

JORGE VALLEJO. CONSULTOR DE TECNOLOGÍA DEL ÁREA RETAIL.
SECURITAS SEGURIDAD ESPAÑA



Servicios de Seguridad con valor añadido

ESTAMOS viviendo una época de crecimiento en la demanda de servicios de seguridad dentro del sector Retail. Esta tendencia alista, motivada entre otros factores por el crecimiento del consumo privado y por otro lado por la caída de empresas de seguridad con estrategias comerciales cortoplacistas, ha generado que el sector Retail aprecie una oferta de valor añadido en sus servicios de seguridad, en los que se integran conocimiento, innovación y tecnología y focalización al cliente.

A todos no se nos escapa que el sector de Retail está en auge; y es que pa-

rece que el aumento del gasto y del consumo se ha hecho notar tras unos años difíciles. Los efectos de esta situación se hacen muy evidentes cuando las empresas del sector generan multitud de campañas «del chollo» bajo diferentes nombres («Black Friday», «Cibermonday», «Single day», «semana sin IVA»...); muchas de ellas con origen anglosajón o asiático que ya se han instaurado año tras año en España, al igual que pasó con el día de Halloween.

En la misma línea se está produciendo una reactivación del mercado de promoción comercial. Mientras en EEUU la tendencia es el cierre de cen-

tros comerciales, en España se manejan cifras de inversiones en el entorno de los 5.500 millones de euros en proyectos de construcción de al menos 40 nuevos centros comerciales hasta 2019.

En paralelo, el sector de distribución está viviendo un crecimiento estimado en el 2.9 % durante 2017, continuando con la tendencia alista de 2016 (datos ofrecidos por la firma GfK).

Parte de esta expansión se ha desplazado hacia los núcleos urbanos, como medida contra la dura competencia de los grandes jugadores del e-commerce. Durante este año, muchas firmas de distribución que tradicionalmente situaban sus grandes centros en el extrarradio de las ciudades, han ubicado sus nuevas tiendas en el centro de grandes capitales «a pie de calle» con el objeto de tener mayor proximidad a sus clientes. Hemos visto «este movimiento» por parte de grandes cadenas de venta de bricolaje, tecnología, deporte y moda, que han dado continuidad a la misma tendencia de la distribución de alimentación de los últimos años.

Este escenario cambiante dentro del sector, obliga a los proveedores de servicios de seguridad a adaptarse también a las nuevas circunstancias y necesidades, de manera análoga a lo que



hacen dichas compañías con su target de clientes.

La mayoría de la oferta del sector de la seguridad privada para las organizaciones Retail es poco innovadora, reduciéndose a servicios de seguridad tradicionales carentes de valor añadido. Esto es una gran oportunidad de negocio para las empresas de seguridad que confeccionan una propuesta de servicios en consonancia con las necesidades de cada cliente. En nuestro caso, dicha apuesta es clara, habiendo creado una especialización para atender en exclusiva al cliente Retail, tanto desde un punto de vista de negocio como operativo.

Durante el pasado ejercicio hemos visto casos concretos de empresas que lamentablemente han tenido que cesar su actividad por hacer una «lectura del partido distinta», apostando por soluciones en las que el valor añadido era un precio-hora de derribo, frente a la definición de una solución de seguridad completa, en la que se involucra de manera clave el factor tecnológico y se adapta a la casuística de la instalación y al presupuesto del cliente.

Esta perspectiva, implica un análisis previo que permita comprender todos los riesgos a los que están sometidas las instalaciones, no solo los relacionados con «Security», también los riesgos asociados a «Safety» y la protección de las personas (donde destaca la seguridad imprescindible, la Protección Contra Incendios). Este enfoque es crítico en las ubicaciones que tratamos, donde concurre gran cantidad de público con todas las implicaciones que ello conlleva.

En función de la metodología llevada a cabo en el análisis de riesgos, se define el nivel de riesgo y se determinan las medidas necesarias. A este respecto, encontramos por primera vez en la normativa de seguridad privada (en este caso todavía no de aplicación al



«En función de la metodología llevada a cabo en el análisis de riesgos, se define el nivel de riesgo y se determinan las medidas necesarias»

encontrarse en el Borrador de RD del Reglamento de Seguridad Privada) que se hace mención específica a medidas de seguridad organizativas, humanas, físicas y electrónicas que obligatoriamente deben adoptar determinados establecimientos del sector comercial.

Este borrador incorpora a grandes centros o superficies comerciales por un lado, y complejos o parques recreativos y zonas o centros de ocio por otro, en el catálogo de sujetos obligados a tomar medidas de seguridad privada. Dentro de las mismas, sin entrar en mayores valoraciones y condicionantes (estamos hablando de un borrador) destacan:

- Obligatoriedad de servicios de vigilancia en horario de apertura a partir de 2.000 personas de aforo autorizado en espacios con instalaciones de edificios cerrados.

- Las entidades de este tipo de establecimientos estarán obligados a disponer de un departamento de Seguridad Corporativo.

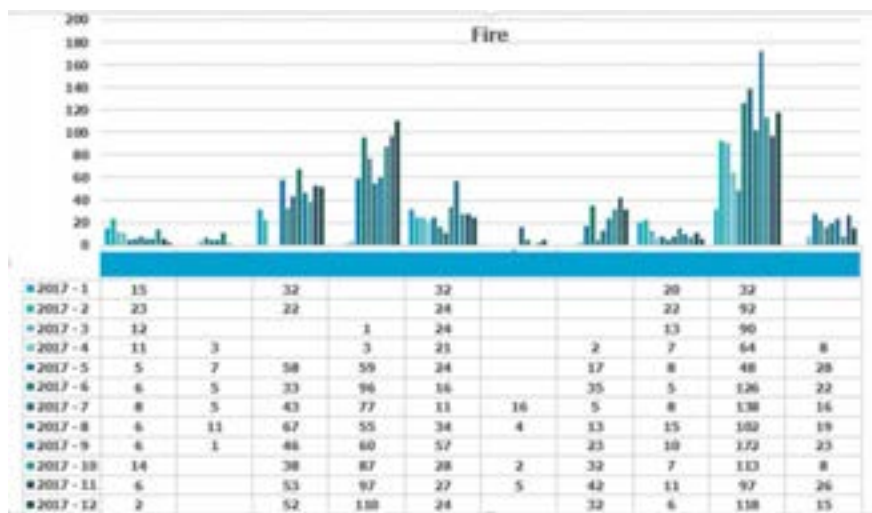
- Medidas como contar con un plan Integral de Seguridad, Procedimientos de Seguridad, o desde el punto de vista de las medidas de protección electrónica, Sistemas de Alarma Grado 3 o Sistemas de Vídeo Vigilancia conectados a Centro de Control o de Vídeo Vigilancia.

Personas, Conocimiento, Digitalización, Innovación y Tecnología

La planificación de la seguridad en un establecimiento de Retail debería responder a múltiples aspectos y al menos haber valorado todos los riesgos a los que puede estar sometida, teniendo en cuenta los siguientes pilares básicos:

1. El valor del factor humano.

De poco sirve la mejor tecnología si no tiene detrás un equipo humano capaz y formado específicamente para su labor. El capital humano conforma en gran medida el valor de las compañías. Por un lado, los vigilantes, que son



Probabilidad de actuaciones relativas a Protección Contra Incendios a lo largo de la semana (conclusiones a partir de más de 50.000 datos procedentes de más de 20 centros comerciales).

los gestores integrales de la seguridad en las instalaciones de los clientes, por otro, la plantilla de especialistas en sistemas de seguridad y PCI, ingenieros, técnicos de mantenimiento, etc.

A este respecto son imprescindibles los planes de formación. En el caso del personal operativo es muy importante definir un cuadro formativo conjuntamente con el cliente en base a sus necesidades, circunstancias y objetivos. Adicionalmente esto refuerza el mejor conocimiento, confianza y cercanía con los propietarios, gestores y usuarios.

2. Procesos y Gestión Digital. Es evidente que una buena definición de procesos, aplicado a cualquier ámbito conlleva una gestión efectiva. En materia de seguridad, y en establecimientos del segmento Retail es fundamental para el desarrollo de todas las actividades adaptadas a este tipo de instalaciones con concurrencia de público. A partir de aquí encontraremos los matices lógicos en su definición e implantación, dependiendo si están aplicados a una cadena de varios establecimientos o a un centro comercial.

En el desarrollo de los procedimientos nos servimos de los avances tecnológicos, de manera que dotamos al

personal de herramientas que nos permiten la gestión y el mejor seguimiento de los servicios que desarrollamos.

El objetivo es la digitalización de todos los servicios de seguridad de nuestros clientes Retail.

La digitalización nos lleva a convertir los datos, procesados adecuadamente en información (los datos en sí no implican información) y ésta en conocimiento. El conocimiento de nuestros servicios nos permite entender, calibrar y ajustar cuando sea necesario sobre lo que hacemos, encontrándonos en consecuencia en el terreno de la «seguridad predictiva» (saber para predecir). En los gráficos que ilustran estas páginas vemos algunos ejemplos de la información que nos proporcionan estas herramientas.

Otro valor añadido de los servicios digitalizados es que

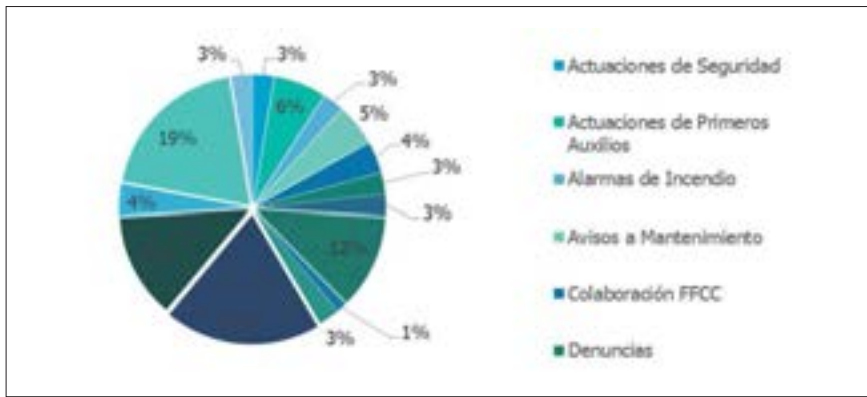
permite conocer lo que sucede en los establecimientos objeto de protección. Esto se puede desarrollar en diferentes maneras:

1. Notificación en tiempo real de las emergencias que requieren de la atención del cliente.
2. Informes periódicos (diarios, semanales...)
3. Cuadros de mando comparativos.

Otra gama de servicios digitalizados en origen, que nos permite adquirir millones de datos, son los servicios Remotos de Vídeo. Las miles de cámaras y sensores conectados al SOC de Seguritas generan un «big data» que procesado de manera adecuada genera un valor inestimable. En 2017 tramitamos más de 90 millones de señales.

La gestión de toda esta información ayuda a trabajar con modelos de mantenimiento predictivo, conociendo de manera fácil situaciones de «desajuste» y permitiendo tomar de manera temprana acciones de corrección. Fre-





Probabilidad de actuaciones por tipo (conclusiones a partir de más de 50.000 datos procedentes de más de 20 centros comerciales).

cuentemente nos encontramos el clásico problema de usuarios que hacen un uso inadecuado de las salidas de emergencia de las instalaciones. Con este enfoque podemos detectar fácilmente estas situaciones y hacer un seguimiento de las acciones correctoras.

Innovación y Tecnología

3. Innovación y Tecnología

La revolución tecnológica en la que nos encontramos en la actualidad, afecta a todos los ámbitos de nuestra actividad, y como no podía ser menos, en la implantación de herramientas y soluciones que faciliten la actividad de protección de las instalaciones en Retail.

Un ejemplo claro es la geolocalización. Actualmente tenemos asumido de manera natural que podemos saber dónde ubicar nuestro vehículo, cómo llegar a nuestro destino, conocer el recorrido de los niños de camino al colegio,...

Las dificultades llegaban cuando aplicamos todo esto en en-

tornos donde la triangulación no era posible con GPS, en los que se perdía precisión o directamente no había posicionamiento.

Precisamente es en entornos de interior, donde se aplica casi la totalidad de los servicios de seguridad que se desarrollan en el segmento Retail (contadas excepciones como parques comerciales o centros abiertos). La geolocalización en el interior de los establecimientos de distribución y centros comerciales aporta numerosas ventajas en el desarrollo de nuestra actividad, y se puede desarrollar en cuatro vertientes.

1. Gestión de los efectivos de seguridad. Permite conocer en tiempo

real la disposición de los medios disponibles y dirigirlos donde se requiera en cada momento permitiendo ganar efectividad y tiempo de reacción.

2. Gestión de los efectivos de Emergencias. De manera análoga a la anterior, permite coordinar los medios, añadiendo a la ventaja de tenerlos ubicados, generar notificaciones instantáneas a todos los equipos que gestionan la emergencia.

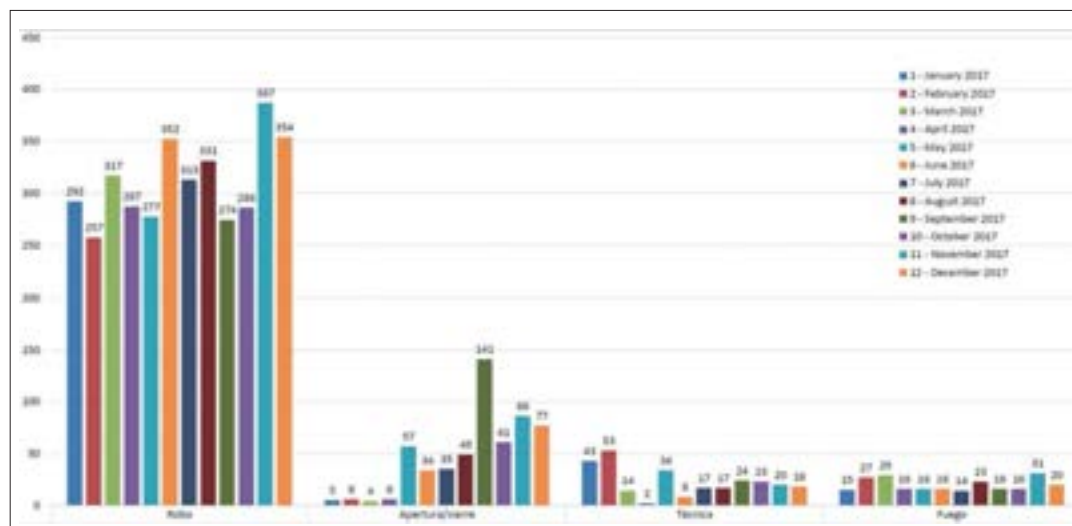
3. Gestión y coordinación de los recursos de terceros (limpieza, mantenimiento...).

4. Servicios de valor a los usuarios (localización de personas mayores, errantes, niños...).

Securitas Location es la solución de geolocalización válida para cualquier entorno (interior–exterior), que Securitas tiene implantada en varios servicios de nuestros clientes (principalmente en centros comerciales).

En lo que respecta a otras soluciones de innovación tecnológica aplicada a este segmento, la tendencia se dirige a aplicaciones de Inteligencia Artificial (y su evolución hacia Machine y Deep Learning) aplicadas a seguridad, principalmente a través del uso de analítica de video en sistemas de videovigilancia (en otro segmento se

Histórico de eventos generados por los sistemas de seguridad en las tiendas de una cadena de distribución.

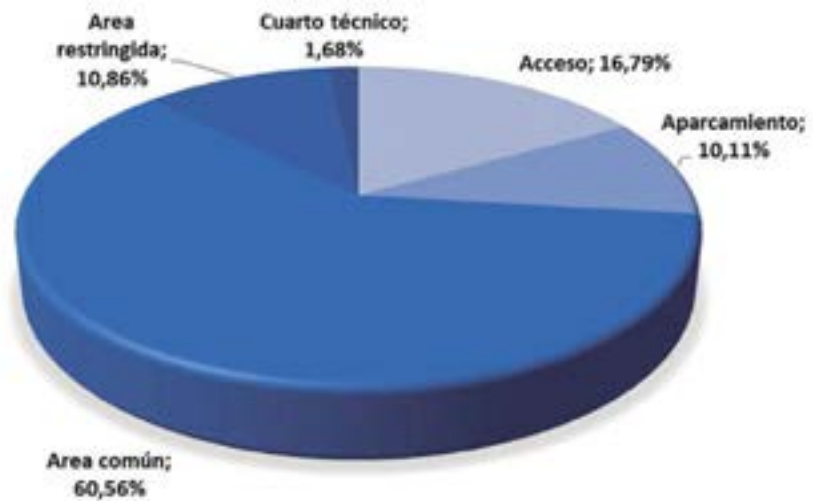


encuentran las aplicaciones de analítica para Business Intelligence y Marketing).

Sin entrar en consideraciones complejas, el objetivo es dotar a los sistemas de seguridad de la capacidad de entender y evaluar mejor las diversas situaciones que transcurren en el mundo real, para que propongan de manera automática opciones en la toma de decisión a un vigilante o incluso que sea la propia «máquina» quien tome dicha decisión.

Entretanto, estamos utilizando aplicaciones de analítica de vídeo que nos facilitan la gestión de seguridad de nuestros centros. Destaca el uso de sistemas de reconocimiento facial en aplicaciones de seguridad, que tiene muchas posibilidades desde el punto de vista conceptual, pero lamentablemente su aplicación está muy «encorsetada» por el marco normativo vigente en lo que se refiere a protección de datos (al fin y al cabo el sistema maneja datos que permiten la identificación de personas).

El futuro es poco alentador y la aplicación de estos sistemas se complica con la entrada en vigor el próximo 25 mayo del Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea. Este reglamento condiciona las medidas de seguridad que se apliquen en una ins-



Probabilidad de actuaciones por ubicación (conclusiones a partir de más de 50.000 datos procedentes de más de 20 centros comerciales).

talación con el objeto de proteger los derechos y libertades de las personas. Para ello se tiene que tener en cuenta si la medida es adecuada para la consecución de una finalidad, si es necesaria porque exista otra medida «menos lesiva» para la intimidad de las personas y si es proporcional al fin que se persigue.

Junto a ésta encontramos numerosas aplicaciones de analítica de vídeo que ayudan en la actividad de protección de las instalaciones y personas. Sistemas que permiten por ejemplo detectar clientes

que salen de la tienda por el pasillo de uso exclusivo para la entrada, que nos avisan cuando hay acumulación de clientes en la fila de cajas o en una zona concreta del establecimiento, cámaras de conteo de personas, mapas de calor, etc. Otra funcionalidad muy interesante en lo que a analítica de vídeo se refiere, es la que permite la búsqueda automática de personas sobre grandes cantidades de grabaciones de vídeo de un centro a partir de una imagen de la misma, lo que es muy útil en incidencias de personas perdidas o sospechosas en un centro comercial.

Especialización

Como está ocurriendo en todos los ámbitos de la sociedad, el sector Retail está en un continuo proceso de transformación y adaptación en esta era del cambio. Esto obliga a todos los proveedores de servicios, a que sus unidades conozcan muy bien este negocio para que estén muy cerca del cliente y sean tremendamente ágiles para poder adaptarse. La mejor manera de llegar a ello es a través de la especialización. ●



Fotos: Securitas Seguridad España

Contactos de empresas, p.7.