

Sector Retail y TI: Transacciones seguras

Las empresas dedicadas al menudeo deben crear relaciones de confianza con sus clientes, mientras mantienen la competitividad y garantizan la disponibilidad de sus productos. Todo, en un entorno de contracción económica.



El sector del comercio o retail, también conocido como minorista o detallista, se caracteriza por vender directamente al consumidor final y está constituido por autoservicios, tiendas departamentales, tiendas especializadas, tiendas de conveniencia y formatos tradicionales como misceláneas y tiendas de abarrotes. En conjunto, esta industria enfrenta grandes retos originados por diversas circunstancias.

Mantener la competitividad y la preferencia de sus clientes no es una tarea sencilla cuando hoy en día los minoristas están obligados a atender tantos frentes: reducir el costo de sus operaciones, hacer más eficiente la cadena de abastecimiento mientras mantienen una buena relación con sus proveedores, optimizar el manejo de inventarios, evitar el desperdicio de recursos, buscar nuevos mercados en tiempos en que la demanda se contrae, consolidar alianzas, enfrentar la competencia desleal que representa el creciente comercio informal, la piratería y el contrabando, así como cuidar su reputación.

En ese marco, dinámico y retador, las empresas de comercio o retail deben estar en condiciones de ofrecer transacciones seguras que no sólo beneficien a éstas, sino también a sus clientes. Cuando las Tecnologías de Información (TI) trabajan a favor de los minoristas, el panorama se vuelve más alentador, a pesar de la crisis económica actual y el evidente debilitamiento del consumo.

Sin duda, el sector retail en México ha sufrido una notoria transformación debido a dos factores: la proliferación de las tiendas de conveniencia y la rápida expansión de las tiendas departamentales y de las grandes cadenas de autoservicio hacia ciudades de la República que antes no atendían.

Hoy en día el panorama es muy distinto al que vivió apenas la última generación de mexicanos. Así lo sugiere Bryan Gildenberg, analista de inteligencia de la consultora MVI: “en México se está consolidando el

crecimiento de los grandes jugadores mientras se crean más tiendas especializadas”. Otro México, otra realidad.

Creando relaciones confiables

Para sobrevivir, las empresas minoristas mexicanas requieren modernizar sus actividades y subirse al tren en marcha de la globalización, que tiene un gran impacto en ellas.

Un ejemplo es el comercio electrónico que las empresas grandes y medianas del sector instrumentan a través de Internet. Esto les ha permitido acercarse a los consumidores e incrementar sus ventas, pero también ha supuesto para ellas un reto al verse obligadas a garantizar transacciones seguras y la confidencialidad de la información, mientras mantienen la disponibilidad de sus productos.

No es menor la preocupación de la industria retail por proteger en línea sus marcas, catálogos y precios de venta y mantener a sus sucursales conectadas a un sistema central que permita un control preciso de las ventas, envíos, tiempos, rutas, etc. Estas empresas también requieren avalar una cadena de distribución segura que mejore la relación costo-beneficio, contribuya a administrar los inventarios de una manera más eficiente, optimice en general la toma de decisiones y transforme los datos del punto de venta y la información logística en inteligencia de mercado.



Se trata de crear relaciones de confianza con sus principales públicos de interés: clientes, proveedores y socios comerciales.

La importancia del detalle

Según ha señalado recientemente el Centro de Comercio Detallista que opera desde el Campus Ciudad de México del Instituto Tecnológico y de

Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), el retail en México “se ha convertido en uno de los sectores más importantes de la economía pues emplea a más de tres millones de personas y representa cerca del 21% del PIB”. Esto refleja el alto impacto que tiene en la economía y la sociedad en términos de generación de empleos y riqueza.

Aun así, como lo ha reconocido la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), a partir del último trimestre de 2008 esta industria se ha enfrentado a una mayor cautela de los consumidores y, por lo mismo, a una reducción en las ventas.

En un foro organizado en 2006 por ANTAD y la reconocida empresa de asesoría KPMG se presentó el resultado de diversos estudios nacionales e internacionales que señalan que los tres imperativos estratégicos del sector retail son: eficiencia, inteligencia y familiaridad (referida, entre otros factores, al conocimiento del cliente y a la optimización tecnológica).

Ahí se concluyó que las grandes áreas de oportunidad que enfrenta la industria detallista en México son el posicionamiento de mercado, la diferenciación, el conocimiento del consumidor y la tecnología.

Es un hecho que la tecnología actual permite ampliar el horizonte gracias a las ventas electrónicas, pero también trae consigo algunos riesgos. Desde siempre, los minoristas han sido objeto de robos y fraudes, pero actualmente los delincuentes van tras la información disponible en línea, ya sea personal -números de tarjetas de crédito, NIP's de los clientes- o datos sensibles del mismo minorista, que luego utilizan para causar un desfalco o para venderlos al mejor postor.

Los daños son incalculables, no sólo en el terreno económico, sino también en cuanto a la reputación, uno de los activos más valiosos de las empresas detallistas.

Cumplir las regulaciones, un asunto nada menor

La industria del comercio o retail en México está sujeta a una serie de regulaciones que le permiten mantener una buena relación con las autoridades, además de garantizar a todos sus públicos de interés un trato justo y eficiente.

Destaca la normativa PCI-DSS (Payment Card Industry - Data Security Standard) que a través de 12 parámetros regula todo el proceso de pago por tarjeta de crédito o débito en cualquier ámbito, a fin de preservar la integridad de la información y los datos personales de los clientes. Entró en vigor en 2004 derivado de un acuerdo realizado por las principales

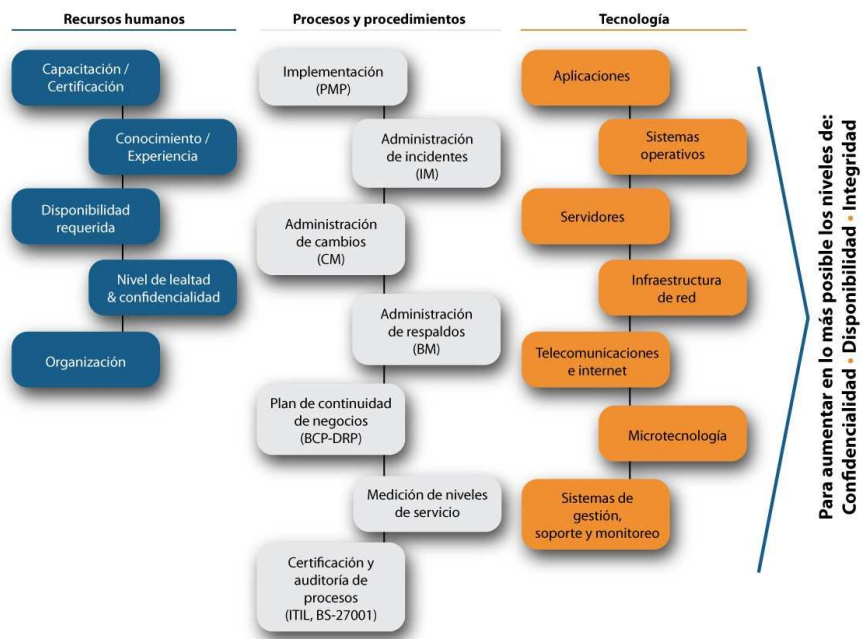
compañías emisoras de tarjetas de crédito como son Visa, MasterCard y American Express, entre otras.



Está obligada a cumplir con esta normativa cualquier empresa que almacene, procese o transmita información de un tarjetahabiente, y también le exige realizar auditorías periódicas.

Algunas de las empresas minoristas, en especial aquellas cuya matriz cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York, deben observar la Ley Sarbanes-Oxley, también conocida como el Acta de Reforma de la Contabilidad Pública de Empresas y de Protección al Inversionista o SOX. Esta ley protege a los inversionistas ante posibles fraudes gracias a políticas de administración de riesgos y rendición de cuentas y un estricto control interno de procesos vigilado por un Gobierno Corporativo.

La confidencialidad, disponibilidad e integridad en términos de TI quedan garantizadas, mientras se mantenga el equilibrio de los Recursos Humanos, la Tecnología y los procesos y procedimientos. Al contar con este equilibrio no sólo se da cumplimiento a las regulaciones que aplican al Sector Retail, sino que también se acelera la madurez en los procesos operativos de TI.



Un socio confiable para el Sector Retail

Mexis, empresa mexicana con más de 15 años de experiencia en Seguridad, Redes y Hospedaje, ofrece a sus clientes del Sector Retail, a través del modelo de Servicios Administrados, la posibilidad de cubrir en todo momento las cuatro grandes áreas de seguridad en Tecnologías de la Información (TI) que garantizan una operación eficiente: confidencialidad de la información, integridad de los datos, continuidad operativa y cumplimiento de leyes y regulaciones. Lo consigue gracias a tecnología propia registrada, a un equipo de técnicos certificados y a una orientación total hacia la generación de valor. Además, el nivel de madurez en TI al que Mexis lleva a sus clientes, mejora los niveles de retorno de inversión tecnológica.

Mexis es la compañía mexicana de su sector que cumple con más estándares internacionales y que más invierte en investigación y desarrollo, siguiendo tres patrones inamovibles de calidad: Confidencialidad, Disponibilidad e Integridad.

Sus servicios de implementación, monitoreo, alertamiento y gestión están apegados a las mejores prácticas de la industria, lo que ha convertido a Mexis en una empresa reconocida, confiable y líder en el sector.

De hecho, Mexis está certificada con el estándar ISO 27001, la única norma internacional auditable que especifica los requisitos necesarios para establecer, implantar, mantener y mejorar un Sistema de Administración de Seguridad de la Información.

Servicios Administrados Mexis, S.A. de C.V.

Ciudad de México

Monterrey

informes@mexis.net

www.mexis.net

Tel: (55) 5000 4499

Del interior al 01 800 926 6001