



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo Fin de Grado (TFG)

**La digitalización en el sector de la
seguridad, caso particular de
Securitas Direct**

Autor: Hugo Loizeau

Director: Raúl González Fabre

MADRID / Junio 2021

RESUMEN

La digitalización está presente en nuestro día a día, cada vez va cogiendo un sitio más amplio e importante en nuestra sociedad, un parámetro que se ha vuelto completamente esencial en el sector empresarial. Este trabajo de investigación tiene como finalidad profundizar en el significado de la digitalización y analizar cómo se ha producido la transformación digital de las empresas. Nos enfocaremos en un sector concreto y apenas estudiado de la digitalización: el de la seguridad privada, concretamente en la empresa Securitas Direct.

Una empresa de seguridad tiene como misión principal la prevención y la gestión de los riesgos con la garantía de la protección de los bienes y las personas. Su oferta de servicios incluye la vigilancia, la seguridad, la intervención y la protección contra incendios. Este trabajo valora entonces los nuevos desafíos y oportunidades de la digitalización a los que se enfrentan las empresas de este sector.

Palabras clave: digitalización, transformación digital, Securitas Direct, seguridad privada, innovación.

ABSTRACT

Digitalisation is present in our day to day, it is increasingly taking a wider and more important place in our society, a parameter that has become completely essential in the business sector. This research work aims to delve into the meaning of digitalisation and to analyze how the digital transformation of companies has taken place. We will focus on a specific and barely studied sector of digitalisation: that of private security, specifically in the company Securitas Direct.

A security company has as its main mission the prevention and management of risks with the guarantee of the protection of goods and people. Its range of services includes surveillance, safety, intervention and fire protection. This paper then assesses the new challenges and opportunities of digitalisation faced by companies in this sector.

Keywords: digitalisation, digital transformation, Securitas Direct, private security, innovation.

TABLA DE CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN	9
1) Objetivos de estudio	9
2) Metodología.....	10
3) Estructura	11
II. MARCO TEÓRICO	12
1) Contexto.....	12
2) Definición de digitalización	13
3) Una transformación social inevitable.....	13
4) Pilares de una transformación digital.....	14
5) Desafíos.....	15
a. Credibilidad	16
b. Dinamismo.....	17
c. Rendimiento	17
d. Ventaja competitiva.....	18
III. LA ECONOMÍA DIGITAL DEL SECTOR DE LA SEGURIDAD	20
1) Lugar de la seguridad en la vida de las personas.....	20
2) Industria en España, rol del cliente.....	21
3) Nuevas tendencias.....	22
IV. SECURITAS DIRECT	24
1) Presentación Securitas Direct	24
2) Herramientas de programación, Big Data	25
a. Diferentes análisis para diferentes entornos	26
b. Uso directo del Big Data	27

3)	Combinar capital humano con digitalización.	29
	a. “3,66 millones anuales en formación”	30
	b. Wikipedia de calidad.	31
4)	Tecnologías exclusivas contra robos y ocupaciones.	31
	a. Central.	33
	b. Cámaras.	34
	c. Sentinel y Red ATN.	34
	d. Llaves conectadas	35
	e. Protección también fuera de casa.	35
	f. Salud en casa, “HomeDoctor”	36
V.	<u>OPORTUNIDADES FUTURAS</u>	37
1)	Mejora de la propuesta de valor	37
2)	Modificar la cadena de valor	39
3)	Oportunidades futuras mejorar, implantar	41
	a. Inteligencia Artificial	41
	b. Drones	42
4)	¿Seguridad digitalizada y privada?	42
VI.	<u>CONCLUSIONES</u>	46
VII.	<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	49

ÍNDICE DE GRÁFICOS

I. <u>GRÁFICO I</u> : <u>Número de empresas en el sector de la seguridad, según número de empleados.</u> (Unidad Central de Seguridad Privada, Ministerio del Interior, 2016)	21
II. <u>GRÁFICO II</u> : <u>Evolución de ventas de Securitas Direct.</u> (Agrecor, 2020)	32

I. INTRODUCCIÓN

Al igual que leen este trabajo, tres mil millones de personas como ustedes están conectadas a Internet ahora mismo. Es decir, aproximadamente la mitad de la población mundial, siendo esta cifra no más que una aproximación, porque cada día no hace más que crecer.

Internet y la tecnología digital son los verdaderos y principales motores del siglo XXI, han permitido la evolución de las sociedades, transformar los modos de vida y cambiar las relaciones de todos los ciudadanos. Hoy en día, estamos en la era digital, el mundo se está familiarizando cada día más con estas tecnologías, y a su vez sus actores están más conectados entre sí.

La digitalización de nuestros hábitos cotidianos ha revolucionado nuestra forma de pensar y actuar en el mundo, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) cambian profundamente las empresas, la economía y la sociedad. En todas las áreas sin excepción, los métodos de trabajo, los comportamientos de los agentes económicos, además de los instrumentos y procesos de producción han sido radicalmente cuestionados con estas nuevas tecnologías. Es la cuarta revolución industrial que está en curso, podemos decir que va de la mano junto con la digitalización.

1) Objetivos de estudio

El nuevo modelo empresarial de las compañías de seguridad consiste en mejorar la calidad de vida de las personas, digitalizando y modernizando su oferta. Este trabajo tiene como objetivo principal analizar el impacto de la digitalización y las nuevas tecnologías, y entender si los avances tecnológicos han sido favorables en la evolución de las compañías de ese mismo sector, estudiando el caso particular de Securitas Direct,

En un primer tiempo describiremos el sector en el que se encuentra la empresa, lo que ha permitido la digitalización dentro de las compañías de seguridad privada desde una perspectiva global. De la misma forma que en la revolución industrial se cambió al hombre por las máquinas en tareas recurrentes y simplistas, ahora aparecen actividades que permiten a este sector ser cada vez más digital en todas sus áreas. Se intentará entonces analizar: ¿Qué procesos usan las empresas para modernizar su oferta? ¿Qué nuevas herramientas digitales se usan en el día a día de los empleados?

Este trabajo lo estoy comprobando y desarrollando con la empresa Securitas Direct empresa en la que he estado trabajando 8 meses (empecé trabajando en septiembre 2020 hasta finales de abril 2021). Cada día pude ver que existía esa necesidad y que desde la empresa se trabajaba en proyectos que estaban directamente ligados a la digitalización. En un segundo tiempo entonces enfocaremos nuestros objetivos al caso particular de Securitas Direct.

Por último, es necesario comprender la dirección y las expectativas de desarrollo futuro de la empresa en cuestión. La oleada digital y la digitalización no ha terminado de redefinir los límites de la seguridad privada, sino que los han ampliado, en un momento en el que todo parece posible, ¿Por qué limitarse a explotar las herramientas existentes?

2) Metodología

Para llevar a cabo este trabajo, primero analizamos el sector en el que nos encontramos para luego entender cómo evoluciona, cambia y se desarrolla debido a la digitalización. Para ello, leemos, revisamos y analizamos diferentes artículos, de los cuales podemos aprender más sobre el tema, para que podamos profundizar en él.

Después de haber analizado la parte más general de la digitalización en el sector de la seguridad privada, continuaremos analizando por completo Securitas Direct, que será la parte más amplia del trabajo. Para ello, la empresa nos facilitó diferentes datos e información, que analizaremos y usaremos para llegar a nuestras conclusiones. Además, al haber estado 8

meses trabajando en la compañía, podremos recopilar mucho contenido en relación a la digitalización durante esta etapa, una experiencia corta pero intensa, que será de gran ayuda en este trabajo. Por tanto, podremos realizar un análisis lo más completo posible.

Finalmente, con esos análisis recopilados, habrá que observar hacia qué camino se dirige la empresa, analizar las distintas predicciones posibles y oportunidades futuras que se le ofrecen a la compañía, gracias a lo estudiado previamente.

3) Estructura

En el capítulo II y capítulo III, presentaremos el marco teórico del trabajo (capítulo II) y el sector (capítulo III) en el que se enfocará nuestra primera parte del trabajo. A continuación, profundizaremos en la digitalización de estas empresas de seguridad privada, comentando su crecimiento en los últimos años, las nuevas herramientas y los cambios que han debido de efectuar.

En segundo lugar, en el capítulo IV y capítulo V analizaremos el impacto de la digitalización en el caso particular de una empresa de este sector de la seguridad privada, Securitas Direct. Para ello, en un primer momento, detallaremos todos los hitos relevantes que se han producido en la empresa debido a la digitalización y cómo han afectado a la empresa (capítulo IV). Para completar esta sección, describiremos las expectativas futuras de la empresa y cómo pretenden lograr seguir expandiéndose por el mundo (capítulo V).

Finalmente, en el capítulo VI propondremos conclusiones al objetivo principal del trabajo, basando nuestra conclusión en las respuestas a los objetivos secundarios.

II. MARCO TEÓRICO

1) Contexto

Se habla de revolución industrial en una economía cuando hay cambios radicales en el sistema de producción de esta. El término “industrializar”, ha ido cambiando de sentido a lo largo de los años con cada revolución, por las cuales el ser humano ha pasado durante la historia de la humanidad.

- En la primera revolución industrial, con la máquina de vapor, que comenzó en los años 1780 - 1781. En ese momento de historia “industrializar” significaba “mecanizar”.
- En la segunda revolución industrial, todo giró alrededor de novedades que iban a cambiarlo todo; la electricidad, el motor de explosión, el teléfono, la química y el petróleo, que iniciaron a principios de los años 1880. “Industrializar” significaba “electrificar”.
- En la tercera revolución industrial, también conocida como revolución científico-técnica o revolución de la inteligencia, es el momento de la aparición y utilización de las energías renovables, y de nuevas formas de comunicar. En ese momento de la historia de la humanidad, la palabra “industrializar” tenía como significado “informatizar”.
- Finalmente, estamos hoy en día, en la llamada cuarta revolución industrial, la “transformación digital”, con robots programables, impresoras 3D, drones, plataformas que enlazan bienes físicos y servicios personalizados, coches autónomos, etc. Donde “industrializar” también significa “digitalizar”.

(Ricardo Méndez Gutiérrez, n.d.)

Una revolución industrial afecta a la sociedad a todos los niveles. En efecto, en la era digital, no es suficiente aprender en la escuela primaria a leer, escribir y contar, poco a poco va a volverse una necesidad aprender a codificar (programar) por ejemplo. En cuanto a nivel

empresarial, lo digital impacta en todos los aspectos y las áreas de las empresas: los diferentes puestos, los “*Business model*”, los procesos y sistemas operativos, los sistemas de toma de decisiones, etc.

2) Definición de digitalización

La digitalización, “*es el proceso por el que la tecnología digital se implanta en la economía en su conjunto afectando a la producción, el consumo, estructura y gestión de las empresas*”. (Debitoor, 2017) Así mismo, la transformación digital es la integración de nuevas tecnologías dentro de la empresa: A menudo se considera que la digitalización es su sinónimo. El término digitalización es más utilizado y forma parte de los “*buzzword*” de los últimos años. La expresión se utiliza cada vez más en el momento que las empresas deben posicionarse en su mercado para responder a nuevos usos inducidos por la tecnología digital, así como revisar su organización y gobernanza, poniendo al cliente en el centro de su cadena de valor, respondiendo así a sus necesidades de forma más digital.

La definición es simple, la aplicación lo es menos, a priori: identificar, explotar, reinventar y medir el impacto de las tecnologías digitales representa una obra de envergadura para las empresas.

3) Una transformación social inevitable

Si la revolución industrial dio un vuelco a las costumbres sociales y los modelos económicos en la época, la tecnología digital está sacudiendo las prácticas vigentes. *En el año 2020 en España, el 93,2% de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet para acceder a la información, a los productos y a los servicios, 2,5 puntos más que en 2019, esto supone un total de 32,8 millones de usuarios, según el “Instituto Nacional de Estadística”.* (INE, 2020) El teléfono móvil se ha convertido en 2021, en el primer medio de comunicación con el ser humano, dando lugar a una nueva forma de vida, a veces preponderante, cambiando las

relaciones entre los humanos y en el ámbito empresarial entre clientes y empresas, apareciendo entonces dos opciones opuestas para las empresas, como son la de desaparecer o adaptarse a esa transformación.

Debido a que los avances tecnológicos se alimentan de su propio progreso, la evolución debe ser rápida y necesaria dentro de las compañías. El cambio de ningún modo debe asustar a la generación X, o a las empresas del siglo XXI, que tanto en el mundo real como en el mundo virtual deben aumentar sus esfuerzos y usar esa transformación de la sociedad como motores de su evolución.

4) Pilares de una transformación digital

Todo el mundo ha comprendido que nuestra sociedad está sufriendo una mutación a causa de las nuevas tecnologías, pero son pocos los que han comprendido cómo sacar provecho de este fenómeno. Las empresas serias han entendido lo que está en juego y la necesidad de lo digital, pero muy pocas son las que han entendido la urgencia de hacer esta transformación digital, y todavía menos son las empresas que han sabido cómo lograrlo de una manera exitosa.

Es entonces importante y primordial, que las compañías tengan claro, el concepto de transformación digital. Para ello, podemos recopilar esa transformación en cuatro grandes pilares, que las empresas deben de tener en su punto de mira, que se apliquen tanto en sus relaciones comerciales como en su organización interna:

- El tiempo real que gracias a la **automatización y desintermediación** desde el momento en el que la sociedad elimine las barreras espacio-temporales se volverá cada vez menor. La empresa debe ser capaz de tratar las necesidades de los clientes de forma inmediata y convertirlas en una práctica automática. La noción de inmediatez y automatización van de la mano con la desintermediación. Dentro de la propia empresa, el tiempo real se traduce en la implementación del trabajo

colaborativo gracias a herramientas digitales que se han vuelto más eficaces, por ejemplo el correo electrónico.

- La movilidad mediante la **desmaterialización**, el teléfono móvil se ha convertido en muchos casos en la prolongación de la mano del ser humano, y en el ámbito empresarial de la mano de sus clientes. Se exige hoy en día, un acceso simplificado a los productos y servicios cualquiera que sea el método de compra utilizado y donde quiera que esté el cliente. La movilidad es indispensable para permanecer conectado, en cualquier circunstancia, y en este caso entonces la desmaterialización adquiere todo su sentido, el trabajador “*millennial*”, ávido de libertad y preocupado por su calidad de vida, no se molesta en reivindicar su derecho al teletrabajo.
- **Big Data**, la tecnología digital proporciona acceso a un volumen continuamente creciente y muy grande, de datos y resultados. Un recurso valioso para la empresa siempre que se utilice de manera eficiente. A causa de la evolución exponencial de las tecnologías, las estrategias deben actualizarse regularmente, y se debe ver el dato como un indicador de impacto y ser este la mejor señal de alerta para permanecer en la carrera.
- El **Internet de las cosas** (IoT), el ser humano está conectado desde el móvil, el ordenador hasta con su propio reloj. La separación entre realidad física y virtual desaparece en favor de nuevas funcionalidades al servicio del usuario.

5) Desafíos

El uso de las tecnologías digitales en el marco de la transformación digital es un elemento considerable para las empresas. Después de haber analizado las grandes pautas de una digitalización exitosa, podemos llegar a encontrar cuatro grandes desafíos que la transformación digital de las empresas acarrea: credibilidad, dinamismo, rendimiento y ventaja competitiva. Vamos a estudiar estos cuatro desafíos, para entenderlos mejor.

a. Credibilidad

La transformación digital de la empresa es indispensable para que la empresa gane en credibilidad y no pierda la confianza del público. El cliente, debe poder medir la solidez de la empresa prestadora de servicios o proveedora de productos.

(Campo Vidal y Cerezo, 2020)

- **Comunicación, publicidad:** La presencia de la empresa en la sociedad, es muy importante, si está presente con un contenido de baja calidad perjudica la credibilidad de la marca, en una sociedad tan medida por las redes sociales. La imagen de la empresa en los medios sociales proyecta una garantía de confianza con respecto al cliente. A medida que aumenta de forma positiva la visibilidad de la marca, su imagen se beneficia y su notoriedad sube.
- **Venta online:** La página web y los perfiles en redes de la empresa son el primer portal de acceso a su oferta para el cliente. Descuidar este aspecto conlleva el riesgo de caer en la degradación de la imagen de la marca. Internet no es un simple escaparate, sino una herramienta poderosa para reflejar la empresa. El cliente debe tener acceso al producto ofertado en pocos clics facilitando siempre la documentación e información precisa sobre los productos y servicios de la empresa.
- **Oferta:** Si la oferta no se adapta a la demanda, la empresa pierde clientes, que serán entonces atraídos por competidores más innovadores, y que responderán entonces mejor a su demanda. Utilizar las nuevas tecnologías digitales para ofrecer productos y servicios nuevos y de mayor calidad, es una prueba de que los medios financieros y humanos de la empresa se han adaptado de manera correcta a la demanda.
- **Relaciones con los clientes:** La transformación digital incluye la explotación de los datos para poder ofrecer prestaciones personalizadas, teniendo en cuenta las necesidades específicas de cada cliente. Prescindir de este elemento central hace perder oportunidades comerciales. Si la empresa se adapta a las nuevas costumbres y a las necesidades de los clientes, mantiene su credibilidad y mejora su visibilidad en el mercado.

b. Dinamismo

La transformación digital de la empresa implica una renovación permanente de su modelo comercial. Con el dinamismo los equipos se fortalecen, la motivación se multiplica de manera significativa, resultando un papel clave en los resultados de las empresas.

La continuidad es importante, pero no se debe confundir entre dos términos parecidos pero que en este caso llevan a diferentes resultados, agilidad con reactividad. Una empresa únicamente reactiva puede reaccionar, pero a corto plazo y a menudo en detrimento del largo plazo, desestabilizando en muchas ocasiones a su personal. Al contrario de una empresa ágil, permitirá un cambio más duradero en el tiempo. Una empresa ágil es sinónimo de dinamismo, capaz de adaptarse rápidamente a cambios inesperados en su entorno, manteniendo una continuidad estratégica, operativa y humana.

c. Rendimiento

Un estudio reciente de “Mckinsey” (Mckinsey and Company, 2014), pone de relieve cifras evocadoras: *“Las empresas europeas campeonas de digital son tres veces más rentables que sus homólogas menos digitalizadas y crecen un 4,5 en su valor más rápido”*. Esta constatación pone de relieve un desafío evidente de la transformación digital de las empresas y reside en la automatización de los procesos, creando oportunidades.

La automatización, permite optimizar considerablemente la empresa, ganando rendimiento en tiempo récord.

- **Ahorro de tiempo:** Cuando una máquina realiza trabajos que serían de larga duración para el ser humano, la empresa acelera los procesos. Realizar tareas repetitivas con unos pocos clics permite al empleado aumentar su rendimiento, contribuyendo de esta manera a la aceleración en el crecimiento de la empresa y en la mejora de su competitividad.
- **Economía e Inteligencia Artificial:** Cuando la inteligencia artificial desplaza a los empleados, los recursos humanos pueden movilizarse en tareas distintas de mayor

valor añadido e incluso en nuevas profesiones derivadas de la tecnología digital. Esto sucede sin la necesidad de la contratación, con lo que la ganancia económica es mayor para la empresa.

- **Calidad:** El robot representa una alternativa al error humano. Las tareas automatizables permiten a la empresa ofrecer un menor grado de falibilidad y mejorar el nivel de calidad de su oferta.
- **Bienestar:** Delegar las tareas más exigentes y aburridas mediante el uso de herramientas digitales específicas ofrece a los empleados un mayor desarrollo profesional, aumentando su bienestar. Esta comodidad se ve directamente ligada en el desempeño profesional de los empleados y afecta directamente a los resultados de la empresa.
- Otra palanca de rendimiento primordial en el marco de la transformación digital de la empresa es la **comunicación** (que no deja de beneficiarse de las oportunidades de la automatización). El marketing es uno de los primeros en beneficiarse de las repercusiones de una Agenda Digital correctamente aplicada, constituye la palanca a través la cual una gran parte de las empresas deciden iniciar su transformación digital.

d. Ventaja competitiva

La transformación digital no sólo supone una necesidad y / u obligación, sino que también puede representar una gran ventaja competitiva. Sería un error grave pensar que ya pertenece al pasado y que todas las compañías han conseguido su estrategia de transformación digital con éxito, es primordial para la gran mayoría de las empresas seguir luchando por aprovechar la oportunidad digital. En este contexto sigue siendo posible sacar ventaja de ello para destacarse en el mercado con los siguientes métodos:

- La **utilización de las tecnologías del futuro** como el Smart data, la realidad virtual, la inteligencia artificial, la impresión 3D, la robótica, etc. Estas tecnologías de aire futurista ya existen, aunque estén menos difundidas en comparación con las herramientas digitales clásicas, que hoy en día son las que permiten acelerar la ventaja competitiva para atraer nuevos clientes. Pero el día de mañana ¿Qué tecnologías serán las que permitan esa ventaja competitiva?

- **Fuerza de la proposición**, en un momento en el que todo parece posible, ¿Por qué limitarse a explotar las herramientas existentes? Tomar la iniciativa de crear nuevos usos en el mundo digital es una manera de proponer una oferta distinta, más innovadora y atractiva. Esto requiere contar con - o contratar - el talento necesario para implementar las soluciones tecnológicas del mañana.

Asumir el desafío de la transformación digital es también el de superar la competencia para ganar aún más en rendimiento y acelerar su crecimiento. Con otras palabras, el desafío es de ser el más rápido y estar al corriente de los cambios tecnológicos en continua reinención.

III. LA ECONOMÍA DIGITAL DEL SECTOR DE LA SEGURIDAD

1) Lugar de la seguridad en la vida de las personas

La seguridad es uno de los pilares que más se valora dentro de una familia para vivir tranquilo y feliz. Por lo tanto, un sector con una importancia tan grande en nuestras vidas tiene la necesidad y obligación de seguir el movimiento de la digitalización para su propio bien y no quedarse de lado. Pero a la vez la sociedad en general tiende a tener una pérdida de confianza en las nuevas tecnologías para su privacidad. Una paradoja complicada de responder y satisfacer para las empresas de este sector: ¿seguridad digitalizada y privada? Una serie de palabras complejas de asociar, pero que deben estar presentes en las misiones y visiones de cualquier empresa de seguridad en el siglo XXI.

Concretamente, en este trabajo, nos centraremos en el sector de la Seguridad privada. Es importante tener una definición clara de este concepto: *“La seguridad privada, como define la Ley 5/2014, del 4 abril, es el conjunto de actividades, servicios, funciones y medidas de seguridad adoptadas, de forma voluntaria u obligatoria, por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, realizadas o prestadas por empresas de seguridad, despachos de detectives privados y personal de seguridad privada para hacer frente a actos deliberados o riesgos accidentales, o para realizar averiguaciones sobre personas y bienes, con la finalidad de garantizar la seguridad de las personas, proteger su patrimonio y velar por el normal desarrollo de sus actividades”* (BOE, 2014). Suponiendo de esta manera que a lo largo de la historia el sector de la seguridad privada siempre ha estado presente de una manera u otra en la vida de las personas. Podemos recopilar tres grandes etapas:

- En la historia del hombre los primeros sistemas de seguridad que han ofrecido empresas privadas han sido servicios de guardia y patrulla / servicios de transporte de fondos.
- En un segundo tiempo aparecieron las investigaciones (los servicios de detectives).

- Y finalmente nos encontramos hoy con la supervisión y vigilancia a distancia de los sistemas de seguridad, como por ejemplo los dispositivos de alarma antirrobo y de alarma contra incendios.

2) Industria en España y rol del cliente

Aunque España se incorporó al negocio de la seguridad privada más tarde que sus vecinos europeos, cuenta con empresas líderes a nivel mundial dentro de este mismo sector. La tercera empresa europea del sector es Prosegur, que nació en 1976 y ahora se ha convertido en una multinacional. Securitas Direct, líder del sector en España fue fundada para satisfacer las necesidades de la sociedad: la modernización y expansión de las alarmas.

Actualmente existen 1.494 empresas de servicios de seguridad registradas en España. Debido a la enorme atomización de la industria, hay una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas en ella, dando lugar a que unas pocas empresas acumulen alrededor del 80%. (Marta Yoldi, 2019)

TAMAÑO	Nº DE EMPRESAS	% PESO
De 1 a 19 asalariados	791	74,83
De 20 a 49 asalariados	97	9,18
De 50 a 99 asalariados	72	6,81
De 100 a 199 asalariados	48	4,54
De 200 a 499 asalariados	35	3,31
De 500 a 999 asalariados	5	0,47
De 1000 a 4999 asalariados	5	0,47
De 5000 ó más asalariados	4	0,38

Gráfico I: Número de empresas en el sector de la seguridad, según número de empleados.
(Unidad Central de Seguridad Privada, Ministerio del Interior, 2016)

La digitalización es un reto importante en el sector de la seguridad privada porque hay que tener en cuenta la presencia y el papel de los clientes, que, como proveedores “*cliente - proveedor es que el cliente tenga la certeza de que el bien o servicio que le sea entregado o*

brindado sea de excelente calidad.”, por ejemplo, tenemos a Kaoru Ishikawa, para quien *“el objetivo fundamental de estas relaciones es el de mejorar la garantía de calidad y eliminar las insatisfactorias condiciones existentes entre el comprador y el proveedor”*. (Marlon Alejandro Ruiz López Carrera, 2015) Los clientes deben de saber las soluciones que tienen a su disposición, y deben decidir y promover la rapidez del desarrollo de los sistemas / soluciones de seguridad, por lo tanto, los clientes son actores activos dentro del sector.

Lo que nos lleva a decir que dentro del sector de la seguridad la combinación de tecnología y seguridad es indispensable en todos los niveles de las operaciones para garantizar una protección eficaz y de esta manera una respuesta contundente a la demanda del cliente.

3) Nuevas tendencias

Una empresa de seguridad privada, seria y confiable debe ser capaz de ofrecer soluciones eficientes elaboradas, como hemos visto previamente a partir de las necesidades y requisitos de su cliente.

Redefinir la industria de la seguridad es el objetivo que se han fijado actores de la seguridad privada como “Genetec”. La innovación es la base de lo que ofrece la compañía, y como lo dice su presidente Pierre Racz *“Cuando comenzamos en 1997, sabíamos que la tecnología rompería barreras y ampliaría las perspectivas. Nuestro primer sistema de video vigilancia basado en tecnología IP lo demuestra. Esto brindó a nuestros clientes más flexibilidad, escalabilidad y facilidad en su uso”*. (Pierre Racz, 2019) Esta empresa canadiense se posiciona entonces como un facilitador de lo cotidiano, al ofrecer un sistema diseñado para aprovechar las tecnologías en red, optimizando la seguridad de los sitios y también de las personas que intervienen en ellos, y como diría Giovanni Taccori *“Comercial Lead Transportation”* en Genetec *“Cada vez más, nuestros clientes están comprendiendo los profundos conocimientos empresariales que los nuevos Centros de Seguridad son capaces de ofrecer, nuestra misión, objetivo es mejorar la experiencia general de los pasajeros y empleados, proporcionando una mayor seguridad”*. (Giovanni Taccori, 2021)

Este sistema inteligente de Genetec proporciona una adaptabilidad inigualable centrada en las necesidades de cada cliente. Así, las posibilidades de asistir al agente de seguridad en el puesto son innumerables: lectura de matrículas, seguimiento de vehículos, análisis de la imagen, control de acceso, apertura de barreras, gestión de flujos, seguimiento de un vehículo por cámara, etc.

IV. SECURITAS DIRECT

1) Presentación Securitas Direct

Securitas Direct se estableció en 1988, durante su evolución de más de 25 años ha conseguido llegar a la cima de las empresas de este sector, situándose en el puesto número uno en Europa. Actualmente líder europeo en el mercado de la tele vigilancia destinada a particulares y pequeños profesionales, contando con más de 25.000 empleados, son 2 millones de personas las que confían en los servicios que ofrece esta compañía en Europa, y 3 millones en el mundo, presente mundialmente en 16 países: España, Francia, Bélgica, Portugal, Reino Unido, Brasil, Suecia, Italia, Perú, Dinamarca, Chile, Holanda, Noruega, Finlandia, Alemania y último lanzamiento en 2019 en Argentina.

Securitas Direct tiene como reto la protección de las personas aportando seguridad a sus clientes, el grupo es pionero y tiene marcado dentro de sus valores, la innovación tecnológica y la mejora continua de un servicio eficiente, que responda a la demanda siempre evolutiva de sus clientes. Como nos lo muestra por ejemplo esa cifra reveladora del Centro de recepción de alarmas de Securitas Direct, gestionando más de 20.000 señales recibidas de diferentes dispositivos de alarma cada día en España. En esta misma sede, por ejemplo, colaboran más de 500 expertos en seguridad, que responden y satisfacen las necesidades de los clientes de la compañía las 24 horas del día, los 365 días del año. (Securitas Direct, 2020)

Llevo trabajando con esta empresa 8 meses en el departamento de ventas, he trabajado en 4 áreas distintas dentro del mismo: inteligencia comercial, desarrollo digital y comercial, planificación comercial, y finalmente dirección territorial, donde he podido visualizar y ser partícipe de ese cambio tecnológico dentro de la compañía, que me permite tener una opinión crítica, y analizar la digitalización de la compañía desde mi propia experiencia. Esa estrategia de no perderse el tren de la digitalización está muy clara dentro de la empresa.

En los capítulos anteriores hemos presentado, el tema de la digitalización y transformación digital, posteriormente hemos enumerado una serie de usos del digital y ejemplos para el éxito de esa transformación, hemos visto que no hay un solo modelo o una sola respuesta genérica que funcione para todas las empresas del sector de la seguridad privada. En este capítulo vamos a analizar gracias a que procedimientos digitales Securitas Direct ha llevado a cabo su transformación digital, es decir ver cómo la empresa se ha digitalizado en esos últimos 10 años, pasando de una pequeña empresa familiar a un gigante de la seguridad presente en 4 continentes.

2) Herramientas de programación, Big Data

El Big Data es una expresión inglesa utilizada para designar un gran volumen de datos estructurados o no estructurados, es tan grande que es difícil procesarlo con herramientas tradicionales. En la mayoría de los escenarios empresariales, el Big Data representa tal cantidad de datos que supera la capacidad operativa de procesamiento de las propias empresas. En este apartado vamos a intentar entender de qué manera Securitas Direct usa los datos, y cómo los convierte en conocimiento.

Si hay un sector, una rama que ha experimentado verdaderos cambios durante el siglo XX - y que sigue evolucionando a un ritmo muy rápido, exponencial - es el de la informática y de su uso constante en el mundo empresarial. Hace unos años atrás, la programación informática era percibida a veces como reservada a una élite de informáticos que trabajaban en grandes proyectos o del alcance de muy pocas multinacionales, el pasatiempo de un puñado de “geeks” adictos a sus ordenadores de última generación.

En el paso de los años, la toma de conciencia del público en general y en nuestro caso de las empresas de seguridad sobre las posibilidades que ofrece el “código”, tanto en términos de aplicaciones como de empleabilidad, ha generado una demanda, y ha provocado un cambio fulgurante dentro del sector. Un estudio de “Mckinsey” (Mckinsey and Company, 2014), lo

demuestra claramente: “*el análisis de datos aplicados en las condiciones correctas puede generar más del 10% de facturación adicional en el beneficio de la empresa*”.

Las estrategias de las empresas del sector se elaboran entonces según resultados que aparecen en bases de datos, sacados a partir de códigos, y Securitas Direct no se quedó atrás en el momento de su aparición, se unió a la tendencia del uso de las actividades informáticas. Uno de los primeros grandes cambios y desafíos en los que pude participar, fue en la transformación del uso de las nuevas herramientas, en este caso las de programación, permitiendo innovar en todos los ámbitos, departamentos y áreas de la empresa. Vamos entonces a analizar el uso de esta herramienta digital

a) Diferentes análisis para diferentes entornos

En el siglo XXI, cada vez más organizaciones, grandes y pequeñas, se están aprovechando de los beneficios que proporcionan las aplicaciones del Big Data. Las empresas tales como Securitas Direct, se han dado cuenta que estos beneficios pueden ayudarles a crecer rápido. La integración del Big Data se ha hecho en toda la cadena de valor de la empresa mediante análisis avanzados que se actualizan en tiempo real, que permiten optimizar a Securitas Direct el rendimiento de sus diferentes departamentos y ahorrar de esta manera dinero y tiempo:

- Análisis **prescriptivo**: ámbito del análisis de Securitas Direct (“*Business Analytics*”) dedicado a la búsqueda del mejor plan de acción para una situación dada, se utiliza mayoritariamente para la gestión de riesgos. Los analistas se dieron cuenta que la empresa no podría mantenerse si no carece de un plan de gestión de riesgos eficaz, ¿Cómo se supone que va a funcionar una empresa de más de 3 millones de clientes a través del mundo, si ni siquiera puede anticipar los riesgos y luego tratar de minimizarlos? Ahí, es donde entró el Big Data al permitir recopilar y analizar los amplios datos internos disponibles en los archivos de la empresa, que pudieron en su implantación y siguen a día de hoy, desarrollar modelos de gestión de riesgos a corto y largo plazo. Al utilizar estos últimos, la empresa identifica los riesgos futuros y toma decisiones comerciales mucho más coherentes.

- Análisis **predictivo**: Incluyendo varias técnicas de las estadísticas de extracción de conocimientos y de la teoría de juegos, estas técnicas analizan eventos pasados y presentes para hacer suposiciones de predicción sobre eventos futuros. Con este tipo de análisis la empresa utiliza el Big Data para crear campañas de marketing en gran parte. Una buena campaña de marketing puede atraer clientes a una empresa y una mala campaña puede hacer que pierda incluso a sus clientes existentes, como ya comentamos anteriormente. Por lo tanto, para que la campaña de marketing tenga éxito y llegue a más clientes (en el sentido, que responda a las necesidades de más clientes potenciales), este tipo de análisis, estudia datos de sus clientes para llegar a entender las necesidades de sus presuntos futuros compradores. Se suele hacer supervisando las tendencias actuales y entendiendo el comportamiento de los clientes en el mercado.
- Análisis **descriptivo**: como su nombre lo indica se trata de describir las características básicas de los datos de un estudio, para proporcionar resúmenes simples de las muestras y las mediciones, la empresa lo utiliza para aumentar la retención de clientes. Ninguna empresa puede existir sin clientes, atraerlos y fidelizarlos es necesario para el negocio, y el Big Data permite a Securitas Direct observar las tendencias de sus consumidores y luego comercializar sus productos teniendo en cuenta específicamente sus preferencias.

b) Uso directo del Big data

El análisis de datos que provienen del mercado en tiempo real permite a Securitas Direct tomar las decisiones estratégicas correctas y llevar a cabo acciones inteligentes. El buen dominio del Big Data permite mejorar el compromiso de los clientes, aumentar los ingresos y reducir los costes.

Como hemos dicho la investigación en Big data consiste en el análisis de datos variados para tomar decisiones más informadas. El análisis de Big Data permite ofrecer mejores experiencias a sus clientes y dar una información muy valiosa sobre qué tipo de consumidor tiene, gracias al lenguaje de programación que se usa dentro de Securitas Direct, siendo el más usado “Python”. Un ejemplo del uso de Python en la empresa, es el de predecir el comportamiento del cliente en cuanto a los pagos de las cuotas que deberá de realizar, y saber

si la empresa está frente a un cliente que ha ido pagando sus cuotas en el tiempo acordado, o si el cliente ha ido desplazando el día del pago hasta llegar a ser un cliente moroso o de dudoso cobro para la empresa. Una herramienta de gran utilidad para la entidad: los analistas consultan el estado del cliente, para asegurarse de que tiene solvencia suficiente para realizar los pagos, del servicio que le propone Securitas Direct.

Por otro lado, otra parte del Big Data que sabe usar Securitas Direct a la perfección, se encuentra en su página web, al saber tratar correctamente los datos de los clientes en internet, gracias a la información que dejan, permite a la empresa mejorar en su orientación y ofrecer una experiencia personalizada a cada cliente. Muchas personas quieren un trato personal y cambiante en función de sus necesidades. Por ejemplo, puede ofrecer productos recomendados que incluyen descuentos dinámicos para una experiencia de compra adaptada a los deseos del cliente, como un tipo de alarma más sofisticado, unos sensores, o las nuevas herramientas tales como los nuevos “gadgets” que permiten vigilar la salud de sus clientes.

El Big Data ofrece un enorme potencial y se ha vuelto indispensable en el ámbito empresarial de Securitas Direct. El ejemplo está también en el uso de una nueva herramienta, aparecida en el proceso de compra del cliente: un cuestionario que el cliente debe de completar, en el momento que solicita un servicio y / o producto. Este cuestionario, llamado “*Chatbot*” está compuesto de 30 preguntas que se rellenan en menos de 120 segundos, preguntas simples y rápidas de contestar tales como: Nombre, Apellidos, Edad, Dirección, Puesto de trabajo, etc. Permiten a la empresa, sacar datos muy importantes de cada cliente, y gracias al tratamiento de estos datos, se van creando “*cluster*” con sus clientes, permitiendo ser más eficaces en el momento de ofrecer soluciones adaptadas a su cliente.

Securitas Direct quiere seguir avanzando con su transformación digital, y en un futuro seguir personalizando ampliamente las experiencias que ofrece, mejorando y poco a poco aportando nuevas herramientas de software de aprendizaje automático y análisis que todavía no están totalmente integradas dentro de la empresa, pero en proceso de integración como: “*Warehouse*”, “*mongodb*”, “*hbase*”, “*Microsoft Azure*”, “*data mining*”, etc. A su vez, existen proyectos que ya están en curso, y que parecen casi inconscientes de no tener ya

totalmente incorporados dentro del sistema de la compañía, como el de proporcionar a los proveedores una lista predictiva y exacta de las compras que se realizará, en función de la información del pedido actual, de los datos históricos de sus clientes y de las ventas de años anteriores.

3) Combinar capital humano con digitalización

La transformación digital es para las empresas un vasto yacimiento de valor y un proyecto de cambio tanto cultural como funcional donde el ser humano debe estar en el centro de los desafíos. La digitalización y la robotización en curso conducen a una mutación de los nuevos puestos de trabajo. Se han realizado varios estudios sobre el tema (de esa mutación del capital humano que cada día está más digitalizado), para conocer la opinión de las empresas y cómo imaginan su futuro con esta digitalización, y la grandísima mayoría ve un lado muy positivo de un capital humano cada vez más digitalizado.

En el caso de Securitas Direct el director de recursos humanos confesó lo siguiente *“Esta compañía necesita para crecer personas digitalizadas al tanto de las nuevas tecnologías, en todas las fases”*. (Álvaro Vázquez, 2018) Uno de los principales desafíos para la compañía, era desarrollar y mantener esta transición digital, combinar las tecnologías con el capital humano. En efecto, podremos hablar de digitalización tanto como queramos, pero el ser humano siempre deberá conservar su lugar, o simplemente adaptarse a sus nuevas funciones. En este apartado vamos a analizar como Securitas Direct afronta este reto, viendo qué estrategia a largo plazo usa en su desarrollo, debido a que *“Sacar un producto al mercado es formar a los vendedores, a los instaladores y servicio técnico, y también para los que atienden el Centro Receptor de Alarmas”*. (Álvaro Vázquez, 2018)

a) *“3,66 millones anuales en formación”*

“La formación es un requerimiento de nuestra actividad, no es negociable. La inversión prevista para este ejercicio alcanza los 3,6 millones de euros”. (Álvaro Vázquez, 2018) Securitas Direct no duda en considerar de crucial importancia que sus nuevos empleados y sus empleados con más años en la empresa tengan una faceta digital en su perfil. En septiembre 2021, inicia por ejemplo un nuevo programa “Joven Talento” (en el que participare), iniciativa de la empresa que facilitará una beca en la universidad de Alcalá para un master de “Analistas digitales”, una manera que permite a sus jóvenes talentos, formarse lo antes posible, para reforzar su papel en la empresa.

“Securitas Direct España cerró 2017 con una plantilla de 5.300 empleados, lo que supone un incremento del 23% con respecto al año anterior. En 2014 eran 4.300 personas, por lo que durante 2017 se crearon 1.000 puestos de trabajo netos. En los últimos cinco años el número de empleados ha crecido un 65%”, explica Álvaro Vázquez, que confía en el “e-learning”, de esta manera permite que cualquier empleado de la cadena de valor de la compañía tenga la misma medición que su compañero de otro departamento, y a la vez del crecimiento de la plantilla global, que cuenta ya en 2021 con más de 9000 personas en España.

Esta pandemia también ha permitido a la fuerza laboral de Securitas Direct aprender, y evolucionar mucho con todas las herramientas digitales “Zoom”, “Google Teams”, “Somos mejores, más especializados, adaptados a Inteligencia Artificial, a nuevas tecnologías. Hemos implementado diferentes herramientas para nuestro día a día: la firma digital, Smart App, o el lanzamiento de Homedoctor” Javier Turmo, Director Nacional de Ventas. (Turmo, 2021) Pero trabajar en casa gracias a las nuevas tecnologías también tiene sus inconvenientes, como por ejemplo que las semanas son a veces mucho más cargadas, con más horas de trabajo.

b) Wikipedia de Calidad

"La información es poder", todos hemos escuchado esta frase en más de una ocasión, aplicada a múltiples facetas de nuestra vida, y como no podía ser de otra forma, el mundo comercial no es ajeno a esto. Securitas Direct sigue innovando para sus empleados, creo en 2020 gracias al área "Formación, instalación y producto", una nueva aplicación a disposición de toda la fuerza comercial, una Wikipedia de la compañía misma, la nueva "Wikipedia de Calidad".

En lo que consiste esta aplicación es en tener a todas las dudas de los empleados (sobre una instalación, relación con el cliente, requisitos y recomendaciones) en un espacio digital, permitiendo que cada empleado tenga directamente en sus manos las respuestas a sus preguntas, con personal para responder específicamente a las dudas de sus compañeros de trabajo. Estos avances permiten, gracias a las diferentes herramientas, conseguir una mayor fuente de conocimiento posible, y una fuerza laboral cada vez más conectada y digital. Es necesario que el equipo de las compañías cuente con los conocimientos especializados y la experiencia necesaria para llevar a cabo las misiones encomendadas.

4) Tecnologías exclusivas contra robos y ocupaciones

Desde el fin de la bipolaridad, se asiste a un desarrollo considerable del mercado de las tecnologías de seguridad. A partir de ahora, no pasa un día sin que se escuchen llamamientos a favor de la adopción de tecnologías de seguridad como el detector de rayos X, la video vigilancia llamada "inteligente", el pasaporte con identificadores biométricos, drones centinelas, el permiso de residencia biométrico, las tarjetas biométricas, las tarjetas inteligentes, puertas con cerraduras inteligentes, etc. Estas tecnologías son percibidas como los instrumentos más "científicos", innovadores de prevención, anticipación y reacción a las amenazas.

Las innovaciones en seguridad no se detendrán, estos sistemas pronto se sumarán a otros sistemas ya activos dentro de Securitas Direct, como las cámaras de video vigilancia de alta definición, las alarmas infranqueables o el control y seguimiento de adultos y adolescentes a través de aplicaciones. De hecho, la evolución de las nuevas tecnologías aplicables al campo de la seguridad ha sido una de las claves más importantes para el desarrollo de la industria en los últimos años. En 2019 se registraron 2,25 millones de contratos de gestión de alarmas, un 10% más que el año anterior y un incremento del 22% respecto al año anterior 2017, según el informe del centro de Advertencias de DBK. (DBK, marzo 2020) El objetivo de la industria es desarrollar tecnologías futuras y, al mismo tiempo, mejorar las tecnologías actuales. Securitas Direct, no se ha perdido esa evolución continua del sector, superando cada año sus ventas del año anterior, como nos lo muestra el gráfico siguiente, esa evolución se puede claramente relacionar con la evolución también constante de las nuevas tecnologías.



Gráfico II: Evolución de ventas de Securitas Direct

(Agregor, 2020)

Los nuevos avances de tecnología, que ha añadido Securitas Direct en su catálogo, son cada año más diversos y digitales. *“El modelo de Securitas Direct es de innovación continua, volcada en diversos proyectos tecnológicos, desarrollados por el equipo de ingenieros”*, el departamento de creación e invención de Securitas Direct funciona de la siguiente manera:

muchas “*startup*” dentro de la empresa que van probando, testeando, inventando soluciones para nuestro día a día, “*Trabajamos en cinco o seis innovaciones cada año. No todas salen, evidentemente. Trabajamos con un modelo de mini empresas dentro de la empresa. Probamos cosas, hacemos prototipos. Y si funcionan, bien, y si no, los descartamos. Así hemos mantenido esa agilidad y esa frescura y flexibilidad*”, señala el director de recursos humanos de la compañía. (Álvaro Vázquez, 2018)

Fue en 2010, cuando la empresa decidió dar un giro importante, e implantar tecnologías que funcionaban del otro lado del Atlántico, y que todavía en Europa no existían, tecnologías que hoy en día todos hemos familiarizado, pero hace poco menos de 10 años, en nuestros garajes, jardines o dormitorios, no existían sistemas de seguridad. Estas herramientas dispersas por la casa hoy en día han sido totalmente normalizadas, y hacen de nuestros hogares, lugares más protegidos y más conectados, estemos dentro o no, una protección existente pero no obvia. (Álvaro Vázquez, 2018)

En este capítulo vamos entonces a analizar esa estrategia de mejora digital constante, a través de los productos más digitales, y conectados que “Securitas Direct” ofrece a sus clientes.

a) Central

El objeto de seguridad conectado, más importante e indispensable de Securitas Direct, la central. A diferencia de una alarma con cable, la central es una alarma sin sitio fijo, una caja que permite a los clientes desplazarla por la casa, con la integración de un módulo habla-escucha integrado dentro del panel, la central de alarma Securitas Direct está conectada por radio a los diferentes dispositivos (detectores, lector de tarjetas de identificación, etc.). Conectada permanentemente al centro de tele vigilancia Securitas Direct por “*GPRS*” (“*General Packet Radio Service*”), “*GSM*” (servicio global para comunicaciones móviles) y 3G, asegura la conexión del conjunto de los materiales entre ellos y alerta automáticamente a los operadores en caso de activación de la alarma. Una joya de tecnología, que permitió a la empresa, en el lanzamiento del producto diferenciarse de la competencia, y dar una fuerte imagen de empresa digital.

b) Cámaras

Durante mucho tiempo reservado a una élite, las cámaras de seguridad han hecho su aparición hace poco menos de 10 años en nuestros hogares. Las cámaras de Securitas Direct, fáciles de configurar e instalar, permiten mantener un ojo en su hogar desde su Smartphone o tableta. En la actualidad, las cámaras de video vigilancia de Securitas Direct son cada vez más digitales, graban, realizan visión nocturna y capturan sonido, *"Puede utilizarlos para realizar videoconferencias"*, dice el Director de I + D de Securitas Direct, Piorno. (Piorno, 2020)

c) Sentinel y Red ATN

Con la llegada de las nuevas tecnologías, tales como la del 5G, hará que se agilice todavía más esa transmisión de información entre las herramientas de la empresa y el cliente. *"Actualmente, Securitas Direct gestiona más de 10 millones de dispositivos conectados a la vez y más de 200 millones de vídeos diarios, solo en España."* (Piorno, 2020)

Los intrusos tienden a utilizar inhibidores de frecuencia para atacar la transmisión de información del equipo de seguridad al centro de recepción de alarmas. Para evitar esta situación, algunos dispositivos como "Sentinel" de Securitas Direct evita dicho bloqueo y permite seguir enviando señales para avisar a la central, que hasta hace poco con un simple inhibidor de frecuencias, comprado por menos de 100 euros (en "Amazon" por ejemplo), ponían a los productos de las empresas de seguridad fuera de servicio.

El funcionamiento es simple, se activará la alerta en cuanto un inhibidor de frecuencias se ponga en funcionamiento cerca del hogar o negocio del cliente que haya pagado por tener esta seguridad adicional. En estos casos, un empleado averiguará el aviso, y en caso que sea una infracción, en cuestión de segundos, enviará a un vigilante y se avisará a la policía de lo que está sucediendo. Es la única alarma que posee una Red ATN en el mercado, fortaleciendo así la seguridad de los clientes frente a esos métodos más avanzados o desarrollados.

d) Llaves conectadas

El lector de tarjetas de control de acceso es el elemento de control local del sistema de alarma. Son unas llaves que la compañía ha implantado en su larga oferta. Fáciles de usar, incluso los niños y los ancianos pueden garantizar el acceso a su hogar o negocio. Con un solo gesto, puede activar o desactivar la alarma sin tener que recordar la contraseña: simplemente con mostrar la tarjeta de acceso frente a la central de alarmas. Gracias a la tecnología de identificación RFID (Radio Identificación), puede identificar a cada usuario previamente registrado. Incluso desde 2020, puede entrar y salir de forma remota a través de la aplicación móvil de Securitas Direct.

Las cerraduras inteligentes seguirán desarrollándose, lo cual dejará atrás las llaves de hoy en día tal y como las conocemos, creando herramientas que funcionarán vía “Bluetooth”, y en cuanto el residente de la vivienda se acerque, las alarmas se desactivarán.

e) Protección también fuera de casa

Como ya hemos visto, desde los teléfonos móviles de los usuarios de Securitas Direct, se puede obtener una vista completa de lo que está sucediendo en su hogar a través de aplicaciones que permiten acceder a sus cámaras, permitiendo hasta comunicar a través del micro de su teléfono. Por otro lado, también pueden convertirse estas herramientas en una protección personal fuera de su casa.

Las aplicaciones desarrolladas por Securitas Direct brindan compañía a las personas que contraten sus servicios en situaciones que pueden implicar ciertos riesgos cuando estén fuera de sus hogares. Un ejemplo claro sería el de una chica joven que va a correr por la noche, nota alguien que la sigue, y eso le produce temor. Gracias a estas aplicaciones, puede conectarse vía aplicación móvil que enviará una señal directa, marcará su ubicación en tiempo real y podrá ser atendida por un empleado de Securitas Direct en cuestión de segundos. Este modelo de protección dentro de su casa y en el exterior se está acercando a ser una realidad para muchas personas.

f) Salud en casa, “HomeDoctor”

La salud se ha convertido en la preocupación número 1 de los españoles y de la población global, en estos tiempos de pandemia. Securitas Direct lleva más de 30 años protegiendo hogares, negocios y, sobre todo, a las personas, facilitando la vida de sus clientes, es por esta razón que se creó una tecnología médica instantánea para que el médico pueda realizar un diagnóstico preciso, con receta electrónica, historial y un seguimiento del paciente dentro de nuestros hogares.

En 2021, la compañía ha sacado a la luz un nuevo proyecto que ha dado mucho que hablar, el servicio Homedoctor Securitas Direct, un servicio exclusivo de medicina profesional en remoto, complementando y ampliando así la misión de la compañía en proteger a las personas. Gracias a este nuevo servicio, los clientes de la compañía recibirán atención médica siempre que la necesiten, a través de su móvil y por video consulta de alta calidad, disponible las 24 horas del día y sin desplazamientos ni esperas, permitiendo a sus clientes tener, por primera vez, la tecnología y la atención médica del hospital en su casa, un servicio único.

V. OPORTUNIDADES FUTURAS

Como hemos podido estudiar y analizar previamente, las nuevas herramientas tecnológicas de Securitas Direct, han permitido a la empresa ponerse entre las mejores y más seguras empresas de seguridad a nivel mundial, buscando siempre estar presente entre las compañías más innovadoras, usando las nuevas tendencias tecnológicas, respondiendo de forma cada vez más conectada a todos sus clientes.

Pero, hemos podido ver que el tren de la digitalización, no se puede perder, y en cuanto unas empresas grandes te hayan superado en tema de digitalización, todo puede ir a peor para la compañía. Entonces, para finalizar este trabajo vamos a intentar analizar la gran mayoría de oportunidades que Securitas Direct debe de tomar, hacia qué camino dirigirse y gracias a que herramientas la empresa seguirá con esa transformación digital.

1) Mejora de la propuesta de valor

La propuesta de valor es la promesa asociada a un producto, servicio o experiencia propuesta. Traduce las ventajas o beneficios, reales o esperados, que la oferta va a proporcionar al cliente, para la resolución de una de sus problemáticas, o incluso para la satisfacción de un deseo de ese mismo cliente, *“una propuesta de valor es un recurso para transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa puede aportar a sus clientes”*. (Higuerey, 2019) La propuesta de valor es entonces un elemento esencial. Su expresión debe permitir distinguirse en el mercado y sobre todo convencer a los clientes de adoptar su producto o servicio, es por esta razón que Securitas Direct tiene como obligación mejorar constantemente la oferta que le propone a sus clientes.

En el momento que se empieza a detectar productos o servicios digitales que sustituyen a un producto inicialmente no digital, entonces es aconsejable para las compañías revisar inmediatamente su oferta incorporando esta nueva tecnología digital.

Para entender y mejorar un aspecto de un negocio, es importante entender, y tener claro en qué queremos mejorar. En este caso aquí están algunas preguntas para entender y encontrar soluciones a esta pista:

- ¿Qué productos y servicios utilizan los clientes como complementos de nuestra oferta?
- ¿Qué dificultades encuentran nuestros clientes?
- ¿Qué tecnologías usan nuestros competidores?
- ¿Qué otras tecnologías en otros sectores que ya están funcionando y han demostrado ser viables, podríamos añadir a nuestro negocio?
- ¿Cómo simplificamos las cosas para el cliente?

Repensar la propuesta de valor, no significa desarrollar el antiguo “*Business model*” y rehacer otro, es un proceso de revisión de los productos y del servicio que se ofrecen a los clientes.

La innovación no siempre es indispensable para generar crecimiento dentro de una empresa. Mejorar la funcionalidad de un producto existente es a veces suficiente. Por lo tanto, la oportunidad de dar una nueva vida a un concepto que ya ha demostrado su valía en el pasado a bajo costo, es una muy buena opción, por ejemplo, darle un nuevo uso a las cámaras que se encuentran en los hogares de los clientes, o proponer un nuevo diseño de cámaras, más discretas. Se podría revisar también el “*packaging*” de los productos o proponer una nueva oferta complementaria que permita mejorar el uso del producto básico, de esta manera ofrecer al cliente una nueva experiencia. Podrían ser buenas opciones de mejora de la propuesta de valor, ¡dar a sus productos una nueva juventud!

2) Modificar la cadena de valor

El establecimiento de una cadena de valor consiste en dividir la actividad de la organización en una serie de sub actividades generadoras de valor añadido. “Michael Eugene Porter” define la cadena de valor como una secuencia de actividades que permiten llegar a un producto valorizable en el mercado, *“La cadena de valor es un concepto acuñado por Porter en el que a raíz de las actividades de una empresa se crea una serie de relaciones o eslabones que tienen como objetivo aportar el mayor valor posible para el cliente.”*. (Abad, M, 2017)

Siguiendo la misma metodología que en el apartado de mejora de la propuesta de valor, estas son las preguntas que se deberían de tratar para modificar la cadena de valor:

- ¿Cuáles son las diferentes actividades de la cadena de valor de la empresa?
- Para cada actividad, ¿es posible reconfigurar las actividades, de manera que se vuelva más eficiente?
- ¿Esta actividad es verdaderamente necesaria? Si es posible, eliminarla.
- ¿Añadir una actividad crea más valor?

El aumento o la supresión de actividades dentro de la cadena de valor tiene un efecto directo en la estructura de costes de cualquier empresa. Obviamente la adición de una etapa en su cadena de valor aumentará los costos, inversamente, la supresión de una etapa permitirá bajar costes para la empresa. Pero es legítimo preguntarse ¿Dónde está lo digital en todo esto? Siendo esta la pregunta que nos interesa en nuestro trabajo.

La producción es sólo uno de los elementos de la cadena de valor, las medidas relativas a la importación, el suministro, el transporte, así como los servicios de apoyo a la exportación, deben alinearse para apoyar el desempeño de Securitas Direct, la creación de herramientas digitales que permitan llevar todas estas tareas de manera más rápida y eficaz permitiría una mejora muy grande dentro de la compañía.

Un primer escalón de mejora se podría llevar en los procesos de la empresa: Aumentar la eficacia y la eficiencia de los procesos internos para que supere la competencia en los

eslabones de la cadena (por ejemplo, aumentar la rotación de las existencias o reducir los residuos), y entre los eslabones de la cadena (por ejemplo, la aceleración de la gestión de la documentación comercial). Todo esto gracias a nuevas tecnologías, que medirían las existencias en tiempo real, la posibilidad de rastrear los productos vendidos a los clientes y conocer su estado en cada momento. El uso de objetos conectados, también permitiría gestiones de documentos de manera automatizada, ganando tiempo y dinero.

Un segundo punto de partida se haría con los productos: Ofrecer nuevos productos o mejorar los existentes antes que los competidores, se quedaría en una mejora de la propuesta de valor vista previamente. En este caso la mejora de la cadena de valor ligada al producto significa cambios en el proceso de desarrollo de los productos, tanto en los vínculos dentro de la cadena de valor como en las relaciones entre los diferentes vínculos de la cadena. Adquirir los nuevos procesos y equipos a la punta de los avances de la tecnología, permitirá realizar esta mejora.

3) Oportunidades futuras

Como hemos podido analizar, en esta era de rápida transformación digital, las nuevas tecnologías crean desafíos, transformando fundamentalmente las experiencias de los clientes, los modelos operativos y el entorno de trabajo. Las tecnologías digitales pueden ser la causa de muchos desafíos. Sin embargo, si se abordan bien, pueden ser la mejor solución a los problemas de la empresa. Así pues, Securitas Direct debe de seguir las múltiples oportunidades que se le presentan en tema de mejora de productos, que podrían convertirse en amenazas para la organización, en caso de no adoptarlas.

a) Inteligencia Artificial

La reacción natural de muchas empresas delante de los avances continuos de Inteligencia Artificial, sigue siendo considerada demasiado costosa y, por lo tanto, ignorada, se invierte muy poco o casi nada en ella. Securitas Direct debe de tomar la dirección contraria e invertir

todavía más en ella. Permite mejorar muchos métodos de trabajo: robots, asistentes virtuales, reconocimiento de voz, “chatbots”, etc. Muchos usos de la Inteligencia Artificial permiten automatizar ciertas tareas, y como lo hemos podido analizar, las empresas más automatizadas son las que tienen la parte del pastel más grande.

La inteligencia artificial está en todas partes, y esto es sólo el comienzo de una nueva revolución industrial que volverá a transformar el mundo y sus empresas. Un crecimiento que podría tener un impacto económico muy fuerte. Un estudio de “PwC” *estima que el PIB mundial podría crecer un 14%, en términos absolutos, la Inteligencia Artificial provocará un incremento adicional del PIB mundial en 2030 de 15,7 billones de dólares adicionales, 6,6 billones - el 42% - se generarán como consecuencia del incremento de la productividad y 9,1 billones por los efectos en el consumo* El informe concluye que la adopción de tecnologías de inteligencia artificial va a significar, probablemente, la desaparición de aquellos puestos de trabajo que puedan ser redundantes, pero, también, va a suponer la creación de otros. (PwC, 2020) Viendo estas cifras es entonces primordial, una obligación seguir innovando en esta rama tecnológica.

En cuanto al caso particular del sector de la seguridad y su relación con la Inteligencia Artificial, las innovaciones traerán un aire (dentro de los hogares de las compañías, que más se involucraron en mejorar este aspecto) a películas de ciencia ficción. Es con mucha certeza que la gestión del reconocimiento de personas dentro del domicilio es uno de estos aspectos que traerá la Inteligencia Artificial, basándose en el uso de esa tecnología para recopilar y cotejar información sobre la apariencia y acciones de los familiares, y crear un modelo virtual de cada persona para que el sistema pueda detectarlos y predecir sus acciones para reaccionar. De esta manera, una persona que sea reconocida dentro del sistema no activará las herramientas de tecnología dentro de su hogar, *“Esto permite que, si tu hijo se levanta por la noche a beber agua, el sistema lo reconozca como miembro de la familia y no active la alarma. También facilita que, si yo salgo a las siete como cada mañana y se me ha olvidado poner la alarma, el sistema detecté que no hay nadie y me pregunté si la quiero activar”*, Piorno, I+D Securitas Direct. (Piorno, 2020).

El reconocimiento facial se está convirtiendo en el método privilegiado de identificación biométrica por ejemplo en grandes aeropuertos internacionales. Este tipo de imágenes faciales, que también incluye las huellas dactilares y la exploración del iris, se consideran cada vez más como “datos de identificación” extremadamente fiables en una multitud de contextos, y en el sector de la seguridad privada no tardará en ser una herramienta normalizada. Sin embargo, esas mejoras siempre serán discutidas, debido al tema de la privacidad de las personas.

b) Drones

Los vehículos aéreos no tripulados ofrecen nuevas y múltiples oportunidades para reforzar la seguridad tanto pública y en nuestro caso privada, la revolución ya está en marcha cuando se habla de drones. Rápidos, fáciles de conducir, discretos y capaces de moverse de manera programada: los drones son simplemente perfectos para misiones de vigilancia, el complemento perfecto de la vigilancia humana. El aparato, por ejemplo, es perfectamente capaz de hacer rondas en modo automático mientras se embarca una cámara térmica de detección. Ya en 2021, algunos fabricantes están diseñando drones con marcadores indelebles para ayudar a identificar a los infractores.

Los actores de la seguridad privada se interesaron rápidamente por estas nuevas tecnologías, y poco a poco van a empezar a aparecer en nuestras vidas cotidianas. No cabe duda de que la vigilancia humana podría ser aún más eficaz acompañada de drones, y es por este motivo que Securitas Direct debe de ser de las primeras empresas, en los próximos años, en presentar dentro de su gama, drones.

Sin embargo, el uso de drones sigue tropezando con problemas de reglamentación, en particular cuando se trata de volar drones nocturnos, y de costes, ya que hacer volar un dron pilotado es un servicio que sigue siendo bastante caro en comparación con el uso de cámaras de video vigilancia.

Una alternativa parecida a los drones, sería entonces los robots patrulleros, que se asemejan más o menos a aspiradoras autónomas, tendrán también un papel que desempeñar en la seguridad y la protección de las personas. Estas máquinas podrán acompañar a los agentes y transmitirles datos en tiempo real, garantizando al mismo tiempo su seguridad. En efecto, los robots, como los drones, podrán ser enviados primero a las zonas de detección de una anomalía y proporcionar informaciones, como la confirmación de una intrusión, sin exponer a los guardianes a un peligro, por ejemplo, en caso de que el intruso esté armado.

4) ¿Seguridad digitalizada y privada?

Ser reticente a cambiar y a seguir el paso a lo digital hace correr riesgos inútiles a las organizaciones del sector de la seguridad privada. Rechazar su transformación equivale en cierto modo a prometer una muerte casi segura, en un plazo potencialmente más breve de lo que es posible creer, a todas las empresas que decidan no invertir de manera consecuente en I + D. Está claro que la reticencia a no tomar en serio el giro digital supone un riesgo a corto plazo:

- Perder logros.
- Dificultar la contratación de nuevos talentos.
- Perder visibilidad en sus propios sectores de actividad.
- Parecer una organización poco innovadora.
- Ser descalificada por organizaciones más innovadoras.

Estos riesgos no son aceptables ni discutibles dentro de las empresas que tengan una visión a largo plazo. De ahí la importancia para Securitas Direct de emprender las acciones necesarias para seguir teniendo su cuota de mercado y su lugar frente a sus competidores.

Por otro lado, como hemos podido analizar y estudiar, la función misma de los objetos conectados es la de capturar datos, con otras palabras, compartir la intimidad de su usuario y actuar en un modo autónomo. Así que, efectivamente, ¡los objetos conectados ponen a prueba nuestras vidas privadas! Es entonces legítimo preguntarse ¿Si sigue siendo relevante

hoy la noción de vida privada? Y la respuesta es que ya no es lo que era en el pasado, incluso en el pasado más reciente. Lo que ha cambiado, con la era de las redes sociales, de Internet y de esas nuevas herramientas digitales, es la nueva producción de datos de manera masiva. Estos datos son ahora analizados para identificar, rastrear - para no decir "vigilar" - el individuo. Eso modifica el paisaje cultural en el que la noción de privacidad se desarrolla y cambia.

Para las empresas, considerar sólo los aspectos tecnológicos en detrimento de las cuestiones éticas de la privacidad podría conducir al rechazo del objeto conectado. Desde la fase de diseño, el objeto debe construirse con la perspectiva de una conectividad respetuosa. Y como bien lo dice Álvaro Vázquez, director de recursos humanos: *“Securitas Direct no es una compañía de seguridad, es una telco, una compañía tecnológica. No hacemos transporte de fondos ni tenemos vigilantes, solo alarmas, que es 100% tecnología”*. (Álvaro Vázquez. 2018) Es por esta razón que un camino que deberá de seguir con certeza en el futuro la empresa, es el de la privacidad, y conseguir que la paradoja - seguridad digitalizada y privada – sea respetada.

Garantizar la privacidad en un mundo digital requiere no sólo integrar esta noción en cada proyecto, sino también y, sobre todo, establecer una cultura a escala de la empresa. La compañía deberá cada vez más implantar esa noción de “Protección de tu privacidad” a sus clientes.

Vamos finalmente analizar pasos simples que ayudarían Securitas Direct a proteger la privacidad de sus clientes:

- **Comunicación transparente y explícita** informando sobre los datos recogidos (aunque no se hayan obtenido directamente de los interesados), cuáles son los datos accesibles, y a quién. También es necesario compartir las motivaciones de la recogida de datos y los usos previstos con ellos. En ningún caso se debe de considerar que un dato pueda ser recogido para una finalidad que no se vaya a confesar al cliente. Construir una relación de confianza en el mundo empresarial lleva años, perderla un error.

- **Garantizar a las personas el control sobre sus datos** personales ya no basándose en el acceso a los datos para generar valor, sino dejando a los individuos el control de sus datos para permitirles generar un servicio adaptado a sus necesidades. Este enfoque denominado “*self-data*” se aplica, por ejemplo, en el marco de un proyecto de optimización del consumo energético, cuando un cliente da permiso a un profesional acceder a sus datos de consumo energético propio, para que este último le pueda informar sobre la temperatura de su hábitat, y en un segundo tiempo para indicarle los ahorros que podría realizar reduciendo la calefacción.
- Establecer un **modelo “Win-Win”** que muestren claramente los beneficios generados por la recogida y el uso de los datos, no sólo para la organización, sino también para los individuos. Estos beneficios pueden ser compartidos con los clientes bajo diversas formas (servicios adicionales, reducciones, etc.). Este enfoque puede incluso ser una palanca para la adopción de nuevos usos en un contexto en el que la participación en el mercado es crucial.

En definitiva, varias palancas pueden ayudar en el establecimiento de un círculo virtuoso que permita utilizar respetuosamente los datos de los individuos y aumentar el nivel de confianza.

Entonces, ¿aún existe la privacidad? Sí. ¿Está en peligro? Sí. Pero, ¿hay también buenas iniciativas que nos permitirían tener una mirada quizás un poco más optimista sobre el futuro? Sin duda.

VI. CONCLUSIÓN

¡La transformación digital está en todas partes! Como se ha podido observar a lo largo de este trabajo, las nuevas prácticas digitales no son sólo un efecto de moda, por el contrario, marcan un cambio radical e irreversible en el corazón de nuestras sociedades. La tecnología digital ha transformado profundamente, en un instante de tiempo, el funcionamiento de nuestra sociedad. Tanto si hablamos de una revolución digital como de un cambio en las pautas de consumo, nuestras vidas se ven directamente afectadas por esta mutación. La velocidad fulgurante a la que las tecnologías se inmiscuyen en nuestros modos de vida y nuestro entorno profesional ya nos ha hecho olvidar lo que era nuestra vida cotidiana sin lo digital.

Si internet ha sido concebido como un medio de acceso a la información sin límites de fronteras, un número exponencial de personas se conecta hoy por muchas otras razones y acciones que las imaginadas inicialmente. Pero más allá de todas las consideraciones eventuales sobre la cultura digital, es necesario precisar que lo digital constituye un reto primordial para todas las empresas. Las empresas han debido integrar rápidamente la oportunidad de esta transformación digital, han tenido que adaptarse a estas evoluciones ya que la digitalización ofrece ventajas nada desdeñables.

Hoy en día la madurez digital de las empresas está muy correlacionada con su rendimiento. Aquellas sociedades mercantiles que no han sabido subir al tren del cambio, con la adaptación de su servicio y modelo económico no van a tener la capacidad de responder a las necesidades de los clientes, con la correspondiente subida de riesgo de perder su cuota de mercado.

En contra de las ideas preconcebidas, la innovación no se improvisa y su gestión evoluciona en función de los desafíos a los que se enfrentan las empresas. Actualmente, aquello que está en juego es multinivel y el tiempo de adaptación es cada vez más restringido para modificar las empresas. No se trata sólo de desarrollar nuevos productos o servicios, sino más

ampliamente de replantear todas las funciones, prácticas y esquemas de pensamiento para crear valor. Entender los problemas nuevos que la digitalización plantea a los negocios es el punto crucial.

Por su lado, las empresas de seguridad privada han visto como desde hace algunos años su actividad ha cambiado completamente con la llegada de las nuevas tecnologías, concretamente las NTIC (Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación), los objetos conectados e incluso de la Inteligencia Artificial. Las compañías de este sector que no han sabido seguir este camino, adaptando su oferta de servicio y su modelo económico, ya no serán capaces de responder frente a las necesidades de los clientes y corren el riesgo de perder su sitio en el mercado. En resumen, la oleada digital y la digitalización no han terminado de redefinir los límites del sector de la seguridad privada.

Hemos analizado la digitalización dentro de una empresa, Securitas Direct, y como vimos anteriormente toda empresa debe modificar su estrategia, adaptarse a su entorno, al mundo que la rodea, para encontrar su lugar, y es lo que ha estado haciendo desde el principio de su transformación digital en los años 2010, hasta día de hoy. En los últimos años, la digitalización se ha vuelto esencial para optimizar la organización y los procesos, y empresas de seguridad como Securitas Direct han visto como desde hace unos años su actividad cambiaba completamente con la llegada de las nuevas tecnologías.

En primer lugar, la “hiperconectividad” de los individuos permite hoy en día producir un volumen masivo de datos y Securitas Direct lo ha entendido a la perfección. La capacidad de tener en cuenta un flujo de datos cada vez mayor, permite a la empresa numerosos avances en muchos áreas y departamentos diferentes de la empresa, desde personalizar la respuesta a sus clientes, hasta responder a cualquier hora del día. Estos han sido grandes ejemplos de desafíos a los que se ha enfrentado la empresa y que le ha permitido crecer muchísimo.

Más allá de los empleos dentro de la empresa que la transformación digital afecta directamente, lo digital está integrado en cada una de las esferas de la empresa, es por esta razón que la voluntad de formar y contratar una mano de obra cada vez más digital seguirá dando sus frutos a Securitas Direct.

Por otro lado, es claramente una cuestión de nuevas prácticas, nuevas herramientas y de su despliegue dentro de Securitas Direct, que han abierto a la empresa una plétora de oportunidades, permitiendo destacar de la competencia al mismo tiempo que aumentan las ventas, su eficacia, y permiten enriquecer su oferta de servicios, desarrollarse y abrirse a nuevos mercados, e incluso de reinventarse completamente.

En resumen, las nuevas tecnologías están en todas partes, han invadido la vida de las personas, transformado sus modos de vivir, de pensar, de buscar, informarse, de comunicar, de intercambiar, de trabajar, etc. De igual manera, en el sector de la seguridad privada de sus agentes económicos y de Securitas Direct, los cuales están en el centro del desarrollo. En pocas palabras, la digitalización configura irremediamente las relaciones del hombre al progreso en este inicio del siglo XXI, y es por eso que todos estos nuevos avances tecnológicos (objetos conectados, Inteligencia Artificial, salud en casa, etc.) que ha procurado ofrecer a sus clientes Securitas Direct son esenciales para su supervivencia en el futuro. Aprovechar las oportunidades que se le presentan a Securitas Direct y adoptar estas nuevas tecnologías le permitirá inscribir la organización en su tiempo y por lo tanto testimoniar de su modernidad ante su clientela.

Pero a día de hoy, la empresa Securitas Direct tendrá que seguir respondiendo a nuevos desafíos, y seguir mejorando toda la digitalización de la empresa, sin perder de vista que el progreso tecnológico es a la vez una oportunidad y una amenaza. Una amenaza para algunos y una oportunidad para todos.

Estos avances también implican, la importancia de tener en cuenta que pueden ser también una herramienta en contra de la privacidad de las personas, la digitalización del mundo se está volviendo una especie de “*Big Brother*”. Sería entonces muy interesante debido a que en

este trabajo ha sido una limitación (por no querer orientar el estudio, hacia un lado demasiado psicológico de las consecuencias de la seguridad privada conectada), pero más bien en un estudio futuro como una línea de investigación, analizar hasta qué punto las personas van a aceptar esa “intrusión”, a través de los sistemas de seguridad cada vez más conectados dentro de sus hogares.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Abad, M. (2017). ¿Qué es la Cadena de Valor de una empresa?
Recuperado de <https://blog.teamleader.es/que-es-la-cadena-de-valor-de-una-empresa>
- Agrecor. (2020). Securitas Direct España Sau
Recuperado de <https://ranking-empresas.eleconomista.es/SECURITAS-DIRECT-ESPANA-SAU.html>
- Boletín económico de ICE. (2004). La economía digital y su impacto en la empresa: bases teóricas y situación en España. (N.o 2705).
Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/artpub/2001/9932/bolice_a2001m10n2705p7.pdf
- Campo Vidal, M., Cerezo, P. (2020). La transformación digital ofrece la oportunidad de recuperar la credibilidad.
Recuperado de <https://eldiadicomercio.es/art/327381/la-transformacion-digital-ofrece-la-oportunidad-de-recuperar-la-credibilidad>
- DBK. (marzo 2020). El parque de alarmas en España alcanza los 2,25 millones
Recuperado de <https://www.dbk.es/es/detalle-nota/centrales-receptoras-alarmas-2020>
- Froment, V. (2021). Genetec Lands Multi-Year Changi Airport Group Security Upgrade Project: Three-year deployment project will enhance Singapore Airport's security operations and provide business intelligence.
Recuperado de <https://www.globenewswire.com/news-release/2021/02/08/2171000/0/en/Genetec-Lands-Multi-Year-Changi-Airport-Group-Security-Upgrade-Project.html>

- Higuerey, E. (2019). Propuesta de valor: qué es y cómo elaborar la propuesta perfecta para tus clientes.
Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/propuesta-de-valor/>
- INE, (2020). Población que usa Internet
Recuperado de https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout
- Marlon Alejandro Ruiz López Carrera, (2015). Control de calidad
Recuperado de <https://www.slideshare.net/AlejandroRuiz34/estadistica-48497299>
- Marta Yoldi, (2019). La seguridad privada, cada vez más presente. Forbes.
Recuperado de <https://forbes.es/empresas/50348/la-seguridad-privada-cada-vez-mas-presente/>
- McKinsey. (2014). Accélérer la mutation numérique des entreprises: un gisement de croissance et de compétitivité pour la France.
Recuperado de https://www.mckinsey.com/fr/~/_/media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/France/Our%20Insights/Accelerer%20la%20mutation%20numerique%20des%20entreprises/Rapport_Accelerer_la_mutation_numerique_des_entreprises.ashx
- Ricardo Méndez Gutiérrez. (n.d.). *Las revoluciones industriales*. Instituto Geográfico Nacional.
Recuperado de https://www.ign.es/espmapi/figuras_industria_bach/pdf/Industria_Fig_01_texto.pdf
- Piorno. (2020). Así es la vivienda protegida de Securitas Direct.
Recuperado de <https://elpais.com/publi-especial/protegiendo-personas/viviendas-seguras-securitas-direct/>

- PwC. (2020) La Inteligencia Artificial impulsará el PIB mundial un 14% en 2030 por sus efectos en la productividad y en el consumo
Recuperado de <https://www.pwc.es/es/sala-prensa/notas-prensa/2017/la-inteligencia-artificial-impulsara-pib-mundial.html>
- Securitas Direct. (2020). Nuestro compromiso
Recuperado de <https://www.securitasdirect.es/empresa/nuestro-compromiso/central-receptora-de-alarmas>
- Taccori, G. (2021). Genetec Lands Multi-Year Changi Airport Group Security Upgrade Project.
Recuperado de <https://www.globenewswire.com/news-release/2021/02/08/2171000/0/en/Genetec-Lands-Multi-Year-Changi-Airport-Group-Security-Upgrade-Project.html>
- Unidad Central de Seguridad Privada, Ministerio del Interior. (2016).
Recuperado de <http://www.interior.gob.es/web/archivos-y-documentacion/seguridad-privada>
- Vázquez, A. (2018). Cómo Securitas Direct quiere diseñar la seguridad del futuro.
Recuperado de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/03/16/companias/1521237079_996833.html

