

Abril 2026

BOLETÍN INFORMATIVO

Acerca de Chubb

Con operaciones en 54 países y territorios, Chubb ofrece seguros comerciales y personales de propiedad y accidentes, accidentes personales y seguro médico complementario, reaseguro y seguro de vida a un grupo diverso de clientes. Como empresa de suscripción, evaluamos, asumimos y gestionamos el riesgo con conocimiento y disciplina. Atendemos y pagamos nuestros reclamos de manera justa. La compañía también se define por su amplia oferta de productos y servicios, amplias capacidades de distribución, solidez financiera excepcional y operaciones locales a nivel mundial. La empresa matriz Chubb Limited cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE: CB) y es un componente del índice S&P 500. Chubb mantiene oficinas ejecutivas en Zurich, Nueva York, Londres, París y otras ubicaciones, y emplea aproximadamente a 33.000 personas en todo el mundo.

Gestión de riesgos

¿Cuáles son los riesgos corporativos de las comunicaciones digitales?



Las experiencias de cliente personalizadas en el mundo digital están en auge, y ofrecer productos, servicios y comunicaciones integrados capaces de satisfacer las necesidades de las distintas generaciones se está convirtiendo rápidamente en una prioridad empresarial. Así lo afirma el 86 % de los directivos de pequeñas y medianas empresas (pymes) encuestados en un estudio realizado por Chubb en colaboración con Accenture.

De hecho, ofrecer este tipo de experiencia digital es una prioridad máxima para las pymes y cobra aún mayor relevancia tras la pandemia de la COVID-19, cuando encontrar nuevas formas virtuales de llegar a los clientes se convirtió en una necesidad empresarial.

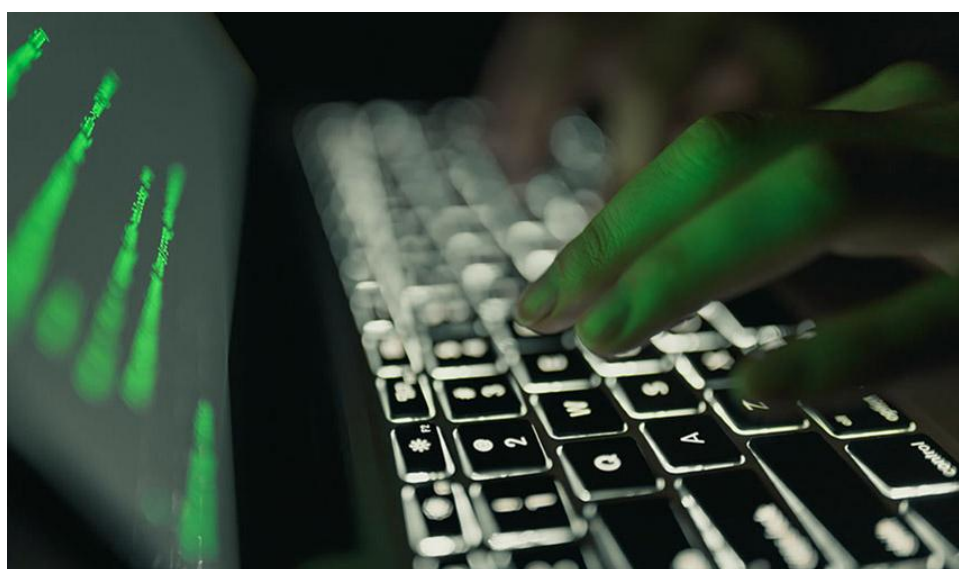
La tecnología digital puede ser una ventaja o una debilidad.

Los clientes de hoy esperan que las empresas con las que interactúan estén siempre disponibles y en constante evolución para brindar el mejor servicio posible de forma integrada y coherente. Las nuevas tecnologías digitales y los sistemas de comunicación multicanal hacen posible este contacto 24/7, pero incluso las herramientas más sofisticadas tienen puntos débiles que deben abordarse.

Con servicios disponibles bajo demanda y en segundos, existen muchas más posibilidades de que algo salga mal, especialmente considerando las necesidades de las diferentes generaciones. La mejor manera de comunicarse con un millennial puede no ser efectiva para un cliente mayor, y siempre existe el riesgo de enviar información incompleta, incorrecta o inapropiada de forma masiva.

Incluso brindar a un cliente acceso a soporte a través de un canal digital instantáneo, como un chat en vivo, presenta riesgos. Si una respuesta mal pensada se considera difamatoria, una empresa puede enfrentar un enorme daño a su reputación o acusaciones de difamación. De igual manera, si el algoritmo de un chatbot falla, puede proporcionar información incorrecta al cliente. Si esto lleva al cliente a comprar el artículo equivocado o a usar el producto incorrectamente, las consecuencias pueden incluir lesiones personales o daños a la propiedad, lo que introduce un nuevo nivel de responsabilidad.

Todo esto conlleva un peligro adicional: la personalización depende de la recopilación de datos. Estos datos suelen ser de carácter personal o financiero y están protegidos por leyes. El incumplimiento de estas normativas, incluso accidentalmente, puede acarrear graves sanciones y multas a la empresa, además de pérdidas económicas.



Reducir los riesgos asociados a las comunicaciones digitales

Ahora más que nunca, los beneficios de la comunicación digital y la personalización multicanal son demasiado importantes para que las empresas los ignoren. Pero si la adopción de un enfoque digital es inevitable, ¿cómo pueden las organizaciones protegerse de los riesgos asociados a estos procesos?

La rápida adopción de nuevas tecnologías (sin considerar las consecuencias) puede generar una exposición innecesaria. Los líderes empresariales pueden aprender a gestionar estos riesgos asociándose con proveedores de servicios experimentados, capaces de definir claramente las amenazas relevantes y proporcionar herramientas y procesos especializados para protegerse contra ellas.

Pero no solo los líderes empresariales deben ser conscientes de los riesgos asociados a las comunicaciones multicanal. Invertir en formación de ciberseguridad de alta calidad para los empleados es más importante que nunca en un entorno donde muchos trabajan desde casa y acceden a datos confidenciales de forma remota.

Por último, un paquete integral de ciberseguros diseñado para pequeñas y medianas empresas es una valiosa última línea de defensa que facilita la recuperación en caso de que algo salga mal.

Al trabajar estrechamente con los socios relevantes y asegurarse de que hayan dedicado el tiempo necesario a proteger sus operaciones, incluso el líder menos experto en tecnología puede garantizar que cualquier vulnerabilidad potencial se comprenda y se aborde dentro de su organización.

CHUBB®