

**PREVENCIÓN DE EMERGENCIAS Y CONTINGENCIAS EN LOS CENTROS
COMERCIALES DE BOGOTÁ D.C**



AGENOR ENRIQUE VIELLARD HERNÁNDEZ

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES, ESTRATEGIA Y SEGURIDAD
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE LA SEGURIDAD
BOGOTÁ D.C, COLOMBIA**

2019

**PREVENCIÓN DE EMERGENCIAS Y CONTINGENCIAS EN LOS CENTROS
COMERCIALES DE BOGOTÁ D.C**



AGENOR ENRIQUE VIELLARD HERNÁNDEZ

TUTOR

OSCAR VEGA

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES, ESTRATEGIA Y SEGURIDAD

ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE LA SEGURIDAD

BOGOTÁ D.C, COLOMBIA

2019

Resumen

El presente ensayo contempla el análisis y estudio de los principales elementos dentro de los diferentes escenarios en los centros comerciales, en este caso, como elementos para la definición de los grados de seguridad que tienen los visitantes, empleados y locatarios de estos espacios físicos mediante la implementación de sistemas de seguridad que permitan la mitigación de aquellos efectos negativos para estos espacios.

Por otra parte, se pretende identificar y analizar los diferentes elementos que conciernen a la administración de la seguridad en estos espacios de circulación población regular en la que los temas de la prevención, mitigación y respuesta inmediata contemplan elementos fundamentales para la eliminación de los factores de riesgo.

Palabras clave: Centros comerciales, factores de riesgo, grandes superficies y prevención.

Introducción

Si bien los objetivos en los centros comerciales se dirigen a una adecuada obtención de las respectivas prevenciones y protecciones a los diferentes elementos que la componen, los centros comerciales deben contar con un adecuado personal de seguridad que disponga su nivel de experiencia oportuno frente a los niveles de riesgo que se presenten, así como a los elementos que componen las dimensiones del establecimiento, las actividades o especialidades tratadas.

Los centros comerciales según define Mayo de Juan Vigaray (2019) es un conjunto de establecimientos comerciales independientes, planificados y desarrollados por una o varias

entidades con criterio de unidad; cuyo tamaño, mezcla comercial, servicios comunes y actividades complementarias están relacionadas con su entorno, y que dispone permanentemente de una imagen y gestión unitaria.

Principalmente en la ciudad de Bogotá, se han evidenciado diferentes elementos que afectan considerablemente los índices de inseguridad, que han diversificado las diferentes bandas que delinquen en la actualidad; entre ellas, se ha identificado el efecto que han tenido los robos, homicidios y fraudes en los establecimientos comerciales; en este orden de ideas, la percepción de seguridad en Bogotá no ha cambiado en términos estadísticos.

De acuerdo a lo que afirma Juan David Gélvez, en ¿Cuáles determinantes se relacionan con la percepción de inseguridad? Un análisis estadístico y espacial para la ciudad de Bogotá D.C., alrededor del 30% de la población en la ciudad siente inseguridad en el barrio donde reside, lo que ha llevado a presentar tendencias dispares entre sí, entre los crímenes contra personas y las tasas de hurto a infraestructuras (Gélvez, 2019). Lo anterior permitiéndonos entender que en distribuciones por localidades Ciudad Bolívar, Kennedy y Bosa tienen el mayor índice de homicidios, frente a los índices de hurtos que se evidencia por cada cien mil habitantes en las localidades de Chapinero, Santa Fe y La Candelaria.

Adicional a lo anterior, en la actualidad los diferentes efectos contrarios a las conductas apropiadas en la sociedad colombiana han llevado al incremento de actos inmorales en estos espacios físicos – esencialmente en los baños públicos, parqueaderos y otros fenómenos tales como los casos de suicidios.

Lo anterior ha llevado a la necesidad de identificar las diferentes acciones correctivas con el propósito de establecer o seleccionar los componentes adecuados para la compensación de las acciones y estrategias en materia de seguridad que garanticen la protección y la integridad de las personas (clientes y usuarios) en los centros comerciales; que a través del uso adecuado que esto represente con la ejecución de procesos predictivos, como planes de emergencia, brigadas, campañas de prevención y contar con personal especializado y elementos tecnológicos, y fundamentalmente con el apoyo de las autoridades estatales, tales como las unidades policiales, los bomberos, Cruz Roja, etc.

De acuerdo a lo anterior, la seguridad definida o reglamentada en los centros comerciales cuenta con un Plan Integral, el cual contempla no solo los riesgos de origen técnico o de contingencia como incendios, cortes de suministro o fenómenos naturales, sino que también establece y define los que provienen de origen humano, como son el hurto, los robos, el vandalismo, las aglomeraciones, las amenazas terroristas, entre otros.

A pesar de ellos, en muchas ocasiones los efectos de estos riesgos de origen técnico o humano cuenta con las medidas adecuadas para combatirlos, por lo cual es recomendable formalizar un departamento de seguridad, desde el cual se coordinen las diferentes estrategias y acciones del personal correspondiente al área de seguridad, y los elementos de este a partir de la implementación electrónica integrada de forma que se globalicen los planes de emergencia y seguridad.

Y al presentarse espacios en los centros comerciales donde sus áreas pueden contar con libre acceso, donde las personas pueden transitar y convertirse en población flotante de la zona, existen igualmente áreas protegidas como los denominados almacenes de mercancías, los cuales

se encuentran delimitados por barreras físicas y áreas de alta seguridad, las cuales llevan a la necesidad de generar y ejecutar los planes de seguridad adecuados al riesgo propio de cada espacio físico. De otra parte, a estas se suman áreas en las que los niveles de riesgo, protección a la información o generación de elementos esenciales para la gerencia de estos espacios deben ser tenidos en cuenta entre los planes de seguridad como lo son las calderas y mantenimiento, las zonas administrativas, las respectivas cajas fuertes, es decir, en áreas restringidas.

A. El papel de las grandes superficies en Colombia

Como lo afirma FENALCO (2019) el sector de las grandes superficies es aquella que está conformada por los almacenes de grandes formatos los cuales manejan diferentes cadenas, tanto nacionales como internacionales. En este orden de ideas, las grandes superficies en Colombia son relativamente nuevas en la historia del comercio nacional; esto debido a que su desarrollo arranca con la introducción de este tipo de formatos de comercio a través de las cajas de compensación (Bahamón, 2013).

Por otra parte, como afirma el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE -, los grandes almacenes e hipermercados minoristas – GAHM, por sus siglas en español -, corresponden a aquellas empresas “que combinan los principios que rigen a los supermercados y a las tiendas de bodega. Sus ventas se realizan principalmente al consumidor final y funcionan bajo el esquema de tiendas por departamentos” (Superintendencia, 2012, p. 9).

De acuerdo a lo anterior, los grandes almacenes e hipermercados hacen parte de la actividad económica del comercio retail que son hoy anclas de las fuentes económicas en Colombia; la reparación, el sector gastronómico y el área turística que, ha permitido un constante

crecimiento en las ventas desde el año 2007 entendido en un sentido por las implicaciones que llevan a lugar el efecto estadístico resultante de las altas tasas de crecimiento registradas y reflejadas por el dinamismo del sector, sustentando así un auge del consumo final de los hogares (ANIF, s.f.).

Por otra parte, la participación de este sector comercial en la economía nacional ha llevado a un posicionamiento permitiendo así dinamizar los procesos de expansión y desarrollo resultando positivos para los indicadores nacionales tales como el empleo y el PIB (Cañón & Correa, 2014).

En este sentido, se puede determinar que en Colombia, así como en diferentes naciones de la región las tendencias a la concentración del comercio al por menor se han fortalecido en los últimos tiempos. De igual forma, esta situación ha permitido que el desarrollo del sector se encuentre conectado a partir de la apertura económica que se ha impulsado mediante la ejecución de las políticas públicas del Gobierno Nacional y que permiten que las prácticas empleadas por los empresarios nacionales en medio de sus procesos de expansión y consolidación del mercado sean “compatibles con los modelos de negocio de capitales extranjeros dando como resultado una economía atractiva para la inversión” (Cañón & Correa, 2014, p. 9), con el fin de facilitar la inclusión de productos que mejoren los estándares de aquellos que se encuentran disponibles actualmente en el país.

Es tal el impacto en los factores económicos de Colombia con la implementación y el crecimiento en los centros comerciales que en lo que concierne a las políticas de mitigación del desempleo las dinámicas de contratación laboral por parte de las grandes superficies han ayudado a que los niveles reportados en los últimos años, permitan un adecuado posicionamiento

de estrategias para el aumento del empleo de manera permanente, en un temporal directo o bien a través de las temporales contratadas a través de las agencias de empleo (Bahamón, 2013).

Es así, que el efecto de la inversión extranjera en Colombia, regulada por el Decreto 2080 de 2000, en su artículo 189, permita que la llegada de grandes actores minoristas al país ayude a que el mercado se diversifique y abra escenarios para la generación de mayor atracción para la inversión en este sector económico.

Según la Revista Dinero (2016), las ventas de los centros comerciales en 2015 crecieron más que el PIB y el comercio. El panorama en materia de ventas para los centros comerciales en 2015 fue alentador. Pese a las condiciones económicas del país caracterizadas por la desaceleración el sector alcanzó ventas superiores a los 352 billones con un crecimiento de 15 considerado como el mejor de los últimos tres años anteriores.

Juan Pablo Sánchez director del Observatorio de Centros Comerciales de Raddar explica que un sector clave para impulsar las ventas fue el consumo de entretenimiento segmento que fue el motivador fundamental para que los hogares colombianos se desplazaran a los centros comerciales. La balanza se inclinó de manera positiva además por la categoría de comidas fuera del hogar la cual impulsó las ventas durante varios meses. (Dinero, 2016)

De acuerdo con Mauricio Montañez, director de evaluación y consultoría de Colliers International Colombia, en Bogotá, Barranquilla, Medellín y Cali, el número de centros comerciales aumentó 16,09% y cerró el 2018 en 101, cuando en 2017 eran 87.

Así mismo, el inventario total de centros comerciales aumentó 9,8% en 2018 a 3,2 millones de metros cuadrados repartidos en los 101 centros comerciales. De igual manera, la oferta de centros comerciales creció 27,9% en 2018 alcanzando los 215.000 metros cuadrados.

Por otra parte, la demanda de centros comerciales bajó 26% y se ubicó en 124.450 metros cuadrados. La nueva oferta de área proyectada de centros comerciales, los que están en venta, arriendo o en planos de construcción; es de 893.000 metros cuadrados en 15 centros comerciales. Esta cifra representó una caída del 32% con relación a 2017. De acuerdo a lo anterior, para 2022 se espera el número de centros comerciales en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla aumente a 118.

Con base al estudio de percepción del gerente de Retailelligence, Leonardo Donoso, este reveló un estudio de percepción sobre los centros comerciales de Bogotá y sus alrededores en el cual destaca que Titán Plaza y Centro Mayor son los más visitados por los capitalinos.

El estudio también afirma que, para los usuarios, los mejores precios los encuentran en el centro comercial Plaza imperial, Mercurio y Centro Mayor. Los consultados consideran que los centros comerciales que ofrecen los mejores precios son aquellos que tienen marcas independientes.

La participación del sector comercial en la economía nacional ha llevado a un posicionamiento así dinamizar los procesos de expansión y desarrollo resultando positivos para los indicadores nacionales tales como el empleo y el PIB (Cañón & Correa, 2014).

Permitiendo así que Colombia fortalezca su posicionamiento entre los países más recomendables para el crecimiento de dicho sector, por factores estratégicos como la clase media

más fuerte, el crecimiento sostenido del país, la estabilidad económica y política, y el desempeño del consumo.

Incentivando de esta manera a que las entidades gubernamentales – como el caso de PROCOLOMBIA (PROCOLOMBIA, 2019), fortalezcan sus pilares para la promoción de Colombia como destino de Inversión Extranjera Directa “es la inversión de capital del exterior en el territorio colombiano, incluidas las zonas francas colombianas, por parte de personas no residentes en Colombia” (Banco de la República, 2012, p.1), por las ventajas geográficas, jurídicas y comerciales de las diferentes regiones del país y por el efecto que tienen aquellos sectores que presentan un mayor potencial para el desarrollo de negocios productivos y competitividad.

B. Las afectaciones en materia de seguridad a las grandes superficies

A pesar de la transformación de los centros comerciales han brindado al comercio en Colombia y el posicionamiento que estas han tenido a partir de la exploración y satisfacción de las nuevas exigencias del consumo de la sociedad, estos espacios físicos deben establecer la identificación de los riesgos y la toma de decisiones y medidas de seguridad para la respectiva obtención de una prevención adecuada y protección ante los riesgos.

Es por eso que cada centro comercial tiene el deber de realizar un plan de emergencia y contingencia que sirve como hoja de ruta para tomar las decisiones y acciones acertadas de acuerdo a la situación que se presente; se evidencia, la importancia de socializar el documento con las personas que laboran en el lugar sin importar que pertenezcan o no al departamento de seguridad (Gobernación de Casanare, 2019).

Por otro lado, es importante que los diferentes integrantes del personal de empleados deben estar concientizado y formado para el ejercicio de estas labores; lo anterior con el fin de que el mantenimiento de los sistemas de seguridad implementación lleven a un acorde funcionamiento en cuanto a la prevención, protección de personas y bienes.



Ilustración 1. Principales Cambios Marco de Referencia

Fuente: Norma Internacional Iso31000. (2018)

Como argumenta Prevenciones (2016) en Planes de Emergencia y Evacuación en un centro comercial todo funcionamiento de cualquier centro está condicionado al comportamiento determinado de un riesgo de accidente, debido a que con el devenir del tiempo, aunque se van mejorando los estándares y herramientas tecnológicas, y la formación e información de los

trabajadores y clientes es indispensable el trabajo para la mitigación total de las probabilidades de accidentes.



Ilustración 2. Principales Cambios en el Proceso

Fuente. Norma Internacional Iso31000. (2018)

Esto nos lleva a establecer que en el marco de la construcción de un plan de emergencia y evacuación ante una situación en particular dentro de un centro comercial la implicación de la definición de las actuaciones establece una estructura organizativa frente a las situaciones de emergencia potencial; lo anterior, procurando que las comunicaciones, responsabilidades, recursos y procedimientos de ejecución vayan en marco al respaldo de las siguientes finalidades: La protección de la vida humana, la contención y control del incidente causado por la emergencia, la minimización de los daños al medio ambiente, y la minimización de los daños a las instalaciones.



Ilustración 3. Correspondencia entre los Principios, el Marco de Trabajo y el Proceso de Gestión del Riesgo.

Fuente. Norma Internacional Iso31000. (2018)

Finalmente, la organización de las acciones frente a una situación de emergencia incentiva que frente a estos escenarios puedan evitarse retrasos en la intervención, eliminando la confusión y la dispersión, y logrando así un adecuado y óptimo uso de los recursos disponibles, evitando así el despilfarro de los mismos (ASIFOR, 2014).

Es por esta razón, que como afirma Diego González (s.f.) en Principales beneficios a nivel de seguridad que trae consigo la implementación de sistemas de administración de edificios en los centros comerciales algunos aspectos a tener en consideración para la identificación de los riesgos que existen en seguridad asociados a un centro comercial según el Fondo de Prevención y Atención de Emergencias - FOPAE son:

La Ubicación geográfica. b) Características del perímetro y entorno. c) Características constructivas de la edificación. d) Características de los accesos de personas y vehiculares, zonas peatonales, vías públicas y privadas, parqueaderos. e) Características de zonas de desplazamiento y movilidad: pasillos, escaleras, transporte vertical / horizontal (ascensores, escaleras eléctricas,

bandas transportadoras). f) Densidad de ocupación máxima. g) Características de tipo de ocupantes y/o visitantes. h) Descripción de tipo y alcance de locales comerciales y zonas de esparcimiento (ventas, comidas, entretenimiento, etc.). i) Equipos y productos utilizados en locales y zonas de comidas (equipos, herramientas, productos, etc.) (p. 6)

Conclusiones

1. La importancia de los centros comerciales en Bogotá y en Colombia previamente a una implementación adecuada de los planes de contingencia, es propicio iniciar con un análisis de los distintos riesgos en seguridad que se encuentran asociados con la edificación.

2. Lo anterior incentivado a través de la percepción positiva de la economía nacional colombiana que se ve reflejada en la adquisición de empresas nacionales por parte de inversionistas, principalmente de la región latinoamericana, los cuales encuentran en el mercado colombiano una oportunidad de crecimiento, cimentada por el fortalecimiento de los indicadores favorables como la baja inflación, el recurso capital humano capacitado lo cual ha facilitado la asociación con empresas con el propósito de apoyar áreas logísticas (Cañón & Correa, 2014)

De acuerdo a lo anterior, por la importancia que tiene este sector en la economía se debe considerar la implementación de los sistemas de administración de edificios con el objetivo de introducir subsistemas capaces de integrar y optimizar procesos, así como disminuir los tiempos de respuesta o reacción frente a eventualidades e incidentes relacionándolos directamente con las

estrategias condensadas en la prevención, mitigación y respuesta a factores de riesgo en seguridad.

Como afirma Diego González (s.f.) los centros comerciales “deben establecer acciones conjuntas con las autoridades y entes de atención a emergencias, a fin de desarrollar estrategias de comunicación y respuesta apropiadas, que permitan obtener un mayor provecho a este tipo de herramienta.” (González, s.f., p. 19) con el propósito de evidenciar la ausencia de normatividad suficiente en el área de la seguridad para estas grandes superficies, pero sirviendo como un marco de referencia en el diseño e implementación de los sistemas de seguridad.

Valiéndose de una revisión a nivel interior y exterior, para establecer con un criterio acorde lo necesario para garantizar un proyecto exitoso.

Referencias

Alcaldía Mayor de Bogotá (Diciembre 28 de 2007). Por la cual se dictan disposiciones en materia de prevención de riesgos en los lugares donde se presenten aglomeraciones de público y se deroga el Decreto 043 de 2006 el cual regulaba antes la materia. [Decreto 633 de 2007]. DO: 3902

ANIF (s.f.). Grandes almacenes e hipermercados. *Grandes almacenes e hipermercados*, pp. 137-152. Recuperado de http://anif.co/sites/default/files/private/restricted/publicaciones_old/02-02-01-04-20070000-AlmacenesRCII-07.pdf

- Bahamón, C. (2013). *Análisis sectorial de las grandes superficies en Colombia*. (Trabajo de grado). Universidad ICESI, Santiago de Cali, Valle del Cauca.
- Banco de la República (2012). *Inversión Extranjera Directa en Colombia*. Bogotá D. C., Colombia: Departamento de Cambios Internacionales.
- Cañón, L. & Correa, L. (2014). *Prácticas comerciales de las grandes superficies con sus proveedores*. (Trabajo de grado). Universidad de La Salle, Bogotá D.C., Colombia.
- Dinero (2016). Ranking de los centros comerciales más poderosos de Bogotá.. Recuperado de <https://www.dinero.com/Buscador?query=ranking%20de%20los%20centros%20comerciales>
- FENALCO (s.f.). Grandes Superficies. Recuperado de <http://www.fenalcobogota.com.co/index.php/gestion-gremial/509-almacenes-por-departamento-supermercados-y-grandes-superficies>.
- Ferrán, A. (2006). Seguridad en las grandes superficies. Recuperado de <http://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/15812/seguridad-grandes-superficies>
- Gélvez, J. (2019). ¿Cuáles determinantes se relacionan con la percepción de inseguridad?. *Revista Criminalidad*, Vol.61, Número 1. Pp. 69-85.
- Gobernación de Casanare. (s.f.). ¿Qué es un Plan de Emergencia, y un Plan de Contingencia?. Recuperado de <https://www.casanare.gov.co/?idcategoria=2940>

González, D. (s.f.). Principales beneficios a nivel de seguridad que trae consigo la implementación de sistemas de administración de edificios en los centros comerciales. (Tesis de especialización, Universidad Militar Nueva Granada). Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/3403/GonzalezFlorezDiegoAlexander2011.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Mayo de Juan Vigaray. (s.f.). *Centros comerciales*. Universitat d'Alacant, Alicante, España.

Prevencionar (2016). Planes de emergencia y evacuación en un Centro Comercial. Recuperado de <http://prevencionar.com/2016/03/31/planes-emergencia-evacuacion-centro-comercial/>

Presidencia de la República de Colombia (Octubre 25 de 2000). Por el cual se expide el Régimen General de Inversiones de capital del exterior en Colombia y de capital colombiano en el exterior. [Decreto 2080 de 2000]. DO: 44205.

PROCOLOMBIA. (s.f.). ¿Qué es PROCOLOMBIA?. Recuperado de <http://www.procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>

Rodríguez, D. (2018). *ISO 3100/2018, Norma Internacional sobre Gestión del Riesgo*. Seguridad en América, Ciudad de México, México.

Semana (2010). Bogotá: La mayoría de los centros comerciales se raja en prevención de emergencias. Recuperado de <https://www.semana.com/nacion/articulo/bogota-mayoria-centros-comerciales-raja-prevencion-emergencias/124668-3>

Superintendencia (2012). Estudios de mercado: Estudio económico del sector Retail en Colombia (2010-2012) *Superintendencia de Industria y Comercio*, pp. 1-40. Recuperado

de

[http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios Economicos/Retail2012.pdf](http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Retail2012.pdf)