadir a prática do ilícito. Procura-se, ainda, compreender se as dimensões anteriormente apresentadas variam consoante o contexto, isto porque, de acordo com Clarke (1997, 2008), as estratégias de prevenção devem ser analisadas em concreto para um contexto específico, tendo em conta os fatores ambientais e as oportunidades criminais específicas daquele espaço.

O presente trabalho será constituído por cinco partes. Primeiramente, serão apresentados os principais conceitos e pressupostos teóricos subjacentes à compreensão do fenómeno do crime através de uma perspetiva ambiental e contextual, com especial enfoque na influência dos elementos situacionais na prática do crime, para o efeito, considerado um comportamento racional, resultado de uma ponderação custo-benefício por parte do ofensor (Capítulo I). Seguidamente, será revisitado o conhecimento científico teórico e empírico

aplicado ao crime de furto no setor de vendas, tendo em vista caracterizar a extensão, distribuição espaço-temporal e consequências deste fenómeno, assim como as medidas de prevenção mais comumente utilizadas (Capítulo II). A última secção deste capítulo procura ainda rever as questões relativas à implementação e avaliação das estratégias de prevenção situacional do crime.

No Capítulo III, será realizada a descrição dos principais objetivos do estudo, dos critérios de seleção e elegibilidade da amostra e do processo de investigação. Descrever-se-á ainda o método utilizado para a construção do instrumento (questionário) e para a recolha de dados, assim como os procedimentos de análise de dados utilizados no presente trabalho.

No Capítulo IV, serão apresentados os resultados desta investigação que pretende, acima de tudo, conhecer o fenómeno do crime de furto em lojas em dois contextos distintos, atendendo às suas diferenças e similitudes. Os dados serão descritos tendo em conta as dimensões precedentemente enunciadas nesta exposição. Em última análise, procurar-se-á ainda, a compreensão multidimensional do fenómeno do crime de furto através da representação conjunta dos diferentes elementos abordados e das relações que apresentam entre si.

Por fim, no Capítulo V, serão sumariadas e discutidas as principais conclusões deste trabalho, contrapondo-as com estudos científicos internacionais neste domínio. Desta forma, procura-se a sua integração com os elementos teóricos e empíricos afetos às questões contextuais do crime, em geral, e do furto em lojas, em específico. Serão ainda apresentadas as principais críticas a este estudo e sugestões para futuras investigações.

CAPÍTULO I

O CONTEXTO E AS OPORTUNIDADES CRIMINAIS: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS

1.1. DO INDIVÍDUO AO CONTEXTO

Historicamente, o crime era visto como a expressão de um desvio intrínseco ao indivíduo e como um resultado mais ou menos inevitável. Neste contexto, a prevenção centrava-se no ofensor e no seu meio através da remoção das desvantagens sociais ou do encaminhamento do indivíduo para programas de reabilitação (Wortley & Mazerolle, 2008). No entanto, a focalização da criminologia nos fatores individuais e sociais do crime revelou-se insuficiente para a compreensão e prevenção da atividade delituosa.

Somente a partir dos anos 70 é que os estudos se começam a centrar nas componentes espaço-temporais do crime através do desenvolvimento da *criminologia ambiental* (Andresen, 2010). Esta corrente criminológica contrasta com as abordagens tradicionais, uma vez que não procura explicar o crime tendo por base fatores sociais, biológicos ou desenvolvimentais. A explicação para o crime e as intervenções centram-se, assim, no contexto (do crime) e na forma como este condiciona a sua prática. O ofensor abandona, então, a posição central no processo explicativo e interventivo do crime (Wortley & Mazerolle, 2008). Neste sentido, esta nova escola procura, antes de mais, evitar a ocorrência de crime, incidindo os seus esforços na dissuasão (Andresen, 2010) ao invés da punição.

Para o desenvolvimento desta criminologia que pretende compreender o fenómeno criminal através do ambiente que se encontra em constante mutação (Andresen, 2010), em muito contribui Jeffery (1971) que introduz o célebre conceito de Prevenção do Crime Através do Design Ambiental – *Crime Prevention Through Environmental Design*¹ (CPTED) e Newman (1996) através da noção de espaço defensável² (*defensible space*).

¹ Jeffery (1971) critica o excessivo enfoque da punição no controlo do crime, ao invés da prevenção e dissuasão. Assim, considera existirem dois meios de controlo do crime. Os controlos diretos, que reduzem as oportunidades ambientais para o crime e os controlos indiretos, que incluem medidas como, *e.g.*, vigilância policial, apreensão policial, detenção. Desta forma, o autor defende que o controlo do crime deve ocorrer através do controlo direto, centrando-se a intervenção antes da ocorrência do crime e no ambiente em que este ocorre. Esta é considerada uma forma de controlo economicamente menos dispendiosa, que passa por desenvolver um ambiente em que o crime não seja possível, em vez de reabilitar todos aqueles que têm a oportunidade para o cometer.

² O conceito de espaço defensável assenta, essencialmente, na ideia de territorialidade, vigilância e de coesão social, que deveria ser alcançada através da reestruturação do ambiente físico com vista à criação de bairros e

A prevenção do crime, tendo em conta este postulado, deve centrar-se nas interações dos sujeitos no espaço e no tempo, num determinado contexto, e defende que o crime se concentra nos locais onde existam mais oportunidades criminais ou precipitadores da atividade delituosa (Wortley & Mazerolle, 2008). Assim, o contexto, a situação e as oportunidades que estes conferem para a prática do crime, passam a integrar a equação do saber criminológico. O crime era visto como uma confluência de fatores motivacionais no qual as oportunidades desempenhavam um papel secundário. Neste sentido, como o crime estava mais dependente do indivíduo do que da situação, defendia-se que a redução das oportunidades num tempo e espaço particulares apenas levariam à dispersão do crime para outros momentos ou lugares (Clarke, 1980; Clarke & Felson, 1993).

Desta forma torna-se fundamental o conhecimento mais aprofundado sobre *quando* e *onde* o crime ocorre para que se possa intervir nos elementos criminógenos, tendo em vista a prevenção da prática do crime (Clarke, 1980).

Tendo em conta a dialética entre as oportunidades e o crime, apresentam-se assim alguns princípios essenciais deste racional, definidos por Felson & Clarke (1998):

- i) As oportunidades desempenham um papel importante em todos os tipos de crime, inclusivamente naqueles que exigem maior planeamento (*e.g.*, homicídio, sequestro) (Clarke, 2008; Felson & Clarke, 1998)³, embora inicialmente se considerasse que apenas existia uma relação entre as oportunidades e os crimes contra a propriedade.
- ii) As oportunidades criminais não se distribuem uniformemente em todos os momentos e lugares. Isto verifica-se porque: existem locais que por si só são desfavoráveis para a prática do crime; muitos alvos não são suficientemente atrativos para o ofensor; um local pode ser vantajoso para a prática do crime num determinado momento temporal, mas desfavorável noutro; e os elementos dissuasores do crime podem não estar presentes.

edifícios que permitissem que os próprios residentes fossem capazes de controlar as áreas circundantes a partir das suas residências. Esta capacidade de vigilância pode ser alcançada a partir de um conjunto de alterações ambientais. Isto permitiria um maior controlo por parte dos residentes e uma maior capacidade em distinguir os moradores, dos indivíduos estranhos àquele local (Newman, 1996).

³ Clarke & Mayhew (1988) tentam explicar a prática do suicídio com base no postulado das oportunidades, pois defendiam que este fenómeno não dependia apenas de fatores motivacionais individuais, mas devia-se também uma componente oportunista. Através da análise do nível de suicídios no Reino Unido verificam que, contrariamente à tendência europeia, o número total de suicídios tinha registado uma diminuição de um terço (5298 para 3693), entre 1963 e 1975. Isto parece resultar da progressiva remoção do monóxido de carbono do abastecimento público de gás. Antes deste processo, a presença do gás, sendo altamente letal, provocava uma morte rápida. Contudo, com a retirada daquele elemento, o gás tornou-se ineficaz para a prática de suicídio. Por fim, é ainda de referir que não se verificou o deslocamento para outros métodos, que por vezes seriam de difícil acesso ou dolorosos, o que revela a importância das oportunidades na tomada de decisão.

- iii) Os indivíduos, definidos como normativos podem cometer tipos específicos de crime se encontrarem regularmente oportunidades favoráveis para os cometerem (Clarke, 2008).
- iv) Um crime produz oportunidades para outro crime, isto porque, depois de iniciar a prática do crime podem surgir novas oportunidades decorrentes desse ato. Imagine-se o caso de um furto a uma loja: o indivíduo começa por furtar um produto, no entanto, à saída, acaba por roubar por esticção a carteira de uma cliente e agredir o segurança da loja. O que começou por ser um furto, acabou por desencadear uma série de eventos que conferiram oportunidades ao indivíduo para cometer outros crimes.
- v) Alguns produtos conferem mais oportunidades para o crime do que outros. Isto está dependente da desejabilidade e atratividade dos bens que, dadas as suas características e disponibilidade, aumentam a probabilidade de serem furtados (Felson & Clarke, 1998). Destaque-se, a título exemplificativo, o estudo de Nelson, Bromley & Thomas (1996) no qual se refere que as lojas com bens menos atrativos para o potencial ofensor encontram-se igualmente menos suscetíveis de serem alvo de um maior número de furtos, mesmo que as oportunidades temporais e situacionais sejam favoráveis. No entanto, a questão dos produtos criminógenos será desenvolvida mais adiante.

Em conclusão, as oportunidades criminais estão presentes no ambiente comercial e as características de determinados tipos de lojas acabam por potenciar a concentração de incidentes nesses locais (Nelson et al., 1996). À mesma conclusão chega Tonglet (2002) que através de um estudo exploratório verifica que 74% dos indivíduos que cometeram um crime de furto, afirmam tê-lo feito sem o ter planeado anteriormente, o que evidencia o papel das oportunidades no momento de passagem ao ato.

1.2. PRECIPITADORES DO CRIME

O ambiente e as oportunidades criminais presentes são passíveis de condicionar o comportamento dos indivíduos. Este comportamento é considerado racional e com base numa ponderação entre os custos e os benefícios do crime⁴, levada a cabo pelo ofensor. Contudo, o crime pode também ser potenciado pelos precipitadores situacionais do crime (*situational precipitators of crime*), que podem aumentar consideravelmente a probabilidade de ocorrência de uma resposta criminal (Wortley, 2008).

⁴ A racionalidade do ato será abordada no âmbito da teoria da escolha racional no presente capítulo.

Os precipitadores, contrariamente às oportunidades criminais que apenas facilitam a ocorrência do crime, desempenham um papel ativo no desencadeamento da resposta criminal. Estes elementos, quando presentes, e como o próprio nome indica, precipitam a atividade criminal potenciando uma resposta emocional no indivíduo. Assim, os indivíduos têm pouco controlo sobre os efeitos dos precipitadores que podem intensificar ou motivar os indivíduos para a prática do crime que, na mesma situação mas na ausência dos precipitadores, poderia não ocorrer (Wortley, 2008). Veja-se, a título de exemplo, as filas existentes nas caixas de pagamento de uma loja. O fator de espera é suscetível de desencadear uma reação emocional de irritação e impaciência e, consequentemente, impelir o indivíduo a praticar o crime de furto. Contudo, mesmo perante a existência dos precipitadores é necessária a confluência de oportunidades para que o crime se consume (Wortley, 2008).

1.3. GERADORES E ATRADORES DO CRIME

No âmbito da criminologia ambiental, que se centra na importância do contexto e dos seus elementos na prática do crime, é possível identificar zonas que são consideradas geradores (*crime generators*) ou atratores de crime (*crime attractors*).

Seguindo a definição de Brantingham & Brantingham (1995, 2008), os geradores de crime são áreas específicas para onde muitos indivíduos são atraídos com fins legítimos e sem qualquer intenção criminal prévia, como por exemplo, zonas comerciais e de entretenimento, zonas financeiras e estádios desportivos. Estas zonas proporcionam momentos e locais com concentrações de pessoas e alvos, num determinado ambiente, que podem potenciar a prática de atos criminais (Angel, 1968). É nestes contextos que os ofensores envolvidos na multidão, e com um nível suficiente de motivação criminal, exploram as oportunidades geradas pelo local (Brantingham & Brantingham, 1995, 2008).

Por outro lado, os atratores do crime podem definir-se como locais, áreas ou bairros que criam oportunidades criminais e para onde os ofensores são atraídos devido às oportunidades conhecidas para a prática do crime, providenciadas por aqueles locais. Neste caso, os ofensores dirigem-se para estas zonas já com o objetivo de as explorar para fins ilícitos, tornando estes contextos em zonas de vitimação consecutivas (*e.g.*, grandes centros comerciais, parques de estacionamento com pouca segurança, zonas de lazer noturno) (Brantingham & Brantingham, 1995, 2008).

Em conclusão, é necessário integrar todos estes elementos contextuais potenciadores do crime (oportunidades, facilitadores, geradores e atratores de crime), com o quadro teórico

do saber criminológico. Assim, a perspectiva ambiental pretende encontrar um padrão na atividade delituosa (teoria do padrão criminal), que se consuma com a interação entre um ofensor e um alvo desprovido de proteção (teoria das atividades de rotina), e quando o benefício do crime supera os potenciais custos que este acarreta (teoria da escolha racional).

1.4. A TEORIA DO PADRÃO CRIMINAL

O conhecimento e análise espacial do crime começou a desenvolver-se mais ativamente a partir dos anos 80 com a emergência de novos raciais teóricos e de novos sistemas de georeferenciação (Wortley & Mazerolle, 2008).

Uma das teorias com mais enfoque na distribuição espacial da atividade criminal foi desenvolvida por Brantingham & Brantingham (2008) e apresenta uma forte relação com a criminologia ambiental. Para os autores, o crime não ocorre de forma aleatória, nem uniforme no tempo e no espaço, e varia consoante a distribuição dos alvos e dos ofensores motivados⁵. Esta teoria representa que os ofensores procuram oportunidades criminais no decorrer das suas rotinas diárias entre os seus principais focos de atividade, *e.g.*, trabalho, escola, casa.

A teoria do padrão criminal (*crime pattern theory*), considera que os eventos criminais devem ser compreendidos como uma confluência de três elementos, num contexto específico: i) a existência de uma lei que considere o ato ilícito; ii) um ofensor motivado; iii) uma potencial vítima ou um alvo (Brantingham & Brantingham, 1991, 2008). Os ofensores não apresentam um comportamento aleatório e passam grande parte do seu tempo em atividades não criminais, condicionados pela forma urbana e pelas oportunidades disponíveis. Deste modo, o crime ocorre nas interações e movimentações dos indivíduos no meio, que fornece oportunidades criminais (Brantingham & Brantingham, 2008)

Grande parte das ofensas são cometidas perto dos locais onde os indivíduos passam a maior parte do seu tempo (*e.g.*, casa, trabalho, escola, centro comercial) e ao longo das deslocações (*pathways*) entre eles (Brantingham & Brantingham, 1991). Regra geral as rotinas diárias decorrem em determinados locais (*nodes*), que estão ligados através de certos percursos (*paths*) percorridos diariamente pelos indivíduos. Da mesma forma que as atividades normativas se concentram nestes locais, também as atividades criminais vão convergir nestes contextos ou nas suas imediações (*edges*), na interação entre o ofensor e o

⁵ Segundo Brantingham & Brantingham (2008) a motivação dos indivíduos influencia o cometimento do crime. No entanto, através de um processo interativo, também as características dos alvos e as oportunidades presentes vão influenciar a motivação do indivíduo para a prática do crime.

potencial alvo. Assim, o crime ocorre, geralmente, nos centros de atividade onde os ofensores desempenham as suas rotinas diárias, ou seja, próximo do local onde trabalham, residem ou passam os seus tempos livres. No mesmo sentido, a vítima vai também ser alvo de crime nestes *nodes* de atividade, onde estabelece a sua rotina diária (*e.g.*, casa, escola, centros comerciais), assim que existir uma sobreposição e interceção do ofensor e da vítima no espaço e no tempo (Brantingham & Brantingham, 2008).

Esta teoria estabelece um forte enfoque na distribuição geográfica da criminalidade e dos fluxos de atividade e deslocações dos indivíduos no seu dia-a-dia e procura estabelecer uma relação entre as movimentações dos sujeitos e a criminalidade. Desta forma, para além da concentração do crime nos *nodes* de atividade, este ocorre também nos percursos e deslocações diárias (*paths*) sobreponíveis dos potenciais ofensores e das potenciais vítimas, restringindo-se, normalmente, às zonas periféricas das comunidades (*edges*) (Brantingham & Brantingham, 2008).

1.5. A TEORIA DAS ATIVIDADES DE ROTINA

A prática de um crime não parte apenas de uma decisão racional do indivíduo, mas também da influência que advém do contexto em que está inserido. É nesta ótica que a teoria das atividades de rotina tenta explicar o crime, não focando a sua atenção nas motivações individuais para o crime, mas na organização espaço-temporal das atividades sociais (Cohen & Felson, 1979).

Atendendo à perspetiva macro desta teoria, o crime pode ser explicado através das características da sociedade e das metrópoles, que podem potenciar a prática do crime (Felson, 1987). Esta situação pode ser ilustrada através do paradoxo que surgiu pouco depois da II Guerra Mundial. Neste contexto histórico, os níveis de pobreza estavam a diminuir, mas os níveis de crime, nomeadamente os crimes contra a propriedade, estavam a registar um aumento. Cohen & Felson (1979) explicam este fenómeno à luz das alterações sociais vigentes na altura. Assim, uma grande alteração nas rotinas diárias dos indivíduos impulsionou um maior número de atividades realizadas fora de casa e uma maior dispersão dos bens de consumo, o que resultou num aumento da probabilidade de ofensores motivados convergirem no espaço e no tempo com alvos sem proteção.

Analisando o fenómeno de uma perspetiva micro, verifica-se que para a ocorrência do crime é necessária a convergência (no espaço e no tempo) de três elementos: i) um ofensor motivado; ii) um alvo atraente; iii) a ausência de um elemento de proteção ou guardião

(*guardian*)⁶ (Cohen & Felson, 1979; Felson, 1987, 2008). Assim, para a ocorrência do crime, torna-se necessário que um ofensor provável entre num ambiente favorável ao crime, onde esteja presente um alvo atrativo e a ausência de um fator de proteção (Felson, 2002).

A abordagem macro e micro aqui apresentadas interagem entre si e devem ser vistas de forma integrada. Assim, mesmo que a proporção de ofensores e de alvos seja estável na comunidade, as alterações sociais e rotineiras podem criar mais oportunidades criminais através da convergência mais frequente dos três elementos anteriormente mencionados (Cohen & Felson, 1979).

1.6. A PERSPETIVA DA ESCOLHA RACIONAL

O processo de toma de decisão era largamente ignorado por explicações deterministas de algumas teorias criminológicas que representavam o ofensor como uma figura passiva em todo o evento do crime (Clarke & Cornish, 1985). A teoria da escolha racional é um modelo compreensivo do crime, direcionada para a intervenção e para a prevenção. Este racional emerge depois das constantes e sucessivas falhas dos programas de reabilitação nos anos 60 e 70, que levam também a um colapso de algumas teorias em prática até então (Cornish & Clarke, 2008).

Esta perspetiva assenta numa abordagem económica do crime⁷, na qual o ofensor pensa e planeia antes de agir e analisa (mesmo que por breves momentos) os custos e benefícios esperados da sua ação (Cornish & Clarke, 1987), realizando o mesmo processo de decisão de indivíduos que fazem uma escolha normativa (Felson, 2002). Este processo pode ser aplicado ao furto em lojas, no qual o sujeito pondera o desejo e a necessidade do produto (benefício), contra a probabilidade de ser detetado e punido (custo) (Cardone, 2006).

O delito é visto, então, como um comportamento intencional e racional capaz de proporcionar algum benefício para o ofensor (Clarke, 2008; Cornish & Clarke, 1987) que efetua um cálculo entre a probabilidade de obter uma recompensa e os riscos de falhar (Clarke, 2008). Contudo, este cálculo será condicionado, como já referido, pelos custos, riscos ou aptidões necessárias para cometer o crime. Esta decisão é, ainda, limitada pelas características

⁶ De acordo com Felson (2008) o elemento de proteção não precisa de ser uma entidade específica. Qualquer sujeito pode ser um elemento de proteção e dissuasão de um determinado alvo pela sua simples presença ou proximidade, tornando o crime mais provável na sua ausência.

⁷ Becker (1968) defende uma análise económica do crime e idealiza o ato criminal como o produto de uma decisão racional do ofensor que pretende obter benefícios e satisfação com a prática do crime. Assim, o ofensor passará para a ofensa caso os benefícios esperados superem os benefícios do comportamento lícito alternativo, ou quando as recompensas forem superiores aos custos esperados.

cognitivas do indivíduo, pelo tempo disponível e pela informação existente sobre a situação criminal (Cornish & Clarke, 1987).

Segundo Cornish & Clarke (1987), o crime não deve ser visto de forma unitária, uma vez que os ofensores praticam tipos específicos de crime, com objetivos e finalidades particulares. Assim, as motivações e os métodos utilizados serão diferentes consoante o tipo de crime, mas também o local e contexto em que ocorrem. Este modelo explicativo do crime defende que o ambiente e os fatores situacionais são passíveis de influenciar o comportamento (Clarke & Cornish, 1985). Desta forma, a decisão reflete a influência de elementos como as oportunidades disponíveis, os riscos e o esforço necessário para a prática de determinado tipo de crime (Cornish & Clarke, 1987). Isto revela uma forte ligação aos pressupostos da prevenção situacional, uma vez que, segundo Clarke (2008), mesmo os indivíduos que estão motivados para a prática do crime, irão evitá-lo quando as circunstâncias para sua ocorrência forem desfavoráveis.

1.7. A PREVENÇÃO SITUACIONAL DO CRIME

A criminologia ambiental, bem como a teoria da escolha racional e das atividades de rotina, suporta os pressupostos da prevenção situacional do crime (Clarke, 1997). Esta perspectiva, desenvolvida por Clarke nos anos 70, foca-se no nível micro da ação criminal (Worlley & Mazerolle, 2008) e, tendo por base um pressuposto não determinista, defende que o crime deve ser analisado tendo em conta a interação entre o ofensor, as disposições para o crime e o ambiente ou contexto em que se insere (Brantingham, Brantingham & Taylor, 2005).

Esta perspectiva imerge, assim, como uma alternativa e, simultaneamente, como um complemento para o controlo do crime, uma vez que, não contempla apenas o ofensor no seu campo de atuação ou os controlos sociais formais ou informais, mas também o contexto do crime e as oportunidades disponíveis para a sua prática (Clarke, 1997). Ou seja, centra a sua intervenção nas situações criminógenas e não diretamente nos autores do ato criminal (Clarke, 1995).

Este racional tem como principal objetivo evitar o ato criminal e, conseqüentemente, a punição através da alteração de determinados elementos situacionais, tornando o crime menos atrativo, com maior risco, com menos recompensas ou com menos desculpas para o ofensor (Clarke, 1980, 1997). As estratégias situacionais procuram reduzir as oportunidades disponíveis para a prática do crime e operacionalizam-se através da manipulação, gestão e

design do ambiente de forma sistemática ou através do recurso a elementos como câmaras de videovigilância, fechaduras ou a arquitetura do espaço⁸ (Clarke, 1995, 1997).

Como referido anteriormente, a ocorrência do crime depende da existência de um ofensor motivado, mas também de oportunidades situacionais que precipitem a prática do crime. Contudo, seguindo a perspetiva da escolha racional, que sustenta a prevenção situacional, o crime é visto como uma ação e decisão racional, mediada por uma ponderação entre o custo e o benefício esperado. Neste sentido, através da manipulação de variáveis ambientais é possível criar circunstâncias desfavoráveis à prossecução dos objetivos criminais, condicionando a avaliação do indivíduo face aos custos e benefícios do crime (Clarke, 1997).

As estratégias de prevenção devem ser desenvolvidas e aplicadas a categorias e a tipos específicos de crime, devendo-se analisar as características específicas da ofensa, uma vez que esta depende de fatores ambientes e oportunidades específicas que devem ser bloqueadas, igualmente, de forma específica (Clarke, 1997, 2008). Assim, é necessário realçar que as estratégias desenvolvidas para um determinado espaço, podem não ser exequíveis noutro, mesmo que equivalente, uma vez que as estratégias utilizadas pelo ofensor e as oportunidades disponíveis podem variar e condicionar a eficácia de intervenção.

Tendo em conta a investigação empírica crescente sobre este tema, Cornish & Clarke (2003) desenvolveram um conjunto de 25 técnicas de prevenção situacional agrupadas em cinco categorias⁹:

- i) Aumentar o esforço necessário para cometer o crime (*increase the effort*);
- ii) Aumentar o risco da prática do crime e da sua deteção (*increase the risk*);
- iii) Reduzir a recompensa do crime (*reduce the reward*);
- iv) Reduzir as provocações ou tentações (*reduce provocation*);
- v) Remover as desculpas para a prática do crime (*remove excuses*).

Devido à sua extensão, as técnicas não serão detalhadamente apresentadas, sendo apenas descritos alguns exemplos que podem ser aplicados ao furto no interior de espaços

⁸ A prevenção situacional é um conceito mais abrangente do que o conceito de CPTED, anteriormente referido, uma vez que integra outras estratégias de prevenção para além do *design* e arquitetura do espaço e apresenta uma vertente reativa, ou seja, foca-se num local específico onde já existem problemas criminais (Crowe, 2000).

⁹ As técnicas de prevenção situacional foram evoluindo e sofrendo adaptações às sucessivas investigações empíricas realizadas, bem como às críticas conferidas por outros autores. A título exemplificativo, Wortley (2001) critica o excessivo enfoque das técnicas nas oportunidades criminais, referindo que são ignoradas outras forças situacionais, como as provocações. Neste sentido, Cornish & Clarke (2003) acrescentam um novo conjunto de técnicas que categorizam como “reduzir as provocações para o crime” completando, assim, o quadro das 25 técnicas de prevenção.

comerciais¹⁰ (ver Carmel-Gilfilen, 2012), no Capítulo II.

As técnicas de prevenção situacional registaram uma grande evolução desde a sua formulação inicial, alvo de fortes críticas e de pouco apoio político e académico (Clarke, 1995). Apesar do seu carácter interventivo e direcionado para a resolução de problemas, esta perspetiva era vista como uma estrutura simplista e sem sustentação teórica, bem como ineficaz e causadora de dispersão do crime (*displacement*) para outros locais (Clarke, 2008). Contudo, muitas destas críticas prematuras não apresentavam qualquer sustentação empírica.

A dispersão do crime para outros locais era considerada uma situação inevitável. Contudo, segundo Clarke (1995) e, considerando a perspetiva da escolha racional, o crime depende do julgamento do ofensor relativamente aos riscos, à facilidade e à atratividade das alternativas disponíveis. Este pressuposto refuta a inevitabilidade da dispersão, uma vez que, caso as alternativas não sejam viáveis e caso a ponderação custo-benefício não seja favorável ao ofensor, este irá obter satisfação com menos recompensas ou com menos atos criminais. Para a grande maioria dos ofensores, a simples eliminação das oportunidades é suficiente para se escusarem da prática do crime, podendo, inclusive, encorajar a exploração de atividades não criminais (Clarke, 1995). Do ponto de vista empírico, Hesseling (1995), através da revisão de vários estudos que incluem estratégias situacionais, conclui que 22 de 55 estudos não revelam qualquer prova do efeito de dispersão. No mesmo sentido, nos estudos que apresentaram dispersão, esta foi reduzida e limitada. Em todos os casos, o número de crimes prevenidos foi sempre superior ao número de crimes dispersos.

Em contraponto com o efeito de dispersão, a prevenção situacional parece, muitas vezes, difundir os benefícios positivos da sua intervenção (*diffusion of benefits*) a áreas próximas que não sofreram uma intervenção direta (Clarke, 1995). Esta difusão influencia os níveis de crime para além dos lugares que foram diretamente intervencionados, dos indivíduos que foram sujeitos a controlo, dos momentos temporais ou dos crimes que foram sujeitos a intervenção (Clarke & Weisburd, 1994). Hesseling (1995) demonstra que as medidas de prevenção apresentaram efeitos positivos na redução do crime em áreas adjacentes à zona de intervenção, tendo isto sido verificado em 6 dos 22 estudos analisados que não revelaram a existência de dispersão.

¹⁰ Das 25 técnicas de prevenção situacional, as que apresentam maior aplicabilidade ao setor de venda a retalho são: reforço das medidas de segurança do alvo; controlo de acesso às instalações; controlo das entradas e saídas; aumento das atividades protetoras; incremento da vigilância natural; nomeação de responsáveis para a gestão do espaço; aumento da vigilância; redução dos benefícios do crime; redução do anonimato; redução das frustrações e stress; e alerta para a consciência.

Uma possível explicação para este fenómeno prende-se com o facto de os potenciais ofensores detetarem a existência de alterações situacionais num determinado local. No entanto, não conhecem a verdadeira extensão da intervenção, o que os pode levar a induzir que as medidas têm uma maior difusão do que aquela que verdadeiramente apresentam. Isto levaria ao aumento dos riscos e do esforço necessário para cometer o crime, numa área e em momentos temporais mais vastos do que efetivamente se verifica. Contudo, este efeito pode ser temporário, cessando no momento em que o potencial ofensor verificar que o aumento dos esforços e dos riscos para a prática do crime apenas está circunscrito a determinado local ou momento temporal (Clarke, 2008).

A título exemplificativo, um estudo de Masuda (1997), que pretende analisar o furto cometido por funcionários, detetou um efeito de difusão positivo. Assim, com a eliminação de algumas oportunidades criminais facilitadoras da prática do crime, verificou-se que os funcionários desonestos não dispersaram a sua atuação para outros produtos (menos protegidos) e o número total de artigos furtados diminuiu significativamente, tendo provocado, possivelmente, um efeito dissuasor noutros funcionários que não foram alvo de intervenção.

Em conclusão, é fundamental realçar que as oportunidades situacionais não são estáticas e alteram-se numa relação dicotómica entre o ofensor, os alvos e os facilitadores presentes no contexto (Clarke, 1997). Existe, ainda, evolução e adaptação dos ofensores às modificações do contexto e obstáculos que são desenvolvidos. Neste sentido, é uma preocupação constante da prevenção situacional adaptar as suas técnicas, não só aos tipos de crime e aos contextos, mas também adaptar o seu pensamento preventivo à evolução do ofensor, pensando como ele (*think thief*) (Ekblom, 1999).

1.8. A MODIFICAÇÃO DO AMBIENTE PARA A PREVENÇÃO DO CRIME

Impulsionado, inicialmente, pelo pensamento de Jeffery e Newman, o CPTED passou por um amplo desenvolvimento e adaptação concetual, tornando-se numa área multidisciplinar que alia o *design* a áreas como a psicologia ou a sociologia, tendo como postulado a criação de ambientes mais seguros e menos propícios à ocorrência do crime (Carmel-Gilfilen, 2007). É na relação dialética constante entre o indivíduo e o contexto que assentam as intervenções baseadas nos princípios do CPTED que, através da manipulação dos contextos, tem em vista a redução da incidência do crime e a diminuição do sentimento de insegurança (Crowe, 2000; Moffatt, 1983).

Esta forma de prevenção distancia-se das abordagens tradicionais que se centravam, predominantemente, em negar o acesso ao alvo (*target-hardening*) através de barreiras físicas que pretendiam tornar o alvo mais difícil de remover e mais resistente à ofensa, tal como, *e.g.*, muros, fechaduras, grades. Assim, procura-se prevenir tipos específicos de crime, num contexto concreto, através da manipulação de variáveis ambientais e dissuadir o indivíduo da prática de comportamentos criminais ou antissociais, ao invés da sua deteção e, eventual, detenção (Crowe, 2000).

O CPTED de primeira geração, marcadamente assente na estratégia da territorialidade, sofreu uma grande evolução desde a sua génese, nos anos 70, passando a incluir outros elementos, tal como o envolvimento da comunidade na vigilância e controlo dos espaços (Raynald, 2011). Esta aproximação dos indivíduos com fins legítimos aos contextos reveste-se de especial importância nas grandes cidades, com uma cultura carateristicamente mais individualista. Desta forma, incentiva-se a socialização, a coesão comunitária e o controlo e vigilância do espaço, requisitos essenciais para uma prevenção mais eficaz dos crimes de oportunidade (Moffatt, 1983).

Dada a evolução dos princípios e racionais do CPTED e seguindo a estrutura adotada por Cozens, Saville & Hilier (2005)¹¹ destacam-se como principais estratégias basilares:

- i) *Territorialidade*: Pretende delimitar os diferentes tipos de espaços (privados, semiprivados e públicos) e despertar nos usuários legítimos daquele local um sentido de domínio e de posse (Moffatt, 1983), através da criação de uma esfera de influência (territorial) e do reforço da ligação entre os indivíduos e o contexto (*proprietorship*). Contudo, é fundamental que esta relação seja percecionada pelo ofensor, provocando um efeito desencorajador e dissuasor para a prática do crime (Crowe, 2000). A aplicação prática deste princípio expressa-se através do recurso a obstáculos reais (*e.g.*, pequenos arbustos) ou barreiras simbólicas (*e.g.*, avisos);
- ii) *Controlo de acessos*: Esta estratégia tem como objetivo a diminuição das oportunidades criminais, através da limitação do acesso aos alvos e do aumento da perceção do risco para o potencial ofensor (Cozens et al., 2005; Crowe, 2000; Moffatt, 1983). O controlo pode ser efetuado com recurso a barreiras simbólicas, psicológicas (Moffatt, 1983), ou

¹¹ Dada a inexistência de uma tradução oficial das principais estratégias de CPTED, optou-se por uma tradução e adaptação dos conceitos da forma que se segue: i) *territoriality* (territorialidade); ii) *access control* (controlo de acessos); iii) *defensible space* (espaço defensável); iv) *target-hardening* (reforço das medidas de segurança); v) *management and maintenance* (gestão e manutenção); vi) *activity support* (suporte de atividades); vi) *surveillance* (vigilância).

mecanismo de controlo formais (*e.g.*, seguranças), informais (*e.g.*, características do espaço) e mecânicos (*e.g.*, fechaduras) (Cozens et al., 2005);

- iii) *Reforço das medidas de segurança*¹²: Esta medida procura aumentar o esforço do ofensor para a prática do crime através do aumento dos meios de prevenção e segurança do espaço (Cozens et al., 2005). Assim, visa-se a criação de obstáculos, com recurso a fechaduras, alarmes eletrónicos ou patrulhas de segurança que neguem o acesso ao alvo ou aumentem o esforço para o ofensor (Moffatt, 1983). Contudo, Cozens et al. (2005) alerta para os riscos do uso excessivo destas medidas, que podem funcionar de forma contraproducente com outras estratégias de CPTED que assentam na vigilância, manutenção e territorialidade do espaço. O uso exacerbado destes sistemas pode potenciar o aumento do sentimento de insegurança dos cidadãos legítimos, levando à redução da frequência de utilização daquele espaço e, consequentemente, à diminuição da vigilância, o que entra em conflito com a estratégia da territorialidade;
- iv) *Gestão e manutenção*: Esta estratégia assenta no pressuposto de que a preservação dos espaços e a boa manutenção de determinado local, asseguram um melhor funcionamento daquele ambiente e a transmissão de uma imagem positiva a todos os seus usuários (Cozens et al., 2005). A investigação (Wilson & Kelling, 1982) suporta que uma manutenção sistemática e adequada do ambiente urbano constitui uma forma eficaz de reduzir a ocorrência de crime. Este conceito está intimamente relacionado com a teoria *Broken Windows* desenvolvida por Wilson & Kelling (1982) e concebe a relação entre a desordem e o crime como um processo por etapas, onde as incivildades físicas desencadeiam, progressivamente, níveis de crime mais elevados na comunidade. A título exemplificativo, é possível adaptar, por analogia, esta estratégia ao crime de furto em lojas, que se pode traduzir na organização e manutenção constante das prateleiras, sem excesso de artigos, contribuindo para uma mais rápida identificação das perdas, assim como o aumento do risco de deteção do ofensor;
- v) *Suporte de atividades*: Pretende envolver a comunidade no processo de prevenção. Isto pode ser alcançado através da criação de novas instalações ou centros desportivos nas áreas residenciais (Moffatt, 1983), com o objetivo de incentivar o uso normativo dos espaços públicos. Tal como referido anteriormente, o aumento da presença de sujeitos

¹² A inclusão desta estratégia como um elemento integrante do CPTED não é consensual por se considerar que suporta um tipo de segurança reativa, característica das abordagens tradicionais da prevenção, contrária aos princípios do CPTED.

nos espaços comuns pode desencorajar a prática do crime para os potenciais ofensores (Cozens et al., 2005);

- vi) *Vigilância*: Pretende dissuadir a prática do crime através do aumento da observação, aumentando o risco de detecção e apreensão do ofensor, caso proceda à prática de uma atividade ilícita (Cozens et al., 2005; Crowe, 2000). Neste sentido, a vigilância pode ser exercida através de meios formais e informais. A vigilância formal é, carateristicamente, exercida através de câmaras de videovigilância, patrulhas policiais, entre outras. A vigilância informal pode ser efetuada por qualquer usuário legítimo de determinado espaço e insere-se na rotina diária dos indivíduos que frequentam aquele local (Cozens et al., 2005; Moffatt, 1983). Aplicando esta estratégia ao setor de vendas, a vigilância pode ser efetuada, simultaneamente, por sistemas mecânicos ou elementos de segurança privada (formal); ou através de funcionários e clientes da loja (informal) que, pela sua presença, podem constituir um elemento dissuasor para o potencial ofensor (Crowe, 2000). A vigilância pode, ainda, ser promovida recorrendo-se a outras estratégias de CPTED, como o suporte de atividades (Cozens et al., 2005) que promove a presença dos usuários no espaço público e, conseqüentemente, um maior nível de observação.

CAPÍTULO II

O CRIME DE FURTO NO SETOR DE VENDAS

2.1. NOÇÃO JURÍDICO-PENAL DO CRIME DE FURTO

A tipificação do crime de furto pode adotar a forma simples, prevista no art. 203.º do Código Penal (CP), ou qualificada, de acordo com o art. 204.º do mesmo diploma legal, e integra-se na categoria dos crimes contra o património. Neste sentido, para Dias et al. (1999), este é um crime patrimonial simétrico, uma vez que ao empobrecimento da vítima, corresponde o enriquecimento do agente do crime, através de uma transferência de utilidades não consentida.

Para o preenchimento do tipo objetivo é necessária a subtração de coisa móvel alheia, com ilegítima intenção de apropriação. Assim, entenda-se a subtração como a ação que retira a coisa alheia¹³ da disponibilidade fáctica do seu proprietário ou precedente detentor (Dias et al., 1999) e a transferência da coisa para a esfera patrimonial do agente do crime ou de terceiros (Leal-Henriques & Santos, 1995). Neste sentido, a coisa assume-se como “tudo aquilo que pode ser objeto de relações jurídicas”, segundo o postulado no art. 202.º Código Civil. No entanto, para efeitos penais, esta definição revela-se insuficiente, sendo mais ou menos consensual a aceção de coisa móvel como um elemento corpóreo ou incorpóreo (considerando-se também, *e.g.*, a energia elétrica ou as ondas hertzianas) passível de apreensão e que possa ser objeto de fruição por outra pessoa (Albuquerque, 2008; Leal-Henriques & Santos, 1995). Para além disto, tem que possuir valor venal para que a sua proteção adquira dignidade penal, não sendo consideradas coisas de valor irrisório¹⁴ (Dias et al., 1999), no que é ainda uma concretização de uma ideia da adequação social ou, se se pretender, em outra direção, a concretização do princípio *de minimis non curat praetor*.

Para o preenchimento do tipo, é ainda necessária a existência de uma ilegítima intenção de apropriação (elemento subjetivo) por parte do agente e contra a vontade do proprietário, o que torna o furto um crime intencional – *Absichtdelikt* – (Dias et al., 1999), motivado pela intenção do agente em integrar a coisa na sua esfera patrimonial (Leal-Henriques & Santos,

¹³ Não pode ser considerada alheia a coisa que não pertence a ninguém (*res nullius*), que foi abandonada pela pessoa que a detinha ou que é pertencente a todos os Homens (Albuquerque, 2008).

¹⁴ Existem, contudo, posições que defendem a proteção jurídica da coisa que seja possuidora de valor afetivo para o proprietário (Albuquerque, 2008; Leal-Henriques & Santos, 1995).

1995).

O crime de furto é ainda punível a título de tentativa¹⁵, de acordo com o art. 203.º, n.º 2, al. b) do CP, uma vez que, para se dar a consumação do crime, apenas é necessária a transferência da disponibilidade da coisa do seu proprietário para o agente do crime e não a sua posse em pleno sossego (Albuquerque, 2008).

O ordenamento jurídico-penal português rege-se pelo princípio da oficialidade, ou seja, o Ministério Público (MP) é detentor da legitimidade para dar início à marcha processual e, consequentemente, à abertura de inquérito, assim que tiver conhecimento da notícia do crime (art. 241.º do Código de Processo Penal (CCP)), sem a intervenção prévia de terceiros. Contudo, existem duas exceções ou limitações a este regime: os crimes semipúblicos e particulares em sentido estrito (Santos, Leal-Henriques & Santos, 2010; Santos & Leal-Henriques, 1999; Silva, 2008). O crime de furto enquadra-se na categoria dos crimes semipúblicos, uma vez que o procedimento criminal depende de queixa (art. 203.º, n.º 3 CP), ou seja, o MP só tem legitimidade para agir caso se verifique uma queixa prévia do ofendido ou dos titulares do respetivo direito (art. 49.º CPP; art. 113.º CP).

Anteriormente, referiu-se que o crime de furto também possui uma figura agravada, em que se considera existir um especial desvalor da ação ou do resultado (Gonçalves, 2001): o furto qualificado. A norma tem uma redação taxativa e de funcionamento automático¹⁶, na qual se define o “elevado valor” da coisa móvel alheia furtada como condição de agravamento (Albuquerque, 2008; Leal-Henriques & Santos, 1995). Assim sendo, a noção de valor elevado acha-se recolhida no art. 202.º CP, no qual se define como “aquele que exceder 50 unidades de conta¹⁷ avaliadas no momento da prática do facto”. Por fim, relembre-se mais uma vez a

¹⁵ De acordo com o acórdão do Supremo Tribunal de Justiça de 23 de novembro de 1982 (www.dgsi.pt): “i) Comete um crime de furto na forma tentada aquele que, actuando conjuntamente com outro, entra numa ourivesaria, retira de dentro de um balcão envidraçado um estojo que continha anéis em ouro e, por não ter assegurado bem esse estojo, o deixa cair no chão, fazendo barulho, facto de que se apercebe o proprietário, que grita e, por isso, determina aos agentes a fuga sem nada levarem consigo; ii) Não há consumação quando o objecto do furto não entra na esfera patrimonial do agente ou de terceiro, embora aquele tenha actuado com intenção de apropriação e chegue a deslocá-lo do local em que se encontra; iii) No caso descrito no n.º 1 é, assim, de afastar a consumação, porquanto o agente não chegou a ter os anéis na sua mão, em pleno sossego ou em estado de tranquilidade, embora transitório, de detenção dos mesmos”.

¹⁶ No entanto, não se considera ser de funcionamento necessário ou obrigatório (Gonçalves, 2001).

¹⁷ “Entende-se por unidade de conta processual (UC) a quantia em dinheiro equivalente a um quarto da remuneração mínima mensal mais elevada, garantida, no momento da condenação, aos trabalhadores por conta de outrem, arredondada, quando necessário, para a unidade de euros mais próxima ou, se a proximidade for igual, para a unidade de euros imediatamente inferior” (art. 5.º do Decreto-Lei n.º 212/89, de 30 de junho alterado pelo art. 31.º do Decreto-Lei n.º 323/01 de 17/12). A primeira atualização anual da UC é efetuada em 2009 (art. 22.º do Decreto-Lei n.º 34/2008, de 26/02) e é atualizada anualmente e automaticamente tendo em conta o indexante dos apoios sociais e ao valor da UC do ano anterior (art. 5.º do Decreto-Lei n.º 34/2008 de 26

importância do valor da coisa furtada, isto porque, caso esta seja de diminuto valor¹⁸, vigora o princípio da insignificância penal e não tem lugar a qualificação¹⁹ (art. 204.º, n.º 4).

2.1.1. ATIVIDADE DA SEGURANÇA PRIVADA

Uma vez que está a ser analisado o furto em espaços comerciais e visto que a vigilância destes espaços está, maioritariamente, sob a alçada da segurança privada, que contribui para a prevenção e dissuasão da prática de atos ilícitos, considera-se imprescindível a contextualização das suas funções e permissões legais.

A segurança privada desempenha atualmente uma função subsidiária e complementar relativamente às forças de segurança pública do Estado. Aos elementos privados cabe, sobretudo, a vigilância e proteção de pessoas e bens (móveis e imóveis), o controlo da entrada, presença e saída de pessoas em locais de acesso vedado, ou condicionado, ao público, bem como a prevenção da prática de crimes (art. 2.º, n.º 1, al. a); art. 6.º, n.º 2, als. a) e b) do Decreto-Lei n.º 35/2004, de 21 de fevereiro, alterado recentemente pelo Decreto-Lei n.º 114/2011, de 30 de novembro). Contudo, seguindo o mesmo diploma, a segurança privada não pode desempenhar funções que sejam da competência exclusiva das autoridades judiciais ou policiais, ou “ameaçar, inibir ou restringir o exercício de direitos, liberdades e garantias ou outros direitos fundamentais” (art. 5.º), podendo tal constituir uma contraordenação muito grave (art. 33.º) ou crime (art. 34.º, n.º 2). Como poderá, então, um segurança ou um comerciante, proceder perante a ocorrência de um furto num estabelecimento comercial?

A Constituição da República Portuguesa (CRP) consagra que todos têm o direito à liberdade e segurança e que ninguém pode ser, total ou parcialmente, privado dessa mesma liberdade, salvo em consequência de sentença judicial condenatória pela prática de ato punido por lei com pena de prisão ou com aplicação judicial de medida de segurança (art. 27.º, n.º 1 e

de fevereiro). Contudo, de acordo com a Lei do Orçamento do Estado será suspenso durante o ano de 2010 “o regime de atualização anual do indexante dos apoios sociais (IAS), mantendo-se em vigor o valor de 419.22€” (art. 79.º, al. a) da Lei 64-A/2011, 30/12), fixando o valor da UC em 102.00€ para o ano de 2012.

¹⁸ Entende-se por “valor diminuto” o que não exceder uma UC no momento da prática do facto (art. 202.º, al. a) CP).

¹⁹ Tendo em vista o pressuposto pacificador do Direito Penal, é possível que o agente proceda à reparação do dano ou restituição (art. 256.º). Assim sendo, no caso da tipificação legal do crime de furto qualificado previsto e punido no art. 204.º, n.º 1, al. a) CP, prevê-se a extinção da responsabilidade criminal quando existir concordância do ofendido e do arguido, sem dano ilegítimo de terceiro, na restituição da coisa furtada ou reparação integral dos prejuízos causados (art. 206.º, n.º 1 CP). No caso do furto simples, apenas existe uma especial atenuação da pena (arts. 72.º e 73.º CP), quando a coisa furtada for restituída ou tiver lugar a reparação integral do prejuízo causado (art. 206.º, n.º 2 CP).

n.º 2 CRP). Contudo, admite-se um procedimento de exceção a este regime em algumas situações como, por exemplo, a detenção em flagrante delito²⁰ (art. 27.º, n.º 1, al. a), da Constituição), embora a perda de liberdade aqui em causa seja de carácter excecional e transitório (Santos et al., 2010). Desta forma, o comerciante ou o elemento de segurança privada, atendendo ao regime geral, poderiam proceder à detenção do agente do furto, caso estivessem preenchidos os requisitos do flagrante delito, isto porque qualquer pessoa poderá proceder à detenção, caso a autoridade judiciária, ou a entidade policial, não esteja presente ou não possa ser chamada em tempo útil (art. 255.º, n.º 1, al. a) do CPP). Esta disposição é válida para os crimes públicos e semipúblicos (art. 255.º, n.º 1 CPP), sendo que a detenção deve apenas ser mantida pelo tempo estritamente necessário e deve cessar o mais brevemente possível, através da entrega do agente à autoridade policial ou judiciária (Albuquerque, 2011).

2.2. EXTENSÃO E IMPACTO DO CRIME DE FURTO

O furto em lojas constitui uma elevada fonte de perdas para os retalhistas, sendo considerado um dos maiores problemas no setor de venda a retalho (Cardone, 2006; McNess, Kennon, Schnelle, Kirchner & Thomas, 1980). No mesmo sentido, num estudo realizado a gerentes de lojas em três países nórdicos (Suécia, Noruega e Finlândia), constata-se que o furto é considerado um problema importante em todos os países analisados e com um impacto negativo nos lucros da loja²¹. Os respondentes afirmam ainda que o furto no setor de venda a retalho tem aumentado nos últimos anos e é expectável que venha a aumentar num futuro próximo (Lindblom & Kajalo, 2011). Este cenário é igualmente confirmado por um estudo de Lin, Hasting & Martin (1994), no qual 57.1% das lojas de roupa consideradas reconhecem ter problemas de furtos.

Dados recentes do Barómetro Global do Furto no Retalho²², que amostrou 586 retalhistas em 26 países da Europa em 2011, nos quais se incluiu Portugal, revelam que as

²⁰ A detenção em flagrante delito pode ocorrer quando: i) o crime ainda está a decorrer (flagrante delito propriamente dito, de acordo com o art. 256.º, n.º 1 CPP); ii) o crime acabou de ser consumado (quase flagrante delito, tendo em conta o art. 256, n.º 1 CPP); iii) existir perseguição do agente do crime imediatamente após a prática do crime (presunção de flagrante delito, atendendo ao art. 256, n.º 2 CPP) (Santos, et al., 2010).

²¹ De acordo com um estudo realizado em toda a Europa, por Beck & Champan (2003), o elevado número de perdas em determinadas lojas deve-se a uma má gestão e falta de cumprimento dos procedimentos e ao ambiente em que a loja está inserida.

²² O Barómetro Global do Furto no Retalho ou *Global Retail Theft Barometer* é um estudo anual levado a cabo pelo *Centre for Retail Research* (Centro de Pesquisa do Negócio a Retalho) e apoiado pela empresa *Checkpoint Systems, Inc.* O estudo consiste num questionário independente que incide sobre 43 países em todo o mundo e que pretende conhecer as tendências do crime no setor de vendas. As regiões estudadas incluem: América do

taxas de perdas das vendas (*shrinkage*)²³ atingiram 36.281 milhões de euros, constituindo um aumento de 6.6% relativamente a 2010 (Bamfield, 2011). No mesmo sentido, de acordo com o British Retail Consortium²⁴ (2011), verifica-se um aumento (31.0%) dos custos do crime no setor de vendas relativamente ao ano anterior, no Reino Unido.

Na Europa, a maior fonte das perdas é o furto cometido por clientes, aparentemente legítimos (47.7%), que encontram o seu anonimato nas grandes superfícies, sendo nestes sujeitos que as medidas de prevenção podem apresentar maior impacto na dissuasão da prática do delito (Press, Erol & Cooper, 2001). Contudo, para as perdas de *stock* contribui também o furto interno cometido pelos funcionários da loja (30.2%), os erros internos (16.1%) e uma pequena percentagem causada por fornecedores e vendedores desonestos (6.0%). Em Portugal, os valores apresentam uma tendência semelhante, sendo que 48.9% das perdas são atribuídas aos clientes e 28.9% aos funcionários da loja (Bamfield, 2011).

Relativamente às detenções, os retalhistas europeus afirmam ter detido cerca de 3.3 milhões de indivíduos, sendo a grande maioria clientes (96.0%). Os funcionários apreendidos representaram uma minoria (4.0%), o que contrasta diretamente com a realidade americana, que apresentam uma percentagem de funcionários apanhados a furtar superior (29.0%) (Bamfield, 2011).

Enquanto que as consequências do crime de furto se refletem nos retalhistas devido à perda dos produtos e aos investimentos em segurança, também os consumidores podem tornar-se vítimas deste crime, sendo indiretamente afetados pela criminalidade predatória²⁵ nas superfícies comerciais. Assim, por vezes, o elevado número de furtos pode desencadear um aumento do preço dos produtos (Nelson & Perrone, 2000; Nelson et al., 1996), numa tentativa de compensar o valor das perdas. De acordo com Nelson & Perrone (2000), este

Norte, América Latina, Europa, Médio Oriente/África e Ásia/Pacífico. Em 2011, o questionário foi aplicado a 4.750 grandes empresas de venda a retalho em todo o mundo (Bamfield, 2011).

²³ Adaptação do termo *shrinkage* ou *shrink* reflete a diferença entre a receita que a empresa deveria ter recebido (tendo em conta o *stock* e as compras efetuadas) e o valor que efetivamente recebeu. As perdas têm habitualmente como causa o furto de produtos ou dinheiro da empresa, ou erros administrativos e de inventário (Bamfield, 2011, p. 17)

²⁴ O *British Retail Consortium* (2011) é a associação comercial líder na representação de uma grande quantidade de retalhistas e grandes cadeias de lojas e responsável pela elaboração anual do *Retail Crime Survey*. O estudo encontra-se restrito ao Reino Unido e amostrou 52 empresas no setor de venda a retalho.

²⁵ Conceito utilizado na obra *O cidadão, o crime e o Estado* de Phillippe Robert (2002), na qual distingue os conceitos de *violência* e *predação*. Desta forma, por predação o autor considera as atividades delituosas associadas aos furtos, i.e., furto simples, furto de veículo, furto em estabelecimento comercial, furto em residências, em 2011.

cenário verifica-se mais frequentemente nos pequenos comerciantes, que apresentam menor capacidade para sustentar as perdas, comparativamente às grandes superfícies comerciais²⁶.

2.3. DISTRIBUIÇÃO ESPÁCIO-TEMPORAL DO CRIME DE FURTO

O setor de vendas é caracteristicamente heterogéneo, não só na diversidade e variedade de produtos e modelos de negócio que apresenta, mas também nas oportunidades criminais que proporciona para a ocorrência do crime (Shapland, 1995). Assim, analisando a distribuição do furto nos diferentes países europeus, verifica-se que os valores das perdas não são homogéneos. Desta forma, os países com maiores taxas de perdas de vendas (*shrinkage*) foram a Rússia (1.74%) a Turquia (1.63%) e a República Checa (1.53%). Aqueles que apresentam taxas mais baixas na Europa²⁷ são a Áustria (1.04%), Suíça (1.04%) e Alemanha (1.20%). Portugal, apesar de ter registado um aumento face ao ano de 2010, encontra-se numa posição intermédia, com um nível de perdas de 1.33% (Bamfield, 2011).

Tendo como ponto de comparação o mesmo país ou a mesma cidade, a distribuição do crime de furto tende também a apresentar diferenças, que dependem de fatores como: i) a localização (contexto) da loja; ii) a dimensão da loja; iii) a época do ano ou altura do dia (Nelson et al., 1996).

Atendendo à importância da localização, num estudo realizado em Cardiff, recorrendo-se a dados oficiais da polícia, constata-se que as lojas com a entrada principal situada num espaço comercial exterior (*e.g.*, rua) são mais atrativas para os indivíduos, comparativamente às lojas que se encontram nas superfícies comerciais fechadas (*e.g.*, *shopping*). Desta forma, os espaços comerciais que têm um acesso direto a uma via pedonal representam para o potencial ofensor uma menor risco de ser apreendido, do que a fuga num local mais confinado como um centro comercial fechado (Nelson et al., 1996). Neste último, o ofensor tem que ultrapassar, em primeiro lugar, a camada de segurança da loja e, posteriormente, os elementos de segurança do *shopping*, o que aumenta o risco de ser

²⁶ O crime em espaços comerciais estende-se para além do ambiente da loja e afeta também os consumidores que frequentam o espaço para fins legítimos. Os dados obtidos através de um questionário aplicado a 768 consumidores em 12 centros comerciais nos Estados Unidos, indica que as zonas correspondentes aos parques de estacionamento são aquelas que suscitam níveis mais elevados de preocupação. Contudo, não foi possível estabelecer uma relação entre a preocupação com a segurança e a menor frequência destes locais, embora uma maior preocupação desencadeie um aumento das precauções de segurança adotadas (Overstreet & Clodfelter, 2010).

²⁷ Os países amostrados foram: Áustria, Bélgica, República Checa, Dinamarca, Estónia, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Irlanda, Itália, Letónia, Lituânia, Luxemburgo, Países Baixos, Noruega, Polónia, Portugal, Rússia, Eslováquia, Espanha, Suécia, Suíça, Turquia e Reino Unido (Bamfield, 2011).

detetado e detido (Figura 1). Neste sentido, o ofensor irá adaptar o seu modo de atuação ao contexto em que se insere a loja definida como alvo (Shapland, 1995).



Figura 1: Representação esquemática dos níveis de segurança das lojas de rua (Nível 1) e das lojas em centros comerciais (Nível 2)

A diferente distribuição do crime de furto está também relacionada com características da própria loja, como a dimensão, o *layout* ou o número de funcionários, que constituem elementos capazes de alterar a probabilidade de furto ou roubo daquele espaço (Shapland, 1995). Desta forma, num estudo de Nelson et al. (1996) verifica-se que as lojas de variedades são os estabelecimentos com maior nível de furtos, tendo experienciado 27.2% do total de ofensas. Isto reflete o maior número de oportunidades disponíveis, devido ao produtos que comercializam (atrativos e fáceis de esconder) e à elevada afluência de clientes nestes espaços. Por sua vez, Lo (1994) identifica as lojas de grande dimensão²⁸ (múltiplos pontos de acesso, grande variedade e diversidade de produtos expostos) como detentoras de maior probabilidade para a ocorrência do crime de furto. O *design* do espaço parece facilitar este processo, muito devido à existência de diversas zonas de visibilidade reduzida, maiores possibilidades de fuga (devido às múltiplas saídas), e maior acessibilidade dos produtos.

Por fim, o crime de furto apresenta também flutuações que variam consoante a altura do ano e o momento do dia. Assim, os momentos de maior movimento e afluência de clientes coincidem com aqueles onde existe maior concentração de incidentes, como no período que antecede a Páscoa, durante o período de verão e na época que antecede o Natal. Durante o dia, os delitos concentram-se em determinadas alturas, como *e.g.*, durante o horário de almoço e

²⁸ Estas lojas, se pertencentes a grandes cadeias de venda a retalho, parecem também gerir o problema do crime diferentemente dos pequenos comerciantes. Assim, estas cadeias dispõem de mais recursos para investir em formas de prevenção e tentam revolver internamente este problema, reportando o crime, na grande maioria das vezes, unicamente à sede da empresa para um registo nas suas bases de dados internas (Shapland, 1995).

no decorrer de todo o período da tarde. A explicação apontada, relaciona-se com a existência de mais oportunidades criminais nestes momentos, devido à maior concentração de pessoas. Esta condição limita as capacidades de observação dos funcionários e seguranças do espaço, diminuindo a probabilidade de detecção de atividades delituosas (Nelson et al., 1996).

2.4. A DIFICULDADE DE MEDIÇÃO DO FENÓMENO

As estatísticas oficiais da justiça constituem uma forma de conhecer a dimensão de um determinado fenómeno. No entanto, esta fonte de informação falha na sua função de medir de forma rigorosa a tendência e a dimensão da criminalidade e da segurança (Agra, 2007), uma vez que apenas mede o crime descoberto (ou criminalidade aparente), excluindo todas as infrações que não chegam ao conhecimento das estâncias do sistema de justiça criminal (Aebi, 2000). Este é um problema constante na caracterização do crime de furto em lojas. Isto deve-se à elevada dispersão do fenómeno e à dificuldade com que são testemunhados e detetados. Isto dificulta o conhecimento rigoroso deste tipo de criminalidade, existindo, assim, a necessidade de obter dados de forma indireta e complementar (Bamfield, 2004; Nelson & Perrone, 2000; Nelson et al., 1996).

Os problemas associados à utilização das estatísticas oficiais acentuam-se quando se pretendem estabelecer comparações dos dados oficiais dos órgãos policiais entre diferentes países (Aebi et al., 2010). Desta forma, é possível identificar três tipos de fatores que dificultam os estudos comparativos entre diferentes países: i) fatores estatísticos; ii) fatores legais; iii) fatores substantivos²⁹ (von Hofer, 2000). É necessária prudência quando se estabelecem comparações a nível internacional, uma vez que existem países que conferem um tratamento diferente às pequenas ofensas, excluindo-as do seu código penal ou encaminhando-as para um processo alternativo externo ao sistema de justiça criminal. No caso do pequeno furto, oito países (Chipre, República Checa, Estónia, Polónia, Eslováquia, Suíça e Ucrânia) não o incluem nas suas estatísticas oficiais (Aebi et al., 2010).

Existem, ainda, outros fatores que podem condicionar a aproximação das estatísticas oficiais à criminalidade real, fazendo com que uma oscilação na taxa de furtos possa apenas ser o reflexo de uma maior relutância dos comerciantes em comunicar as ofensas e não uma

²⁹ Os fatores estatísticos, dizem respeito à forma como as estatísticas de cada país são produzidas. As regras de contagem de crimes variam entre países, verificando-se diferenças entre os crimes registados em cada país, que podem não refletir verdadeiras diferenças nos níveis de crime. Os fatores legais, estão relacionados com a influência das definições legais e características processuais de cada país no registo dos crimes. Os fatores substantivos, referem-se à tendência para a população de cada país reportar os crimes e à propensão da polícia para efetuar o registo do crime (Aebi, 2008).

efetiva diminuição no número de crimes (Nelson & Perrone, 2000). Os responsáveis pelas superfícies comerciais evitam, por vezes, comunicar oficialmente os delitos (Bamfield, 2004; Nelson et al., 1996), com o objetivo de poupar tempo aos seus funcionários e evitar que se veicule uma imagem negativa do seu estabelecimento. O agente do furto é, também, um elemento discricionário, tal como constata um estudo realizado a nível europeu em que se verifica que os funcionários são mais frequentemente reportados à polícia (53.0%), em comparação com os clientes (24.3%) (Bamfield, 2004). De acordo com Nelson & Perrone (2000), o tipo de produto envolvido e seu elevado valor é igualmente um fator que eleva a probabilidade de participação oficial. Por último, a convicção dos gerentes quanto ao baixo efeito dissuasor das sentenças judiciais, condiciona, também, a comunicação do furto às estâncias formais (Bamfield, 2004).

Dadas as limitações e condicionantes precedentemente elencadas, o estudo das questões de segurança nas superfícies comerciais tem sido predominantemente realizado através do recurso a outras fontes de informação, *i.e.*, entrevistas (ver Beck, 2006; Cardone, 2006; Carmel-Gilfilen, 2011; Carmel-Gilfilen, 2012), questionários (ver Armitage & Pease, 2008a; Bock, Vermeir, Pandelaere & Kenhove, 2010; Lindblom & Kajalo, 2011; Lin et al., 1994; Lo, 1994; Kajalo & Lindblom, 2009, 2010a, 2010b, Pretious, Stewart & Logan, 1995; Ramaseshan & Soutar, 1991), observação direta (ver Buckle & Farrington, 1984; Dabney, Hollinger & Dugan, 2004) ou com recurso ao método experimental (ver Beck & Willis, 1993; Farrington et al. 1993; Hayes, Johns, Scicchitano, Downs & Pietrawska, 2011; Rafacz & Boyve, 2011). Assim, o estudo deste fenómeno deve ser feito recorrendo ao que Agra (2007) representa como o método compósito, que procura minorar as falhas e cifras negras das estatísticas das instâncias formais através da utilização e articulação com os inquéritos de delinquência autorrevelada e inquéritos de vitimação.

2.5. OPORTUNIDADES DO ESPAÇO: CONTEXTOS CRIMINÓGENOS

O crescimento contemporâneo e a expansão das grandes superfícies comerciais, tornaram estes espaços em mais do que simples locais com sentido utilitário. Atualmente, para além de uma vertente comercial, estes contextos apresentam também uma forte componente social, de convívio e lazer. Contudo, é importante compreender se o aumento da afluência a estes locais, bem como a sua polivalência funcional, desencadeiam o aumento de oportunidades criminais e, consequentemente, um maior impacto no número de furtos a lojas (Lo, 1994).

Os espaços comerciais, mais concretamente, as lojas, são locais acessíveis, com produtos desejáveis e disponíveis, e onde o perigo de deteção e acusação formal é reduzido (Tonglet & Bamfield, 1997), o que torna estes locais alvos apetecíveis para os ofensores motivados. Contudo, existe uma dualidade constante no setor de vendas: por um lado fomentar a venda dos produtos e por outro garantir a sua proteção. Assim sendo, o ambiente de uma loja é concebido para aumentar a desejabilidade dos produtos, encorajando o seu manuseamento e experimentação. No entanto, a disponibilidade dos produtos e a facilidade com que são alcançados aumenta, também, as oportunidades para se cometer um crime de furto (Cardone, 2006, Nelson & Perrone, 2000; Press et al., 2001). Esta condição torna o setor de venda a retalho um contexto particularmente difícil de intervir, uma vez que o acesso fácil aos produtos fomenta as compras impulsivas (Hayes, 1999) e, o bloqueio desse acesso, poderá causar a diminuição do número de vendas.

É na interação dialética entre o indivíduo e o ambiente que, tal como outros tipos de ofensas, se concebe o crime de furto em lojas (Farrington et al., 1993). Este é analisado tendo em conta a perspetiva económica do crime, em que existe uma ponderação constante entre as oportunidades criminais e o risco de apreensão (Cardone, 2006; Felson & Clarke, 1998). Desta forma, os ofensores vão centrar a sua atenção na proteção dos produtos, nas possibilidades de fuga e nas dificuldades inerentes de acesso ao alvo, estabelecendo uma ponderação constante dos momentos, locais e produtos mais indicados para levar a cabo a prática do crime (Cardone, 2006). Um estudo realizado em três grandes empresas nos Estados Unidos revela, precisamente, a importância das oportunidades no momento de cometer um crime num espaço comercial. Assim, verificou-se que apenas 36.0% dos indivíduos ponderou cometer o furto antes de entrar na loja, enquanto que a grande maioria (64.0%) revela que apenas considerou a prática do crime depois de entrar no espaço (Hayes, 1999). No mesmo sentido, um estudo de Tonglet (2002), assente na teoria do comportamento planeado³⁰, conclui que 78.0% dos indivíduos amostrados consideraram o furto, numa loja de venda a retalho, fácil de executar, maioritariamente devido às diversas oportunidades existentes. No entanto, o furto é visto como uma confluência de elementos mais ampla do que os determinantes situacionais, tais como a influência dos grupos de pares, as crenças morais do ofensor e o baixo risco de deteção, capazes de condicionar o comportamento delituoso.

³⁰ A teoria do comportamento planeado assenta em pressupostos semelhantes à teoria da escolha racional (Capítulo I, secção 1.6.) e considera que o delito pode ser determinado por três fatores: i) atitude (julgamento que faz sobre o seu comportamento); iii) perceção de controlo (perceção dos obstáculos e do elementos situacionais que aumentam o risco de ser detetado); ii) norma subjetiva (perceção das pressões sociais exercidas sobre o seu comportamento) (Ajzen, 1991).

2.6. A ATRATIVIDADE DOS ALVOS: PRODUTOS CRIMINÓGENOS

As oportunidades criminais presentes no contexto são consideradas um fator fundamental no processo de passagem ao ato. Contudo, a prática do crime pode não estar unicamente relacionada com o contexto, mas também com os elementos que estão nele presentes. Assim, a distribuição do crime de furto no setor de vendas vai também depender do setor e do tipo de produtos existentes (Bamfield, 2004; Shapland, 1995), que têm, por vezes, uma insegurança inerente e que podem ser protegidos através de meios adicionais de segurança (Ekblom, 2008a). Relativamente aos diferentes setores de vendas, aqueles que registaram uma maior taxa de perdas foram as lojas de acessórios/vestuário e moda (1.86%), bem como as lojas de conveniência, comidas naturais e comida especializada (1.83%) (Bamfield, 2011).

Para o desenvolvimento mais eficaz de formas e estratégias de prevenção é necessário conhecer quais os produtos mais afetados pelo crime de furto, e aqueles que são habitualmente mais desejados (*hot products*) e que apresentam mais fatores de risco (Clarke, 1999). Neste sentido, com o objetivo de definir esses atributos, Clarke (1999) sintetiza-os num acrónimo designado CRAVED (*Concealable, Removable, Available, Valuable, Enjoyable, Disposable*). Isto é, os produtos que apresentam maior risco são, normalmente, ocultáveis, removíveis, disponíveis, com valor, desejáveis e fáceis de vender. Outros autores suportam esta designação e consideram que os artigos mais furtados são aqueles que apresentam um valor mais elevado, são relativamente pequenos, de fácil acesso (Bamfield, 2004; Nelson et al., 1996) e de marcas conceituadas, uma vez que são relativamente fáceis de vender no *mercado paralelo* (Bamfield, 2004, 2011). De acordo com o Barómetro Global do Furto no Retalho, na análise total dos países, em 2011, os produtos mais furtados foram, *e.g.*, lâminas de barbear, cosméticos, perfumes, *smartphones*, produtos eletrónicos, álcool e carne (Bamfield, 2011).

Para tornar estes produtos mais seguros é possível alterar o contexto onde se inserem ou alterar as suas especificações (Redução do Crime através do Design do Produto³¹). Estas medidas estão necessariamente limitadas a crimes contra a propriedade e operam, maioritariamente, através da redução da atratividade dos itens, aplicando medidas de proteção incorporadas diretamente nos produtos (Lester, 2001). As soluções passam por tornar a furto mais difícil, com maior risco ou com menos recompensas para o ofensor (Ekblom, 2008a) e

³¹ Designação original, *Crime Reduction Through Product Design* (Lester, 2001).

podem ser combinadas com o produto no momento da sua produção ou adquiridas separadamente e aplicadas posteriormente (Lester, 2001).

Existem, contudo, três problemas na implementação destas estratégias. Em primeiro lugar, historicamente tem existido pouca comunicação entre os elementos que desenvolvem os produtos e aqueles que pretendem implementar estratégias de prevenção do crime, aumentando, não raras vezes, o risco e a vulnerabilidade destes produtos. Em segundo lugar, o problema do furto de produtos é largamente difuso e como não se distribui de igual forma, torna-se difícil gerar soluções adaptáveis a vários tipos de produtos e a vários locais. Por último, muitas das medidas podem entrar em conflito com interesses comerciais (Armitage & Pease, 2008a) e com o paralelismo, já anteriormente discutido, entre as vendas e a segurança. Desta forma, as medidas devem ser projetadas mantendo a atratividade dos produtos de modo a não prejudicar o número de vendas.

Com vista a solucionar alguns dos problemas anteriormente expostos, dá-se início a um projeto a nível europeu entre 2004 e 2006, denominado *Project MARC*³². Este projeto pretendia desenvolver um mecanismo capaz de determinar o risco dos produtos³³ e determinar os sistemas que deveriam ser postos em prática (Armitage & Pease, 2008a, 2008b; Ekblom & Sidebottom, 2008), desenvolvendo produtos menos criminógenos (Ekblom & Sidebottom, 2008) e permitindo uma melhor distribuição dos recursos (Armitage & Pease, 2008a). Apesar das estratégias sugeridas não terem sido implementadas com sucesso, este projeto apresentou também algumas limitações como, por exemplo, a medição do nível de segurança através de uma *checklist* quantitativa estandardizada, que revelou ter pouca flexibilidade e um elevado nível de subjetividade (Armitage & Pease, 2008a, 2008b). De ressaltar que, apesar de tudo, a designação CRAVED permanece uma das melhores formas disponíveis para determinar a vulnerabilidade de um produto (Armitage & Pease, 2008a), contudo para o projeto em questão, esta apresentava-se demasiado genérica (Ekblom & Sidebottom, 2008).

A delimitação do estado criminógeno de um produto é, por vezes, difícil de concretizar. Isto porque, existe uma relação dialética entre o produto e o ambiente que pode

³² No final, o projeto sugere dois sistemas que devem ser implementados: i) um critério de acreditação associado a um logótipo que represente os produtos que cumprem os requisitos para serem considerados seguros (*Secure Product*); ii) um sistema de cores/símbolos que providencie ao consumidor informação relativa ao nível de vulnerabilidade e segurança do produto (Armitage & Pease, 2008b).

³³ A avaliação do risco é determinada através da comparação entre a vulnerabilidade dos produtos (tendo em conta uma *checklist* em que constam as características dos produtos CRAVED) e a sua segurança (meios que dispõem para a sua proteção) (Ekblom & Sidebottom, 2008). Assim, um produto com um risco elevado (*e.g.*, facilmente ocultável) deveria ter também um maior número de elementos de segurança, de modo a obter uma compensação pelo seu elevado nível de vulnerabilidade (Armitage & Pease, 2008a).

ser o principal responsável pela sua vulnerabilidade (Ekblom & Sidebottom, 2008). Neste sentido, deve existir uma visão integrada entre os vários elementos do contexto (ambiente e produtos), tal como será desenvolvido de seguida.

2.7. A PREVENÇÃO SITUACIONAL DO CRIME EM ESPAÇOS COMERCIAIS

O crime e as perdas de *stock* são um problema para muitos setores de venda a retalho e requerem a utilização de um conjunto vasto de soluções e estratégias para as combater (Tonglet & Bamfield, 1997). Uma vez que a polícia tem, cada vez mais, escusado a sua presença e policiamento no setor de vendas, os centros comerciais e outros espaços de comércio são normalmente vigiados por elementos de segurança privada. No mesmo sentido, os comerciantes tentam, cada vez mais, antecipar os problemas criminais e minimizar as suas perdas através de sistemas de segurança ou de alterações de *design* da loja (Tonglet & Bamfield, 1997).

A nível europeu estima-se que as lojas tenham investido cerca de 8.454 milhões de euros em segurança e estratégias de prevenção, o que equivale, aproximadamente a 0.30% do total de vendas, em 2011. Valores semelhantes são constatados através de um estudo por questionário realizado a 476 cadeias de lojas na Europa³⁴, que representa um total de perdas de 24.763 milhões de euros e 5.644 milhões de euros gastos em segurança e medidas preventivas (Bamfield, 2004). Relativamente a Portugal, o Barómetro Global do Furto no Retalho refere que os custos em segurança, durante o ano de 2011, totalizaram 98 milhões de euros (Bamfield, 2011). Desta forma, as consequências amplas do crime de furto não se prendem unicamente com a perda ou dano do produto, mas também com todos os custos associados para garantir a sua segurança e proteção, aumentado consideravelmente o impacto deste crime sobre os retalhistas. Dado os elevados custos de implementação, os comerciantes não distribuem igualmente os sistemas de segurança por todos os produtos disponíveis. O investimento é condicionado pela dimensão da loja, lucros, valor dos artigos e pela experiência com incidentes anteriores (Press et al., 2001). A título exemplificativo, e tendo em conta valor do artigo, as lojas de produtos eletrónicos apresentam um maior investimento em segurança, quando comparado com as lojas de vestuário (Bamfield, 2004).

Como será retratado de seguida, existem diversas estratégias de prevenção que podem ser utilizadas em ambiente comercial que, para uma melhor facilidade de exposição, serão

³⁴ Estudo realizado em 2001/2002 em 16 países europeus (Áustria, Bélgica, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Irlanda, Itália, Nova Zelândia, Noruega, Portugal, Espanha, Suíça, Suécia e Reino Unido).

classificadas como estratégias de prevenção formal e informal, apesar do pouco consenso científico referente a esta distinção.

2.7.1. MEIOS DE PREVENÇÃO FORMAIS

As estratégias de prevenção formais visam, essencialmente, proporcionar um efeito dissuasor no potencial ofensor (Clarke, 1995) através de formas de vigilância visível e ativa de exercer controlo na loja. Neste sentido, tanto os funcionários como os clientes (legítimos e ilegítimos) estão conscientes da presença de sistemas de vigilância e da constante observação a que se sujeitam (Lindblom & Kajalo, 2011). Este tipo de controlo pode ser exercido por elementos, tais como, a polícia, segurança privada ou através de sistemas tecnológicos como alarmes de segurança ou circuitos fechados de televisão - *Closed-circuit television* (CCTV) (Clarke, 1995). Desta forma, serão apresentados exemplos dos sistemas comumente utilizados no setor de venda a retalho, descrevendo-se paralelamente alguns estudos que determinam a sua eficácia na prevenção do crime.

2.7.1.1. ALARMES ELETRÓNICOS DE SEGURANÇA

Atualmente, os alarmes de segurança mais utilizados pelos retalhistas são os *electronic article surveillance* (EAS³⁵) (Bamfield, 2011). A origem do seu sucesso está, provavelmente, na sua capacidade em compatibilizar as vendas com a segurança, pois permitem que os artigos sejam expostos e manuseados pelos clientes com maior segurança e menor risco de serem furtados (Clarke, 2003; Hayes & Blackwood, 2006; Press et al., 2001). Os EAS são, assim, um sistema antifurto utilizado tanto em produtos de vestuário, como embalados, e foi introduzido no mercado entre 1968 e 1969, embora só nos anos 80 tenham adquirido uma maior difusão a nível global (DiLonardo, 1997).

Este sistema foi inicialmente concebido para detetar e deter os ofensores, embora, rapidamente os comerciantes tenham constatado as suas potencialidades para a prevenção e dissuasão do crime, ao invés da deteção (DiLonardo, 1997). Desta forma, esta estratégia procura dissuadir os indivíduos: i) aumentando o risco da prática do crime e da sua deteção;

³⁵ O sistema é constituído por um dispositivo que é colocado no produto e um pórtilco emissor e recetor presente à saída da loja. Este pórtilco de segurança tem como função detetar a presença dos dispositivos colocados nos produtos e que não foram desativados ou retirados no momento do pagamento (DiLonardo, 1997). Caso a remoção ou desativação não seja efetuada, soará um alarme à saída da loja alertando para a presença de um potencial furto. Os alarmes podem ainda ser aplicados de duas formas distintas: i) na loja, colocados de forma visível e removível nos produtos; ii) no momento de produção de forma integrada no produto (Beck, 2008).

ii) aumentado o esforço necessário para o cometer; iii) impossibilitando o uso do produto, caso o alarme não seja removível; iv) tornando o produto difícil de vender, nos casos em que a remoção forçada do alarme danifique o produto (*e.g.*, alarme com tinta³⁶) (Beck, 2008). É ainda possível aumentar a percepção do risco de detenção recorrendo-se a avisos visuais que alertem para a existência de dispositivos de segurança na loja, *i.e.*, *produtos seguros eletronicamente* (Ekblom, 1986).

Ao longo do seu desenvolvimento várias foram as críticas e dúvidas relativas à sua verdadeira eficácia na redução das perdas de *stock*, no entanto, de acordo com uma revisão de Eck (1997), dos cinco estudos analisados (com um grupo experimental e de controlo) todos revelaram uma redução dos eventos criminais e das perdas de *stock* superior nas lojas em que existiam EAS (Eck, 1997). No mesmo sentido, DiLonardo (1997), através de diversos estudos efetuados em escalas temporais largas (entre 5 e 9 anos), refere que a utilização dos sistemas EAS pode reduzir de forma eficaz o crime de furto e as perdas totais de *stock* entre os 35% e os 75%. Estes resultados são, igualmente, sustentados por Farrington e colaboradores (1993), que através de um estudo experimental pré-teste/pós-teste, revelam que esta tecnologia mostrou efeitos positivos na redução dos furtos em lojas, mantendo um efeito estável durante o período de *follow-up*.

Apesar de grande parte dos estudos revistos indicarem a existência de uma relação entre a utilização de sistemas EAS e a redução das perdas de *stock*, existem também falhas que podem condicionar a sua eficácia. A título de exemplo, um estudo de Hayes & Blackwood (2006) realizado em 21 lojas, através de uma metodologia experimental, revela que o uso de EAS ocultas não tiveram qualquer efeito na redução da perda de produtos, nem aumentaram o número de vendas. É também importante realçar que o uso desta tecnologia pode tornar os funcionários menos vigilantes, diminuindo a sua função dissuasora (Ekblom, 1986). As críticas ao uso deste sistema prendem-se também com questões de ordem técnica, tal como o tempo gasto na aplicação e remoção, a facilidade com que são desativados ou os custos associados à sua implementação. Estes sistemas são também conhecidos pelos falsos alarmes que se verificam à saída da loja e que provocam uma sensação de desconforto e embaraço nos consumidores (Press et al., 2001). Esta tecnologia apresenta, assim, problemas estruturais sendo necessário o reforço da sua integridade e confiança através, por exemplo, da

³⁶ Os alarmes com tinta (*ink tags*) são maioritariamente utilizados em produtos de vestuário e têm como principal objetivo danificar o produto, caso a remoção seja forçada ou por meios indevidos (Eck, 1997). O principal pressuposto criminológico deste sistema é reduzir o benefício e as recompensas do furto (Clarke, 2003; Hayes, 1999), reduzindo o valor do artigo ou dificultando a sua venda (Beck, 2008; Eck, 1997). Apesar de tudo são escassos os estudos que avaliam cientificamente a eficácia desta técnica (Eck, 1997).

diminuição do número de *falsos alarmes*, que não só perturbam o funcionamento da loja, como também são passíveis de diminuir a atenção dos funcionários para futuros sinais de alarme que constituam efetivamente atos de furto (Hayes & Blackwood, 2006). Outra forma de reduzir alguns destes problemas passa por integrar os sistemas de alarme no próprio produto no momento de produção (*e.g.*, inclui-los no código de barras), aumentando a dificuldade de remoção (Press et al., 2001) e reduzindo os custos de implementação (Tonglet & Bamfield, 1997). No entanto, não se deve olhar para as EAS como a única solução. Esta deve ser integrada com outros sistemas de segurança complementares (Hayes & Blackwood, 2006), como por exemplo, monitorização dos pórticos de saída, aliado a um *design* desobstruído e com um amplo campo de visão, que permita aos funcionários vigiarem eficazmente o espaço.

2.7.1.2. SISTEMAS DE VIDEOVIGILÂNCIA

O CCTV apresenta uma ampla aplicação tanto no setor público como no setor privado e tem reconhecido um aumento da sua implementação por parte de lojas e grandes superfícies comerciais³⁷ (Press et al., 2001). Este elemento mecânico tem em vista a prevenção de crimes contra as pessoas e contra a propriedade (Welsh & Farrington, 2003) cometidos quer por clientes, quer por funcionários do espaço (Beck & Willis, 1993).

Este sistema apresenta uma dupla finalidade: i) dissuadir a prática do crime (Burrows, 1991), pela simples presença da câmara, através do aumento da perceção do risco de ser detetado; ii) identificar e deter os ofensores, caso as filmagens estejam a ser visualizadas (Beck, 2008). Assim, segundo Beck (2008), o CCTV pode ainda proporcionar informações em tempo real aos funcionários da loja acerca de comportamentos suspeitos, providenciar imagens depois dos incidentes e levar o ofensor a pensar que existe preocupação com a segurança daquele espaço. Assim, esta medida pode constituir uma oportunidade para o crime quando ausente e um risco quando presente. É este aumento do medo e do risco de ser detetado que pode constituir uma explicação para o carácter dissuasor da medida (Beck & Willis, 1993; Cardone, 2006).

³⁷ De acordo com o Decreto-Lei n.º 35/2004, de 21 de fevereiro, alterado recentemente pelo Decreto-Lei n.º 114/2011, de 30 de novembro, os equipamentos de vigilância eletrónicos podem ser utilizados com o objetivo de proteger pessoas e bens, desde que sejam ressalvados os direitos e interesses constitucionalmente protegidos. Ainda segundo o mesmo diploma, nos locais onde existem estes sistemas de vigilância é obrigatória a afixação de avisos, em local bem visível, com o seguinte texto “Para sua protecção, este lugar encontra-se sob vigilância de um circuito fechado de televisão” ou “Para sua protecção, este lugar encontra-se sob vigilância de um circuito fechado de televisão, procedendo-se à gravação da imagem e som”, seguido de um símbolo identificativo (art. 13.º, n.º 1 e n.º 3).

Apesar de todos os pressupostos teóricos conceberem esta estratégia como uma forma de reduzir o crime de furto, na verdade, os resultados dos estudos de eficácia do CCTV não se afiguram consensuais. Os principais motivos apontados para a discrepância de resultados estão relacionados com questões metodológicas, bem como as especificidades dos locais em estudo, que tornam difícil a sua generalização. O mesmo se pode verificar através de um estudo de Welsh & Farrington (2002) que analisou 22 avaliações de CCTV e concluiu que a introdução do CCTV apenas reduz o crime em pequenas quantidades. Assim, do total de avaliações, apenas 11 obtiveram um efeito desejável na redução do crime, cinco verificaram um efeito indesejável no crime, cinco não apresentaram qualquer efeito conclusivo e apenas uma foi classificada como tendo um efeito pouco definido no crime.

Relativamente ao setor de vendas, um estudo experimental de Beck & Willis (1993) revela que à introdução do CCTV está associada uma redução das perdas de *stock* a curto prazo. O pouco sucesso destes equipamentos a longo prazo pode dever-se a um processo de familiarização com este meio de prevenção, tornando-o parte integrante do ambiente e rotina da loja. Isto provoca uma diminuição do seu efeito, uma vez que o ofensor, no processo de tomada de decisão, já terá em consideração a existência deste elemento (CCTV). Desta forma, a maior eficácia a longo prazo dependerá de outros fatores ambientes como, por exemplo, a alteração regular dos ângulos das câmaras e dos monitores exteriores, associado a uma constante vigilância por parte dos funcionários da loja.

Em conclusão, tal como na utilização dos alarmes EAS, a existência de CCTV deve também estar aliada a técnicas de *design* que permitam maximizar a sua eficácia. Assim, as câmaras devem ser colocadas em zonas que permitam ampla visibilidade, sem elementos interferentes (*e.g.*, a existência de uma publicidade pode reduzir a visibilidade do espaço), uma vez que podem reduzir a sua eficácia e possibilidade de deteção do crime.

2.7.1.3. A SEGURANÇA PRIVADA

Foi a partir dos anos 70 que se deu a aceleração e extensão da segurança privada em toda a Europa ocidental. Atualmente, as constantes exigências de segurança e o surgimento de novos espaços fechados, leva ao desenvolvimento de um mercado cada vez mais multifacetado, que pretende vender segurança, mas também a perceção de segurança (Recasens, 2007). Contudo, apesar do constante crescimento e expansão, pouca é a evidência empírica que suporta a sua eficácia ao nível da dissuasão e prevenção da atividade criminal (Welsh, Mudge & Farrington, 2010). Além disso, a forte presença de elementos de vigilância

formal no setor de vendas, como a segurança privado ou os sistemas de CCTV, pode originar um efeito negativo no sentimento de insegurança dos clientes, podendo, em último recurso, inibir a sua presença regular nestes locais (Kajalo & Lindblom, 2010a, 2010b).

O segurança privado pode ter um duplo efeito, alcançado através da sua presença. Por um lado, detetar e agir perante eventuais situações de furto, embora estes parecem apresentar uma capacidade limitada para lidar com o elevado número de potenciais ofensores presentes nos espaços comerciais (Ekblom, 1986). Por outro lado, o segurança desempenha também uma função preventiva e dissuasora, alcançada através da sua simples presença. Este efeito pode ser amplificado caso o segurança esteja em constante movimento, mantendo uma presença visível e ativa (Clarke, 2003).

Relativamente ao efeito dissuasor e preventivo para a prática do crime, Lee, Hollinger & Dabney (1999) não verificaram uma relação entre a existência de segurança e a diminuição do número de incidentes criminais que ocorrem num centro comercial. No mesmo sentido, um estudo experimental de Farrington et al. (1993) parece refutar este efeito e conclui que não existe uma relação clara entre a existência de um segurança com uniforme e a redução efetiva do número de furtos. Contrariamente, os gerentes das lojas tendem a perceber os seguranças com uniforme como elementos com elevado efeito dissuasor para os potenciais ofensores e uma forma eficaz de redução da criminalidade (Kajalo & Lindblom, 2009; Pretious, Stewart & Logan, 1995), o que demonstra a necessidade de realizar mais estudos que determinem as potencialidades desta forma de segurança e prevenção.

2.7.2. MEIOS DE PREVENÇÃO INFORMAIS

As estratégias informais, tal como as formais, pretendem dissuadir os indivíduos da prática do crime e aumentar a probabilidade de deteção de atividades delituosas, através do aumento da vigilância e controlo. As estratégias informais assentam no conceito de *vigilância natural*, onde qualquer elemento presente no contexto (*e.g.*, cliente, funcionário) pode constituir uma forma de prevenção e dissuasão. Para além disto, as estratégias informais incluem também a integração de elementos de CPTED e de *design*, e distinguem-se dos elementos formais, pois não possuem uma posição tão visível de vigilância e controlo ativo. Neste sentido, os clientes ou potenciais ofensores que visitam determinada loja podem não ter consciência de que estão a ser observados (Lindblom & Kajalo, 2011) ou que determinados elementos presentes no ambiente estejam estrategicamente pensados com objetivos preventivos.

2.7.2.1. A IMPORTÂNCIA DO FATOR HUMANO: OS FUNCIONÁRIOS DO ESPAÇO

Os funcionários do estabelecimento são importantes elementos de vigilância natural que aumentam o risco da prática do crime (Hayes, 1999), a probabilidade de detecção (Nelson et al., 1996) e proporcionam um efeito dissuasor no potencial ofensor (Press et al., 2001). Assim, os funcionários, através da sua simples presença e capacidades de observação, desempenham um papel fundamental na dissuasão da prática criminal. Os funcionários recorrem a diversas estratégias informais pouco intrusivas como, por exemplo, abordar o cliente (ou potencial ofensor) e oferecer a sua ajuda, o que irá cessar o anonimato do ofensor (considerado um requisito essencial para a prática do crime) e, desta forma, atuar como um elemento dissuasor (Press et al., 2001).

Tal como anteriormente exposto na teoria das atividades de rotina, para a prática do crime é necessária a confluência de três elementos. Neste caso, o funcionário pode ser visto como o elemento de proteção (*guardian*), uma vez que, na sua ausência, o risco de o ofensor ser observado é removido e cria-se uma oportunidade para a prática do crime (Carmel-Gilfilen, 2012). Neste sentido, considera-se que o treino e a formação dos funcionários sobre questões legais e relativas ao crime de furto constitui uma das estratégias mais eficazes para diminuir o número de delitos (Budden, Yeargain, Miller, 1991; Lin, Hastings & Martin, 1994). Para além disso, torna-se fundamental providenciar informações regulares aos funcionários sobre os produtos mais furtados, o que pode contribuir para a redução do crime de furto através do aumento de observação sobre os produtos e os artigos assinalados (Carter, Holström, Simpanen & Melin, 1988).

2.7.2.2. ESTRATÉGIAS INFORMAIS E OS PRINCÍPIOS DO CPTED NO SETOR DE VENDAS

No setor de venda a retalho, o motivo que impulsiona a alteração do *design* do espaço está habitualmente relacionado com questões de imagem e incremento do número de vendas (Shapland, 1995). As preocupações securitárias e a sua relação com o *design* só recentemente começaram a fazer parte das intervenções estratégicas nestes espaços (Press et al., 2001).

Anteriormente nesta apresentação descreveram-se os princípios gerais do CPTED e a sua evolução e desenvolvimento que, inicialmente, se encontravam direcionado para o espaço exterior e com uma forte aplicação a zonas residenciais. Contudo, o setor de vendas foi identificado como tendo uma grande capacidade para reduzir o crime através do *design* (Carmel-Gilfilen, 2012; Press et al., 2001), o que faz com que a grande maioria das

estratégias-base elencadas, possam também ser adaptadas ao interior de espaços, como lojas de venda a retalho. Assim, os pressupostos apresentados podem concretizar-se em estratégias como: a alteração da luminosidade do espaço, o aumento da visibilidade dos clientes e funcionários (*vigilância*), a organização do espaço e dos produtos expostos (*gestão e manutenção*), a determinação da localização da caixa registadora (*controlo de acessos*) ou a colocação de sinais de aviso referentes aos sistemas de vigilância existentes.

A aplicação do *design seguro* a este contexto visa, assim, criar espaços mais seguros através da escolha de materiais e sistemas de segurança ativa e passiva³⁸. Segundo Smith (1996), poderá ser necessário complementar estas duas formas de intervenção, isto porque, quanto menos elementos de segurança passiva estiverem presentes, mais elementos de segurança ativa são necessários para colmatar as falhas do contexto. Neste sentido, segundo Crowe (2000), a aplicação das estratégias de CPTED têm demonstrado efeitos positivos na diminuição da incidência do crime e do medo do crime. Aplicado ao setor de vendas, as lojas de conveniência, através da aplicação de técnicas que envolvem a alteração do seu ambiente, alcançaram um aumento do volume de vendas e uma redução do crime de furto em aproximadamente 50%.

O *design* pode não abranger apenas o micro espaço da loja, mas também toda a zona comercial. Para retratar as más práticas de *design* e as suas consequências é possível analisar o caso do encerramento de um centro comercial (designado *Tricorn*) em Inglaterra detentor de erros de *design*, tais como fracos ângulos de visão, pouca iluminação, elevado número de entradas e saídas e uma permanente falta de manutenção. Em contraponto, o estudo compara outro centro comercial, designado *Gunwharf Quays*, que mantém o seu sucesso e no qual existiu a preocupação em tornar o local amplo (para que os espaços pudessem ser observados de qualquer ponto), com um iluminação adequada e sem zonas de visibilidade reduzida, potenciadoras de incivildades, crime ou sentimento de insegurança (Poyser, 2004).

A integração de técnicas de *design* e dos princípios do CPTED numa loja podem contribuir para uma maior eficácia dos sistemas formais e mecânicos de prevenção, facilitando a sua ocultação e a segurança do local. Contrariamente, uma loja com mau planeamento pode criar oportunidades criminais e locais criminógenos (como zonas de reduzida visibilidade, ângulos mortos ou saídas mal planeadas), que podem ser explorados pelos ofensores para atividades ilícitas (Cardone, 2006). Assim, os artigos serão retirados pelo

³⁸ A segurança ativa pode incluir elementos humanos (*e.g.*, patrulhas, segurança privada) ou meios mecânicos (*e.g.*, CCTV), enquanto que a segurança passiva diz respeito ao *design* físico do espaço que inclui elementos como a luminosidade, a visibilidade ou o melhoramento das linhas de visão (Smith, 1996).

ofensor de zonas de maior visibilidade (onde existe maior risco de ser detetado) e serão levados para os locais da loja mais ocultos (que desempenham uma função instrumental à prática do crime), de forma a removerem ou desativarem os sistemas de segurança ou guardarem o produto de forma camuflada em sacos ou no próprio corpo (Press et al., 2001). Nas lojas de roupa, a título exemplificativo, é possível considerar os vestiários como um local com as características mencionadas, que permitirá ocultar o crime e camuflar os artigos com um risco de deteção e apreensão relativamente baixo.

Press et al. (2001) alerta ainda para a necessidade de aplicar as estratégias de prevenção de forma ponderada, tendo em vista manter o equilíbrio entre as medidas aplicadas e o volume de vendas. Segundo o autor, os produtos que não são passíveis de serem furtados, dificilmente serão também comprados. O contacto físico entre o produto e o cliente, bem como a sua experimentação revestem-se de extrema importância no ato da compra. Desta forma, as estratégias devem ser delineadas com um triplo objetivo previamente acautelado: atrair os consumidores, proteger os produtos e afastar os ofensores, através da criação de mais do que simples barreiras físicas e de controlo de acesso ao alvo.

Assim, de seguida, apresentam-se alguns elementos fundamentais de estratégias informais e de CPTED a ter em conta na redução dos furtos em espaços comerciais:

- i) *Visibilidade do espaço*: Frequentemente os ofensores tiram proveito da desorganização do espaço e da falta de visibilidade dos funcionários para cometer o crime (Carmel-Gilfilen, 2012). Assim, o espaço deve permitir uma ampla visibilidade sobre toda a loja, com iluminação adequada, tanto no interior, como no exterior do espaço, o que permite, por um lado, que todas as áreas sejam observáveis pelos funcionários (Clarke, 2003; Press et al., 2001) e, por outro, o aumento da exposição e visibilidade do potencial ofensor.
- ii) A altura dos expositores pode, também, constituir um elemento facilitador do furto, pois provocam a diminuição ou bloqueio dos ângulos de visão e impossibilitam a observação dos clientes (Cardone 2006; Clarke, 2003). Por outro lado, os expositores que estão bem organizados e promovem a visibilidade, onde é possível observar a interação entre o cliente e os produtos, apresentam um maior efeito dissuasor (Carmel-Gilfilen, 2012). Assim, de modo a aumentar o risco da prática do crime, os expositores devem ter uma altura reduzida, conjugados com corredores que proporcionem linhas de visão amplas e permitam perspetivar toda a loja e os seus potenciais ofensores (Cardone 2006; Clarke, 2003).

- iii) *Controlo de acesso ao espaço*: As lojas devem conter poucas saídas (Clarke, 2003; Poyser, 2004) e, preferencialmente, controladas pela caixa de pagamento³⁹ (Carmel-Gilfilen, 2012; Press et al., 2001). Isso permite um maior controlo e aumento da visibilidade por parte do funcionário, atuando como elemento dissuasor (Carmel-Gilfilen, 2012) através do aumento do medo do ofensor em ser detetado. O elemento humano (funcionário) deve também ser conjugado com a existência de alarmes e outros elementos físicos, isto porque, uma vez removido um destes elementos, cria-se uma oportunidade para o ofensor escapar rapidamente pela saída com um produto (Carmel-Gilfilen, 2012). Para evitar os furtos de *grab and run* deve aumentar-se o espaço entre a saída da loja e os produtos, permitindo uma melhor vigilância dessas zonas e, consequentemente, a redução das oportunidades para a prática do furto (Clarke, 2003; Press et al., 2001).
- iv) *Presença de clientes*: A presença de um número elevado de clientes na loja pode ser vista como uma oportunidade para cometer o furto, pois permite camuflar a atividade do ofensor. Neste sentido, o aglomerado de pessoas em torno dos produtos podem também gerar oportunidades para o furto (Ekblom, 1986), isto porque tanto os clientes, como os funcionários se encontram menos vigilantes aos potenciais ofensores. Contrariamente, a presença de clientes pode também atuar como um elemento dissuasor, isto porque, muitos ofensores consideram que essa situação aumenta a probabilidade de serem vistos e detetados (Cardone, 2006).
- v) *Colocação de avisos*: A utilização de avisos tem como principal objetivo proporcionar um efeito dissuasor no indivíduo e podem ser colocados nos produtos ou noutros locais da loja. Assim, colocar avisos nos produtos de alto risco, reforça a ideia de que aqueles são mais frequentemente furtados (Clarke, 2003) e sobre os quais existe, possivelmente, mais vigilância. Apesar dos escassos estudos referentes a esta estratégia, este é considerado um meio eficaz na redução do número de furtos (McNees, Egli, Marshall, Schenelle & Risley, 1976; Rafacz & Boyve 2011). Podem também ser colocados avisos ao longo da loja como, por exemplo, *Furtar é Crime*. Contudo, são escassos os estudos

³⁹ Não é consensual a colocação da caixa de pagamento à saída da loja. Esta pode ser colocada noutras zonas, cumprindo diferentes propósitos. Um estudo realizado em 158 lojas de roupa, conclui que cerca de metade posiciona os seus balcões de atendimento no centro do espaço. O pressuposto base é que a colocação neste local apresenta um efeito dissuasor pelo reforço da vigilância em toda a loja no momento em que o cliente contacta com os produtos. Assim, defende-se que a colocação da caixa de pagamento na parte de trás da loja, proporciona menos vigilância dos produtos que se encontram à saída. O inverso verifica-se caso a caixa esteja à entrada da loja, deixando desprotegidos os artigos do fundo (Lin et al., 1994).

científicos que avaliam a eficácia deste método, embora, segundo Clarke (2003), é provável que o seu efeito dissuasor apenas afete algumas pessoas mais suscetíveis.

A título conclusivo é importante realçar a importância do contexto e da localização da loja na delineação das estratégias preventivas. Não raras vezes, as medidas são tomadas ao nível da sede da empresa e não ao nível da loja, tendo em vista a uniformização da imagem da marca. Contudo, isto poderá ter implicações no risco de crime e na prevenção, uma vez que a localização da loja pode constituir um fator importante na existência de diferentes oportunidades criminais (Shapland, 1995).

O CPTED apresenta-se como um conjunto de estratégias que se concretizam na integração dos conceitos tradicionais e mecânicos de segurança, com o *design* (Crowe, 2000). Neste sentido, com vista a apresentar as soluções de segurança de uma forma integrada, as diferentes estratégias de CPTED devem ser conjugadas com os princípios da prevenção situacional.

2.8. MODELO INTEGRADO DE PREVENÇÃO

Os meios de prevenção situacional formais e informais foram apresentados através de uma perspetiva estanque, tendo em vista a facilitação da exposição. Contudo, quando o ofensor pondera os custos e os benefícios da prática do crime, considera tanto as técnicas de segurança formais implementadas, como todo o ambiente da loja (Carmel-Gilfilen, 2012). Desta forma, de acordo com Carmel-Gilfilen (2011, 2012) os elementos considerados mais dissuasores são: a correta disposição e posicionamento dos produtos, os sistemas de segurança formais (*e.g.*, alarmes EAS, CCTV), o controlo de acesso ao alvo, o posicionamento do funcionário e os elementos de *design* (*e.g.*, corredores desobstruídos).

Tanto o ambiente físico da loja, como as medidas de prevenção situacional tradicionais, parecem influenciar os comportamentos e atitudes dos indivíduos na tomada de decisão. Desta forma, deve existir a integração entre as estratégias de prevenção e os princípios de CPTED e *design*, com vista a atuarem, não como elementos independentes, mas complementares (Carmel-Gilfilen, 2011, 2012; Tonglet & Bamfield, 1997). Tendo como exemplo a implementação dos sistemas de videovigilância, verifica-se que a sua eficácia é, por vezes, reduzida devido a características interferentes do espaço que impedem a recolha de imagens detalhadas e com ampla visibilidade. Desta forma, para se concretizar os objetivos de prevenção, deve privilegiar-se a coordenação entre o ambiente físico e os restantes meios de

prevenção, evitando a criação de *blind spots* ou a obstrução das filmagens por paredes, colunas, prateleiras ou anúncios publicitários (Carmel-Gilfilen, 2012).

Para testar a eficácia da integração de vários sistemas de segurança, a cadeia de lojas *Tesco* implementou um conjunto de medidas designadas como *Totally Integrated Security System* (TISS), que incluem alterações no *design* da loja e o reforço dos sistemas de CCTV para monitorizar constantemente todas as áreas vulneráveis no interior e exterior do espaço. Assim, na avaliação de impacto, concluiu-se que as perdas de *stock* diminuíram significativamente, assim como o crime violento e as perdas na caixa registadora (Burrows, 1991). Segundo Tonglet & Bamfield (1997) as medidas de prevenção devem ser abrangentes e incluir alterações no *design* do espaço, sinais de aviso, linhas de visão e corredores desobstruídos, sistemas de segurança economicamente mais eficazes (*cost-effective*) e funcionários com treino e formação para situações de furto.

A integração, contudo, não deve ser apenas entre os sistemas de prevenção e o *design* do espaço. O setor de vendas apresenta inúmeras particularidades o que dificulta a criação de soluções genéricas aplicáveis de forma automática a todos os espaços. Assim, devem ser considerados três elementos chave: i) as características da loja; ii) as características do contexto em que está inserida; iii) o problema criminal específico de cada loja. Assim, as estratégias estarão dependentes de fatores geográficos, do tipo de produtos comercializados, do setor de atividade, dos riscos e das necessidades específicas do espaço (Shapland, 1995), dos recursos da loja, da dimensão do espaço e do ambiente envolvente da superfície comercial (Press et al., 2001).

2.9. A IMPORTÂNCIA DO PROCESSO NA AVALIAÇÃO E INTERVENÇÃO

A implementação de uma estratégia de intervenção não está completa sem a devida avaliação, que tem como objetivo definir, armazenar e transferir o conhecimento de boas práticas nesta matéria. Assim, a criação de conhecimento através das intervenções, permite determinar quais os procedimentos que melhor funcionam e como devem ser implementados, fazendo frente à constante evolução dos ofensores que, atualmente, é cada vez mais rápida (Ekblom, 2005).

Os programas e o desenvolvimento de políticas devem ser incrementados com base no conhecimento científico (*knowledge-based approach*), utilizando medidas fiáveis de resolução de problemas (Australian Institute of Criminology, 2011). Desta forma, o

conhecimento desempenha um papel chave na prevenção pois, segundo Ekblom (2005), permite melhorar, estender e manter o desempenho da prevenção do crime⁴⁰.

No entanto, muitos programas acabam por não cumprir as expectativas a que se propõem e falham na replicação, tendo muitas vezes como origem falhas metodológicas ou informações incompletas, que levam à implementação de programas sem que se tenha em conta o contexto de aplicação. Ou seja, o que é eficaz num contexto, pode não ser eficaz noutro sem as devidas otimizações (Bullock & Ekblom, 2010; Ekblom, 2005). Assim, o conhecimento das avaliações encontra-se fragmentado e é suportado por desenhos de avaliação fracos, o que dificulta a replicação dos projetos noutros contextos (Bullock & Ekblom, 2010). Neste sentido, deve existir um enfoque nos processos e uma preocupação constante em descrever todas as etapas e medidas aplicadas e não apenas os resultados finais ou estruturas genéricas do programa.

Existem modelos que permitem uma descrição das avaliações de forma mais ou menos estandardizada, como é o caso do modelo SARA, um acrónimo que descreve o processo de resolução de problemas a partir das seguintes etapas: *scanning* (exploração), *analysis* (análise), *response* (resposta), *assessment* (avaliação)⁴¹. Contudo, este modelo pode ser vago e apresentar pouco detalhe, causando entraves à replicação e inovação das estratégias de prevenção (Ekblom, 2008b).

2.10. UM NOVO MODELO DE AVALIAÇÃO E CONHECIMENTO

Os modelos de avaliação e síntese de conhecimento referentes às estratégias de prevenção são, de certa forma, limitados em detalhe e insuficientes para replicar e inovar em contextos diferentes. Neste sentido, Ekblom (2005) desenvolve um modelo que pretende sintetizar o conhecimento das intervenções no sentido de melhorar a sua performance,

⁴⁰ É possível distinguir cinco tipos de conhecimento sobre a prevenção do crime: i) *know-about*: conhecer os problemas do crime, custos, consequências, forma de atuação dos ofensores, fatores de risco e de proteção; ii) *know-what*: que estratégias de prevenção funcionam, em que contexto, através de que mecanismos, quais os custos e benefícios, quais os efeitos indesejados; iii) *know-who*: quais as pessoas que podem ser envolvidas no projeto, meios formais e informais necessários, equipamentos; iv) *know-why*: conhecer o significado simbólico, emocional, cultural ou ético do crime e das medidas preventivas; v) *know-how*: desempenha um papel fundamental para gerar conhecimento e práticas bem-sucedidas, assim como conhecimento e competências para pôr em prática as estratégias. (Ekblom, 2002, 2008b).

⁴¹ *Scanning*: Descrição e definição do problema tendo em conta a maior diversidade de fontes possível. *Analysis*: Recolha de informação acerca do problema do crime e soluções utilizadas anteriormente para a redução ou eliminação do problema. *Response*: Utilização do conhecimento obtido anteriormente e escolha das medidas mais apropriadas para implementar. *Assessment*: Avaliação do programa e impacto provocado no problema (Scott et al., 2008).

baseado no modelo SARA e que define como o modelo dos 5'Is (*5'Is Framework*). De forma breve, através deste modelo procura auxiliar os profissionais a: i) clarificar o problema criminal com que se deparam; ii) selecionar as melhores práticas para as suas necessidades; iii) replicar as medidas de prevenção adaptadas ao problema e contexto; iv) inovar relativamente aos problemas em que existe pouca informação documentada (Ekblom, 2008b).

O modelo de conhecimento divide-se, assim, em cinco níveis⁴², de acordo com Ekblom (2005, 2008b):

- i) *Intelligence* (informação): procura recolher e analisar informação sobre o problema criminal. A informação recolhida deve conter elementos sobre as consequências do crime e das desordens para a comunidade, o *modus operandi* do ofensor, as principais causas para aquele comportamento, os fatores de risco e fatores de proteção, os recursos disponíveis para a prática do crime, o contexto em que se insere, entre outros elementos relevantes.
- ii) *Intervention* (intervenção): tem como objetivo bloquear ou enfraquecer as causas ou fatores de risco associados ao problema do crime naquele contexto. Sempre que possível deve ser ponderada uma abordagem *evidence-based* e devem ser sempre descritos três níveis de análise: os princípios subjacentes da intervenção, os métodos a utilizar no contexto e os riscos desse método, e alternativas em caso de falha do método.
- iii) *Implementation* (implementação): envolve a conversão dos métodos e princípios da intervenção em ações concretas a aplicar num contexto específico e o direcionamento da ação para o problema do crime, ofensor, local e vítima. Assim, devem ser considerados os recursos necessários, a monitorização da qualidade, o planeamento, bem como os efeitos da intervenção.
- iv) *Involvement* (envolvimento): quais as entidades e agências que são necessárias mobilizar e envolver no programa, *i.e.*, polícia, comunidade, associação de comerciantes, e quais as tarefas a desempenhar.
- v) *Impact* (impacto): a avaliação de impacto inclui os resultados intermédios e finais, os custos e benefícios da intervenção, os efeitos colaterais indesejados, a sustentabilidade da implementação, bem como a sua adaptabilidade e possível replicação.

⁴² Para um conhecimento mais aprofundado de todas as categorias e subcategorias do modelo dos 5'Is ver Ekblom (2002, 2005, 2008b).

Apesar da inspiração no modelo SARA, a estrutura dos 5I's permite uma extração e sintetização de conhecimento mais detalhada e mais apropriada caso o objetivo da intervenção seja também permitir a replicação num contexto distinto. Esta replicação, não raras vezes, falha na sua execução. Isto deve-se, essencialmente, à fraca descrição e avaliação dos projetos, à pouca inovação e adaptação ao contexto, à falta de informação sistemática, mas sobretudo, à falha na transposição dos princípios fundamentais da intervenção, existindo apenas a reprodução dos elementos externos e genéricos da intervenção (Bullock & Ekblom, 2010).

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

3.1. OBJETIVOS E HIPÓTESES

O principal objetivo deste estudo é caracterizar e identificar as diferenças entre a percepção dos gerentes e subgerentes, em dois contextos distintos, no que concerne à problemática do crime de furto em lojas cometido por clientes, relativamente à sua extensão e impacto, estratégias de prevenção e segurança, bem como a sua percepção sobre o sistema formal de controlo, que inclui a polícia e sistema de justiça criminal.

Tendo em conta o objetivo geral, este estudo procura mais especificamente, determinar possíveis similitudes e diferenças entre os dois contextos em análise (comércio de rua ou centro comercial), assim como a relação entre eles relativamente às seguintes dimensões:

- i) Extensão e o impacto percecionado do crime de furto;
- ii) Métodos e os sistemas de vigilância formal e informal utilizados para prevenir os furtos;
- iii) Eficácia percecionada dos métodos de vigilância formal e informal na redução dos furtos;
- iv) Impacto do crime de furto na gestão e quotidiano da loja;
- v) Tipo de produtos mais furtados e as técnicas mais utilizadas para cometer o furto;
- vi) Características do último indivíduo apanhado em flagrante delito a furtar: sexo, idade aproximada e modo de atuação (sozinho ou em grupo);
- vii) Reportabilidade dos crimes à polícia e motivos que levam a reportar ou não reportar oficialmente o delito;
- viii) Relação entre os comerciantes e as forças policiais ao nível da visibilidade e satisfação com o trabalho da polícia.

3.2. CONSTITUIÇÃO DA AMOSTRA

A amostra é constituída por 108 gerentes e subgerentes de lojas, dos quais 54 pertencem a lojas do comércio de rua e 54 a lojas em centros comerciais. A estratégia de amostragem foi não probabilística, uma vez que nem todos os elementos têm a mesma

probabilidade de serem incluídos na amostra, cumprindo os critérios de elegibilidade a seguir explanados.

Dada a diversidade do tipo de lojas e a multiplicidade dos contextos em que estas se situam, definiram-se diversos critérios de seleção amostral no período prévio à recolha dos dados. Desta forma, consideraram-se os seguintes elementos para a seleção da amostra: i) localização da loja; ii) tipologia de produtos vendidos; iii) consentimento dos responsáveis⁴³ pela loja; iv) existência de gerente ou subgerente na loja.

O primeiro parâmetro de seleção foi a localização da loja. Para isso, foram selecionados alguns dos maiores centros de comércio do distrito do Porto. Posteriormente determinaram-se dois contextos distintos: lojas situadas no comércio de rua⁴⁴ em espaço aberto e lojas integradas em centros comerciais fechados.

O segundo critério de escolha relaciona-se com o tipo de produtos que são vendidos nas lojas e o tipo de exploração da loja. Tendo em vista a homogeneidade da amostra, este fator de seleção tornou-se fundamental para evitar comparações inadequadas entre lojas com realidades distintas. Neste sentido, foram consideradas apenas lojas que vendem produtos de vestuário ou acessórios de moda, para adultos e/ou crianças e com produtos destinados a indivíduos tanto do sexo masculino como do sexo feminino. Relativamente ao tipo de exploração, consideraram-se lojas de exploração individual, *franchising* ou pertencentes a uma cadeia de lojas (nacional ou internacional).

Em terceiro lugar, para o preenchimento dos requisitos, era também necessária a existência do consentimento informado dos responsáveis pela loja, ou lojas, e um consentimento verbal dos inquiridos em participar no referido estudo.

Por último, selecionou-se apenas um elemento de cada loja, que ocupasse o cargo de gerente ou subgerente, por se considerar que estes profissionais têm uma perspetiva mais informada relativamente às questões do crime de furto e estão mais envolvidos na gestão da loja. Para esta amostra não foram contemplados sujeitos que ocupassem outros cargos para além dos mencionados, pelo que, a não existência de um elemento com estas características foi considerado um fator de exclusão amostral.

⁴³ Para as lojas pertencentes a cadeias nacionais ou internacionais e para as lojas em sistema *Franchising* foi requerida uma autorização à Direção desses espaços através de carta registada ou *e-mail*. Para as lojas de exploração individual, em que o proprietário é o próprio gerente do espaço requereu-se apenas um consentimento verbal, depois de devidamente informado acerca do estudo e do questionário a preencher.

⁴⁴ O comércio de rua envolve as lojas situadas nas principais artérias comerciais e ruas periféricas destas na cidade do Porto. As lojas tinham de se encontrar em espaço aberto e com a zona de entrada e saída com acesso direto à via pública.

Para além de todos estes critérios, não existiu nenhum outro elemento de inclusão ou exclusão amostral.

3.3. INSTRUMENTOS E TÉCNICAS

3.3.1. DESENVOLVIMENTO DO INSTRUMENTO DE ANÁLISE

O desenvolvimento do questionário a aplicar aos gerentes e subgerentes de lojas do comércio de rua e lojas em centros comerciais, com vista ao estudo da problemática do furto, passou pelo seguinte processo de construção:

- i) *Revisão do estado da arte* tendo em conta a literatura nacional e internacional sobre o tema, de forma a identificar os instrumentos utilizados e as principais dimensões a abordar para a caracterização e medição do fenómeno. Para além da utilização de informação científica publicada, foram também contactados autores de publicações científicas no sentido de obter maior diversidade de informação e tendo em vista uma posterior comparação com contextos internacionais;
- ii) *Definição das questões de investigação e definição dos itens constituintes do instrumento de recolha de dados* (questionário), atendendo aos objetivos do estudo;
- iii) *Desenvolvimento do questionário*, que envolveu a estruturação, tradução e adaptação das questões, tendo por base a literatura científica sobre o tema. No sentido de completar algumas lacunas dos estudos internacionais e permitir uma maior adaptação à realidade portuguesa, foram desenvolvidas algumas questões pelo autor do estudo.
- iv) *Realização do pré-teste*, que tinha como objetivo aferir a compreensão e clareza das questões, bem como a pertinência do conteúdo e da escala utilizada. O pré-teste contou com a participação de indivíduos com diferentes formações escolares, com e sem relação profissional com o setor de venda a retalho. O preenchimento dos questionários foi acompanhado de uma entrevista ou reflexão falada, com o objetivo de despistar eventuais problemas na compreensão do questionário ou permitir a inclusão de novas questões não contempladas previamente no âmbito do presente estudo;
- v) *Reformulação e readaptação de questões e escalas*. Posteriormente ao pré-teste foram necessárias várias reformulações com o objetivo de tornar as questões mais claras, as escalas mais adequadas e a introdução de novas questões, o que levou à realização de um novo pré-teste;

- vi) *Teste*, que envolveu a distribuição e recolha dos questionários, com vista ao seu posterior tratamento e análise.

3.3.2. ESTRUTURA DO QUESTIONÁRIO

O questionário utilizado no presente estudo apresenta, maioritariamente, questões de resposta fechada e quantitativa, embora também integre algumas questões que pretendem uma abordagem qualitativa. Desta forma, encontra-se dividido em diferentes dimensões e é constituído por seis partes, que seguidamente se desenvolvem (consultar o Anexo 1).

Na **primeira parte** incluem-se questões sociodemográficas relativamente aos gerentes e subgerentes, *i.e.*, sexo, idade e habilitações literárias. Constan também questões referentes à experiência profissional dos inquiridos, *i.e.*, número de anos que trabalha no setor de venda a retalho, número de anos que trabalha na loja, número de anos como gerente da loja e funções que desempenhava anteriormente na loja em questão.

A **segunda parte** contempla questões referentes à caracterização da loja, tais como o número aproximado de lojas no país, o tipo de exploração da loja (individual, cadeia ou *franchising*), o número de funcionários que trabalham na loja⁴⁵ e o número de anos a que a loja se encontra naquele local⁴⁶.

A **terceira parte** do questionário incorpora questões relativas às seguintes dimensões:

- i) Perceção da flutuação do crime de furto no último ano relativamente ao prejuízo, ao investimento em formas de prevenção e à oscilação nas diferentes épocas do ano, numa escala de 1 a 3 (1=Diminuiu; 2=Manteve-se constante; 3=Aumentou)⁴⁷;
- ii) Problematização do crime de furto na loja, indicando o grau de concordância com as afirmações em que se utilizou uma escala de Likert de 5 pontos em que 1 significa *discordo totalmente* e 5 *concordo totalmente*⁴⁸;
- iii) Perceção do impacto de crime do furto no quotidiano e na gestão da loja, analisado através de um conjunto de itens representados numa através de uma escada de Likert de 5 pontos em que 1 significa *nenhum impacto* e 5 *muito impacto*⁴⁹.

A **quarta parte** do questionário é constituída por itens que integram as seguintes categorias:

⁴⁵ Itens adaptados do British Retail Consortium (2006).

⁴⁶ Item adaptado de Phillips & Cochvane (1988).

⁴⁷ Itens e escala adaptados do British Retail Consortium (2006).

⁴⁸ Itens e escala adaptados de Lindblom & Kajalo (2011).

⁴⁹ Itens adaptados de British Chambers of Commerce (2008); Stone, B. (2002).

- i) Percepção das implicações das medidas de segurança e de prevenção utilizadas na imagem e reputação da loja. Análise da eficácia percebida do funcionamento do sistema legal, medidos numa escala de Likert de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente)⁵⁰;
- ii) Percepção dos meios de vigilância formal e informal utilizados na loja. Ou seja, percepção do tipo de estratégias formais (*e.g.*, alarmes eletrónicos, seguranças privados, regras claras para uso dos provadores) e informais (*e.g.*, redução das zonas da loja com pouca visibilidade, colocação dos artigos mais furtados longe das entradas e saídas, utilização de espelhos) adotadas nas lojas para a redução e prevenção do crime de furto. Estes itens foram medidos através de uma escala de Likert de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente)⁵¹;
- iii) Percepção dos motivos pelos quais não são utilizadas mais medidas de segurança na loja para a prevenção do crime de furto (*e.g.*, não precisa, soluções dispendiosas, investimento não compensa as perdas) e percepção de quais os produtos mais furtados na loja (questão de carácter exploratório e qualitativo);
- iv) Percepção da eficácia dos meios de vigilância formal e informal. Isto é, de acordo com inquiridos, qual a eficácia das estratégias formais (*e.g.*, câmaras de videovigilância, etiquetas de tinta, cooperação próxima com a polícia) e informais (*e.g.*, atenção dos funcionários, boa iluminação, troca de informações entre lojas) na redução e prevenção do crime de furto na loja. Estes itens foram medidos através de uma escala de Likert de 1 (nada eficaz) a 5 (muito eficaz)⁵².

A **quinta parte** integra uma diversidade de questões que versam sobre as seguintes problemáticas:

- i) Prevalência dos furtos detetados e apanhados em flagrante delito nos últimos dois meses. Descrição das técnicas utilizadas pelos indivíduos para cometer um crime de furto na loja, tendo presente o último sujeito apanhado em flagrante delito (questão exploratória e qualitativa), características do indivíduo que cometeu o furto (sexo e idade aproximada) e forma de atuação (sozinho ou em grupo)⁵³;
- ii) Prevalência dos incidentes reportados à polícia nos últimos dois meses. Compreensão dos motivos que levou o inquirido a reportar o crime à polícia e o seu grau de

⁵⁰ Itens e escala adaptados de Ramaseshan & Soutar (1991).

⁵¹ Itens e escala adaptados de Lindblom & Kajalo (2011).

⁵² Itens adaptados de Lindblom & Kajalo (2011).

⁵³ Itens adaptados de Lin, Hastings & Martin (1994).

satisfação com a forma como a polícia tratou a situação. Caso não tivesse reportado nenhum incidente nos últimos dois meses, questionava-se sobre os motivos que o levaram a não seguir esse procedimento⁵⁴;

- iii) Probabilidade com que o gerente ou subgerente reportaria à polícia um furto cometido por um cliente e por um funcionário, numa escala de 1 (nada provável) a 5 (muito provável);
- iv) Frequência com que vê um ou mais agentes da polícia a pé ou num carro patrulha na zona da loja. Estes itens constituem a percepção da visibilidade da polícia e foram medidos numa escala de 1 (nada provável) a 5 (muito provável);
- v) Satisfação com o trabalho da polícia na zona da loja (*e.g.*, a polícia consegue controlar o crime, a polícia faz um bom trabalho), através de uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). Análise da percepção da prioridade com que a polícia trata o crime no setor de vendas, numa escala de 1 (muito baixa) a 4 (muito alta);
- vi) Percepção da flutuação do crime em geral na zona da loja durante o último ano (1=diminuiu; 2=manteve-se constante; 3=aumentou) e a percepção do nível de crime na zona da loja comparativamente a outras áreas da cidade do Porto, numa escala de 1 (muito elevado) a 5 (muito baixo);
- vii) Pertença a alguma associação que ajude na redução do crime na loja e conhecimento de algum programa de intervenção que pretenda diminuir este tipo de furtos.

Por último, a **sexta parte** integra questões de caracterização da loja, tais como a localização e contexto da loja (loja de rua ou loja em centro comercial) e o tipo de produtos que comercializa.

3.4. PROCEDIMENTO

O estudo foi concretizado através de um inquérito por questionário de preenchimento individual escrito e aplicado de forma estandardizada, em contextos diferenciados e nos grupos seleccionados, após a autorização dos responsáveis pela loja. Os gerentes e subgerentes foram devidamente informados de que suas respostas às perguntas deveriam ser de resposta individual, baseadas na sua experiência profissional no local em que se encontravam

⁵⁴ Itens adaptados de British Chambers of Commerce (2008, 2009).

atualmente a trabalhar e não referente a outros momentos em contextos diferenciados daquele em análise.

Com vista a garantir o anonimato, todos os questionários foram entregues pessoalmente e unicamente ao gerente ou subgerente e posteriormente recolhido em envelope fechado, sem qualquer elemento identificativo da loja ou do inquirido.

Assegura-se o anonimato de todos os dados do questionário, analisando-se as respostas em agregado e nunca de forma individual. Garante-se, ainda, a utilização das informações para fins estritamente científicos no âmbito do presente estudo e de futuras publicações científicas do autor.

O pré-teste do questionário teve lugar em outubro de 2011 e a recolha de dados decorreu entre 16 de novembro e 6 de dezembro de 2011.

3.5. PROCESSAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

Os questionários, após aplicados, foram sujeitos a processo de leitura ótica através do programa Cardiff TeleForm v10[®]⁵⁵. A posterior análise de dados foi realizada com o programa informático IBM SPSS[®] Statistics 20⁵⁶. A análise foi sempre orientada pelos objetivos da investigação e envolveu procedimentos de análise descritiva, análise fatorial, testes para amostras independentes, análise de correlação e análise de consistência interna, entre outros procedimentos devidamente descritos nas secções seguintes.

3.5.1. ESTATÍSTICA DESCRITIVA

A análise preliminar dos dados envolveu diversos procedimentos. Primeiramente, procedeu-se à transformação e dicotomização de algumas variáveis, assim como a verificação dos pressupostos de normalidade, da homogeneidade das variâncias, entre outros.

⁵⁵ O Cardiff TeleForm v10, pertencente à Escola de Criminologia da Faculdade de Direito da Universidade do Porto, é uma solução que integra um conjunto de programas que permite o desenho de um questionário e a captura, processamento, verificação e exportação dos dados. O TeleForm Designer é a aplicação destinada ao desenho do questionário. O TeleForm Scan Station permite ler o questionário e introduzir os dados no sistema a partir de um equipamento de leitura ótica. O TeleForm Reader processa as imagens, reconhece os formulários, classifica e extrai os dados. Por último, o TeleForm Verifier verifica e valida os dados do questionário antes da sua exportação para o SPSS (Pseform, s/d).

⁵⁶ O SPSS é um “*software* de manipulação, análise e apresentação de resultados de análise de dados de utilização predominante nas Ciências Sociais e Humanas”. Este sistema permite, por exemplo, a realização de procedimentos necessários à “análise descritiva e exploratória; comparação inferencial de grupos paramétricos e não paramétricos; análise de proporções e regressão linear” (Marôco, 2010, p. 17), entre outros.

Posteriormente procedeu-se a uma análise de estatística descritiva, com exploração de medidas de tendência central e dispersão.

Em casos pontuais, para uma representação visual mais adequada das características de determinava variável, recorreu-se a representações gráficas, como os gráficos de barras.

3.5.2. TESTES PARA AMOSTRAS INDEPENDENTES

Para se determinar a existência de diferenças significativas entre as duas amostras em estudo (lojas de rua e lojas em centros comerciais), procedeu-se à realização de testes estatísticos que possibilitassem essa comparação. Para o efeito, é possível a utilização de testes paramétricos ou não paramétricos dependendo do cumprimento de determinados requisitos. Assim, para a utilização de testes paramétricos é necessário que a variável dependente possua uma distribuição normal e que as variâncias populacionais dos dois grupos independentes sejam homogéneas.

Para determinar a normalidade da distribuição, recorreu-se ao teste estatístico Kolmogorov-Smirnov, confirmado pelo teste estatístico Shapiro-Wilk. Assim, nos casos em que $p\text{-value} > .05$, aceitou-se que a distribuição da variável seguia uma distribuição normal e foram usados testes paramétricos de comparação entre médias, designadamente o Teste-t. Nos casos em que não estavam verificados os requisitos da normalidade, optou-se pela utilização do teste não paramétrico Mann-Whitney. Em ambos os casos, considera-se que existe significância estatística quando $p\text{-value} < .05$.

Para a comparação entre dois grupos independentes com variáveis dicotómicas ordinais recorreu-se ao teste Qui-Quadrado. Esta opção analítica foi adotada porque se pretende compreender as diferenças entre as presenças e as ausências, ou seja, por exemplo, quem adota determinada medida de segurança, em contraponto com aqueles que reportam não adotar a medida em questão. Considerou-se diferenças estatisticamente significativas nos casos em que $p\text{-value} < .05$ para o teste bilateral (*2-tailed*).

3.5.3. IDENTIFICAÇÃO DAS DIMENSÕES

Com o objetivo de estimar fatores (latentes) comuns entre variáveis, ou seja, encontrar um fator ou conjunto de fatores que represente(m) o que as variáveis originais partilham em comum, recorreu-se à análise fatorial, uma técnica multivariada de análise exploratória de dados. Assim, a extração dos fatores realizou-se através do método das componentes

principais, seguida de uma rotação Varimax, extraindo-se os fatores comuns que apresentavam um *eigenvalue* superior a 1.

Este tipo de análise foi utilizada para a criação dos seguintes fatores: i) problematização do crime de furto; ii) percepção do impacto do crime na gestão da loja; iii) percepção do impacto do crime no quotidiano da loja; iv) percepção da visibilidade da polícia; v) satisfação com o trabalho da polícia. Contudo, quando a análise fatorial se demonstrou instável perante algumas variáveis, recorreu-se a um critério teórico baseado na literatura científica e na formulação anterior realizada pelos autores que originalmente criaram a escala, formando, assim, os seguintes fatores: i) percepção das medidas formais utilizadas; ii) percepção das medidas informais utilizadas; iii) eficácia percebida das medidas formais; iv) eficácia percebida das medidas informais; v) percepção da eficácia do sistema de justiça.

3.5.4. RELAÇÃO ENTRE VARIÁVEIS

Para a determinação da relação entre duas variáveis quantitativas, no presente estudo, recorreu-se ainda à correlação de Spearman (medida de associação não paramétrica), uma vez que não se encontram preenchidos os pressupostos para a utilização do coeficiente de correlação de Pearson, entre os quais a normalidade e a linearidade das relações entre as variáveis.

3.5.5. TESTE DE FIABILIDADE

Para se determinar a consistência interna e a fiabilidade⁵⁷ de cada dimensão agregada e dos índices criados a partir da análise de fatorial (anteriormente descrita), recorreu-se à utilização do índice do *alfa* (α) de Cronbach, de forma a determinar a estabilidade e a consistência da medição (Hagan, 2010). Este índice pode variar⁵⁸ entre 0 e 1, em que valores mais próximos de 1 indicam uma maior consistência e fiabilidade do instrumento⁵⁹.

⁵⁷ A fiabilidade (*reliability*), de um modo geral, consiste na capacidade de um determinado instrumento medir de forma rigorosa e consistente um determinado fenómeno. Contudo, nas ciências sociais existe um grau de dificuldade acrescido em determinar a fiabilidade de um instrumento ou de uma determinada escala, porque muitas das variáveis são impossíveis de observar e difíceis de definir, tais como atitudes, valores, entre outras (Alwin, 2005).

⁵⁸ Quando o α assume valores negativos pode ser necessária a inversão ou recodificação de determinados itens, de modo a “assegurar que todos os itens estão codificados na mesma direção conceptual” (Maroco & Garcia-Marques, 2006, p. 74).

⁵⁹ Contudo, apesar de um α elevado poder indicar a presença de um fator comum, isso não implica necessariamente a presença de uma escala uni-fatorial, uma vez que o α não nos informa acerca da dimensionalidade (Maroco & Garcia-Marques, 2006).

No âmbito deste estudo, consideraram-se valores de α iguais ou superiores a 0.60. De acordo com Nunnally (1978, cit. por Maroco & Garcia-Marques, 2006), o α não deve ser inferior a 0.70. No entanto, um α de 0.60 pode ser considerado aceitável, desde que os dados sejam interpretados com as devidas precauções (DeVellis, 1991, cit. por Maroco & Garcia-Marques, 2006).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. CARATERIZAÇÃO DA AMOSTRA DE LOJAS

Das lojas do distrito do Porto selecionadas para a amostra, tal como já referido, 54 enquadram-se no comércio de rua e 54 estão integradas em centros comerciais ($n=108$).

Na amostra referente às lojas do comércio de rua, 69.5% vendem roupa tanto para o sexo masculino como feminino, 22.2% vendem unicamente roupa feminina e 9.3% bijuteria. Relativamente às lojas em centros comerciais, 70.4% das lojas amostradas vendem roupa para ambos os sexos, 18.5% têm roupa exclusivamente feminina, 7.4% são exclusivamente masculinas e apenas 3.7% são lojas de bijuteria.

As lojas que vendem roupa unicamente para adultos representam a maioria tanto nas lojas do comércio de rua (81.5%) como nas lojas em centros comerciais (74.1%). As lojas que vendem roupa exclusiva para criança representam nos dois contextos 7.4% da amostra e aquelas que se destinam tanto a adultos como a crianças simultaneamente, variam entre 11.1% nas lojas de rua e 18.5% nas lojas em centros comerciais (Tabela 1).

Nos dois parâmetros analisados (loja de acordo com o tipo produto e loja de acordo com a população alvo) as distribuições entre os grupos não apresentam diferenças estatisticamente significativas ($p>.05$).

Relativamente ao tipo de exploração das lojas e, partindo da análise da Tabela 1 e da Figura 2, verifica-se que no comércio de rua as lojas de exploração individual representam 46.3% da amostra, as cadeias de lojas 42.6% e a exploração por *franchising* apenas 9.3%. Inversamente, nas lojas em centros comerciais o tipo de lojas com maior expressividade são as cadeias de lojas (85.2%), seguido das lojas de exploração individual ou de exploração por *franchising*, que representam 7.4% em cada um dos casos. Assim, conclui-se que as lojas de exploração individual são predominantes no comércio de rua, enquanto as cadeias de lojas apresentam maior expressividade nos centros comerciais, o que revela distribuições significativamente diferentes entre os dois contextos em estudo ($p=.000$).

Aproximadamente 50% das lojas de rua têm até dois funcionários. Inversamente, nas lojas em centros comerciais, o número de funcionários por loja é muito superior, sendo que 75.9% das lojas tem mais de quatro funcionários e nenhuma loja tem menos de três

funcionários (Tabela 1). Esta diferença entre os dois contextos em análise apresenta significado estatístico ($p=.000$).

Tabela 1: Caracterização das lojas por tipo de produto, população alvo, exploração e número de funcionários, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centro comerciais		Total		<i>p</i> ¹
	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	
Tipo de loja de acordo com o tipo de produto							
Roupa Mista	68.5	37	70.4	38	69.4	75	.140
Roupa Masculina	0.0	0	7.4	4	3.7	4	
Roupa Feminina	22.2	12	18.5	10	20.4	22	
Bijuteria	9.3	5	3.7	2	6.5	7	
Tipo de loja de acordo com a população alvo							
Adulto	81.5	44	74.1	40	77.9	84	.551
Criança	7.4	4	7.4	4	7.4	8	
Adulto e criança	11.1	6	18.5	10	14.8	16	
Tipo de exploração							
Exploração individual	46.3	25	7.4	4	26.9	29	.000
Cadeia de lojas	42.6	23	85.2	46	63.9	69	
Franchising	9.3	5	7.4	4	8.3	9	
Número de funcionários na loja							
0	5.6	3	0.0	0	2.8	3	.000
1 – 2	44.4	24	0.0	0	22.2	24	
3 – 4	24.1	13	24.1	13	24.1	26	
> 4	26.0	14	75.9	41	23.1	25	

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - inquiridos que selecionaram a opção; *n* - número de sujeitos

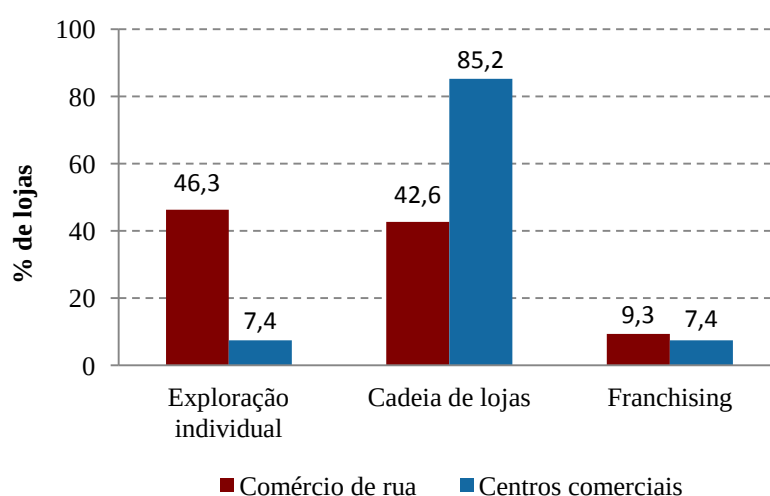


Figura 2: Comparação dos tipos de exploração de loja nos dois contextos

No que concerne ao número médio de lojas existentes em todo o território nacional, as lojas em centros comerciais indicam ter um número médio aproximado de 40 lojas no país, enquanto as lojas do comércio de rua referem ter apenas em média 11 lojas em todo o país, revelando uma diferença estatisticamente significativa ($p=.000$). Este dado é consistente com valores já apresentados, nomeadamente com o facto de 85.2% das lojas em centros comerciais pertencerem a uma cadeia de lojas (Tabela 2).

O número de anos em que a loja se encontra no local apresenta também diferenças significativas entre os dois contextos ($p=.000$). Apesar de em ambos os casos existirem lojas com apenas um ano de existência no local em análise, as lojas do comércio de rua encontram-se estabelecidas, em média, há mais tempo (17 anos) quando comparadas às lojas em centros comerciais (5 anos).

Tabela 2: Dimensão nacional da loja e número de anos em que o espaço comercial se encontra no local do contexto em estudo

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
	$\bar{X}$	SD	Min-Max	$\bar{X}$	SD	Min-Max	$\bar{X}$	SD	Min-Max	
Número de lojas no país	10.67	19.48	1-88	39.84	25.97	1-99	25.12	27.12	1-99	.000
Anos a que a loja se encontra no local	16.92	19.85	1-99	5.37	4.35	1-17	11.50	15.80	1-99	.000

Nota: ¹Teste Mann-Whitney; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão; Min-Max – Valor Mínimo e Máximo

4.2. CARATERIZAÇÃO DA AMOSTRA DE GERENTES E SUBGERENTES INQUIRIDOS

4.2.1. CARATERIZAÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA DOS INQUIRIDOS

Dos 108 inquiridos que constituem a amostra total, 15 são do sexo masculino e 93 do sexo feminino. Com um número de mulheres bastante superior ao número de homens em ambos os contextos, as mulheres representam 85.2% da amostra no comércio de rua e 87.0% nas lojas em centros comerciais. Não existem diferenças estatisticamente significativas relativamente à proporção dos sexos nos dois contextos ($p=.781$).

Relativamente à idade, os indivíduos entrevistados nas lojas do comércio de rua têm idades compreendidas entre os 22 anos e os 60 anos e uma idade média de 36 anos. Os inquiridos nas lojas em centros comerciais têm idades que oscilam entre os 27 anos e os 47 anos e apresentam uma idade média de 31 anos. Assim, constata-se uma diferença estatisticamente significativa na idade dos inquiridos nos dois contextos ($p=.001$)⁶⁰, sendo no comércio de rua que se encontram os indivíduos com uma idade média superior.

Quanto às habilitações literárias⁶¹, os indivíduos de ambos os contextos amostrais apresentam uma escolaridade média correspondente ao 11º ano ($p=.294$). Relativamente ao ensino superior, 18.5% da amostra, nos dois contextos, afirma ser detentora de um curso superior ($p=.842$) (Tabela 3).

Tabela 3: Caraterização sociodemográfica dos inquiridos, nos dois contextos

	Comércio de rua	Centros comerciais	Total	<i>p</i>
Sexo, Homem:Mulher	8:46	7:47	15:93	
% de inquiridos Mulheres	85.2%	87.0%	86.1%	.781 ¹
Idade (anos), $\bar{X}\pm SD$	36.32±9.19	30.83±5.33	33.55±7.95	
(mínimo-máximo)	22-60	27-47	22-60	.001 ²
Escolaridade (anos), $\bar{X}\pm SD$	10.89±2.10	11.39±1.37	11.14±1.78	
(mínimo-máximo)	2-12	6-12	2-12	.294 ²
% de indivíduos com curso superior	18.5%	18.5%	18.5%	.842 ¹

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; ²Teste Mann-Whitney; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

⁶⁰ A distribuição da idade na amostra das lojas do comércio de rua apresenta uma distribuição normal ($p=.200>\alpha=.05$), contudo, o mesmo não se verifica com a amostra recolhida nas lojas em centros comerciais que, através do teste de Normalidade, não apresenta uma distribuição que se aproxime da curva normal ($p=.003<\alpha=.05$). Assim, dada a não uniformidade entre os contextos, e considerando a amostra total, verificou-se que esta não seguia uma distribuição normal, nem existia homocedasticidade das variâncias, não estando cumpridos os requisitos para a utilização dos testes paramétricos. Neste sentido, recorreu-se à utilização do teste não paramétrico de comparação entre médias Mann-Whitney.

⁶¹ Para a análise das habilitações literárias foram considerados os anos de escolaridade concluídos, de zero (sem formação escolar) a doze (respeitante à conclusão do 3º ciclo).

4.2.2. CARATERIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL DOS INQUIRIDOS

Para determinar a experiência profissional dos sujeitos analisou-se: i) o número de anos a que trabalha no setor de venda a retalho; ii) o número de anos que trabalha na loja em análise; iii) o número de anos como gerente da loja em análise (Tabela 4), nos diferentes contextos.

Tabela 4: Caraterização e comparação da experiência profissional dos gerentes e subgerentes, nos dois contextos

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			<i>p</i> ¹
	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>Min-Max</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>Min-Max</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>Min-Max</i>	
Anos que trabalha no setor de venda a retalho	14.98	10.09	1-36	9.39	5.10	2-30	12.19	8.44	1-36	.008
Anos que trabalha nesta loja	10.31	9.16	1-33	4.57	4.01	1-21	7.41	7.58	1-33	.000
Anos como gerente nesta loja	8.59	8.55	1-33	2.95	2.97	1-15	5.84	7.02	1-33	.000

Nota: ¹Teste Mann-Whitney; $\bar{X}$ - Média; *SD* - Desvio-padrão; *Min-Max* – Valor Mínimo e Máximo

Relativamente à experiência profissional dos inquiridos no setor de venda a retalho, em geral, constata-se que os indivíduos pertencentes ao comércio de rua trabalham neste setor, em média, há aproximadamente 15 anos. Por sua vez, os inquiridos nas lojas em centros comerciais exercem funções nesta área, em média, há 9 anos.

Quando questionados em relação ao número de anos que trabalham na loja em análise, os inquiridos nas lojas do comércio de rua referem que exercem funções naquele local, em média, há 10 anos. Paralelamente, nos centros comerciais, o número médio de anos a que o inquirido trabalha naquela loja é substancialmente menor, não alcançando os 5 anos.

Por fim, os sujeitos pertencentes às lojas do comércio de rua exercem funções como gerentes daquele espaço há aproximadamente 9 anos, enquanto que os gerentes das lojas em centros comerciais, apenas são detentores desse cargo, em média, há 3 anos.

De realçar que, nos três parâmetros analisados, verificam-se diferenças estatisticamente significativas entre os dois contextos em estudo ($p < .05$) (Tabela 4 e Figura 3).

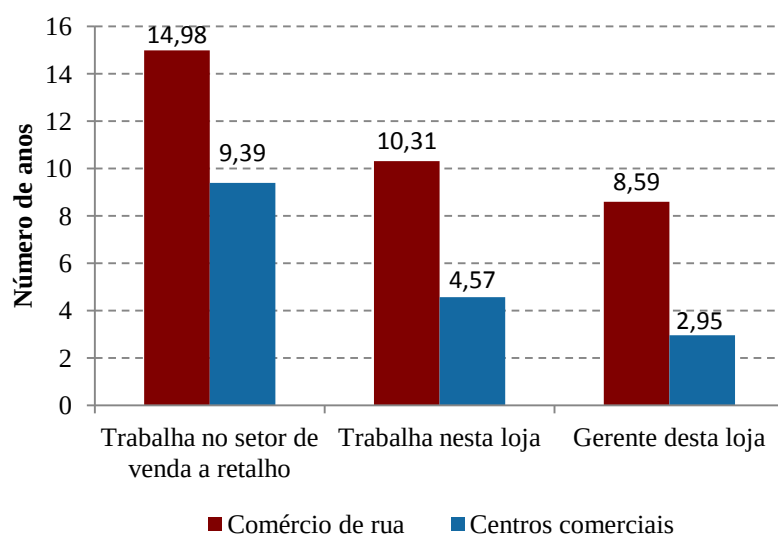


Figura 3: Comparação da experiência profissional dos inquiridos, nos dois contextos

Em conclusão, a amostra de gerentes e subgerentes inquiridos é maioritariamente constituída por elementos do sexo feminino e com sujeitos com um nível de escolaridade semelhante nos dois contextos. Contudo, os inquiridos nas lojas do comércio de rua apresentam uma idade média superior. De realçar, ainda, que os sujeitos das lojas do comércio de rua trabalham, em média, há mais anos no setor de venda a retalho, trabalham também há um maior número de anos na loja em análise e desempenham funções como gerentes, em média, há mais tempo, comparativamente aos sujeitos pertencentes às lojas em centros comerciais. Os desvios-padrão elevados patentes na Tabela 4, bem como os valores mínimos e máximos dos anos a que desempenham funções (na loja ou no setor de venda a retalho em geral), revelam alguma heterogeneidade, entre os dois contextos, na experiência profissional dos sujeitos em estudo.

4.3. PERCEÇÃO DA EXTENSÃO DO CRIME DE FURTO NA LOJA

4.3.1. PROBLEMATIZAÇÃO E CONSEQUÊNCIAS

Tendo em vista a concretização de um dos objetivos deste estudo, elaborou-se um conjunto de seis itens que pretendem avaliar a percepção da problematização e consequências do crime de furto na loja. Para a medição destes itens recorreu-se à utilização de uma escala de Likert de 5 pontos, em que 1 significa discordo totalmente e 5 concordo totalmente.

Atendendo aos dados da Tabela 5, verifica-se que a grande maioria dos sujeitos, tanto nas lojas do comércio de rua (70.4%), como nas lojas em centros comerciais (77.8%) consideram que o crime de furto é atualmente um problema na sua loja. No entanto, apesar deste problema ser mais percecionado pelos inquiridos nos centros comerciais, esta diferença não é estatisticamente significativa entre os dois contextos.

Tabela 5: Percepção da problematização e consequências do crime de furto na loja, em função do contexto

	Comércio de rua			Centro comerciais			Total			<i>p</i> ¹
	%	$\bar{X}$	<i>SD</i>	%	$\bar{X}$	<i>SD</i>	%	$\bar{X}$	<i>SD</i>	
Os furtos são atualmente um problema	70.4	3.65	1.33	77.8	4.02	1.16	74.1	3.83	1.26	.380
O número de furtos tem aumentado no último ano	50.0	3.39	1.32	42.6	3.19	1.28	46.3	3.29	1.30	.440
O número de furtos vai aumentar num futuro próximo	83.3	4.20	0.86	79.6	4.19	0.89	81.5	4.19	0.87	.620
Os furtos aumentam o volume de trabalho dos funcionários	55.6	3.46	1.19	55.6	3.39	1.27	55.6	3.43	1.22	1.00
Os furtos têm um impacto negativo importante sobre os lucros	64.8	3.72	1.27	90.7	4.35	0.89	77.8	4.04	1.14	.001
As medidas de prevenção adotadas aumentam muito as despesas da loja	59.3	3.67	1.13	57.4	3.54	1.24	58.3	3.60	1.18	.845

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - concordo/concordo totalmente; $\bar{X}$ - Média; *SD* - Desvio-padrão

Quando questionados se o *número de furtos tem aumentado no último ano* na sua loja, aproximadamente 50% da amostra refere que concorda ou concorda totalmente com esta afirmação, tanto nas lojas de rua (50.0%), como nas lojas em centros comerciais (42.6%), não existindo diferenças estatisticamente significativas entre os contextos em estudo. De realçar ainda que cerca de 80% dos inquiridos nos dois contextos concorda ou concorda totalmente que o *número de furtos vai aumentar num futuro próximo*.

Relativamente às consequências do crime de furto na loja, a grande maioria dos indivíduos refere que *os furtos têm um impacto negativo importante sobre os lucros*. A percepção deste problema por parte dos inquiridos nas lojas em centros comerciais é

substancialmente superior (90.7%) à dos inquiridos nas lojas do comércio de rua (64.8%). Esta diferença é estatisticamente significativa entre os dois contextos ($p=.001$), demonstrando que as lojas em centros comerciais percecionam um maior impacto deste crime nos seus lucros do que as lojas situadas no comércio de rua.

Seguidamente, os gerentes e subgerentes referem que as medidas de prevenção utilizadas para evitar a ocorrência do crime de furto apresentam um aumento das despesas da loja, não existindo diferenças estatísticas assinaláveis ($p=.845$) entre as lojas do comércio de rua (59.3%) e as lojas em centros comerciais (57.4%).

Por fim, ainda relativamente às consequências do crime de furto, 55.6% dos inquiridos em ambos os contextos concorda ou concorda totalmente que o crime de furto aumenta o volume de trabalho dos funcionários.

Concluindo, os itens que procuram avaliar a percepção da problematização e consequências do crime de furto que apresentam maior média total são (Tabela 5): *o número de furtos vai aumentar num futuro próximo* ($\bar{X}=4.19$), seguido de *os furtos têm um impacto negativo importante sobre os lucros* ($\bar{X}=4.04$). Os itens que apresentam uma média inferior são *o número de furtos têm aumentado no último ano* ($\bar{X}=3.29$) e *os furtos aumentam a carga de trabalho dos funcionários* ($\bar{X}=3.43$).

Partindo dos seis itens anteriormente descritos realizou-se uma análise fatorial, seguindo os procedimentos referidos na secção 3.5.3 do Capítulo III, e verificou-se a existência de um único fator formado por todos os itens, que explica 52.26% da variância total. Neste sentido, elaborou-se um índice global, cujo $\alpha=.810$, e que se encontra compreendido entre os limites de aceitabilidade anteriormente referidos (secção 3.5.5.). Este índice varia entre 1 e 5 e valores mais elevados indicam uma maior percepção da problematização e consequências do crime de furto (Tabela 6).

Este índice, designado *problematização e consequências do crime de furto*, regista uma média de 3.68 nas lojas do comércio de rua e uma média de 3.78 nas lojas em centros comerciais. Assim, apesar de não serem assinaladas diferenças estatisticamente significativas entre os dois contextos ($p=.786$), verifica-se que o crime de furto é percecionados como um problema e com consequências para os lojistas, em ambos os contextos, suportando o anteriormente referido.

Tabela 6: Índice da problematização e consequências do crime de furto na loja, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total		p^1
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
Problematização e consequências do crime de furto	3.68	0.91	3.78	0.76	3.73	0.84	.786

Nota: ¹Teste Mann-Withney; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

Tendo em vista conhecer a percepção dos inquiridos relativamente à extensão do crime de furto, os sujeitos foram questionados se, nos últimos dois meses, tinham detetado algum furto (falta de algum produto que tivesse como causa provável o furto) e se, durante o mesmo período, alguém tinha sido apanhado em flagrante delito a furtar algum produto na sua loja.

Pela observação da Tabela 7, verifica-se que os inquiridos das lojas em centros comerciais reportam mais que detetaram um furto nos últimos dois meses (57.4%), comparativamente aos indivíduos das lojas no comércio de rua (48.1%). No entanto, apenas 18.5% das lojas em centros comerciais e 22.2% das lojas no comércio de rua afirmam terem apanhado em flagrante delito alguém a furtar nos últimos dois meses, sendo que, nenhuma destas diferenças entre os dois contextos em análise é estatisticamente significativa ($p > .05$).

Tabela 7: Percepção da prevalência dos furtos detetados e dos indivíduos apanhados em flagrante delito nos últimos dois meses, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total		p^1
	%	n	%	n	%	n	
<u>Detetou</u> algum furto nos últimos dois meses	48.1	26	57.4	31	52.8	57	.335
<u>Apanhou alguém</u> em flagrante delito nos últimos dois meses	22.2	12	18.5	10	20.4	22	.633

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - sujeitos que responderam afirmativamente (sim); n – número de sujeitos

A proporção de inquiridos, em ambos os contextos que refere ter detetado um furto nos últimos dois meses é superior à proporção de sujeitos que indica ter apanhado alguém em flagrante delito, nesse mesmo período (Figura 4). Assim, através do teste estatístico Qui-Quadrado, verifica-se que a diferença é estatisticamente significativa ($p = .000$), o que suporta este desfasamento entre o crime detetado *a posteriori* e o crime detetado no momento da sua prática (flagrante delito).

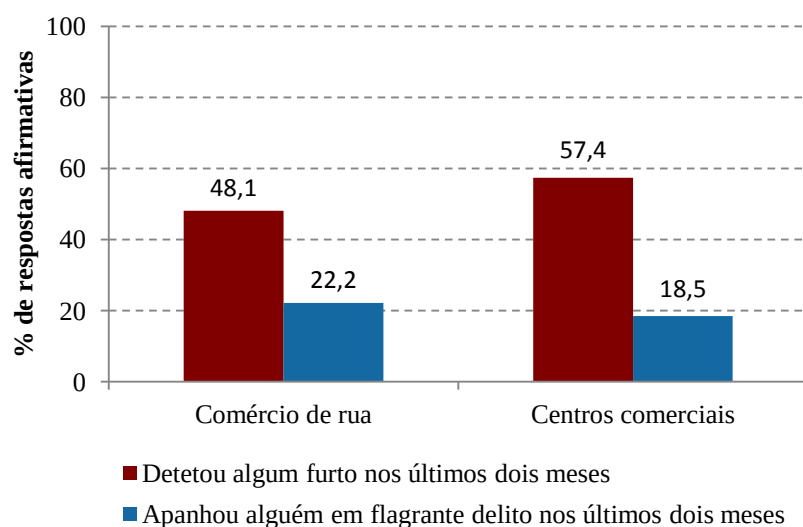


Figura 4: Comparação da percepção da prevalência dos furtos detetados e dos indivíduos apanhados em flagrante delito nos últimos dois meses, nos dois contextos

4.3.2. PERCEÇÃO DA EXTENSÃO E FLUTUAÇÃO DO CRIME DE FURTO DURANTE O ÚLTIMO ANO

De forma a caracterizar a percepção da flutuação do crime de furto no último ano ao nível do prejuízo, do investimento financeiro em prevenção e em diferentes épocas do ano, os indivíduos foram questionados sobre diversos itens, numa escala de classificação de 1 a 3 (1 = Diminuiu; 2 = Manteve-se constante; 3 = Aumentou).

Partindo da análise da Tabela 8, verifica-se que a média das respostas de todos os itens situa-se entre 1.99 e 2.24, o que indica uma maior frequência da resposta *manteve-se constante* no último ano, nos diversos indicadores.

Relativamente à percepção do prejuízo com o crime de furto, 61.1% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua revelam que este se manteve constante durante o último ano e 24.1% afirma que aumentou. Nas lojas em centros comerciais, 37.0% indica que o prejuízo se manteve constante e 25.9% que aumentou durante o último ano, o que representa uma diferença estatisticamente significativa entre os dois contextos em estudo ($p=.015$).

A percepção de que o investimento financeiro em formas de prevenir o crime de furto se manteve constante durante o último ano é similar nas lojas do comércio de rua e nas lojas em centros comerciais (72.2% e 77.4%, respetivamente). Apesar de tudo, 18.5% dos indivíduos reconhece ter aumentado o seu investimento financeiro em formas de prevenção

nas lojas do comércio de rua, enquanto apenas 7.5% dos inquiridos nas lojas em centros comerciais, revela ter aumentado o investimento financeiro para prevenir o crime de furto.

Relativamente à perceção das flutuações do crime de furto em diferentes épocas do ano, os indivíduos das lojas do comércio de rua referem maioritariamente que o crime durante o período de saldos se manteve constante (63.0%) ou aumentou (29.6%). Os inquiridos nas lojas em centros comerciais revelaram uma tendência de resposta similar (51.9% e 35.2%, respetivamente).

Quanto à ocorrência do crime de furto nas épocas festivas, durante o último ano, cerca de metade da amostra perceciona que o crime de furto se manteve constante, tanto nas lojas de rua (57.4%), como nas lojas em centros comerciais (50.0%). Contudo, 35.2% dos inquiridos em ambos os contextos refere ainda que se verificou um aumento do número de furtos nas épocas festivas, durante o último ano.

Por último, em alturas de eventos culturais e desportivos os gerentes e subgerentes referem, maioritariamente, que o crime de furto se manteve constante, representando 79.6% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua e 67.7% nas lojas em centros comerciais, não se verificando diferenças estatisticamente significativas entre os contextos.

Tabela 8: Perceção da flutuação do crime de furto na loja ao nível do prejuízo, investimento financeiro e em diferentes épocas, durante o último ano, nas lojas do comércio de rua e em centros comerciais

		Comércio de rua			Centros comerciais			Total			<i>p</i> ¹
		%	$\bar{X}$	<i>SD</i>	%	$\bar{X}$	<i>SD</i>	%	$\bar{X}$	<i>SD</i>	
Custo com o crime de furto (prejuízo)	Diminuiu	14.8			37.0			25.9			.015
	Manteve-se constante	61.1	2.09	0.62	37.0	1.89	0.79	49.1	1.99	0.72	
	Aumentou	24.1			25.9			25.0			
Investimento financeiro para prevenir o crime de furto	Diminuiu	9.3			15.1			12.1			.192
	Manteve-se constante	72.2	2.09	0.52	77.4	1.92	0.47	74.8	2.01	0.51	
	Aumentou	18.5			7.5			13.1			
Na época de saldos o número de furtos	Diminuiu	7.4			13.0			10.2			.437
	Manteve-se constante	63.0	2.22	0.57	51.9	2.22	0.66	57.4	2.22	0.62	
	Aumentou	29.6			35.2			32.4			
Em épocas festivas o número de furtos	Diminuiu	7.4			14.8			11.1			.447
	Manteve-se constante	57.4	2.28	0.60	50.0	2.20	0.68	53.7	2.24	0.64	
	Aumentou	35.2			35.2			35.2			
Em alturas de eventos culturais ou desportivos o número de furtos	Diminuiu	5.6			20.4			13.0			.072
	Manteve-se constante	79.6	2.09	0.45	67.7	1.93	0.58	73.1	2.01	0.52	
	Aumentou	14.8			13.0			13.9			

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; $\bar{X}$ - Média; *SD* - Desvio-padrão

Tendo em conta a criminalidade em geral, e não especificamente o crime de furto, os indivíduos foram questionados acerca da sua perceção sobre a criminalidade no último ano, na zona da loja, numa escala de 1 a 3 (1=Diminuiu; 2=Manteve-se constante; 3=Aumentou).

Partindo da análise da Tabela 9, a tendência de resposta revela que a maior parte dos gerentes e subgerentes considera que o crime, no último ano, se manteve constante ou aumentou. Desta forma, 55.6% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua revela que o crime se manteve constante, 38.9% que aumentou e apenas 5.6% que este diminuiu. No mesmo sentido, nas lojas em centros comerciais, a grande maioria dos sujeitos considera que o crime se manteve constante (45.3%) ou aumentou (41.5%) durante o último ano na zona da loja e apenas 13.2% afirma que este diminuiu, não sendo verificadas diferenças significativas entre os dois contextos ($p=.320$).

Tabela 9: Perceção da flutuação da criminalidade na zona da loja, durante o último ano, nos dois contextos

		Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
		%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
Durante o último ano, o crime nesta zona:	Diminuiu	5.6			13.2			9.3			.320
	Manteve-se constante	55.6	2.33	0.58	45.3	2.28	0.69	50.5	2.31	0.64	
	Aumentou	38.9			41.5			40.2			

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

Quando comparada a perceção da criminalidade na zona da loja, com outras zonas da cidade do Porto (Tabela 10), constata-se que os inquiridos nas lojas de rua consideram, maioritariamente, que o crime na sua zona é igual (39.2%) ou mais elevado (29.4%) do que nas restantes zonas, o que representa 68.6% dos inquiridos.

Inversamente, a tendência de resposta altera-se quando analisados os dados das lojas em centros comerciais, isto porque uma grande proporção de inquiridos considera que o crime na zona da loja é igual (39.6%) ou mais baixo (41.5%), comparativamente a outras zonas da cidade do Porto, representando 81.1% dos sujeitos. Assim sendo, constatam-se diferenças estatisticamente significativas entre os dois contextos em análise ($p=.015$) na forma como percecionam a criminalidade na zona da loja em comparação com outras zonas da cidade do Porto.

Tabela 10: Percepção da criminalidade na zona da loja comparativamente a outras zonas da cidade do Porto, nos dois contextos

		Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
		%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
Comparativamente a outras áreas da cidade do Porto, o crime nesta zona é:	Muito elevado	9.8			5.7			7.7			.015
	Elevado	29.4			7.5			18.3			
	Igual	39.2	2.75	0.96	39.6	3.34	0.92	39.4	3.05	0.98	
	Baixo	19.6			41.5			30.8			
	Muito baixo	2.0			5.7			3.8			

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.3.3. IMPACTO PERCECIONADO DO CRIME DE FURTO NA LOJA

Com o objetivo de determinar o impacto do crime de furto na loja, os indivíduos foram questionados através de um conjunto de 10 itens, avaliados numa escala de 1 (nenhum impacto) a 5 (muito impacto). Através da análise fatorial, foram identificados dois fatores latentes, designados como: i) impacto na gestão da loja, que explica 43.08% da variância total; ii) impacto no quotidiano da loja, que explica 14.49% da variância total. No global os dois fatores explicam 57.57% da variância total (Tabela 11 e Tabela 12).

Para a análise que se segue, optou-se pela utilização conjugada dos valores médios da escala (que permite uma análise mais global) e da percentagem de inquiridos que referem *nenhum impacto* das situações descritas, na sua loja.

4.3.3.1. IMPACTO NA GESTÃO DA LOJA

Partindo da análise da Tabela 11, verifica-se que a média total dos itens varia entre 1.40 e 1.94, o que revela a percepção de um baixo impacto do crime na gestão da loja, na generalidade dos itens apresentados. Contudo, ordenando os valores médios totais, constata-se que o *dano nas instalações da loja* é a consequência com maior impacto na gestão da loja. Este problema é percecionado em maior dimensão pelos inquiridos das lojas do comércio de rua ($\bar{X}=2.33$), do que pelos inquiridos das lojas em centros comerciais ($\bar{X}=1.55$). Assim, através da realização do teste Mann-Withney, verifica-se que esta diferença é estatisticamente significativa ($p=.001$).

Seguidamente, as consequências mais reportadas prendem-se com a maior dificuldade em obter seguros, tanto nas lojas de rua ($\bar{X}=2.10$), como nas lojas em centros comerciais ($\bar{X}=1.75$) e o facto do crime de furtos poder tornar a loja num local de risco para investimentos futuros ($\bar{X}=1.79$ e $\bar{X}=2.06$, respetivamente).

Relativamente à diminuição da reputação da loja, 64.2% dos inquiridos das lojas de rua ($\bar{X}=1.72$) refere que este elemento não apresenta impacto na sua loja, enquanto que nas lojas em centros comerciais ($\bar{X}=2.00$) 41.5% refere que a reputação da sua loja não é afetada pelo número de furtos. Contudo, através da estatística de teste Mann-Withney, esta diferença entre médias nos dois contextos não é estatisticamente significativa ($p=.063$).

O item que apresenta menor média de impacto e no qual 75.9% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua ($\bar{X}=1.33$) e 71.7% dos sujeitos das lojas em centros comerciais ($\bar{X}=1.47$) afirmam que não tem qualquer impacto, prende-se com a maior dificuldade em contratar ou manter funcionários devido aos furtos na sua loja.

Tabela 11: Perceção do impacto do crime de furto na gestão da loja, em função do contexto

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
Dano das instalações da loja	40.7	2.33	1.49	71.7	1.55	0.95	56.1	1.94	1.31	.001
Maior dificuldade em obter seguros	48.1	2.10	1.32	58.8	1.75	1.04	53.4	1.92	1.19	.194
Tornar a loja num local de risco para investimentos futuros	50.9	1.79	1.01	43.4	2.06	1.10	47.2	1.92	1.06	.204
Diminuição da reputação da loja	64.2	1.72	1.10	41.5	2.00	0.96	52.8	1.86	1.04	.063
Maior dificuldade em manter ou contratar funcionários	75.9	1.33	0.67	71.7	1.47	0.87	73.8	1.40	0.78	.512

Nota: ¹Teste Mann-Withney; % - sem impacto; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.3.3.2. IMPACTO NO QUOTIDIANO DA LOJA

De acordo com as percepções dos gerentes e subgerentes, e tendo presente a Tabela 12 ordenada pelos valores médios totais, verifica-se que a consequência do crime de furto com maior impacto prende-se com o desperdício do tempo dos funcionários. Desta forma, apenas 16.7% dos inquiridos no comércio de rua ($\bar{X}=3.17$) refere que o crime de furto não apresenta qualquer impacto neste parâmetro, tal como 15.1% dos sujeitos das lojas em centros comerciais ($\bar{X}=3.28$). No mesmo sentido, o estrago ou dano dos produtos é também apontado como uma das consequências do crime de furto que tem um elevado impacto no quotidiano da loja, em ambos os contextos.

O crime de furto parece também ter como consequência a alteração da disposição dos produtos na loja e, embora a média de impacto seja superior nas lojas de rua ($\bar{X}=3.30$) comparativamente às lojas em centros comerciais ($\bar{X}=2.85$), essa diferença não é

estatisticamente significativa. O mesmo se verifica quando os indivíduos foram questionados acerca da percepção do impacto que o crime de furto tem na alteração do aspeto da loja. Assim, apenas 31.7% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua ($\bar{X}$ =2.67) e 35.8% dos sujeitos das lojas em centros comerciais ($\bar{X}$ =2.43) reconhece que esta situação não tem qualquer impacto no quotidiano da loja.

Por último, o item que apresenta uma menor média de impacto prende-se com o aumento dos custos em segurança. Assim, somente 23.1% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua afirmam que o crime de furto não tem impacto no aumento dos custos em segurança, comparativamente a 38.5% dos inquiridos nas lojas em centros comerciais. Desta forma, conclui-se que o crime de furto tem um impacto superior no aumento dos custos com a segurança nas lojas do comércio de rua ($\bar{X}$ =2.79), do que no comércio em centros comerciais ($\bar{X}$ =2.27), diferença considerada estatisticamente significativa ($p=.027$).

Tabela 12: Percepção do impacto do crime de furto no quotidiano da loja, nos dois contextos

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
Desperdício de tempo dos funcionários	16.7	3.17	1.37	15.1	3.28	1.42	15.9	3.22	1.39	.651
Estrago ou dano de produtos	24.1	3.20	1.52	20.8	3.21	1.43	22.4	3.21	1.48	.941
Alteração da disposição dos produtos na loja	20.4	3.30	1.51	28.3	2.85	1.45	24.3	3.07	1.49	.111
Alteração do aspeto da loja	31.7	2.67	1.48	35.8	2.43	1.32	34.3	2.55	1.40	.425
Aumento dos custos em segurança	23.1	2.79	1.23	38.5	2.27	1.24	30.8	2.53	1.25	.027

Nota: ¹Teste Mann-Whitney; % - sem impacto; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

Os itens anteriormente descritos relativamente ao impacto do crime e furto na gestão e no quotidiano da loja foram agrupados em dois índices, alcançados através de uma análise fatorial seguindo os procedimentos anteriormente referidos (secção 3.5.3.). Assim, o índice de impacto do crime de furto na gestão da loja apresenta um $\alpha=.765$ e o índice de impacto do crime de furto no quotidiano um $\alpha=.806$. Estes valores da consistência interna encontram-se dentro dos parâmetros determinados anteriormente (secção 3.5.5.). Ambos os índices variam entre 1 e 5, em que valores mais elevados indicam um maior impacto do crime.

O índice de impacto na gestão da loja apresenta uma média de 1.85 nas lojas do comércio de rua e uma média de 1.77 nas lojas em centros comerciais, o que revela que o crime de furto apresenta um baixo impacto na gestão da loja nos dois contextos.

O índice do impacto do crime de furto no quotidiano da loja apresenta uma média de 3.02 nas lojas do comércio de rua e uma média de 2.81 nas lojas em centros comerciais. No entanto, não se verificarem diferenças estaticamente significativas entre os dois contextos ($p=.200$).

Comparando os dois índices é possível concluir que, em ambos os contextos, o crime de furto é percecionado como tendo um maior impacto no quotidiano da loja, do que um impacto na gestão daquele espaço (Tabela 13).

Tabela 13: Índice do impacto do crime de furto na gestão e no quotidiano da loja, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total		p^1
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
Impacto do crime de furto na gestão da loja	1.85	0.83	1.77	0.73	1.81	0.78	.809
Impacto do crime de furto no quotidiano da loja	3.02	1.11	2.81	1.02	2.92	1.07	.200

Nota: ¹Teste Mann-Withney; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.4. UTILIZAÇÃO E EFICÁCIA PERCECIONADA DAS MEDIDAS DE SEGURANÇA E PREVENÇÃO

Nesta secção pretende-se apresentar as medidas utilizadas para a prevenção do crime de furto, bem como a sua eficácia partindo da percepção dos gerentes e subgerentes das lojas, nos dois contextos em análise. Desta forma, os resultados serão apresentados tendo em conta a percepção dos gerentes relativamente às seguintes dimensões: i) medidas de prevenção utilizadas; ii) eficácia das medidas de prevenção.

Atendendo às medidas utilizadas, os sujeitos foram inquiridos acerca de 25 itens que contemplam diversas estratégias de segurança e prevenção do crime de furto. Assim, realizou-se uma análise fatorial que, no entanto, não foi conclusiva nem estável no agrupamento dos diferentes itens em fatores. Neste sentido, seguiu-se um critério teórico e conceptual⁶² para o agrupamento dos itens, tendo em conta a literatura científica sobre o tema. Desta forma, a exposição terá por base os seguintes índices: i) uso de medidas formais; ii) uso de medidas informais.

Relativamente à eficácia percecionada das medidas, os sujeitos foram inquiridos sobre 24 itens⁶³, que abarcam diversas estratégias de segurança e prevenção. Procedeu-se a uma análise fatorial, que não se revelou estável no agrupamento dos diferentes itens em fatores. Neste sentido, seguiu-se o mesmo critério anteriormente referido que culminou com os seguintes índices: i) eficácia das medidas formais; ii) eficácia das medidas informais.

4.4.1. UTILIZAÇÃO DE MEDIDAS FORMAIS

De seguida serão apresentados os meios de prevenção do crime de furto mais e menos utilizados nas lojas, segundo a perspetiva dos gerentes e subgerentes desses espaços. Os dados serão expostos separadamente para cada contexto e posteriormente comparados, de modo a refletir as suas diferenças. Para o efeito recorreu-se à utilização de uma escala de Likert de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente) (Tabela 14).

⁶² Para a determinação das estratégias de segurança formais e informais recorreu-se ao critério anteriormente definido no Capítulo II (secção 2.7.1. e 2.7.2.). Para o efeito, sustenta-se ainda a utilização desta distinção por Lindblom & Kajalo (2011).

⁶³ Devido à inconsistência de alguns itens, optou-se pela sua exclusão por não existir correspondência entre as medidas formais utilizadas e a sua respetiva eficácia. Assim, apesar de todos serão suscetíveis de uma análise individual, para efeitos de comparabilidade entre índices estes itens foram excluídos. Desta forma, os índices contemplam os seguintes itens: i) medidas formais utilizadas (8); ii) medidas informais utilizadas (15); eficácia das medidas formais (8); eficácia das medidas informais (15).

Nas lojas do *comércio de rua*, de acordo com a perspectiva dos gerentes e subgerentes, a medida mais implementada para a prevenção do crime de furto é banir os ladrões já conhecidos da loja (63.0%), seguindo-se a utilização de alarmes de segurança eletrónicos nos artigos mais furtados que imitem um som à entrada e saída (59.3%) e por fim a determinação de regras claras para a utilização dos provadores (50.9%). Por sua vez, verifica-se que em nenhuma das lojas estudadas são utilizados seguranças com uniforme no interior da loja (0.0%) como forma de prevenção do crime. Constatase também que a utilização de sinais de aviso como, por exemplo, “Furtar é crime” (5.6%) e a utilização de alarmes com tinta (11.1%) são as técnicas de prevenção menos utilizadas nas lojas do comércio de rua.

Nas lojas em *centros comerciais*, a medida referida pelos gerentes e subgerentes como mais utilizada passa pela definição de regras claras para a utilização dos provadores (69.8%), seguindo-se a colocação de alarmes de segurança eletrónicos nos artigos mais furtados (66.7%). À semelhança das lojas do comércio de rua, também nas lojas em centros comerciais as medidas menos utilizadas são a colocação de sinais de aviso como “Furtar é crime” (0.0%), a presença de seguranças com uniforme no interior da loja (1.9%) e a utilização de alarmes de segurança com tinta (3.7%).

Tabela 14: Medidas de prevenção formais utilizadas nas lojas de rua e em centros comerciais

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			<i>p</i> ¹
	%	$\bar{X}$	<i>SD</i>	%	$\bar{X}$	<i>SD</i>	%	$\bar{X}$	<i>SD</i>	
Alarmes eletrónicos nos artigos mais furtados	59.3	3.41	1.64	66.7	3.69	1.41	63.0	3.55	1.53	.425
Regras claras na utilização dos provadores	50.9	3.11	1.40	69.8	3.64	1.24	60.4	3.38	1.34	.047
Ladrões conhecidos banidos da loja	63.0	3.59	1.35	37.0	2.91	1.38	50.0	3.25	1.40	.007
Sinais de aviso: “Este estabelecimento encontra-se sob videovigilância”	44.4	2.85	1.73	38.9	2.52	1.70	41.7	2.69	1.72	.558
Produtos mais caros com dispositivos de segurança adicionais	29.6	2.33	1.61	44.4	2.78	1.70	37.0	2.56	1.67	.111
Câmaras de videovigilância nas principais zonas da loja	33.3	2.50	1.69	35.2	2.46	1.73	34.3	2.48	1.71	.839
Cooperação próxima com a polícia na prevenção dos furtos	27.8	2.74	1.15	14.8	1.98	1.24	21.3	2.36	1.25	.100
Etiquetas de segurança com tinta nos artigos mais furtados	11.1	1.54	1.18	3.7	1.26	0.65	7.4	1.40	0.96	.142
Sinais de aviso: “Furtar é crime”	5.6	1.41	0.86	0.0	1.20	0.45	2.8	1.31	0.69	.079
Segurança com uniforme na loja	0.0	1.02	0.14	1.9	1.15	0.49	0.9	1.08	0.37	.315

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - concordo/concordo totalmente; $\bar{X}$ - Média; *SD* - Desvio-padrão

Quando *comparados os dois contextos*, os inquiridos das lojas do comércio de rua reportam utilizar mais a estratégia de banir os ladrões já conhecidos da loja (63.0%), em comparação com as lojas em centros comerciais (37.0%) ($p=.007$). Inversamente, a medida de definir regras claras para a utilização dos provadores, de acordo com os gerentes e subgerentes, é mais utilizada nas lojas em centros comerciais (69.8%), em comparação com as lojas do comércio de rua (50.9%) sendo esta diferença estatisticamente significativa ($p=.047$). Todos os restantes itens não apresentam diferenças com significado estatístico.

4.4.2. UTILIZAÇÃO DE MEDIDAS INFORMAIS

Atendendo aos critérios anteriormente apresentados, definem-se de seguida as medidas de prevenção informais mais e menos utilizadas segundo a perspetiva dos gerentes e subgerentes, nos contextos em estudo.

Tendo presente a Tabela 15 verifica-se que nas lojas do *comércio de rua* incentivar e motivar os funcionários a estarem atentos a potenciais ladrões (94.4%) é a estratégia de segurança mais implementada. Seguidamente verifica-se que uma ampla proporção de inquiridos refere também trocar informações entre lojas sobre situações de furto (70.4%), ter investido em boa iluminação no interior da loja (63.0%) e colocar os artigos mais furtados em zonas com maior visibilidade dos funcionários (63.0%). Inversamente, contratar mais funcionários para reduzir o número de furtos (9.3%) é uma das estratégias menos utilizadas, assim como reduzir a concentração de pessoas perto dos artigos com maior risco de serem furtados (33.3%) e falar com os indivíduos apanhados em flagrante delito para aprender mais sobre o seu *modus operandi* (35.2%).

Nas lojas em *centros comerciais*, o incentivo dos funcionários para estarem atentos a potenciais ladrões (94.4%), a troca de informações entre lojas sobre situações de furto (72.2%) e um aspeto interior da loja pensado para que haja boa visibilidade em todos os espaços (55.6%) são as principais estratégias implementadas. Segundo a perspetiva dos gerentes e subgerentes, contratar mais funcionários para reduzir o número de furtos (1.9%) é a estratégia menos utilizada, bem como colocar os artigos mais furtados longe das entradas e saídas (24.1%) e reduzir a concentração de pessoas perto dos artigos com maior risco de serem furtados (27.8%).

Em *comparação*, os *dois contextos* apresentam diferenças significativas nas questões relacionadas com a disposição dos produtos na loja. Assim, os gerentes e subgerentes das lojas de rua referem mais frequentemente a colocação dos artigos mais furtados longe das

entradas e saídas (48.1%), comparativamente às lojas em centros comerciais (24.1%) ($p=.009$). No mesmo sentido, os inquiridos das lojas do comércio de rua referem mais colocar os artigos mais furtados em zonas mais seguras e com maior visibilidade dos funcionários (63.0%), em comparação com o que se observa nas lojas em centros comerciais (38.9%) ($p=.012$), verificando-se nestes itens diferenças com significado estatístico. Nenhuma das restantes medidas informais apresenta diferenças estatisticamente significativas entre os contextos.

Tabela 15: Medidas de prevenção informais utilizadas nas lojas de rua e em centros comerciais

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
Funcionários <u>incentivados</u> a estarem atentos a potenciais ladrões	94.4	4.63	0.71	94.4	4.52	0.67	94.4	4.57	0.69	1.00
Troca de informações entre lojas sobre situações de furto	70.4	3.83	1.37	72.2	3.89	1.18	71.3	3.86	1.27	.832
Aspeto interior da loja pensado para que haja boa visibilidade	57.4	3.48	1.15	55.6	3.35	1.28	56.5	3.42	1.21	.846
Investimento em boa iluminação	63.0	3.57	1.14	50.0	3.19	1.32	56.5	3.38	1.24	.174
Artigos mais furtados colocados em zonas com maior visibilidade	63.0	3.56	1.18	38.9	2.85	1.31	50.9	3.20	1.29	.012
Política da loja motiva a redução do furto	51.9	3.67	1.03	46.3	3.15	1.30	49.1	3.41	1.19	.564
Zonas com pouca visibilidade foram reduzidas	55.6	3.33	1.29	42.6	2.87	1.48	49.1	3.10	1.40	.178
Funcionários tiveram <u>formação</u> para estarem atentos a potenciais ladrões	44.4	2.85	1.70	48.1	3.07	1.59	46.3	2.96	1.64	.700
Tempo de espera na caixa registadora foi reduzido	40.7	3.20	1.23	48.1	3.24	1.26	44.4	3.22	1.24	.439
Espelhos que ajudam a observar os clientes	48.1	3.07	1.48	35.2	2.65	1.46	41.7	2.86	1.48	.172
Artigos mais furtados colocados longe das entradas e saídas	48.1	3.26	1.47	24.1	2.39	1.38	36.1	2.82	1.48	.009
Altura dos expositores centrais foi reduzida	40.7	2.89	1.36	27.8	2.59	1.34	34.3	2.74	1.35	.156
Quando alguém é apanhado a furtar, falamos com ele para percebermos como atuou	35.2	2.93	1.26	31.5	2.46	1.26	33.3	2.69	1.27	.683
Reduzida a concentração de pessoas perto dos artigos com maior risco de serem furtados	33.3	2.72	1.37	27.8	2.44	1.38	30.6	2.58	1.38	.531
Contratamos mais funcionários para prevenir os furtos	9.3	1.59	0.92	1.9	1.46	0.69	5.6	1.53	0.81	.093

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - concordo/concordo totalmente; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.4.3. ÍNDICE DA UTILIZAÇÃO DE MEDIDAS FORMAIS E INFORMAIS

Tendo como ponto de partida os itens anteriormente descritos, apresenta-se de seguida o índice de utilização de medidas formais e informais na loja. Relativamente à consistência interna, o índice das medidas informais utilizadas apresenta um $\alpha=.775$, e o índice das medidas formais⁶⁴ um $\alpha=.410$. Este último considera-se um valor inferior ao determinado pela literatura como aconselhável. Assim sendo, os dados serão analisados com alguma prudência, tendo sempre em conta esta condicionante. Os índices variam entre 1 e 5, em que valores mais elevados destes índices revelam maior uso de medidas de prevenção formais ou informais.

Tabela 16: Índice das medidas de prevenção formais e informais utilizadas na loja, em função do contexto

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total		p^1
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
Uso de medidas de prevenção formais	2.53	0.61	2.48	0.58	2.50	0.59	.668
Uso de medidas de prevenção informais	3.24	0.63	2.94	0.60	3.09	0.63	.013

Nota: ¹Teste-t; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

Atendendo à Tabela 16 e à Figura 5 verifica-se que as lojas do comércio de rua registam uma média de uso de medidas formais de 2.53 e as lojas em centros comerciais de 2.48, não existindo diferenças estatisticamente significativas. Relativamente às estratégias informais, constata-se que as lojas do comércio de rua utilizam mais medidas de segurança informais ($\bar{X}=3.24$), comparativamente as lojas em centros comerciais ($\bar{X}=2.94$). Dado estarem preenchidos os requisitos para a utilização de um teste paramétrico, realizou-se o *Teste-t*, que evidencia estas diferenças como estatisticamente significativas ($p=.013$).

Comparando os dois índices é possível verificar que em ambos os contextos o uso de medidas informais é, em média, superior ao uso de medidas formais, sendo essa diferença mais acentuada nas lojas do comércio de rua.

⁶⁴ Para o índice das medidas formais utilizadas não foram considerados os seguintes itens: *Sinais de aviso: "Este estabelecimento encontra-se sob videovigilância"* e *Sinais de aviso: "Furtar é crime"*.

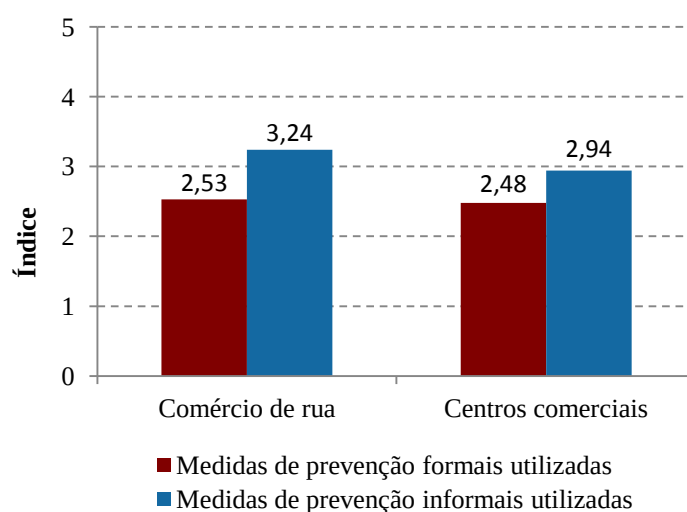


Figura 5: Comparação dos índices das medidas de prevenção formais e informais utilizadas na loja, em função do contexto

4.4.4. EFICÁCIA PERCECIONADA DAS MEDIDAS FORMAIS

Apresentadas as medidas mais utilizadas, pretende-se de seguida determinar quais as estratégias formais que os inquiridos consideram como mais e menos eficazes na prevenção e redução do crime de furto. Assim, a eficácia foi aferida através de uma escala de Likert de 1 (nada eficaz) a 5 (muito eficaz) e encontram-se presentes na Tabela 17.

As estratégias que os gerentes e subgerentes das lojas do *comércio de rua* percecionam como mais eficazes são os alarmes eletrónicos (68.5%), o registo e expulsão dos ladrões já conhecidos da loja (68.5%) e as câmaras de videovigilância (61.1%). Por sua vez, os inquiridos percecionam como menos eficazes medidas, tais como, a utilização de sinais de aviso (27.8%) e de etiquetas de tinta que danificam os produtos quando são furtados (33.3%)

Nas lojas em *centros comerciais*, as estratégias vistas como mais eficazes pelos inquiridos são o estabelecimento de regras bem definidas para a utilização dos provedores (81.5%), os alarmes eletrónicos (63.0%) e uma cooperação próxima com a polícia (63.0%). Por sua vez, a utilização de sinais de aviso (35.2%), o uso de etiquetas de tinta (38.9%) e a presença de seguranças privados com uniforme (40.7%), são consideradas as medidas menos eficazes na prevenção do crime de furto.

Contrapondo os dois contextos, constata-se que os inquiridos nas lojas em centros comerciais consideram o estabelecimento de regras bem definidas para a utilização dos provedores (81.5%) uma medida mais eficaz na prevenção do crime de furto,

comparativamente aos indivíduos das lojas do comércio de rua (42.6%). Esta diferença, através do teste Qui-Quadrado, revela ter significado estatístico ($p=.000$).

Tabela 17: Eficácia percebida das medidas de prevenção formais, em função do contexto

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
Alarmes eletrônicos	68.5	3.63	1.17	63.0	3.46	1.16	65.7	3.55	1.16	.543
Registrar e banir ladrões já conhecidos	68.5	3.81	1.01	59.3	3.72	0.98	63.9	3.77	0.99	.317
Regras bem definidas para a utilização dos provedores	42.6	3.33	1.08	81.5	3.93	0.91	62.0	3.63	1.04	.000
Câmaras de videovigilância	61.1	3.30	1.42	55.6	3.43	1.31	58.3	3.36	1.36	.558
Dispositivos de segurança adicionais nos produtos mais caros	50.0	3.22	1.36	61.1	3.56	1.14	55.6	3.39	1.26	.245
Cooperação próxima com a polícia	46.3	3.30	1.22	63.0	3.80	0.94	54.6	3.55	1.11	.082
Seguranças privados com uniforme	51.9	3.09	1.61	40.7	2.87	1.40	46.3	2.98	1.50	.247
Etiquetas de tinta que danificam as peças de roupa quando são furtados	33.3	2.81	1.47	38.9	2.98	1.49	36.1	2.90	1.47	.548
Sinais aviso (e.g., “Furtar é crime” ou “Este estabelecimento encontra-se sob vigilância”)	27.8	2.52	1.34	35.2	2.93	1.32	31.5	2.72	1.34	.407

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - eficaz/muito eficaz; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.4.5. EFICÁCIA PERCECIONADA DAS MEDIDAS INFORMAIS

Relativamente aos medidas de segurança informais, os gerentes e subgerente das lojas do *comércio de rua*, reportam como mais eficazes na prevenção do furto estratégias como a maior atenção dos funcionários (96.3%), a redução das zonas da loja com pouca visibilidade (92.6%), o treino e formação dos funcionários para estarem atentos aos ladrões (85.2%) e a boa iluminação (85.2%). Por outro lado, falar com os ladrões para aprender mais sobre as técnicas que utilizam (33.3%) e ter muitos funcionários na loja (44.4%) são as medidas que os inquiridos percecionam mais como pouco ou nada eficazes na sua loja (Tabela 18).

Nas lojas em *centros comerciais*, a atenção dos funcionários (92.6%) e a sua maior formação para as questões do furto (94.4%), a redução das zonas com pouca visibilidade onde os funcionários não conseguem ver os clientes (85.2%) e a existência de boa iluminação (75.9%), são as principais estratégias apontadas como muito eficazes ou eficazes pelos inquiridos. Contrariamente, percecionam menor eficácia em estratégias como a redução da concentração de pessoas perto dos artigos com maior risco de serem furtados (33.3%),

acelerar o atendimento na caixa registradora (42.6%) e aprender mais sobre as técnicas de furto dos ladrões falando com eles (44.4%).

Analisando ambos os contextos de forma comparativa e apesar de existirem algumas diferenças entre a percepção dos indivíduos nos dois contextos, estas não apresentam significado estatístico. Contudo, a estratégia que apresenta uma diferença mais acentuada (com um valor próximo da significância estatística) relaciona-se com a redução da concentração de pessoas perto dos artigos com maior risco. Assim, cerca de metade dos gerentes e subgerentes das lojas do comércio de rua (51.9%) consideram esta medida eficaz ou muito eficaz, enquanto apenas 33.3% dos inquiridos nas lojas em centros comerciais apresentam a mesma percepção.

Tabela 18: Eficácia percebida das medidas de prevenção informais, nos dois contextos

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			<i>p</i> ¹
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
Atenção dos funcionários	96.3	4.46	0.64	92.6	4.33	0.78	94.4	4.40	0.71	.401
Treinar os funcionários para estarem atentos aos ladrões	85.2	4.17	0.93	94.4	4.39	0.76	89.8	4.28	0.85	.112
Reduzir zonas com pouca visibilidade, onde os funcionários não conseguem ver os clientes	92.6	4.22	0.63	85.2	4.13	0.93	88.9	4.18	0.80	.221
Boa iluminação	85.2	4.15	0.76	75.9	3.93	0.95	80.6	4.04	0.86	.224
Trocar informações entre loja sobre situações de furto	75.9	4.17	0.95	79.6	4.09	0.81	77.8	4.13	0.88	.643
Reestruturar o aspeto interior da loja para criar melhor visibilidade	79.6	4.09	0.92	68.5	3.78	1.08	74.1	3.94	1.01	.188
Espelhos que ajudem a vigiar os clientes	77.8	3.98	0.86	68.5	3.78	1.16	73.1	3.88	1.02	.278
Colocar os produtos em zonas com maior vigilância dos funcionários	72.2	3.89	0.90	66.7	3.76	0.91	69.4	3.82	0.91	.531
Reduzir a altura dos expositores centrais para criar melhor visibilidade	72.2	3.81	0.75	59.3	3.52	1.13	65.7	3.67	0.97	.156
Política de loja que motive a redução do furto	57.4	3.67	1.10	59.3	3.67	1.03	58.3	3.67	1.06	.845
Colocar os artigos mais furtados longe das entradas e saídas	59.3	3.78	1.04	48.1	3.31	1.08	53.7	3.55	1.08	.247
Acelerar o atendimento na caixa registradora	50.0	3.44	1.02	42.6	3.17	1.08	46.3	3.31	1.05	.440
Ter muitos funcionários na loja	44.4	3.22	1.09	48.1	3.43	1.13	46.3	3.32	3.32	.700
Reduzir a concentração de pessoas perto dos artigos com maior risco de serem furtados	51.9	3.56	1.04	33.3	3.07	1.13	42.6	3.31	1.11	.052
Aprender mais sobre as técnicas dos ladrões falando com eles	33.3	3.11	1.16	44.4	3.11	1.31	38.9	3.11	1.23	.236

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - eficaz/muito eficaz; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.4.6. ÍNDICE DA EFICÁCIA PERCECIONADA DAS MEDIDAS FORMAIS E INFORMAIS

De seguida, apresentam-se os índices de eficácia das medidas formais⁶⁵ e informais de prevenção, de acordo com a perspetiva dos gerentes e subgerentes dos dois contextos em estudo. Para isso, recorreu-se à utilização dos itens previamente descritos. Tendo em vista avaliar a consistência interna dos índices, verifica-se que o índice de eficácia das medidas formais apresenta um $\alpha=.744$ e o índice de eficácia das medidas informais um $\alpha=.851$. Ambos os valores consideram-se aceitáveis, atendendo ao referido na secção 3.5.5. do Capítulo III. Os índices variam entre 1 e 5, em que valores mais elevados destes índices revelam maior uso de medidas formais ou informais.

Tabela 19: Índice da eficácia percecionada das medidas de prevenção formais e informais, em função do contexto

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total		p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
Eficácia de medidas de prevenção formais	3.31	0.80	3.47	0.69	3.39	0.75	.284 ¹
Eficácia de medidas de prevenção informais	3.85	0.53	3.70	0.59	3.77	0.56	.296 ²

Nota: ¹Teste-t; ²Teste Mann-Whitney; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

Atendendo à análise feita da Tabela 19 e da Figura 6, verifica-se que o índice da eficácia percecionada das medidas formais regista uma média de 3.31 nas lojas do comércio de rua e uma média de 3.47 nas lojas em centros comerciais. O índice de eficácia percecionada das medidas informais apresenta uma média de 3.85 nas lojas do comércio de rua e uma média ligeiramente inferior ($\bar{X}=3.70$) nas lojas do comércio de rua. Ambos os índices não apresentam diferenças estatisticamente significativas.

Contrapondo os índices nos dois contextos, verifica-se que tanto nas lojas do comércio de rua, nos centros comerciais, os inquiridos percecionam as estratégias informais como mais eficazes relativamente às estratégias formais.

⁶⁵ Para o índice da eficácia das medidas formais não foi considerado o seguinte item: *Sinais de aviso* (e.g., “Furtar é crime” ou “Este estabelecimento encontra-se sob vigilância”)

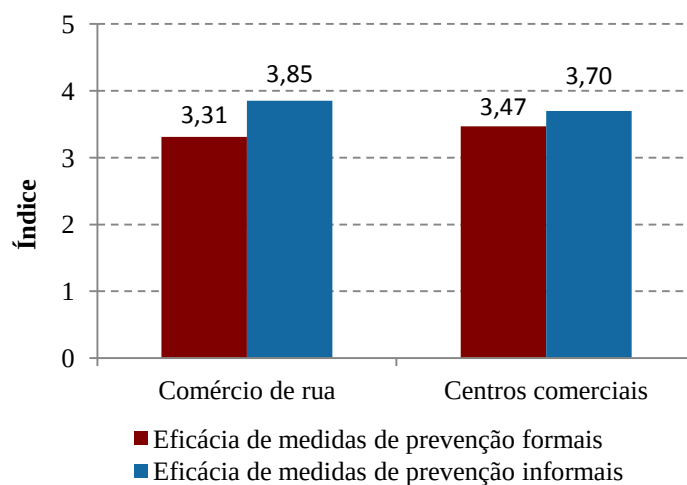


Figura 6: Comparação dos índices de eficácia das medidas de prevenção formais e informais, em função do contexto

4.4.7. LIMITAÇÕES À UTILIZAÇÃO DE MEDIDAS DE SEGURANÇA E PREVENÇÃO NA LOJA

Os gerentes e subgerentes foram inquiridos através de uma questão de múltipla resposta, sobre quais os principais motivos porque não utilizavam mais medidas de segurança para prevenir o crime de furto na sua loja. Apenas 13.8% dos inquiridos elencou mais do que um motivo, todos os outros apresentaram apenas uma razão como principal.

Através da análise da Tabela 20, verifica-se que a tanto nas lojas do comércio de rua, como nas lojas em centros comerciais, a principal razão para não usar mais medidas de segurança prende-se com o facto de as soluções serem dispendiosas (55.6% e 48.1%, respetivamente). Seguidamente, cerca de 20% dos sujeitos, em ambos os contextos considera que a loja simplesmente não precisa de mais meios de prevenção. Todos os restantes motivos apenas são elencados por menos de 20% dos inquiridos, tais como a loja tem pouco movimento, não tem capital suficiente ou as soluções são pouco eficazes. Em todos os itens analisados não se verificam diferenças estatisticamente significativas entre os contextos ($p > .05$).

Tabela 20: Motivos indicados pelos inquiridos para a não utilização de mais medidas de prevenção e segurança na loja, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total		p^1
	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	
Soluções dispendiosas	55.6	30	48.1	26	51.9	56	.441
Não precisa	22.2	12	20.4	11	21.3	23	.814
A loja tem pouco movimento	9.3	5	20.4	11	14.8	16	.104
Não tem capital	11.1	6	9.3	5	10.2	11	.750
Não são eficazes	11.1	6	9.3	5	10.2	11	.750
Outra	3.7	2	1.9	1	2.8	3	.558

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - sujeitos que selecionaram o motivo; *n* – número de sujeitos

4.4.8. A REPUTAÇÃO E IMAGEM DA LOJA E AS ESTRATÉGIAS DE SEGURANÇA E PREVENÇÃO

Tendo em vista compreender se as medidas e dispositivos de segurança implementados para prevenir o crime de furto provocam uma diminuição da reputação e imagem da loja, os gerentes e subgerentes foram questionados sobre diversos itens, presentes na Tabela 21, numa escala que varia entre 1 (concordo totalmente) a 5 (discordo totalmente).

Relativamente às estratégias de segurança utilizadas, apenas 13.0% dos inquiridos, tanto nas lojas do comércio de rua como nas lojas em centros comerciais, concorda ou concorda totalmente que as medidas de segurança implementadas afetam a imagem ou a reputação da loja. No mesmo sentido, apenas uma proporção diminuta de sujeitos considera que a presença de dispositivos de segurança para a deteção de furtos é incómoda para os clientes.

Quando questionados sobre medidas que impeçam a experimentação ou manuseamento dos produtos (vitrinas ou cadeados de segurança), 63.0% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua e 44.0% nas lojas em centros comerciais, concordam ou concordam totalmente que os clientes preferem ir a lojas onde essa situação não se verifique.

Concluindo, as medidas de segurança utilizadas e os dispositivos de segurança parecem não afetar a reputação ou imagem da loja, nem são percecionadas como incómodas para os clientes. Contudo, uma proporção superior de inquiridos tanto nas lojas de rua, como nas lojas em centros comerciais, refere que os clientes preferem ir a lojas onde os produtos não estejam fechados em vitrinas ou com cadeados de segurança, não sendo verificadas diferenças estatisticamente significativas entre os dois contextos em análise ($p > .05$).

Tabela 21: Percepção do impacto das medidas de segurança e prevenção na reputação e imagem da loja, em função do contexto

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p¹
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
As medidas de segurança utilizadas afetam a imagem ou reputação da loja	13.0	2.06	1.00	13.0	2.06	1.00	13.0	2.06	1.00	1.00
A presença de dispositivos de segurança para a detecção de furtos incómoda os clientes	5.6	2.06	0.96	14.8	2.00	1.01	10.2	2.03	1.00	.112
Os clientes preferem ir a lojas onde os produtos não estejam fechados em vitrinas ou com cadeados de segurança	63.0	3.37	1.28	44.0	2.98	1.37	53.7	3.18	1.33	.054

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - concordo/concordo totalmente; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.5. OFENSORES, PRODUTOS E TÉCNICAS DE FURTO

4.5.1. CARACTERÍSTICAS DO OFENSOR

Com o intuito de conhecer algumas características dos indivíduos que já furtaram em lojas, os inquiridos foram questionados sobre o sexo, a idade aproximada e a forma de atuação (sozinho ou em grupo) referente ao último indivíduo que foi apanhado em flagrante delito na sua loja a cometer um crime de furto (Tabela 22).

Relativamente à variável sexo e nas lojas do comércio de rua, 48.8% dos indivíduos apanhados em flagrante na última situação de furto da loja eram do sexo masculino e 51.2% do sexo feminino. De forma equivalente, nos centros comerciais 41.5% eram homens e 58.5% eram do sexo feminino, sendo superior, em ambos os casos, a proporção de mulheres.

A idade aproximada dos indivíduos apanhados em flagrante delito está compreendida entre os 15 anos e os 50 anos, nos dois contextos, e apresenta uma média de 29 anos no comércio de rua e de 31 anos nas lojas em centros comerciais, não existindo diferenças estatisticamente significativas entre os dois contextos ($p=.137$).

Em último lugar, relativamente à forma como o agente do furto atuou (sozinho ou em grupo), verifica-se que 60.5% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua e 50.0% dos sujeitos das lojas em centros comerciais afirma que o furto foi praticado por apenas um elemento. Relativamente ao furto cometido em grupo (duas ou mais pessoas), este é referido como menos frequente nas lojas do comércio de rua (39.5%), comparativamente às lojas em centros comerciais (50.0%). Apesar de tudo, estas diferenças entre os dois contextos não são estatisticamente significativas ($p>.05$).

Tabela 22: Perceção das características sociodemográficas e modo de atuação dos indivíduos apanhados, na última vez, em flagrante delito na loja, em função do contexto

	Comércio de rua	Centros comerciais	Total	<i>p</i>
Sexo, Homem:Mulher	20:21	17:24	37:45	
% de Mulheres	51.2%	58.5%	54.9%	.506 ¹
Idade aproximada (anos), $\bar{X} \pm SD$	28.71 $\pm$ 8.34	31.43 $\pm$ 7.61	30.08 $\pm$ 8.05	
(mínimo-máximo)	15-50	16-50	15-50	.137 ²
Atuação				
Sozinho(a)	60.5%	50.0%	55.3%	
Em grupo (duas ou mais pessoas)	39.5%	50.0%	44.7%	.332 ¹

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; ²Teste Mann-Whitney; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.5.2. PRODUTOS MAIS FURTADOS

Dada a variedade e diversidade de produtos que podem ser furtados numa loja e tendo presente o carácter exploratório deste estudo, os gerentes e subgerentes foram questionados acerca dos produtos que são mais frequentemente furtados na sua loja, recorrendo-se a uma questão qualitativa e semiaberta. Contudo, no decorrer da análise dos dados verifica-se que os inquiridos não apresentam o mesmo padrão de resposta. Ou seja, alguns referem características dos produtos que percecionam como mais furtados, enquanto outros elaboram um resposta referindo produtos concretos. Neste sentido, a exposição seguirá a lógica apresentada⁶⁶.

i) Características dos artigos identificados como mais furtados

Os produtos pequenos foram identificados como o tipo de produtos mais furtados, tanto pelos inquiridos nas lojas do comércio de rua ($n=10$), como nas lojas em centros comerciais ($n=2$). Seguidamente, nas lojas do comércio de rua são ainda referenciados os produtos mais caros ($n=2$), fáceis de esconder ($n=2$) e de menor volume ($n=2$) (Anexo 2).

ii) Produtos elencados como os mais furtados

Tendo presente os valores totais nos dois contextos, constata-se que grande parte dos inquiridos não identifica um artigo específico como o mais furtado na sua loja ($n=29$). Seguidamente, os artigos identificados como mais furtados (indicado por mais do que seis inquiridos) são: calças ($n=15$), acessórios/bijuteria ($n=9$), roupa interior ($n=8$) e casacos ($n=7$). Todos os outros produtos indicados foram referidos por menos do que seis sujeitos e apresentam uma grande diversidade e pouca expressividade estatística (Anexo 2).

4.5.3. TÉCNICAS PARA A PRÁTICA DO FURTO

Com o objetivo de conhecer as técnicas utilizadas pelos sujeitos para cometer um furto, os gerentes e subgerentes foram questionados sobre esta dimensão através da seguinte questão qualitativa semiaberta: *tendo em conta a última vez que alguém foi apanhado em flagrante delito nesta loja, que técnicas foram utilizadas para a prática do furto?* (Anexo 3).

Analisando os valores totais, verifica-se que *retirar os alarmes de segurança* é uma das técnicas mais referida pelos inquiridos, tanto nas lojas do comércio de rua ($n=11$), como

⁶⁶ Dado o reduzido tamanho amostral das respostas, esta análise tende a ser meramente descritiva e exploratório sem o recurso a testes estatísticos para verificar diferenças entre contextos. Os dados serão descritos tendo em conta os valores totais e apenas excecionalmente serão analisados em separado segundo o contexto.

nas lojas em centros comerciais ($n=16$). Contudo, por vezes, para retirar os alarmes de segurança os indivíduos danificam também os produtos ($n=4$).

A segunda técnica mais referida é *sair a correr da loja*, que apresenta valores superiores nas lojas do comércio de rua ($n=15$), comparativamente às lojas em centros comerciais ($n=4$). Inversamente, a *utilização de sacos de alumínio* é mais frequente nas lojas em centros comerciais ($n=13$), do que nas lojas do comércio de rua ($n=4$), sendo esta a terceira técnica mais utilizada (Figura 7).

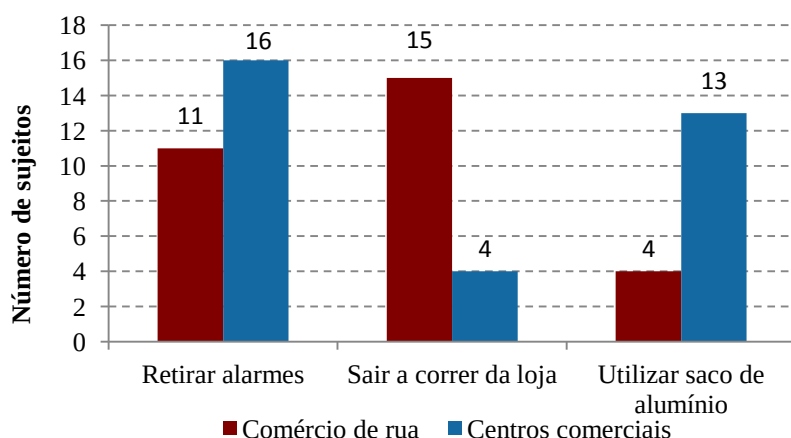


Figura 7: Principais técnicas utilizadas pelos ofensores para a prática do crime de furto, tendo em conta a última vez que alguém foi apanhado em flagrante delito, nos dois contextos

As restantes técnicas referidas por mais do que cinco sujeitos (valores totais) e sem diferenças significativas entre os dois contextos são: *esconder os produtos na mala ou saco e vestir peças da loja por baixo da sua roupa*.

Por vezes, refere-se também que os ofensores aproveitam-se da distração dos funcionários ou da sua pouca visibilidade sobre os produtos da loja.

”Um grupo de quatro jovens colocaram-se em volta do balcão e taparam a visibilidade do funcionário. Um dos elementos afasta-se do grupo para furtar. Quando foram detetados, saíram todos a correr da loja”- Inquirido no comércio de rua

“As clientes estavam tapadas pelos expositores centrais e tinham um aparelho para retirar os alarmes” – Inquirido em centros comerciais

Por fim, alguns sujeitos realçam também o carácter criminógeno dos provadores, utilizados de forma instrumental para a consumação do furto.

“Levou muitas peças para o provador, rebentou os alarmes e escondeu as peças na mala” – Inquirido em centros comerciais

“Retirou os alarmes no provador e colocou as peças na carteira. Antes de sair da loja largou os alarmes dentro de outras peças expostas na loja” – Inquirido em centros comerciais

“Utilizou sinais sonoros, como tosse ou espirros, para abafar o som do alarme a ser removido ou partido” – Inquirido em centros comerciais

4.6. O SISTEMA FORMAL DE CONTROLO E O SETOR DE VENDA A RETALHO

4.6.1. PERCEÇÃO DA EFICÁCIA E PUNITIVIDADE DO SISTEMA DE JUSTIÇA

Os itens presentes na Tabela 23 pretendem compreender a percepção dos gerentes e subgerentes das lojas quanto à eficácia e da punitividade do sistema de justiça em relação ao crime de furto. No que concerne à legislação em vigor, apenas uma proporção de indivíduos inferior a 5%, em ambos os contextos, considera que a lei pune de forma adequada aqueles que praticam o crime de furto em lojas. No mesmo sentido, a grande maioria dos inquiridos, tanto nas lojas do comércio de rua (85.2%), como em centros comerciais (75.9%) considera que as leis não são eficazes para impedir este tipo de crime. Contudo, quando questionados se *as penas pesadas são a melhor forma de prevenir os furtos*, 46.3% dos indivíduos das lojas do comércio de rua referem concordar ou concordar totalmente com esta afirmação e 61.1% dos inquiridos nas lojas em centros comerciais.

Relativamente ao seguimento dos casos para as instâncias judiciais, apenas uma pequena proporção de inquiridos nos dois contextos (<15%) concorda ou concorda totalmente que *alguém apanhado a furtar pela primeira vez não deve ser levado a tribunal*. No mesmo sentido, se o artigo furtado for de valor reduzido, apenas uma pequena proporção de inquiridos, tanto nas lojas de rua, como nas lojas em centros comerciais, considera que o infrator não deve ser levado a tribunal (16.7% e 7.4%, respetivamente).

Tabela 23: Eficácia e punitividade percecionada do sistema de justiça, em função do contexto

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			<i>p</i> ¹
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
As leis não são eficazes para impedir o furto em lojas	85.2	4.04	1.06	75.9	3.89	1.25	80.6	3.96	1.16	.224
A melhor forma de combater os furtos é com penas pesadas	46.3	3.30	1.16	61.1	3.52	1.11	53.7	3.41	1.14	.123
Alguém apanhado a furtar pela primeira vez não deve ser levado a tribunal	13.0	1.96	1.13	11.1	1.76	1.06	12.0	1.86	1.10	.767
Se o valor do artigo furtado é baixo, o infrator não deve ser levado a tribunal	16.7	2.06	1.04	7.4	1.85	0.96	12.0	1.95	1.00	.139
A lei pune adequadamente aqueles que furtam lojas	1.9	1.67	0.82	3.7	1.69	0.89	2.8	1.68	0.85	.558

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - concordo/concordo totalmente; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

Atendendo aos itens da Tabela 23 foi construído um índice tendo por base o estudo de Ramaseshan & Soutar (1991). Para a realização do presente índice foi acrescentado o item *a melhor forma de combater os furtos é com penas pesadas*, por se considerar uma questão pertinente na avaliação do sistema judicial e foram invertidos os itens *as leis não são eficazes*

para impedir o furto em lojas e a melhor forma de combater os furtos é com penas pesadas, com vista a terem a mesma tendência de resposta.

Este índice global apresenta um $\alpha=.635$ considerado aceitável, de acordo com os critérios anteriormente definidos. O índice (Tabela 24) varia numa escada de 1 a 5, em que valores mais elevados deste índice indicam uma maior perceção de eficácia e punitividade do sistema judicial. Este índice regista uma média de 2.07 nas lojas do comércio de rua e 1.98 nas lojas em centros comerciais. Desta forma, apesar de não serem assinaladas diferenças estatisticamente significativas entre os dois contextos, verifica-se que os inquiridos percecionam o sistema de justiça como pouco eficaz e pouco punitivo.

Tabela 24: Índice da eficácia e da punitividade percecionada do sistema de justiça, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total		p^1
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
Eficácia e punitividade percecionada do sistema de justiça	2.07	0.67	1.98	0.68	2.02	0.67	.440

Nota: ¹Teste Mann-Whitney; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.6.2. REPORTABILIDADE ÀS INSTÂNCIAS FORMAIS DE CONTROLO

Na análise do crime de furto, considera-se fundamental conhecer a proporção de inquiridos que participam oficialmente os crimes à polícia, assim como os motivos que contribuem para que essa participação seja ou não efetuada.

A partir da análise da Tabela 25, verifica-se que a proporção de gerentes e subgerentes que afirma ter reportado, nos últimos dois meses, um incidente à polícia referente à sua loja é superior nas lojas do comércio de rua (25.9%), comparativamente os inquiridos nas lojas em centros comerciais (9.3%). Desta forma, constata-se que esta diferença entre os dois contextos é estatisticamente significativa ($p<.05$).

Recorrendo ao cálculo da *Odds Ratio*, verifica-se que é 3.43 vezes mais provável um gerente ou subgerente de uma loja do comércio de rua reportar o crime à polícia, do que um gerente ou subgerente de uma loja num centro comercial, com um significado estatístico a um intervalo de confiança de 95% [1.138;10.338].

Das participações efetuadas à polícia nos últimos dois meses, e tendo em conta os valores totais⁶⁷, aquelas que foram mais reportadas são referentes a situações de furto ($n=8$), seguido do roubo ($n=5$), em ambos os contextos em análise.

Tabela 25: Prevalência da reportabilidade do crime de furto à polícia, nos últimos dois meses, em função do contexto

		Comércio de rua		Centros comerciais		Total		p^1
		%	n	%	n	%	n	
Incidente reportado à polícia nos últimos dois meses, relativamente a esta loja:	Sim	25.9	14	9.3	5	17.6	19	.041
	Não	74.1	40	90.7	49	82.4	89	

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; n – número de sujeitos

Os indivíduos que reportaram à polícia um incidente nos últimos dois meses, foram questionados acerca dos motivos que os levaram a fazer a participação oficial. Assim, de todas as razões enumeradas, 18.5% ($n=10$) dos inquiridos nas lojas do comércio de rua, assim como 5.6% ($n=3$) dos inquiridos nas lojas em centros comerciais, refere que o fez porque *todos os crimes devem ser reportados*.

O segundo motivo principal pelo qual os indivíduos reportaram à polícia, tanto nas lojas de rua ($n=7$), como nas lojas em centros comerciais ($n=3$), está relacionado com o facto de quererem evitar que o incidente volte a acontecer. Os restantes motivos apenas são referidos por um número de sujeitos inferior a 6%, tais como a possibilidade de reaver o que foi furtado, ser a política da empresa, por razões ligadas ao seguro ou para obter ajuda (Tabela 26).

Tabela 26: Razões que motivaram os inquiridos a reportarem um crime de furto à polícia, nos últimos dois meses, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total	
	%	n	%	n	%	n
Todos os crimes devem ser reportados	18.5	10	5.6	3	12.0	13
Evitar que volte a acontecer	13.0	7	5.6	3	9.3	10
Possibilidade de reaver o que foi furtado	5.6	3	3.7	2	4.6	5
Política da empresa	3.7	2	3.7	2	3.7	4
Razões ligadas ao seguro	5.6	3	0.0	0	2.8	3
Obter ajuda	3.7	2	0.0	0	1.9	2

Nota: % - sujeitos que selecionaram o motivo; n – número de sujeitos

⁶⁷ Dado o reduzido tamanho amostral das respostas, esta análise tende a ser meramente descritiva e exploratório sem o recurso a testes estatísticos para verificar diferenças entre contextos. Realça-se, desta forma, a pouca expressividade destes dados na representação da amostra.

Os indivíduos que indicaram não ter reportado nenhum incidente à polícia nos últimos dois meses, foram questionados sobre os motivos que os levaram a não fazer uma participação às instâncias formais de controlo (Tabela 27). Neste sentido, apenas serão apresentados os dados referentes aos sujeitos que afirmaram ter detetado um furto na sua loja⁶⁸.

Assim, o motivo mais enumerado pelos gerentes e subgerentes em ambos os contextos (14.8%) prende-se com o facto de o furto ter representado uma perda relativamente pequena.

“Foi uma perda pequena, mas também não resolvia nada. Já tenho outras experiências negativas. É só uma perda de tempo” – Inquirido em centros comerciais

Tabela 27: Razões que motivaram os inquiridos a não reportarem os crimes de furto à polícia, nos últimos dois meses, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total	
	%	n	%	n	%	n
Não foi detetado nenhum furto	38.9	21	40.7	22	39.8	43
Foi uma perda relativamente pequena	14.8	8	14.8	8	14.8	16
Exige demasiado tempo	5.6	3	7.4	4	6.5	7
Os funcionários ou seguranças da loja trataram da situação	3.7	2	11.1	6	7.4	8
Aumentaria os custos do seguro	0.0	0	3.7	2	1.9	2
Não tem confiança na resposta da polícia	1.9	1	1.9	1	1.9	2
Medo de represálias	0.0	0	1.9	1	0.9	1
Foi apenas uma vez	0.0	0	1.9	1	0.9	1
Não tem seguro	0.0	0	0.0	0	0.0	0
Não foi possível contactar a polícia	0.0	0	0.0	0	0.0	0
Outra	14.8	8	20.4	11	17.6	19

Nota: % - sujeitos que seleccionaram o motivo; n – número de sujeitos

O segundo motivo mais apresentado prende-se com o facto do procedimento policial exigir demasiado tempo, representando aproximadamente 6% dos inquiridos tanto nas lojas de rua, como nas lojas em centros comerciais. O terceiro motivo mais indicado refere que os *funcionários ou seguranças da loja trataram da situação*, representando apenas 3.7% nas lojas de rua e 11.1% nas lojas em centros comerciais. Por último, todos os outros motivos representam valores totais inferiores a 5%, pelo que não apresentam relevo estatístico. Desta forma, verifica-se por vezes os gerentes e subgerentes desconhecem o seguimento do caso ou este é simplesmente reportado à sede da empresa.

⁶⁸ Esta questão incluía a opção *não foi detetado nenhum furto*, que pretendia servir como filtro e excluir os casos em que os inquiridos não tinham detetado nenhum furto nos últimos dois meses, o que representa aproximadamente 40% dos inquiridos em ambos os contextos.

“Foi reportado à empresa. Não sei como foi tratada a situação” – Inquirido no comércio de rua

“O furto apenas foi reportado internamente à empresa” – Inquirido em centros comerciais

“A empresa acabou por tomar outra decisão” – Inquirido no comércio de rua

Partindo da análise da Tabela 28, verifica-se que 61.1% dos gerentes e subgerentes das lojas do comércio de rua refere como provável ou muito provável reportar um furto cometido por um cliente à polícia, assim como 72.2% nas lojas em centro comercial.

Quando questionados sobre a probabilidade com que reportariam à polícia um furto cometido por um funcionário, 40.7% dos inquiridos no comércio de rua refere essa situação como provável ou muito provável e 55.6% dos sujeitos inquiridos em lojas de centros comerciais. Em ambas as situações, as diferenças entre os contextos não é estatisticamente representativa.

Contudo, quando comparada a probabilidade de reportar à polícia um furto praticado por um cliente ou um funcionário, verifica-se uma diferença estatisticamente significativa. Ou seja, a probabilidade de os inquiridos reportarem um furto cometido por um cliente é superior à probabilidade de reportarem um furto cometido por um funcionário à polícia, em ambos os contextos ($p=.000$, usando o teste Qui-Quadrado).

Tabela 28: Probabilidade dos gerentes e subgerentes reportarem um furto à polícia em função do tipo de ofensor, nos dois contextos

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
Probabilidade com que reportava à polícia um furto de um <u>cliente</u>	61.1	3.78	1.25	72.2	4.07	1.04	66.7	3.93	1.16	.221
Probabilidade com que reportava à polícia um furto de um <u>funcionário</u>	40.7	3.07	1.47	55.6	3.54	1.34	48.1	3.31	1.42	.123

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - provável/muito provável; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.6.3. PERCEÇÃO DA VISIBILIDADE DA POLÍCIA

Considera-se a visibilidade da polícia a frequência de patrulhamento efetuado pela polícia no carro patrulha ou a pé. Assim, pretende-se determinar a percepção que os inquiridos têm acerca da frequência desse patrulhamento, tendo em conta estes dois indicadores. Os itens foram medidos através de uma escala de Likert de 5 pontos, em que 1 significa nunca e 5 todos os dias (Tabela 29).

Relativamente à visibilidade da polícia, verifica-se que os sujeitos das lojas de rua expressam uma maior visibilidade desta força policial no contexto da sua loja. Assim, 38.9% dos inquiridos nas lojas de rua afirma ver quase todos os dias ou todos os dias um ou mais agentes da polícia a fazer patrulhamento a pé na zona da loja. Inversamente, apenas 1.9% dos gerentes e subgerentes das lojas em centros comerciais constata esta situação.

No mesmo sentido, os inquiridos nas lojas de rua percecionam como mais frequente a passagem de um carro patrulha da polícia na zona da loja (40.7%), em comparação com a perceção dos gerentes e subgerentes das lojas em centros comerciais (5.7%). Em ambos os indicadores, as diferenças acentuadas entre ambos os contextos apresentam significado estatístico ($p=.000$).

Tabela 29: Perceção da visibilidade da polícia na zona da loja, em função do contexto

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
Um ou mais agentes da polícia a pé	38.9	3.17	1.21	1.9	1.74	0.79	20.4	2.45	1.24	.000
Um carro patrulha da polícia	40.7	3.26	1.10	5.7	1.79	1.01	23.4	2.53	1.28	.000

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - quase todos os dias/todos os dias; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

Combinando os dois itens anteriormente referidos (*um ou mais agentes da polícia a pé* e *um carro patrulha da polícia*), foi realizada uma análise fatorial (com um objetivo confirmatório) que culminou na extração de um fator único que explica 83.63% da variância total. Assim, foi calculado um índice da visibilidade de polícia ($\alpha=.804$), que varia entre 1 (nunca) e 5 (todos os dias), em que valores mais elevados deste índice indicam maior visibilidade da polícia (Tabela 30). Desta forma, verifica-se que os inquiridos nas lojas de rua são aqueles que apresentam um maior índice de visibilidade da polícia ($\bar{X}=3.21$), em comparação com os indivíduos das lojas em centros comerciais ($\bar{X}=1.76$), existindo, assim, uma diferença significativa entre os dois contextos ($p=.000$).

Tabela 30: Índice da visibilidade da polícia na zona da loja, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total		p^1
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
Visibilidade da polícia na zona da loja	3.21	1.01	1.76	0.78	2.49	1.16	.000

Nota: ¹Teste Mann-Withney; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.6.4. SATISFAÇÃO COM O TRABALHO DA POLÍCIA

Tendo em vista avaliar percepção dos gerente e subgerentes relativamente ao trabalho e atuação da polícia, os inquiridos foram questionados sobre um conjunto itens medidos numa escala de Likert de 5 pontos, em que 1 significa discordo totalmente e 5 concordo totalmente.

Partindo da análise da Tabela 31, verifica-se que apenas uma pequena proporção de inquiridos concorda ou concorda totalmente que a polícia consegue controlar o crime na zona da loja, tanto nas lojas do comércio de rua (13.2%), como nas lojas em centros comerciais (9.4%). No mesmo sentido, relativamente ao trabalho da polícia na zona da loja (*a polícia faz um bom trabalho*), constata-se que apenas 24.5% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua e 11.3% dos sujeitos das lojas em centros comerciais concorda ou concorda totalmente com a afirmação, o que revela a existência de uma baixa satisfação com o trabalho da polícia.

Quando questionados sobre os meios que a polícia dispõe, apenas uma pequena proporção de inquiridos (inferior a 6%) em ambos os contextos, revela que o número de polícias é suficiente na zona da loja. Relativamente à preocupação da polícia com a segurança, 26.4% dos inquiridos nas lojas do comércio de rua e 13.2% nas lojas em centros comerciais, concorda ou concorda totalmente que a polícia se preocupa muito com a segurança.

Relativamente à relação entre a polícia e os lojistas, observa-se que uma pequena proporção de inquiridos concorda ou concorda totalmente que a polícia trabalha em conjunto com os lojistas na resolução de problemas. Esta situação é mais percecionada pelos inquiridos das lojas do comércio de rua (22.6%), do que pelos inquiridos das lojas em centros comerciais (7.5%). A mesma tendência de resposta é verificada quando questionados se *os polícias interagem com os lojistas*, uma vez que 26.4% dos inquiridos nas lojas de rua e apenas 7.5% dos sujeitos das lojas em centros comerciais concorda ou concorda totalmente com esta afirmação. Em ambos os casos, a partir da estatística de teste Qui-Quadrado, considera-se que as diferenças entre os dois contextos apresentam significado estatístico ($p < .05$).

Por último, apenas uma pequena proporção de inquiridos nas lojas do comércio de rua (22.6%) e nas lojas em centros comerciais (30.2%) refere concordar ou concordar totalmente que *quando alguém chama a polícia eles vêm de imediato*. Apesar de tudo, os lojistas demonstram uma grande disposição para trabalhar em conjunto com a polícia para resolver problemas, tanto nas lojas do comércio de rua (86.8%), como nas lojas em centros comerciais (79.2%).

Tabela 31: Avaliação da satisfação com o trabalho e desempenho da polícia e a relação com os lojistas, nos dois contextos

	Comércio de rua			Centros comerciais			Total			<i>p</i> ¹
	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
A polícia consegue controlar o crime	13.2	2.34	1.06	9.4	2.28	0.97	11.3	2.31	1.01	.540
A polícia faz um bom trabalho	24.5	2.75	1.09	11.3	2.66	0.83	17.9	2.71	0.97	.076
A polícia trabalha em conjunto com os lojistas na resolução de problemas	22.6	2.62	1.13	7.5	2.47	0.93	15.1	2.55	1.03	.030
A polícia preocupa-se muito com a segurança	26.4	2.81	1.04	13.2	2.83	0.78	19.8	2.82	0.91	.088
O número de polícias é suficiente	5.7	1.92	0.96	3.8	2.19	0.92	4.7	2.06	0.94	.647
Os polícias interagem com os lojistas	26.4	2.57	1.22	7.5	2.13	1.02	17.0	2.35	1.14	.010
Quando alguém chama a polícia, os agentes vêm de imediato	22.6	2.58	1.28	30.2	2.91	1.10	26.4	2.75	1.20	.378
Os lojistas estão dispostos a trabalhar em conjunto com a polícia para resolver problemas nesta zona	86.8	4.32	0.87	79.2	4.08	1.02	83.0	4.20	0.95	.301

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; % - concordo/concordo totalmente; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

Com o objetivo de determinar a satisfação com o trabalho da polícia foi elaborado um índice global através de uma análise fatorial dos sete itens anteriormente descritos, tendo sido excluído o item *os lojistas estão dispostos a trabalhar em conjunto com a polícia para resolver problemas nesta zona*, com o objetivo de estabilizar a análise fatorial. Este índice, quando testado para a consistência interna obteve um $\alpha=.865$.

A análise culminou com a extração de um único fator, que explica 56.20% da variância total. O valor do índice varia entre 1 e 5 e valores mais elevados deste índice representam maior satisfação com o trabalho da polícia.

O índice da satisfação com o trabalho da polícia (Tabela 32) não regista diferenças estatisticamente significativas entre os dois contextos e apresenta uma média de 2.51 nas lojas com comércio de rua e uma média de 2.50 nas lojas em centros comerciais, o que revela uma baixa satisfação com o trabalho policial.

Tabela 32: Índice da satisfação com o trabalho e desempenho da polícia, nos dois contextos

	Comércio de rua		Centros comerciais		Total		<i>p</i> ¹
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
Índice da satisfação com o trabalho da polícia	2.51	0.84	2.50	0.69	2.51	0.77	.990

Nota: ¹Teste-t; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

Tal como descrito anteriormente, os inquiridos percecionam uma baixa satisfação com o trabalho da polícia. No mesmo sentido, quando questionados sobre *a prioridade com a polícia trata o crime no setor de vendas*, a grande maioria dos indivíduos considera que a polícia o trata com uma prioridade baixa (>60%) ou muito baixa (>20%), tanto nas lojas do comércio de rua, como nas lojas em centros comerciais. Apenas, aproximadamente, 10% dos sujeitos considera que a polícia trata o crime no setor de vendas com uma prioridade alta ou muita alta, não sendo verificadas diferenças significativa entre os contextos ($p=.551$) (Tabela 33).

Tabela 33: Prioridade com que a polícia trata o crime no setor de vendas, em função do contexto

		Comércio de rua			Centros comerciais			Total			p^1
		%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	%	$\bar{X}$	SD	
A polícia trata o crime no setor de vendas com uma prioridade:	Muito baixa	23.1			23.1			23.1			.551
	Baixa	63.5	1.94	0.70	65.4	1.88	0.58	64.4	1.91	0.64	
	Alta	9.6			11.5			10.6			
	Muito alta	3.8			0.0			1.9			

Nota: ¹Teste Qui-Quadrado; $\bar{X}$ - Média; SD - Desvio-padrão

4.7. ANÁLISE MULTIDIMENSIONAL DA PERCEÇÃO DO FENÓMENO DO FURTO EM LOJAS

Para uma compreensão multidimensional da percepção do fenómeno do furto em lojas e, para concretizar alguns objetivos desta investigação, é essencial compreender que elementos se relacionam entre si e de que forma se estabelece essa relação. Para isso, recorreu-se à utilização do teste de Spearman, tendo em conta os critérios previamente definidos (secção 3.5.4.). Dadas as suas especificidades, os dados serão analisados separadamente de acordo com o contexto (lojas de rua e lojas em centros comerciais)⁶⁹.

4.7.1. A PERCEÇÃO DO FENÓMENO NAS LOJAS DO COMÉRCIO DE RUA

Relativamente à percepção dos inquiridos nas lojas do *comércio de rua* e, tendo presente a Tabela 34, constata-se que a problematização e consequências do crime de furto se correlaciona de forma positiva e estatisticamente significativa com o impacto na gestão ($r=.466$; $p=.000$) e no quotidiano ($r=.576$; $p=.000$) da loja. Ou seja, aqueles indivíduos que percecionam mais o crime de furto como um problema referem também que este tem um maior impacto na gestão e no quotidiano da loja. Com uma variação no mesmo sentido verifica-se, ainda, que o impacto na gestão da loja está correlacionado positivamente com o impacto no quotidiano da loja ($r=.418$; $p=.002$).

No que concerne à percepção da eficácia do sistema de justiça, verifica-se que esta se encontra correlacionada negativamente com diversas variáveis. Assim, constata-se uma correlação estatisticamente significativa e negativa desta variável com a problematização do crime de furto ($r= -.503$; $p=.000$), com o impacto na gestão da loja ($r= -.401$; $p=.003$) e com o impacto no quotidiano da loja ($r= -.500$; $p=.000$). Desta forma, os inquiridos que percecionam mais o crime de furto como um problema e com maior impacto na gestão e no quotidiano da loja, percecionam uma menor eficácia do sistema de justiça.

Por fim, verifica-se que a visibilidade a polícia se correlaciona positivamente com a satisfação do trabalho da polícia ($r=.303$; $p=.026$) e com a eficácia do sistema de justiça ($r=.569$; $p=.000$). Ou seja, quando os inquiridos percecionam uma maior presença e visibilidade de elementos policiais, conferem também maior eficácia ao sistema de justiça e reconhecem-se mais satisfeitos com o trabalho da polícia.

⁶⁹ As correlações respeitantes aos valores totais encontram-se presentes no Anexo 4.

Tabela 34: Correlações entre a problematização, o impacto do crime de furto na loja e a atuação das estâncias formais de controlo, nas lojas do comércio de rua

	1	2	3	4	5	6
1. Problematização e consequências do crime de furto	-	.466**	.576**	-.503**	.107	-.126
2. Impacto na gestão	-	-	.418**	-.401**	-.078	-.118
3. Impacto no quotidiano	-	-	-	-.500**	.038	-.251
4. Eficácia e punitividade do sistema de justiça	-	-	-	-	.219	.303*
5. Satisfação com o trabalho da polícia	-	-	-	-	-	.569**
6. Visibilidade da polícia	-	-	-	-	-	-

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$

A Tabela 35 pretende correlacionar a *existência de estratégias formais e informais nas lojas*, assim como a eficácia percecionada dessas estratégias. Desta forma, contata-se uma correlação positiva entre o uso de medidas formais e o uso de medidas informais ($r=.568$; $p=.000$), o que significa que aqueles indivíduos das lojas do comércio de rua que referem utilizar medidas de segurança formais, indicam também recorrer a estratégias informais. Verifica-se também que a perceção da eficácia das medidas informais se correlaciona positivamente com o uso destas mesmas medidas ($r=.475$; $p=.000$) e com a eficácia das medidas formais ($r=.458$; $p=.001$).

De realçar, ainda, que os espaços que têm um maior número de lojas em todo o país reportam utilizar mais medidas formais ($r=.275$; $p=.049$) e consideram-nas mais eficazes ($r=.286$; $p=.040$). Estas correlações são positivas e estatisticamente significativas, embora não sejam correlações fortes.

Tabela 35: Correlações entre o uso de medidas formais e informais, eficácia percecionada das medidas, número de lojas no país e número de funcionários da loja, nas lojas do comércio de rua

	1	2	3	4	5	6
1. Existência das medidas formais	-	.568**	.159	.202	.275*	.117
2. Existência das medidas informais	-	-	.112	.475**	.144	.152
3. Eficácia das medidas formais	-	-	-	.458**	.286*	.223
4. Eficácia das medidas informais	-	-	-	-	-.009	.125
5. Número de lojas no país	-	-	-	-	-	.465**
6. Número de funcionários da loja	-	-	-	-	-	-

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$

4.7.2. A PERCEÇÃO DO FENÓMENO NAS LOJAS EM CENTROS COMERCIAIS

Seguidamente, atendendo aos inquiridos nas lojas em *centros comerciais* e os dados presentes na Tabela 36, constata-se a existência de uma correlação positiva entre a problematização e consequências do crime de furto e o impacto na gestão ($r=.279$; $p=.043$) e no quotidiano da loja ($r=.493$; $p=.000$). No caso da primeira correlação, verifica-se que é mais fraca do que nas lojas do comércio de rua. No mesmo sentido, verifica-se ainda uma correlação positiva e estatisticamente significativa entre o impacto na gestão e no quotidiano da loja ($r=.683$; $p=.000$).

Por último, constata-se uma correlação negativa entre a visibilidade da polícia e o impacto do crime de furto no quotidiano da loja ($r= -.288$; $p=.036$). De realçar que, nos sujeitos inquiridos em centros comerciais, não se estabelece uma correlação significativa entre a visibilidade da polícia e a satisfação com o trabalho da polícia, contrariamente ao que se verifica nas lojas do comércio de rua.

Tabela 36: Correlações entre a problematização, o impacto do crime de furto na loja e a atuação das estâncias formais de controlo, nas lojas em centros comerciais

	1	2	3	4	5	6
1. Problematização e consequências do crime de furto	-	.279*	.493**	.140	-.008	-.173
2. Impacto na gestão	-	-	.683**	.260	.095	-.264
3. Impacto no quotidiano	-	-	-	.130	.068	-.288*
4. Eficácia e punitividade do sistema de justiça	-	-	-	-	.048	-.057
5. Satisfação com o trabalho da polícia	-	-	-	-	-	.039
6. Visibilidade da polícia	-	-	-	-	-	-

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$

Relativamente às *estratégias de segurança e prevenção* (Tabela 37), constata-se uma correlação positiva entre a existência de medidas formais e a existência de medidas informais ($r=.485$; $p=.000$), o que revela que os indivíduos que referem utilizar medidas formais, indicam também o uso de medidas informais. Em último lugar, verifica-se que a eficácia das medidas formais se correlaciona positivamente com a eficácia das medidas informais ($r=.273$; $p=.046$).

O número de funcionários da loja encontra-se correlacionado de forma positiva com a existência de medidas formais ($r=.339$; $p=.012$) e informais na loja ($r=.282$; $p=.039$), assim como com o número de lojas no país ($r=.277$; $p=.049$)

Tabela 37: Correlações entre o uso de medidas formais e informais, eficácia percebida das medidas, número de lojas no país e número de funcionários da loja, em centros comerciais

	1	2	3	4	5	6
1. Existência das medidas formais	-	.485**	.184	.124	-.258	.339*
2. Existência das medidas informais	-	-	.047	.173	-.002	.282*
3. Eficácia das medidas formais	-	-	-	.273*	-.064	.077
4. Eficácia das medidas informais	-	-	-	-	.018	-.108
5. Número de lojas no país	-	-	-	-	-	.277*
6. Número de funcionários da loja	-	-	-	-	-	-

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$

CAPÍTULO V

CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1. CONCLUSÕES E DISCUSSÃO

O presente estudo centra-se nos elementos contextuais e situacionais do crime de furto no setor de venda a retalho. Considera-se que o crime não está apenas dependente de fatores individuais, mas também das oportunidades criminais presentes nos espaços, capazes de potenciar ou condicionar a passagem ao ato.

De seguida serão destacados os principais resultados desta investigação que pretende caraterizar o fenómeno do crime de furto em lojas através da análise de múltiplas dimensões, estabelecendo um paralelismo constante entre dois contextos distintos: comércio de rua ($n=54$) e centros comerciais ($n=54$). Assim, de forma a concretizar este objetivo, recorreu-se à análise das perceções de 108 gerentes e subgerentes do setor de venda a retalho, com recurso a um questionário de autopreenchimento, nos dois contextos referidos.

Relativamente à amostra em estudo constata-se, desde logo, que as cadeias de lojas são predominantes nos centros comerciais, sendo nestes contextos que se encontram também as lojas com maior número de funcionários e com um número médio de espaços de venda abertos ao público superior. Contudo, é no comércio de rua que se encontram os gerentes e subgerentes que apresentam mais anos de experiência no setor de venda a retalho.

Apesar da heterogeneidade da amostra, o crime de furto é maioritariamente percecionado, em ambos os contextos, como um problema no setor de vendas e considerado um fenómeno que irá conhecer um aumento num futuro próximo, dados corroborados por Lindblom & Kajalo (2011) que, através de um estudo realizado em três países nórdicos, apresenta uma conclusão semelhante. Contudo, verifica-se que apesar da problematização deste fenómeno, grande parte dos inquiridos no comércio de rua (72.2%) e nos centros comerciais (77.4%) mantém constante o seu investimento em formas de prevenção do crime, durante o último ano.

Para que seja possível conhecer o problema do crime de furto em lojas, revela-se de especial importância entender de que forma este afeta a loja e os comerciantes. De modo geral, e corroborando à literatura (ver Lindblom & Kajalo, 2011), este crime provoca um impacto negativo importante sobre os lucros, sendo isto mais percecionado pelos inquiridos

das lojas em centros comerciais comparativamente às lojas do comércio de rua. Os dados do presente estudo indicam, ainda, que o crime de furto apresenta um maior impacto no quotidiano da loja, do que na gestão do espaço. Além disto, e nos dois contextos, verifica-se que os inquiridos que percecionam mais o crime de furto como um problema, referem também que este apresenta um maior impacto tanto na gestão, como no quotidiano da loja.

Tal como revisto na literatura, o impacto do crime de furto para as lojas não se esgota na simples perda dos produtos. As suas consequências podem estender-se a diferentes níveis. Primeiramente, mesmo não existindo a subtração efetiva do produto, não raras vezes, durante o desencadear do evento criminal os artigos acabam danificados, fruto das diversas tentativas fracassadas de remoção dos elementos de segurança. Em segundo lugar, verifica-se que o crime de furto tem também como consequência o aumento dos custos em segurança, necessária para garantir a proteção dos produtos na loja (ver Bamfield, 2011; Press et al., 2001). Atendendo ao presente estudo, corrobora-se que estes constituem dois dos problemas com maior impacto em ambos os contextos, embora o aumento dos custos em segurança tenha um impacto ligeiramente superior nas lojas do comércio de rua, comparativamente às lojas em centros comerciais.

Adicionalmente, constata-se ainda como consequência do crime de furto o desperdício de tempo e o aumento da carga de trabalho dos funcionários em ambos os contextos. Esta consequência pode refletir-se de diversas formas, tais como: reforço da vigilância, maior controlo de *stocks*, reforço do controlo dos clientes, tempo gasto na implementação de sistemas de segurança, registo de irregularidades ou participações formais.

A ocorrência e as consequências do crime de furto não devem ser concebidas de forma estática. Assim, para além dos elementos situacionais e ambientais, o crime apresenta também flutuações consoante as épocas do ano ou as alturas do dia (Nelson et al., 1996). No decorrer do presente estudo, apenas é possível suportar parcialmente este postulado da sazonalidade do crime. Desta forma, em ambos os contextos, cerca de metade dos inquiridos considera que o crime se manteve constante nas diferentes alturas do ano (épocas de saldos e épocas festivas), aproximadamente, um terço da amostra considera que este aumentou nesses momentos, e uma pequena percentagem refere que este diminuiu, durante o último ano. Neste sentido, expressa-se a necessidade de maior investigação relativamente a este aspeto, através do recurso a diferentes fontes de informação (triangulação), tendo em vista obter uma representação mais precisa do fenómeno.

No presente estudo, no que concerne aos meios de prevenção utilizados, os retalhistas recorrem a uma conjugação entre meios de prevenção mecânicos e eletrónicos que apresentam maior visibilidade (formais) e estratégias menos perceptíveis que envolvem a manipulação do *design* do espaço através da concretização de alguns princípios do CPTED ou a integração dos funcionários como elementos dissuasores (informais). Neste sentido, verifica-se que, em ambos os contextos, tendem a ser utilizadas mais medidas informais do que medidas formais. No mesmo sentido, os gerentes e subgerentes percecionam as estratégias informais como mais eficazes na prevenção do crime de furto, comparativamente aos elementos formais de prevenção. De realçar ainda que, nas lojas de rua, a eficácia das medidas formais se encontra positivamente correlacionada com a eficácia das estratégias informais. Isto corrobora a ideia apresentada pela investigação científica internacional que aponta para a importância da complementaridade e integração das medidas de segurança. Assim sendo, de acordo com Carmel-Gilfilen (2012) o ofensor considera, na tomada de decisão, tanto as técnicas de segurança formais, como o ambiente da loja. Além disto, verifica-se que a eficácia de determinadas medidas formais (*e.g.*, videovigilância) pode ser reduzida e limitada por elementos interferentes do espaço. Reforce-se, então, a importância de conceber estratégias de prevenção integradas e que não atuem como elementos independentes, mas complementares (Carmel-Gilfilen, 2011; 2012; Tonglet & Bamfield, 1997).

Relativamente às estratégias formais, os alarmes eletrónicos são os mais amplamente utilizados e aqueles considerados mais eficazes pelos inquiridos de ambos os contextos⁷⁰. A determinação de regras claras para o uso dos provedores é também uma das estratégias mais utilizadas nas lojas em centros comerciais e, igualmente, mais percecionada como eficaz nesse contexto. Ainda no âmbito das medidas formais, o uso de circuitos fechados de televisão (CCTV) constitui apenas, proximamente, 35% em ambos os contextos. Este facto pode dever-se aos elevados custos associados a este tipo de soluções de segurança, apresentada como a principal razão, por cerca de metade da amostra, para não utilizarem mais sistemas de segurança do que aqueles que já dispõem. Em todo o caso, apesar da literatura internacional não ser consensual na aferição da eficácia desta medida (Beck & Willis, 1993; Welsh & Farrington, 2002), no presente estudo, uma elevada proporção de sujeitos considera o CCTV uma medida eficaz ou muito eficaz na prevenção do furto, tanto nas lojas de rua (61.1%), como em centros comerciais (55.6%). Porém, o uso dos sinais de aviso, como por

⁷⁰ Este resultado é corroborado pelos estudos de DiLonardo (1997), Eck (1997) e Farrington et al. (1993), que determinam estes dispositivos como formas eficazes de prevenção.

exemplo, “*este estabelecimento está sob vigilância*”, é superior ao uso de CCTV. Assim, esta estratégia é, muito provavelmente, utilizada com um objetivo dissuasor, tendo em vista aumentar no ofensor a percepção do risco de deteção (Ekblom, 1986).

Por fim, refira-se ainda a reduzida utilização de sistemas de alarmes com tinta em ambos os contextos. Para além disto, esta é também percecionada uma medida pouco eficaz. Isto deve-se ao facto de além de reduzir o benefício e as recompensas do crime (Clarke, 2003; Hayes, 1999), estes sistemas acabam também por danificar o produto, já anteriormente referido como uma consequência com impacto significativo nos retalhistas.

No que concerne às estratégias informais, apesar de mais utilizadas do que as estratégias formais, verifica-se que existe ainda uma lacuna na implementação destas medidas, em ambos os contextos, principalmente no que se refere à presença de elementos de CPTED⁷¹. Desta forma, apesar de grande parte dos inquiridos reconhecer que o crime de furto provoca alterações na disposição dos produtos e no aspeto interior da loja, em concreto, verifica-se que grande parte das estratégias apenas estão estabelecidas em cerca de 50% da amostra total. No entanto, são estas mesmas estratégias que os gerentes e subgerentes reconhecem ser mais eficazes na prevenção do crime de furto.

Para além das estratégias de *design* e de CPTED é concedida especial importância ao fator humano na prevenção do crime em lojas. Neste sentido, o funcionário assume uma posição central, em que a sua presença constituiu um elemento de vigilância natural, com carácter dissuasor na prática do crime (Crowe, 2000; Hayes, 1999; Press et al., 2001; Shapland, 1995). No presente estudo, a atenção do funcionário e a troca de informações entre lojas sobre situações de furto são as estratégias consideradas mais eficazes (>75%), bem como as mais implementadas (>70%)⁷². Apesar de tudo, o treino e formação dos funcionários para as questões relativas ao crime de furto é, por vezes, descurado pelos retalhistas. Assim, embora seja considerada uma estratégia de elevada eficácia, somente uma proporção inferior a 50% da amostra refere ter implementado esta medida.

Uma outra dimensão igualmente abordada no âmbito deste estudo prende-se com a identificação dos produtos mais furtados e das estratégias mais utilizadas para a prática do furto. Uma pequena proporção de sujeitos, diminuta e sem significado estatístico, refere que

⁷¹ Acrónimo referente a: Prevenção do Crime Através do Design Ambiental (*Crime Prevention Through Environmental Design*).

⁷² Estas medidas revestem-se de especial importância uma vez que, tal como refere Carter e colaboradores (1988), providenciar informações regulares aos funcionários sobre os produtos mais furtados, pode contribuir para a redução do crime de furto através do aumento da observação sobre os produtos assinalados.

os produtos mais furtados são, tendencialmente, produtos pequenos, caros, fáceis de esconder, com menor volume e acessíveis. Estes dados indicativos corroboram a literatura existente, nomeadamente o acrónimo CRAVED⁷³, definido por Clarke (1999), que continua a constituir a melhor forma de descrever de forma simples e direta as características dos produtos mais frequentemente alvo de furto.

Tal como referido anteriormente, o ofensor na prática do crime contempla as características e os elementos situacionais do contexto (Clarke & Cornish, 1985). De acordo com um estudo de Nelson et al. (1996), as lojas de rua apresentam um menor risco de apreensão para o ofensor, comparativamente um local confinado, como um centro comercial. Tendo em conta os dados do presente estudo é possível verificar que as técnicas utilizadas pelo ofensor para a prática do crime variam consoante o contexto. Assim, nas lojas de rua, a técnica mais utilizada consiste em *sair a correr da loja*, enquanto nos centros comerciais recorre-se, principalmente, à utilização de *sacos de alumínio* para esconder os produtos ou tenta-se *retirar os alarmes eletrónicos de segurança*, com vista a evitar a deteção do crime. Esta situação pode ser explicada pelo simples facto do ofensor, nos centros comerciais, ter que passar despercebido durante mais tempo no espaço *vigiado* e *atravessar* diferentes *níveis* de segurança (*e.g.*, segurança da loja, segurança do *shopping*) até chegar ao espaço público. Nas lojas de rua, a fuga direta para o espaço público permite uma maior e mais rápida camuflagem do ofensor, o que pode explicar a elevada incidência de indivíduos que opta por *sair a correr da loja*, neste contexto.

Por fim, aborda-se a questão do furto em relação ao sistema de controlo formal, mais concretamente à lei, ao sistema de justiça e à polícia. De modo geral consta-se, em ambos os contextos, que os indivíduos percecionam o sistema de justiça como pouco eficaz e referem estar pouco satisfeitos com o trabalho da polícia.

No comércio de rua, os inquiridos percecionaram a polícia como um elemento mais visível (tanto a pé como no carro-patrolha) e indicam existir uma cooperação mais próxima com a polícia na prevenção do crime de furto (27.8%), comparativamente às lojas em centros comerciais (14.8%). Embora esta diferença não seja significativa, pode ser o reflexo dos programas de policiamento de proximidade⁷⁴, designadamente o Comércio Seguro, existentes

⁷³ Anteriormente designado como produtos que sejam: ocultáveis, removíveis, disponíveis, com valor, desejáveis e fáceis de vender (*Concealable, Removable, Available, Valuable, Enjoyable, Disposable*).

⁷⁴ No âmbito do Modelo Integrado de Policiamento de Proximidade, vigora um programa de prevenção e policiamento designado de Comércio Seguro. De acordo com o Relatório Anual de Segurança Interna 2011, “o programa de policiamento “Comércio Seguro” tem como principal objetivo a criação de condições de segurança

na zona ou nas zonas adjacentes ao estudo. No entanto, apesar de reportada uma maior cooperação com a polícia nas lojas do comércio de rua, é nas lojas em centros comerciais que esta estratégia é, ligeiramente, percecionada como mais eficaz. Apesar de tudo, era espectável que a cooperação com a polícia e a interação e trabalho conjunto com os lojistas (<30%) apresentasse maior expressividade no contexto de rua, o que indica, desde já, a necessidade de maior investigação neste sentido.

Por fim, é de realçar que cerca de metade da mostra, tanto nas lojas do comércio de rua (48.1%), como em centros comerciais (57.1%), refere ter detetado um crime de furto nos últimos dois meses, mas só cerca de metade destas afirma que apanhou alguém em flagrante delito, nesse mesmo período. Contudo, constata-se que a proporção de inquiridos que refere ter reportado um incidente à polícia nos últimos dois meses é de aproximadamente 25% nas lojas do comércio de rua e 9.3% nas lojas em centros comerciais. Para além do baixo número de crimes reportados nos dois contextos, o diminuto número de participações nas lojas em centros comerciais pode ser explicada, porque, ao invés de comunicar os furtos à polícia, os gerentes e subgerentes dão conhecimento do crime às sedes das empresas, procedendo ao registo nas bases de dados internas e só posteriormente a comunicação, pela entidade, à polícia.

Estes dados contrastam quando se questiona os indivíduos sobre a probabilidade com que reportariam um furto à polícia, o que revela um desfazamento entre o que dizem fazer e o que eventualmente fariam. Assim, grande parte dos inquiridos refere como provável ou muito provável reportar um crime de furto cometido por um cliente. A proporção é inferior caso o crime fosse cometido por um funcionário, mas ainda assim, elevada, em ambos os contextos⁷⁵.

em estabelecimentos comerciais que desenvolvem a sua atividade, através do atendimento ao público. Visa a melhoria das condições de segurança e proteção dos comerciantes e seus clientes, procurando também assegurar a rápida intervenção das Forças de Segurança em situações de ocorrência de atos criminosos, bem como o desenvolvimento de sistemas de comunicação e gestão de informação que permita o acompanhamento e a prevenção da criminalidade associada ao comércio. No âmbito deste programa especial de prevenção e policiamento, a GNR e PSP empenharam 654 elementos policiais e efetuaram um número muito significativo de ações de sensibilização e aconselhamento junto dos comerciantes” (Sistema de Segurança Interna, 2011, p.117).

⁷⁵ Este dado contrasta com um estudo de Bamfield (2004), em que refere que o crime de furto em lojas praticado pelos funcionários é mais frequentemente reportados à polícia (53.0%) comparativamente aos furtos cometidos por clientes (24.3%).

5.2. LIMITAÇÕES E O FUTURO DA INVESTIGAÇÃO

Em Portugal, as estatísticas oficiais não conferem o detalhe necessário para o estudo aprofundado e compreensivo deste fenómeno. Para além disso, o estudo desta problemática, através de uma perspetiva ambiental, é escasso, o que incita à produção de conhecimento que permita o seu entendimento de forma ampla e numa dimensão global. Assim sendo, tem-se como pretensão última gerar conhecimento aplicado e direcionado à intervenção com ligação direta aos retalhistas e contextos em que se inserem, bem como reunir as condições necessárias para que futuras investigações possam ser desenvolvidas com conhecimento científico que suporte e oriente as necessidades de investigação e desenvolvimento. Existe, também, carência de estudos que avaliem soluções integradas de segurança e de prevenção e que tenham em conta todos os elementos formais e informais, bem como o contexto em que a loja se insere, numa perspetiva única do espaço e não fragmentada.

É, contudo, necessário realçar alguns elementos limitativos deste estudo.

Em primeiro lugar, esta análise centra-se nas perceções dos gerentes e subgerentes acerca do fenómeno do furto em lojas. Para uma avaliação complementar da extensão e impacto do crime de furto seria fundamental o estudo mais aprofundado de dados de vitimação objetiva com recurso a bases de dados internas dos espaços comerciais e à triangulação e complementaridade de métodos, recorrendo às estatísticas oficiais, inquéritos de delinquência autorrevelada e, sobretudo, inquéritos de vitimação.

Em segundo lugar, apesar dos gerentes e subgerentes constituírem elementos importantes no estudo do furto em lojas (uma vez que são estes que apresentam uma ligação mais direta ao espaço), seria pertinente incluir outros sujeitos que pudessem conceder uma perspetiva mais completa deste fenómeno. Desta forma, considera-se relevante expandir o estudo a outros funcionários do espaço, clientes, segurança privada e aos corpos dirigentes das cadeias de lojas, numa perspetiva qualitativa, que permitisse uma maior compreensão das políticas e diretrizes implementadas.

Em terceiro lugar, este estudo encontra-se restrito ao distrito do Porto e a lojas de roupa e bijuteria. Desta forma, seria interessante a exploração de outros setores do comércio de venda a retalho e de outras zonas do país.

Em quarto lugar, a presente investigação apenas abordou o furto cometido por clientes, no entanto, segundo o Barómetro Global do Furto no Retalho, também os funcionários são uma importante fonte de perdas de *stock*. Esta dimensão não deve, assim, ser descurada.

Por fim, realce-se, por vezes, a inadequação de algumas escalas utilizadas nesta investigação. Mais concretamente a escala de Likert utilizada para determinar a existência de medidas formais e informais na loja, bem como a sua eficácia percebida. Contudo, foi mantida similar à dos autores que a construíram por questões de comparabilidade com outros contextos internacionais. Por outro lado, para a avaliação desta dimensão será, provavelmente, mais indicado o recurso a estudos experimentais ou quasi-experimentais (à semelhança de Farrington et al. 1993; Hayes et al., 2011; Rafacz & Boyve, 2011) que permitam determinar de forma mais objetiva e sistemática as medidas mais implementadas (*e.g.*, através de uma *checklist*) e a sua eficácia.

As intervenções por tentativa-erro não devem constituir a prática comum na prevenção e implementação de estratégias de prevenção. É necessário um conhecimento e uma avaliação mais rigorosa do fenómeno, de modo a permitir o estabelecimento de intervenções economicamente mais viáveis e eficazes. Não se pense, contudo, na avaliação como algo genérico, nem na intervenção como algo estático. A avaliação deve ser centrada num contexto específico e a intervenção deve ter sempre em conta que o ofensor altera o seu comportamento e adapta-se ao contexto. É com base nesta dialética constante, que a intervenção e o conhecimento científico devem agir.

Muito ficou ainda por explorar. Este estudo deve ser visto como um primeiro passo na compreensão do fenómeno do crime de furto e como uma base ao desenvolvimento de outras investigações neste domínio, em território nacional, tal como se tem sucedido no contexto internacional. O que se ensaiou no presente trabalho, remete para a necessidade de estudos científicos aplicados e com recurso a metodologias robustas e rigorosas, que permitam o diagnóstico, e implementação de medidas economicamente mais viáveis e mais eficazes na prevenção do crime de furto em espaços comerciais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aebi, M. (2000). Les indicateurs de la criminalité: leurs limitations, leur complémentarité et leur influence sur les théories criminologiques. *Revue Internationale de Criminologie et de Police Technique et Scientifique*, 52(2), 131-156.
- Aebi, M. (2008). Measuring the influence of statistical counting rules on cross-national differences in recorded crime. In K. Aromaa & M. Heiskanen (Eds.), *Crime and Criminal Justice Systems in Europe and North America 1995-2004* (pp. 196-214). Helsinki: European Institute for Crime Prevention and Control.
- Aebi, M., Cavarlay, B., Barclay, G., Gruszczynska, B., Harrendorf, S., Heiskanen, M., Hysi, V., Jaquier, V., Jehle, J., Killias, M., Shostko, O., Smit, P., & Þórisdóttir, R. (2010). *European Sourcebook of Crime and Criminal Justice Statistics 2010 (4ª Ed.)*. Den Haag: Boom Juridische Uitgevers.
- Agra, C. (2007). Inovação, poder e desenvolvimento. Podemos medir a criminalidade e a segurança? Sep. de Inovação, poder e desenvolvimento: Congresso de Cidadania, 227-234.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Albuquerque, P. (2008). *Comentário do Código Penal à luz da Constituição da República e da Convenção Europeia dos Direitos do Homem*. Lisboa: Universidade Católica Editora.
- Albuquerque, P. (2011). *Comentário do Código de Processo Penal à luz da Constituição da República e da Convenção Europeia dos Direitos do Homem*. Lisboa: Universidade Católica Editora.
- Alwin, D. (2005). Reliability. *Encyclopedia of Social Measurement*, 3, 351-359.
- Andresen, M. (2010). The place of environmental criminology within criminological thought. In M. Andresen, P.J. Brantingham & J. Kinney (Eds.), *Classics in Environmental Criminology*, (pp. 6-28). Boca Raton: Simon Fraser University Publications and CRC Press.

- Angel, S. (1968). *Discouraging crime through city planning Berkeley* (Working Paper No. 75). Berkeley: University of California, Center for Planning and Development Research.
- Armitage, R. & Pease, K. (2008a). Predicting and preventing the theft of electronic products. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 14(1), 11–37.
- Armitage, R. & Pease, K. (2008b). Design and crime: Proofing electronic products and services against theft. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 14(1), 1-9.
- Australian Institute of Criminology (2011). Australian crime: Facts & Figures. Retrieved from <http://www.aic.gov.au/en/publications/current%20series/facts/1-20/2011.aspx>
- Bamfield, J. (2004). Shrinkage, shoplifting and the cost of retail crime in Europe: A cross-sectional analysis of major retailers in 16 European countries. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 32(5), 235-241.
- Bamfield, J. (2011). *Global Retail Theft Barometer*. Newark, Nottinghamshire: Center for Retail Research.
- Beck, A. (2006). *Staff dishonesty in the retail sector: Understanding the opportunities*. United Kingdom: ECR Europe.
- Beck, A. (2008). Preventing retail shrinkage: Measuring the “Value” of CCTV, EAS and data mining tools. An ECR Europe White Paper, Brussels: ECR Europe.
- Becker, G. (1968). Crime and punishment: an economic approach. *The Journal of Political Economy*, 76(2), 169-217.
- Beck, A. & Chapman, P. (2003). *Hot spots in supply chain: Developing and understanding of what makes some retail stores vulnerable to shrinkage*. University of Leicester; Cranfield University.
- Beck, A. & Willis, A. (1993). Context-specific measures of CCTV effectiveness in the retail sector. In R. V. Clarke (Ed.), *Crime Prevention Studies* (pp. 252-269). Monsey, N.Y: Criminal Justice Press.
- Bock, T., Vermeir, I., Pandelaere, M. & Kenhove, P. (2010). *Exploring the impact of fear appeals on the prevention of shoplifting*. Gent: Universiteit Gent.
- Brantingham, P. & Brantingham, P. (1991). *Environmental criminology*. Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- Brantingham, P. & Brantingham, P. (1995). Criminality of place: Crime generators and crime attractors. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 3(3), 5-26.

- Brantingham, P. & Brantingham, P. (2008). Crime pattern theory. In R. Worthley and L. Mazerolle (Eds.), *Environmental Criminology and Crime Analysis* (pp. 78-93). Cullompton, Devon: Willam Publishing.
- Brantingham, P., Brantingham, P. & Taylor, W. (2005). Situational crime prevention as a key component in embedded crime prevention. *Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice*, 47(2), 271-292.
- British Chambers of Commerce (2008). *The invisible crime: A business crime survey*. Retrieved from http://www.thamesvalleychamber.co.uk/uploads/BCC_Business_Crime_Survey08.pdf
- British Chambers of Commerce (2009). *Business crime survey 2009*. Retrieved from <http://www.chambersofcommercenw.org.uk/uploads/Business%20Crime%20Survey1.pdf>.
- British Retail Consortium (2006). *Retail Crime Survey 2005/06*. United Kingdom: British Retail Consortium.
- British Retail Consortium (2011). *Retail Crime Survey 2011*. United Kingdom: British Retail Consortium.
- Buckle, A, & Farrington, D. (1984). An Observational Study of Shoplifting. *British Journal of Criminology*, 24(1), 63-73.
- Budden, M., Yeargain, J. & Miller, J. (1991). Strategies for dealing with shoplifting: A managerial and legal perspective. *American Business Review*, 9(1), 28-41.
- Bullock, K. & Ekblom, P. (2010). Richness, retrievability and reliability – Issues in working knowledge base for good practice in crime prevention. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 16(1), 29-47.
- Burrows, J. (1991). *Making crime prevention pay: initiatives from business*. Crime Prevention Unit, Paper 27. London: Home Office.
- Cardone, C. A. (2006). Opportunity makes the thief: Analysis of the physical cues that influence shoplifter perceptions of the retail interior and the decision to steal. *University of Florida*.
- Carmel-Gilfilen, C. (2007). Recognizing, understanding, and implementing crime prevention and design strategies within retail settings. *Interior Design Educators Council: 44th Annual International Conference*, 124-137.
- Carmel-Gilfilen, C. (2011). Advancing retail security design: Uncovering shoplifter perceptions of the physical environment. *Journal of Interior Design*, 36(2), 21-38.

- Carmel-Gilfilen, C. (2012). Bridging security and good design: Understanding perceptions of expert and novice shoplifters. *Security Journal*, 1-26.
- Carter, N., Holström, A., Simpanen, M., & Melin, L. (1988). Theft reduction in a grocery store through product identification and graphing of losses for employees. *Journal of Applied Behavior Analysis* 21(4), 385–389.
- Clarke, R. (1980). “Situational” crime prevention: Theory and practice. *British Journal of Criminology*, 20(2), 136-147.
- Clarke, R. (1995). Situational crime prevention. In M. Tonry & D. P. Farrington (Eds.), *Building a safer society: Strategic approaches to crime prevention* (Vol. 19, pp .91-150). Chicago: University of Chicago Press.
- Clarke, R. (1997). Introduction. In R. V. Clarke (Ed.), *Situational crime prevention: Successful case studies (2^a Ed.)* (pp. 2-43). Guilderland, New York: Harrow and Heston.
- Clarke, R. (1999). *Hot products: Understanding, anticipating and reducing demand for stolen goods*. Police Research Series, Paper 112. London: Home Office Policing and Reducing Crime Unit.
- Clarke, R. (2003). *Shoplifting*. U.S. Department of Justice, Office of community oriented policing services, No. 11.
- Clarke, R. (2008). Situational crime prevention. In R. Worthley and L. Mazerolle (Eds.), *Environmental Criminology and Crime Analysis* (pp. 178-194). Cullompton, Devon: Willam Publishing.
- Clarke, R. & Cornish, B. (1985). Modeling offenders’ decision: A framework for research and policy. In M. Tonry & N. Morris (Eds.), *Crime and Justice: An Annual Review of Research* (Vol. 6, pp. 147-185). Chicago: University of Chicago Press.
- Clarke, R. & Felson, M. (1993). Introduction: Criminology, routine activity and rational choice. In R. V. Clarke & M. Felson (Eds.), *Routine Activity and Rational Choice: Advances in Criminological Theory* (Vol. 5, pp. 1-14). New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.
- Clarke, R. & Mayhew, P. (1988). The British gas suicide story and its criminological implications. In M. Tonry and N. Morris (Eds.), *Crime and Justice* (Vol. 10, pp. 79-116). Chicago: University of Chicago Press.
- Clarke, R. & Weisburd, D. (1994). Diffusion of Crime Control Benefits: Observations on the Reverse of Displacement. In R.V. Clarke (Ed.), *Crime Prevention Studies*, (Vol. 2, pp. 165-183). Monsey, NY: Criminal Justice Press.

- Cohen, L. & Felson, M. (1979). Social change and crime rate trends: A routine activity approach. *American Sociological Review*, 44(4), 588-608.
- Cornish, D. & Clarke, R. (1987). Understanding crime displacement: An application of rational choice theory. *Criminology*, 25(4), 933-947.
- Cornish D. & Clarke, R. (2003). Opportunities, precipitators and criminal decisions: A reply to Wortley's critique of situational crime prevention. In R. V. Clarke (Ed.), *Crime Prevention Studies* (pp. 41-96). Monsey, N.Y.: Criminal Justice Press.
- Cornish, D. & Clarke, R. (2008). The rational choice perspective. In R. Worthley and L. Mazerolle (Eds.), *Environmental Criminology and Crime Analysis* (pp. 21-47). Cullompton, Devon: Willam Publishing.
- Cozens, P., Saville, G. & Hilier, D. (2005). Crime prevention through environmental design (CPTED): a review and modern bibliography. *Property Management*, 23(5), 328-356.
- Crowe, T. D. (2000). *Crime prevention through environmental design: Applications of architectural design and space management concepts* (2^a Ed.). Woburn, MA: Butterworth-Heinemann.
- Dabney, D., Hollinger, R. & Dugan, L. (2004). Who actually steals? A study of covertly observed shoplifters. *Justice Quarterly*, 21(4), 693-728.
- Dias, J. et al. (1999). *Comentário conimbricense do Código Penal. Parte Especial Tomo II, Artigos 202º a 307º*. Coimbra Editora.
- DiLonardo, R. (1997). The economic benefit of electronic article surveillance. In R. V. Clake, *Situational crime prevention: Successful case studies* (2^a Ed.). Guilderland, New York: Harrow and Heston.
- Eck, J. (1997). Preventing crime at places. In L. Sherman, D. Gottfredson, D. MacKenzie, J. Eck, P. Reuter & S. Bushway (Eds.), *Preventing crime: What works, what doesn't, what's promising*. Report to the U.S. Congress, Washington, DC.
- Eckblom, P. (1986). *The prevention of shop theft: An approach through crime analysis*. Crime Prevention Unit, Paper 5. London: Home Office Crime Prevention Unit.
- Eckblom, P. (1999). Can we make crime prevention adaptive by learning from other evolutionary struggles? *Studies on Crime and Crime Prevention*, 8(1), 27-51.
- Eckblom, P. (2002). From the source to the mainstream is uphill: The challenge of transferring knowledge of crime prevention through replication, innovation and anticipation. In N. Tilly (Ed.), *Crime Prevention studies* (Vol. 13, pp. 131-203). Monsey, N.Y: Criminal Justice Press.

- Ekblom, P. (2005). The 5Is Framework: Sharing Good Practice in Crime Prevention. In E. Marks, A. Meyer & R. Linssen (Eds.), *Quality in Crime Prevention* (pp. 55-84). Germany: Books on Demand GmbH, Norderstedt.
- Ekblom, P. (2008a). Designing products against crime. In R. Worthley and L. Mazerolle (Eds.), *Environmental Criminology and Crime Analysis* (pp. 195-220). Cullompton, Devon: Willam Publishing.
- Ekblom, P. (2008b). *The 5Is framework: A practical tool for transfer and sharing of crime prevention and community safety knowledge*. Retrieved from http://www.designagainstcrime.com/files/crimeframeworks/04_5i_framework.pdf.
- Ekblom, P. & Sidebottom, A. (2008). What do you mean, "Is it secure"? Redesigning language to be fit the task of assessing the security of domestic and personal electronic goods. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 14(1), 61-87.
- Farrington, D. P., Bowen, S., Buckle, A., Burns-Howell, T., Burrows, J., and Speed, M. (1993). An experiment on the prevention of shoplifting. In R. V. Clarke (Ed.), *Crime Prevention Studies* (pp. 93-119). Monsey, N.Y: Criminal Justice Press.
- Felson, M. (1987). Routine activities and crime prevention in the developing metropolis. *Criminology*, 25(4), 911-931.
- Felson, M. (2002). *Crime and everyday life* (3^a Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Felson, M. (2008). Routine activity approach. In R. Worthley and L. Mazerolle (Eds.), *Environmental Criminology and Crime Analysis* (pp. 70-77). Cullompton, Devon: Willam Publishing.
- Felson, M. & Clarke, R. (1998). *Opportunity makes the thief: Practical theory for crime prevention*. Home Office: Police Research Series, Paper 98. Retrieved from <http://www.homeoffice.gov.uk/rds/prgpdfs/fprs98.pdf>.
- Gonçalves, M. (2001). *Código Penal Português: anotado e comentado* (14^a Ed.). Coimbra: Almedina.
- Hagan, F. (2010). *Research methods in criminal justice and criminology* (8^a Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hayes, R. (1999). Shop theft: an analysis of shoplifter perceptions and situational factors. *Security Journal*, 12(2), 7-18.
- Hayes, R. & Blackwood, R. (2006). Evaluating the effects of EAS on product sales and loss: results of a large-scale field experiment. *Security Journal*, 19(4), 262-276.

- Hayes, R., Johns, T., Scicchitano, M., Downs, D. & Pietrawska, B. (2011). Evaluating the effects of protective Keeper boxes on 'hot product' loss and sales: A randomized controlled trial. *Security Journal*, 24(4), 357-369.
- Hesseling, R. (1995). Displacement: A review of the empirical literature. In R. V. Clarke (Ed.), *Crime Prevention Studies* (Vol. 3, pp. 197-230). Monsey, NY: Criminal Justice Press.
- Jeffery, C. (1971). *Crime prevention through environmental design*. Beverly Hills, California: Sage Publications.
- Kajalo, S. & Lindblom, A. (2009). The perceived effectiveness of surveillance in reducing crime at shopping centers in Finland. *Property Management*, 28(1), 47-59.
- Kajalo, S. & Lindblom, A. (2010a). Surveillance investments in store environment and sense of security. *Facilities*, 28(9), 465-474.
- Kajalo, S. & Lindbom, A. (2010b). How retail entrepreneurs perceive the link between surveillance, feeling of security, and competitiveness of the retail store? A structural model approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17, 300-305.
- Leal-Henriques, M. & Santos, M. (1995). *Código Penal: Referências doutrinária, indicações legislativas, resenha jurisprudencial*, vol. 2 (2ª Ed.). Lisboa: Rei dos Livros.
- Lee, G., Hollinger, R. & Dabney, D. (1999). The relationship between crime and private security at us shopping centers. *American Journal of Criminal Justice*, 23(2), 157-177.
- Lester, A. (2001). *Crime Reduction through Product Design*, 206. Australia: Australian Institute of Criminology
- Lin, B., Hastings, D. A., & Martin, C. (1994). Shoplifting in retail clothing outlets: An exploratory research. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 22(7), 24-29.
- Lindblom, A. & Kajalo, S. (2011). The use and effectiveness of formal and informal surveillance in reducing shoplifting: a survey in Sweden, Norway and Finland. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 21(2), 111-128.
- Lo, L. (1994). Exploring teenage shoplifting behavior: A choice and constraint approach. *Environment and Behaviour*, 26(5), 613-639.
- Marôco, J. (2010). *Análise estatística: Com o PASW Statistics (ex-SPSS)*. Pêro Pinheiro: ReportNumber.
- Maroco, J. & Garcia-Marques, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas? *Laboratório de Psicologia*, 4(1), 65-90.

- Masuda, B. (1997). Reduction of employee theft in a retail environment: displacement VS. Diffusion of benefits. In R. V. Clarke, *Situational crime prevention: Successful case studies (2^a Ed.)* (pp. 183-190). Guildenland, New York: Harrow and Heston.
- McNees, M., Egli, D., Marshall, R., Schenelle, J. & Risley, T. (1976). Shoplifting prevention: Providing information through signs. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 9(4), 399-405.
- McNees, M., Kennon, M., Schnelle, J., Kirchner, R. & Thomas, M. (1980). An experimental analysis of a program to reduce retail theft. *American Journal of Community Psychology*, 8(3), 379-385.
- Moffatt, R. (1983). Crime Prevention Through Environmental Design: A management Perspective. *Canadian Journal of Criminology*, 25, 19-31.
- Nelson, D. & Perrone, S. (2000). Understanding and controlling retail theft. *Trends and Issues in Criminal Justice 152*. Australian Institute of Criminology.
- Nelson, A., Bromley, R. & Thomas, C. (1996). The geography of shoplifting in a British city: Evidence from Cardiff. *Geoforum*, 27(3), 409-423.
- Newman, O. (1996). *Creating Defensible Space*. Washington, DC: U.S. Department of Housing and Urban Development, Office of Policy Development and Research.
- Oversteet, J. & Clodfelter, R. (2010). Safety and security concerns of shopping center customers and the effect of these concerns on shopping behavior. *Journal of Shopping Center Research*, 2, 91-109.
- Phillips, S. & Cochvane, R. (1988). *Crime and nuisance in the shopping centre: A case study in crime prevention*. Crime Prevention Unit, Paper 16. London: Home Office.
- Poyser, S. (2004). Shopping centre design, decline and crime. *International Journal of Police Science & Management*, 7(2), 123-136.
- Press, M., Erol, R. & Cooper, R. (2001). *Off the shelf: Design and retail crime*. A report by: The Design Policy Partnership, Sheffield Hallam University and The University of Salford, Sheffield, England.
- Pretious, M., Stewart, R. & Logan, D. (1995). Retail security: A survey of methods and management in Dundee. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 23(9), 28-35.
- Pseform (s/d). *TeleForm V10: Introdução à utilização*. Lisboa: Pseform
- Rafacz, S. & Boyve, T. (2011). Examining the effects of a low-cost prompt to reduce retail theft. *Journal of Organizational Behavior Management*, 31(2), 150-160.

- Ramaseshan, B. & Soutar, G. (1991). Retailers' attitudes towards shoplifting and prevention devices. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 1(3), 301-313.
- Reynald, D. (2011). Translating CPTED into Crime Preventive Action: A Critical Examination of CPTED as a Tool for Active Guardianship. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 17(1), 69-81.
- Recasens, A. (2007). *La seguridad y sus políticas*. Barcelona: Atlier.
- Robert, P. (2002). *O Cidadão, o crime e o estado*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Santos, M. & Leal-Henriques, M. (1999). *Noções elementares de direito penal*. Lisboa: VISLIS editores.
- Santos, M., Leal-Henriques, M. & Santos, J. (2010). *Noções de processo penal*. Letras e Conceitos, Lda.
- Sistema de Segurança Interna (2011). *Relatório Anual de Segurança Interna 2011*. Lisboa: Sistema de Segurança Interna.
- Scott, M., Eck, J., Knutsson, J., & Goldstein, H. (2008). Problem-oriented policing and environmental criminology. In R. Worthley and L. Mazerolle (Eds.), *Environmental Criminology and Crime Analysis* (pp. 221-246). Cullompton, Devon: Willam Publishing.
- Shapland, J. (1995). *Preventing retail-sector crimes*. University of Chicago.
- Silva, G. (2008). *Curso de processo penal, vol. 1 (5ª Ed.)*. Lisboa: Editorial VERBO.
- Smith, M. (1996). *Crime prevention through environmental design in parking facilities*. Research in Brief. National Institute of Justice. Washington, D.C.: U.S. Department of Justice.
- Stone, B. (2002). *Business crime prevention report*. The Sonoma County Economic Development Board. Retrieved from http://edb.sonoma-county.org/documents/2002/bcp_report.pdf.
- Tonglet, M. (2002). Consumer misbehaviour: An exploratory study of shoplifting. *Journal of Consumer Behaviour*, 1(4), 337-354.
- Tonglet, M. & Bamfield, J. (1997). Controlling shop crime in Britain: costs and trends. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 25(9), 293-300.
- von Hofer, H. (2000). Crime statistics as constructs: The case of Swedish rape statistics. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 8(1), 77-89.

- Welsh, B. & Farrington, D. (2002). *Crime prevention effects of closed circuit television: a systematic review*. Home Office Research Study 252, London: Home Office.
- Welsh, B. & Farrington, D. (2003). Effects of Closed-Circuit Television on Crime. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 587(1), 110-135.
- Welsh, B. C., Mudge, M. & Farrington, D. (2010). Reconceptualizing public area surveillance and crime prevention: Security guards, place managers and defensible space. *Security Journal*, 23(4), 299-319.
- Wilson, J. & Kelling, G. (1982). Broken windows. *Atlantic Monthly*, 249(3), 29-38.
- Wortley, R. (2001). A classification of techniques for controlling situational precipitators of crime. *Security Journal*, 14(4), 63-82.
- Wortley, R. (2008). Situational precipitators of crime. In R. Worthley and L. Mazerolle (Eds.), *Environmental Criminology and Crime Analysis* (pp. 48-69). Cullompton, Devon: Willam Publishing.
- Wortley, R. & Mazerolle, L. (2008). Environmental criminology and crime analysis: Situating the theory, analytic approach and application. In R. Worthley and L. Mazerolle (Eds.), *Environmental Criminology and Crime Analysis* (pp. 1-18). Cullompton, Devon: Willam Publishing.

ANEXO 1

QUESTIONÁRIO

APRESENTAÇÃO DO ENTREVISTADOR

Bom dia, o meu nome é Óscar Ramos, licenciado em Criminologia e encontro-me a realizar um projeto de investigação no âmbito de uma tese de mestrado na Faculdade de Direito, Escola de Criminologia da Universidade do Porto. Estamos a realizar um Inquérito sobre Questões de Segurança em Espaços Comerciais. Gostaria de lhe colocar algumas questões, o que não irá demorar muito tempo, sendo as suas respostas anónimas.

Se quiser confirmar se este Inquérito é para a Escola de Criminologia, ou se quiser mais informações, posso dar-lhe o número de telefone da Faculdade de Direito da Universidade do Porto.

(Número: 22 2041600 - extensão 1641)

Grupo I

Para fins de tratamento estatístico, gostaria que me dissesse:

1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Feminino

2. Ano de Nascimento:

--	--	--	--

3. Habilitações Literárias: anos de escolaridade concluídos

☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 ☐ 11 ☐ 12

4. Ensino Superior: ☐ Sim ☐ Não ☐ A Frequentar

4.1. Qual o curso?

5. Número de anos que trabalha neste ramo comercial:

--	--

anos.

6. Número de anos que trabalha nesta loja:

--	--

anos.

7. Nesta loja, desempenha funções como:

☐ Gerente ☐ Subgerente ☐ Funcionário(a)/Colaborador(a)

Se é GERENTE:

8. Número de anos, como gerente deste espaço comercial:

--	--

anos.

9. Funções que desempenhava anteriormente neste espaço comercial

☐ Assistente de Loja ☐ Gestor de Stock ☐ Operador de caixa ☐ Subgerente

☐ Outra:

Grupo II

1. Número aproximado de lojas no país:

--	--

2. Tipo de negócio:

☐ Exploração individual ☐ Cadeia de lojas ☐ Franchising ☐ Outra:

3. Número de funcionários que trabalham nesta loja:

☐ Nenhum ☐ 1 a 2 ☐ 3 a 4 ☐ 5 a 6 ☐ 7 a 8 ☐ 9 a 10 ☐ 11 a 12 ☐ Mais de 12

4. Há quanto tempo é que esta loja se encontra neste local?

--	--

anos.

--	--	--	--	--	--



Grupo III

1. Gostava de saber se, na sua opinião, durante o ÚLTIMO ANO e nesta loja:

	Diminuiu	Manteve-se constante	Aumentou
O custo com o crime de furto (prejuízo)	☐	☐	☐
O investimento financeiro para prevenir o crime	☐	☐	☐
Na época de saldos o número de furtos	☐	☐	☐
Em épocas festivas o número de furtos	☐	☐	☐
Em alturas de eventos culturais ou desportivos	☐	☐	☐

2. Vou agora fazer-lhe algumas questões sobre o crime de furto, relativamente a esta loja. Gostaria que me desse a sua opinião em relação a cada questão numa escala de 1 (Discordo Totalmente) a 5 (Concordo Totalmente).

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem Concordo, Nem Discordo	Concordo	Concordo Totalmente
Os furtos são atualmente um problema	☐	☐	☐	☐	☐
O número de furtos tem aumentado no último ano	☐	☐	☐	☐	☐
O número de furtos vai aumentar num futuro próximo	☐	☐	☐	☐	☐
Os furtos aumentam a carga de trabalho dos funcionários	☐	☐	☐	☐	☐
Os furtos têm um impacto negativo importante sobre os lucros	☐	☐	☐	☐	☐
As medidas adoptadas para prevenir o crime de furto aumentam muito as despesas da loja	☐	☐	☐	☐	☐

3. Qual o impacto do crime de furto, nesta loja, numa escala de 1 (Nenhum impacto) a 5 (Muito impacto)?

	Nenhum					Muito
	1	2	3	4	5	
Desperdício de tempo dos funcionários	☐	☐	☐	☐	☐	
Aumento do custo dos seguros	☐	☐	☐	☐	☐	
Estrago ou dano de produtos	☐	☐	☐	☐	☐	
Diminuição da reputação da loja	☐	☐	☐	☐	☐	
Alteração da disposição dos produtos na loja	☐	☐	☐	☐	☐	
Alteração do aspecto da loja (exemplo, mobiliário, iluminação, espelhos, provadores)	☐	☐	☐	☐	☐	
Tornar a loja num local de risco para investimentos futuros	☐	☐	☐	☐	☐	
Dano das instalações da loja (exemplo: vidros partidos, fechaduras ou expositores danificados, graffiti, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	
Maior dificuldade em obter seguros	☐	☐	☐	☐	☐	
Maior dificuldade em manter ou contratar funcionários	☐	☐	☐	☐	☐	
Aumento dos custos em segurança	☐	☐	☐	☐	☐	
Outro. Qual?						



Grupo IV

1. Em que medida concorda com as seguintes afirmações, tendo em conta a sua experiência neste espaço comercial.

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem Concorde, Nem Discordo	Concorde	Concorde Totalmente
As medidas ou dispositivos de segurança utilizados para prevenir os furtos afetam a imagem ou reputação da loja	☐	☐	☐	☐	☐
A presença de dispositivos de segurança para a deteção de furtos incomoda os clientes	☐	☐	☐	☐	☐
Os clientes preferem ir a lojas onde os produtos não estejam fechados em vitrinas ou com cadeados de segurança	☐	☐	☐	☐	☐
A lei pune adequadamente aqueles que furtam lojas	☐	☐	☐	☐	☐
Alguém apanhado a furtar pela primeira vez não deve ser levado a tribunal	☐	☐	☐	☐	☐
As leis não são eficazes para impedir o furto em lojas	☐	☐	☐	☐	☐
Se o valor do artigo furtado é baixo, o infrator não deve ser levado a tribunal	☐	☐	☐	☐	☐
A melhor forma de combater os furtos é com penas pesadas	☐	☐	☐	☐	☐
A presença de dispositivos de segurança na loja contribuiu para a diminuição do número de furtos	☐	☐	☐	☐	☐

2. Numa escala de 1 (Discordo Totalmente) a 5 (Concorde Totalmente), em que medida estão presentes as seguintes medidas de segurança NESTA LOJA?

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem Concorde, Nem Discordo	Concorde	Concorde Totalmente
Os artigos mais furtados têm alarmes eletrónicos que imitem um som à entrada e saída da loja	☐	☐	☐	☐	☐
Existem regras claras para a utilização dos provedores	☐	☐	☐	☐	☐
Existem seguranças com uniforme na loja	☐	☐	☐	☐	☐
Os ladrões já conhecidos são banidos da loja	☐	☐	☐	☐	☐
Existe uma cooperação próxima com a polícia para prevenir o furto	☐	☐	☐	☐	☐
Existem sinais de aviso, como por exemplo: "Este estabelecimento encontra-se sob vigilância"	☐	☐	☐	☐	☐
Existem sinais de aviso, como por exemplo: "Furtar é Crime"	☐	☐	☐	☐	☐
Os artigos mais furtados têm etiquetas de segurança com tinta (mancham as roupas caso sejam roubadas)	☐	☐	☐	☐	☐
As principais zonas da loja são monitorizadas por câmaras de videovigilância	☐	☐	☐	☐	☐
Os produtos mais caros têm outros dispositivos de segurança adicionais	☐	☐	☐	☐	☐
A política desta loja motiva a redução do furto	☐	☐	☐	☐	☐
Os funcionários <u>são incentivados</u> a estarem atentos a potenciais ladrões	☐	☐	☐	☐	☐
Os funcionários <u>tiveram formação</u> para estarem atentos a potenciais ladrões	☐	☐	☐	☐	☐
Reduzimos o tempo de espera na caixa registadora	☐	☐	☐	☐	☐



	Discordo Totalmente	Discordo	Nem Concorde, Nem Discordo	Concorde	Concorde Totalmente
Os artigos mais furtados estão longe das entradas e saídas da loja	☐	☐	☐	☐	☐
A altura dos expositores centrais foi reduzida para aumentar a visibilidade do espaço	☐	☐	☐	☐	☐
Reduzimos a concentração de pessoas perto dos artigos com maior risco de serem furtados	☐	☐	☐	☐	☐
Quando alguém é apanhado a furtar, falamos com ele para percebermos como atuou	☐	☐	☐	☐	☐
Foram reduzidas as zonas da loja com pouca visibilidade, onde os funcionários não conseguem ver os clientes	☐	☐	☐	☐	☐
Existem espelhos que ajudam a observar os clientes	☐	☐	☐	☐	☐
O aspecto interior da loja foi pensado para que haja boa visibilidade sobre todos os espaços	☐	☐	☐	☐	☐
Esta loja tem investido em boa iluminação para reduzir o número de furtos	☐	☐	☐	☐	☐
Os artigos mais furtados foram colocados em zonas mais seguras e com maior visibilidade dos funcionários	☐	☐	☐	☐	☐
Foram contratados mais funcionários para prevenir os furtos	☐	☐	☐	☐	☐
As lojas trocam entre si informações sobre situações de furto	☐	☐	☐	☐	☐

3. Por que motivo não utiliza mais sistemas de segurança para a prevenção do furto? (Pode escolher várias opções)

- ☐ Não precisa
 ☐ Não tem capital suficiente
 ☐ A loja tem pouco movimento
 ☐ As soluções são muito caras
☐ Não são eficazes
☐ Outra: _____

4. Quais os produtos mais furtados nesta loja?

5. Qual a sua opinião quanto à EFICÁCIA das seguintes medidas na prevenção e diminuição do crime de furto NESTA LOJA, numa escala de 1 (Nada eficaz) a 5 (Muito eficaz)?

	Nada eficaz	Pouco eficaz	Nem eficaz, nem ineficaz	Eficaz	Muito eficaz
Alarmes de segurança	☐	☐	☐	☐	☐
Seguranças privados com uniforme	☐	☐	☐	☐	☐
Câmaras de Videovigilância	☐	☐	☐	☐	☐
Regras bem definidas para a utilização dos provadores	☐	☐	☐	☐	☐
Registar e banir ladrões já conhecidos	☐	☐	☐	☐	☐
Etiquetas de tinta que danificam as peças de roupa quando são roubadas	☐	☐	☐	☐	☐
Cooperação próxima com a polícia	☐	☐	☐	☐	☐
Sinais de aviso, como por exemplo: "Furtar é Crime" ou "Este estabelecimento encontra-se sob vigilância"	☐	☐	☐	☐	☐
Dispositivos de segurança adicionais nos produtos mais caros	☐	☐	☐	☐	☐
Uma política da loja que motive a redução do furto	☐	☐	☐	☐	☐



	Nada eficaz	Pouco eficaz	Nem eficaz, nem ineficaz	Eficaz	Muito eficaz
Atenção dos funcionários	☐	☐	☐	☐	☐
Reduzir as zonas com pouca visibilidade, onde os funcionários não conseguem ver os clientes	☐	☐	☐	☐	☐
Acelerar o atendimento ao cliente na caixa registadora	☐	☐	☐	☐	☐
Colocar os artigos mais furtados longe das entradas e saídas da loja	☐	☐	☐	☐	☐
Trocar informações entre lojas sobre situações de furto	☐	☐	☐	☐	☐
Reduzir a concentração de pessoas perto dos artigos com maior risco de serem furtados	☐	☐	☐	☐	☐
Aprender mais sobre as técnicas dos ladrões falando com eles	☐	☐	☐	☐	☐
Reduzir a altura dos expositores centrais para criar melhor visibilidade	☐	☐	☐	☐	☐
Treinar os funcionários para estarem mais atentos aos ladrões	☐	☐	☐	☐	☐
Reestruturar o aspecto interior da loja para criar melhor visibilidade dos espaços	☐	☐	☐	☐	☐
Boa iluminação	☐	☐	☐	☐	☐
Espelhos que ajudem a vigiar os clientes	☐	☐	☐	☐	☐
Ter muitos funcionários na loja	☐	☐	☐	☐	☐
Colocar os produtos em zonas mais seguras, com maior vigilância dos funcionários	☐	☐	☐	☐	☐

Grupo V

1. Nos últimos 2 meses, foi detetado algum furto nesta loja?

☐ Sim ☐ Não

2. Nos últimos 2 meses, alguém foi apanhado em flagrante a cometer um furto nesta loja?

☐ Sim ☐ Não

3. Tendo em conta a ÚLTIMA VEZ que alguém foi apanhado em flagrante nesta loja, que técnicas foram utilizadas pelo ladrão para cometer o furto? (exemplos: sacos de alumínio, retirou os alarmes, saiu a correr da loja, etc.)

4. Dessa vez, como era o indivíduo que foi apanhado a cometer o furto:

4.1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Feminino

4.2. Idade aproximada: anos.

4.3. Atuou: ☐ Sozinho(a) ☐ Em grupo (duas ou mais pessoas)

5. Nos últimos 2 meses, reportou à POLÍCIA algum incidente relativo a esta loja?

☐ Sim ☐ Não (Se respondeu NÃO, avance para a pergunta 5.3.)

5.1. Se sim, qual(ais)?



5.2. Se SIM, por que motivos reportou à polícia? (Pode escolher várias opções)

- ☐ Por razões ligadas ao seguro
- ☐ Porque ainda podia reaver o que foi roubado
- ☐ Porque todos os crimes devem ser reportados
- ☐ Para evitar que volte a acontecer
- ☐ Para obter ajuda
- ☐ É a política da empresa
- ☐ Outra: _____

5.2.1. Ficou satisfeito com a forma como a polícia tratou a sua participação?

- ☐ Muito Satisfeito ☐ Satisfeito ☐ Nem Satisfeito, Nem Insatisfeito ☐ Insatisfeito ☐ Muito Insatisfeito

5.3. Se NÃO, por que motivos NÃO reportou à polícia? (Pode escolher várias opções)

- ☐ Não foi detetado nenhum furto
- ☐ Não tem seguro
- ☐ Aumentaria os custos do seguro
- ☐ Tem medo de represálias
- ☐ Não foi possível contactar a polícia
- ☐ Foi apenas uma vez
- ☐ Exige demasiado tempo
- ☐ Não tem confiança na resposta da polícia
- ☐ Foi uma perda relativamente pequena
- ☐ Os funcionários ou seguranças da loja trataram da situação
- ☐ Outra: _____

6. Numa escala de 1 (Nada Provável) a 5 (Muito Provável):

	Nada Provável	Pouco provável	Algo Provável	Provável	Muito Provável
Com que probabilidade reportava à polícia um furto cometido por um cliente	☐	☐	☐	☐	☐
Com que probabilidade reportava à polícia um furto cometido por um funcionário	☐	☐	☐	☐	☐

7. Numa escala de 1 (Nunca) a 5 (Todos os Dias), com que frequência é que passa nesta zona:

	Nunca	Raramente	Por Vezes	Quase Todos os Dias	Todos os Dias
Um ou mais agentes da polícia a pé	☐	☐	☐	☐	☐
Um carro-patrolha da polícia	☐	☐	☐	☐	☐

8. Nesta zona (zona da loja):

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem Concordo, Nem Discordo	Concordo	Concordo Totalmente
A polícia consegue controlar o crime	☐	☐	☐	☐	☐
A polícia faz um bom trabalho	☐	☐	☐	☐	☐
A polícia trabalha em conjunto com os lojistas na resolução de problemas	☐	☐	☐	☐	☐



	Discordo Totalmente	Discordo	Nem Concorde, Nem Discordo	Concorde	Concorde Totalmente
A polícia preocupa-se muito com a segurança	☐	☐	☐	☐	☐
O número de polícias é suficiente	☐	☐	☐	☐	☐
Os polícias interagem com os lojistas	☐	☐	☐	☐	☐
Quando alguém chama a polícia, os agentes vêm de imediato	☐	☐	☐	☐	☐
Os lojistas estão dispostos a trabalhar em conjunto com a polícia para resolver problemas desta zona	☐	☐	☐	☐	☐

9. De um modo geral, considera que a polícia trata o crime no setor de vendas com uma prioridade:

☐ Muito baixa ☐ Baixa ☐ Alta ☐ Muito alta

10. Gostava de saber se, na sua opinião, durante o último ano e nesta zona, o crime:

☐ Diminuiu ☐ Manteve-se constante ☐ Aumentou

11. Gostava ainda de saber se, comparativamente a outras áreas da cidade do Porto, o crime nesta zona é:

☐ Muito Elevado ☐ Elevado ☐ Igual ☐ Baixo ☐ Muito Baixo

12. É membro de alguma associação que o ajude na redução do crime na sua loja?

☐ Sim ☐ Não

13. Nesta zona, conhece algum Programa de Intervenção que pretenda diminuir o número de furtos em espaços comerciais:

☐ Sim ☐ Não (Se respondeu NÃO, o seu questionário [TERMINA AQUI](#))

Se sim, qual?

Em que consiste esse Programa?

Qual a sua opinião sobre esse Programa:

Nesta zona, já notou algum efeito desse Programa:

☐ Sim ☐ Não

Se sim, qual?

Agradeço a sua colaboração. Recordo-lhe que todas as suas respostas a este questionário são anónimas.



A preencher pelos serviços

1. Data:

		-			-				
--	--	---	--	--	---	--	--	--	--

2. Zona da loja:

3. Localização tipológica do espaço:

- ☐ Loja de rua ☐ Centro Comercial na Cidade ☐ Centro Comercial fora da Cidade ☐ Outra: _____

4. Loja de:

- ☐ Roupas Mista ☐ Roupas Masculina ☐ Roupas Feminina ☐ Bijuteria

5. Loja para:

- ☐ Adulto ☐ Criança ☐ Adulto e Criança

6. Localização da caixa registadora:

- ☐ Entrada da loja ☐ Meio da loja ☐ No fundo da loja ☐ Outra: _____

A preencher
pelos serviços

--	--

--	--	--	--	--	--



ANEXO 2

PERCEÇÃO DOS PRODUTOS MAIS FURTADOS NA LOJA, NOS DOIS CONTEXTOS

Tabela 1: Percepção das características dos produtos mais furtados na loja, em função do contexto

	Comércio de rua	Centros comerciais	Total
	<i>n</i>	<i>n</i>	<i>n</i>
Pequenos	10	2	12
Mais caros	2	1	3
Fáceis esconder	2	-	2
Menor volume	2	-	2
Roupa marca	1	-	1
Acessíveis	1	-	1
Baixo valor	-	1	1
O que mais gostam	-	1	1

Nota: *n* – número de sujeitos

Tabela 2: Percepção dos produtos mais furtados na loja, nos dois contextos

	Comércio de rua	Centros comerciais	Total
	<i>n</i>	<i>n</i>	<i>n</i>
Não específico	16	13	29
Calças	5	10	15
Acessórios/Bijuteria	5	4	9
Roupa interior	3	5	8
Casacos	2	5	7
Camisolas	3	3	6
T-Shirts	3	3	6
Peles/ Casacos de pele	1	5	6
Outros	7	12	19

Nota: *n* – número de sujeitos

ANEXO 3

PERCEÇÃO DAS TÉCNICAS UTILIZADAS PELO OFENSOR PARA A PRÁTICA DO FURTO NA LOJA

Tabela 3: Percepção das técnicas utilizadas pelos ofensores para a prática do crime de furto, tendo em conta a última vez que alguém foi apanhado em flagrante delito

	Comércio de rua	Centros comerciais	Total
	<i>n</i>	<i>n</i>	<i>n</i>
Retirar os alarmes	11	16	27
Sair a correr da loja	15	4	19
Utilizar saco de alumínio	4	13	17
Esconder produtos na mala/saco	4	4	8
Vestir peças por baixo da roupa	4	3	7
Danificou peça	1	3	4
Distrair o funcionário	3	-	3
Retirar os alarmes no provador	-	3	3
Utilizar aparelho para remover os alarmes	1	2	3
Aproveitar distração dos funcionários	1	1	2
Retirar a visibilidade ao funcionário	1	1	2
Utilizar guarda-chuva forrado a alumínio	1	-	1
Guardar produtos no bolso	1	-	1
Roubar a montra	1	-	1
Sair no meio da confusão	1	1	2
Utilizar os expositores para esconder o furto	-	1	1
Levar muitas peças para o provador	-	1	1
Sair discretamente	-	1	1
Utilizar sinais sonoros para abafar o som ao partir os alarmes	-	1	1
Largar os alarmes dentro de outras peças da loja	-	1	1

Nota: *n* – número de sujeitos

ANEXO 4

VALORES TOTAIS DA ANÁLISE MULTIDIMENSIONAL DO CRIME DE FURTO

Tabela 4: Correlações entre a problematização, o impacto do crime de furto na loja e a atuação das estâncias formais de controlo, segundo os valores totais dos dois contextos

	1	2	3	4	5	6
1. Problematização e consequências do crime de furto	-	.371**	.541**	-.198*	.071	-.140
2. Impacto na gestão	-	-	.550**	-.089	-.023	-.131
3. Impacto no quotidiano	-	-	-	-.211*	.056	-.140
4. Eficácia e punitividade do sistema de justiça	-	-	-	-	.137	.146
5. Satisfação com o trabalho da polícia	-	-	-	-	-	.246*
6. Visibilidade da polícia	-	-	-	-	-	-

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$

Tabela 5: Correlações entre o uso de medidas formais e informais, eficácia percebida das medidas, número de lojas no país e número de funcionários da loja, segundo os valores totais dos dois contextos

	1	2	3	4	5	6
1. Existência das medidas formais	-	.526**	.164	.159	.031	.132
2. Existência das medidas informais	-	-	.065	.350**	-.102	.040
3. Eficácia das medidas formais	-	-	-	.365**	.227*	.194*
4. Eficácia das medidas informais	-	-	-	-	-.042	-.008
5. Número de lojas no país	-	-	-	-	-	.558**
6. Número de funcionários da loja	-	-	-	-	-	-

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$