



MARSH ADVISORY

Retos cyber en el sector retail

La digitalización promueve que los líderes empresariales piensen de manera diferente. Esta transformación, potenciada por la pandemia, puede suponer un Caballo de Troya en nuestra organización (hacer una transición tan rápida que incremente los riesgos), lo que desencadenaría en un riesgo cyber que podría ocasionar un impacto económico desastroso.

Como indicamos en el [MMC Cyber Handbook 2020](#)¹, desde que comenzó el brote de COVID-19, los ataques cibernéticos se han disparado a medida que los cibercriminales han explotado una mayor cantidad de puertas traseras débilmente protegidas en los sistemas corporativos, así como la distracción humana causada por eventos relacionados con COVID-19.

De hecho, y de acuerdo al reciente informe publicado por el Centro Criptológico Nacional CCN-CERT “[Informe de Amenazas y Tendencias 2020](#)” se constata este hecho:

“El aumento del uso de soluciones en la nube, conexiones VPN, servicios de escritorio remoto virtual (VDI), redes de confianza cero y gestión de identidades, servicios y tecnologías para el acceso remoto, uso de herramientas colaborativas, aplicaciones de videoconferencia, etc. generará que los ataques a estos entornos, en especial a los sistemas públicamente expuestos, sigan creciendo.”

¹ El MMC Cyber Handbook 2020 presenta las perspectivas de los líderes empresariales de Marsh & McLennan, así como de socios estratégicos que tienen algunas de las perspectivas más dinámicas sobre la cibereconomía. Este manual explora tendencias cibernéticas significativas, implicaciones específicas de la industria, desafíos regulatorios emergentes y consideraciones estratégicas.

FACTORES CLAVE DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



El cambio de venta de un solo canal o multicanal a un modelo omnicanal, ya que los consumidores quieren interactuar con los retailers a través de muchos canales diferentes con una interacción fluida que les permita conocer toda la información sobre productos y ofertas.



Las cadenas de suministro dependen cada vez más de la tecnología conectada, ya que pasan de centros de distribución independientes tradicionales a cadenas de suministro verdaderamente multicanales.



Mejorar el *fulfillment* de pedidos, establecer la visibilidad del inventario y garantizar una planificación y programación precisas de la demanda para hacer frente al control de existencias en todos los canales de venta.



El aumento del comercio electrónico y la disminución de los ingresos basada en venta física llevan a muchos retailers a adoptar la computación en el cloud para algunas de sus aplicaciones y generar nuevos ingresos de sus clientes.



Los nuevos sistemas de pago están conectados con escaparates virtuales, sistemas de realidad aumentada y plataformas de comercio móviles.



Transformación hacia el D2C, permitiendo una mejora de márgenes y posibilidades de marketing, captación de nuevos clientes, control de su experiencia global, propiedad de la relación con el cliente y sus datos. Esto provoca un fortalecimiento de las organizaciones, consiguiendo que las ventas dependan directamente de ellos.

Igualmente, se incrementarán las vulnerabilidades detectadas sobre los mismos, ya que diferentes actores han puesto el foco en la seguridad de estos dispositivos. Ya se ha visto durante la primera mitad de 2020 esta tendencia (vulnerabilidades en sistemas como Zoom, tecnologías VPN, etc.) y previsiblemente se consolidará e incrementará durante todo el año. En la misma línea se enmarca el ataque a los servicios en nube (almacenamiento, ofimática, etc.), servicios que también han visto un incremento en su uso durante la pandemia.”

Transformación digital del sector retail

Si analizamos la evolución de la industria retail, el “apocalipsis retail” comenzó hace aproximadamente una década y provocó que múltiples retailers relevantes anunciaran sus planes para discontinuar o reducir considerablemente la presencia de grandes tiendas físicas. De este modo, la necesidad de digitalizarse, ahorrar costes y automatizar han ocupado — y siguen ocupando — un lugar destacado en la agenda de todos los comités de dirección del sector retail.

La transformación digital a menudo sigue un viaje basado en la gestión del cambio, que necesita una estrategia de negocio (sustitutiva o adicional) que puede afectar a toda la cadena de valor, desde la atracción del cliente hasta la atención post venta, tomando la cultura organizativa en consideración como pilar fundamental de la digitalización.



La amenaza ciber en los tres ecosistemas tecnológicos

La siguiente tabla muestra un esquema del impacto estimado en términos CID (Confidencialidad, Integridad y Disponibilidad) asociado a cada uno de los ecosistemas tecnológicos de soporte al negocio: Sistemas OT, Sistemas IT de la cadena de suministro y Sistemas Corporativos.

Riesgos de:	Ciberseguridad OT	Ciberseguridad cadena de suministros	Ciberseguridad Corporativa	Posible escenario
Confidencialidad	Moderado Costos extra	Moderado Costos extra	Crítico Reclamaciones de privacidad y costos extra	Ej: violación de datos.
Integridad	Moderado Costos extra	Moderado Costos extra	Alto Costos extra	Fallo de integridad en sistema ERP.
Disponibilidad	Crítico Interrupción de negocio y costos extra	Crítico Interrupción de negocio y costos extra	Alto Interrupción de negocio y costos extra	Interrupción de negocio por culpa de los crecientes ataques de denegación de servicios y ransomware.

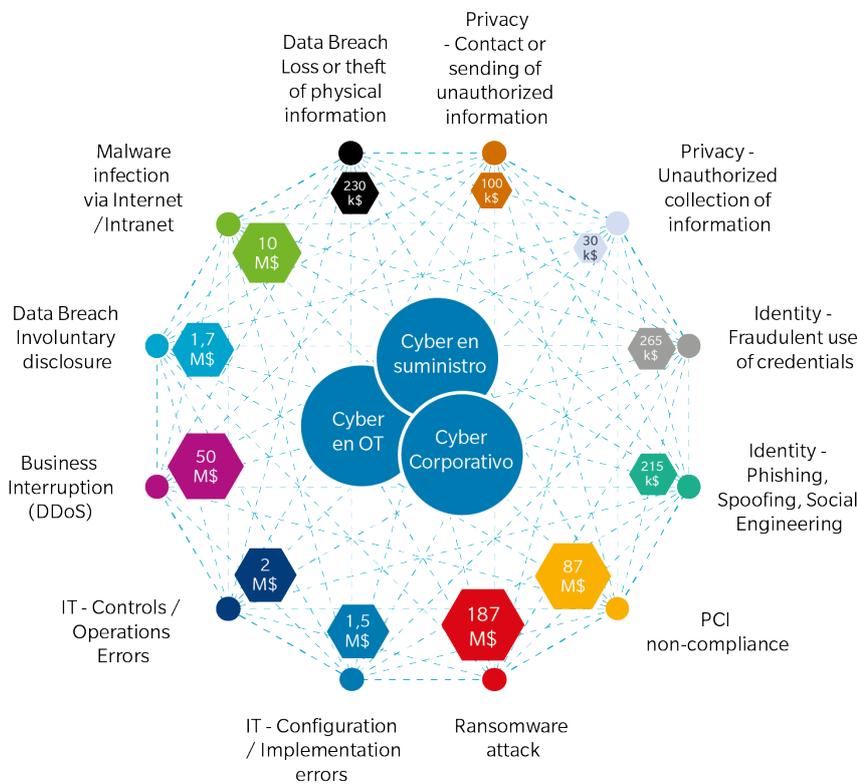
No obstante, el reto que afronta el sector retail ante la amenaza del riesgo cyber va más allá del análisis del nivel de ciberseguridad contra un marco de controles o indicando un nivel de madurez en base a un benchmark establecido. El reto es identificar cómo afecta el riesgo cyber en los estados financieros de la organización o, dicho de otro modo, evaluar la eficiencia de la estrategia de asignación de capital para las acciones de mitigación y transferencia de riesgo.

Marsh Advisory e-commerce cyber tool

Para dar solución a los riesgos de ciberseguridad que se presentan en los diferentes entornos tecnológicos (Sistemas OT, Sistemas IT de la cadena de suministro y Sistemas Corporativos), Marsh Advisory ha creado la solución E-Commerce Cyber Tool.

Esta solución incluye la monetización del riesgo cyber, ofreciendo así su impacto en los estados financieros de la organización: medimos (en €) cada escenario de riesgo, del riesgo global y del retorno de la inversión sobre el riesgo para las inversiones presentes y futuras con técnicas actuariales y big data.

Marsh E-Commerce Cyber Tool cumple tanto con el marco legal vigente como con las regulaciones específicas de ciberseguridad nacionales e internacionales.



SOBRE MARSH

Marsh es el líder global en consultoría de riesgos y correduría de seguros. Con más de 35.000 empleados que trabajan en equipo para dar servicio a sus clientes en más de 130 países, Marsh ofrece a clientes comerciales e individuales, soluciones de riesgo basadas en el análisis de datos y servicios de asesoramiento.

Pertenece al Grupo Marsh & McLennan Companies (NYSE: MMC), un equipo global de empresas de servicios profesionales, que ofrece a sus clientes asesoramiento y soluciones de riesgo, estrategia y capital humano. Con unos ingresos anuales cercanos a los 17.000 millones de dólares y 76.000 empleados en todo el mundo, Marsh & McLennan Companies ayuda a sus clientes a navegar en un entorno cada vez más dinámico y complejo a través de cuatro empresas líderes en el mercado: Marsh, Guy Carpenter, Mercer y Oliver Wyman.

Síguenos en Twitter @ MarshGlobal, en LinkedIn; Facebook YouTube o suscríbese a BRINK.



Para más información sobre seguros cibernéticos y otras soluciones de Marsh, visite marsh.com o póngase en contacto con:

BORJA SÁNCHEZ FRAILE
CyberSecurity & Business Resilience
Senior Consultant, Marsh Advisory
borja.sanchez@marsh.com

NELIA ARGAZ
Business Resilience & Cybersecurity
Consulting Practice Leader
nelia.argaz@marsh.com

JOSÉ MARÍA CARULLA
Managing Director,
Marsh Advisory Iberia
josemaria.carullamarques@marsh.com

La información contenida en este documento es privada y confidencial y tiene únicamente validez a efectos informativos. Está destinada al uso exclusivo del destinatario y solo puede ser utilizada para la finalidad para la que se ha realizado. Todos los derechos de propiedad intelectual, con independencia de que estén o no registrados, de todas y cada una de las informaciones, contenidos, datos y gráficos que se incluyen en el documento pertenecen a Marsh, S.A. Mediadores de Seguros (en adelante Marsh), y el destinatario no obtendrá, ni deberá tratar de obtener, ningún derecho sobre la titularidad de dicha propiedad intelectual. Queda terminantemente prohibido que el documento se reproduzca, distribuya, publique, transforme y/o difunda, total o parcialmente, con terceras personas, físicas o jurídicas, públicas o privadas (incluidos los consultores y asesores del destinatario), sea con fines comerciales o no, a título gratuito u oneroso, sin el previo consentimiento por escrito de Marsh. Este documento se ha realizado atendiendo al propósito que figura en su objeto y está basado en la experiencia y comprensión de Marsh, no siendo válido para cualquier otro fin que no sea el especificado. Se trata de información que no ha podido ser contrastada por Marsh, y por tanto, sin que ésta sea responsable de su integridad, veracidad o exactitud, de modo que no asume responsabilidad alguna por los eventuales errores existentes en ella, ni por las discrepancias que pudieran encontrarse entre distintas versiones de la misma. Ha sido redactado en la fecha de su firma y no refleja hechos o circunstancias que ocurrieron o de los cuales Marsh se enteró con posterioridad. En consecuencia, Marsh no tiene obligación de actualizarlo. El alcance del documento se circunscribe a aspectos relativos a la materia de seguros y en su realización no se ha valorado ningún documento, ni información relacionada con otras materias, citando a título enunciativo y no limitativo las siguientes: medioambientales, financieras o contables, cuestiones actuariales, legales, tecnológicas, de ingeniería o asuntos técnicos. La ausencia de observaciones sobre cualquier asunto (o la ausencia de cualquier asunto en el documento) no debe interpretarse como un comentario u opinión implícita. El documento no pretende ser una explicación exhaustiva o análisis completo de la información proporcionada. El documento pretende ser leído en su totalidad y no en partes. Por ello, Marsh recomienda que dicho documento no sea considerado de manera aislada para la toma de decisiones relativas a la asunción de riesgos. Todas las manifestaciones en materia fiscal, contable o jurídica que pudieran incluirse en el documento, deben entenderse como observaciones generales basadas únicamente en nuestra experiencia en seguros y cobertura de riesgos y no pueden considerarse asesoramiento fiscal, contable o jurídico, el cual no estamos autorizados a prestar. Todas estas materias deben examinarse con asesores adecuadamente cualificados en el correspondiente campo. Por dicho motivo, Marsh no asumirá la responsabilidad que pueda existir, bien por el contenido de dichas observaciones generales que pudieran haberse incluido, bien por la falta de análisis de las implicaciones legales, comerciales o técnicas de los documentos e información puestos a nuestra disposición.

MARSH, S.A. Mediadores de Seguros, Correduría de Seguros y Reaseguros (en adelante, MARSH), con domicilio social en Paseo de la Castellana, nº 216, 28046 Madrid y con N.I.F. A-81332322. Se encuentra inscrita en el Registro Mercantil de Madrid en el Tomo 10.248, Libro: 0, Folio: 160, Sección: 8, Hoja: M-163304, Inscripción: 1 y en el Registro de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones con la clave nº J-0096 (Correduría de Seguros) y la clave nº RJ-0010 (Correduría de Reaseguros). Tiene concertados los Seguros de Responsabilidad Civil y de Caución, según se establece en la normativa sobre la distribución de seguros aplicable.

Este documento es material de marketing. Copyright © 2020 Marsh. Reservados todos los derechos.