

CASO PRÁCTICO

Conoce a Sara, de True Oasis Home Décor

SU NEGOCIO

Sara dirige su propia empresa de diseño de interiores. Ayuda a las personas a sacar el máximo partido y potencial de sus espacios, y confía en su web para recopilar y almacenar toda la información de sus clientes. Ahí es donde los nuevos clientes complimentan sus datos personales y comparten fotos de sus casas, de modo que ella pueda generar un presupuesto y un plan de proyecto personalizados.

¿QUÉ PASÓ?

Cobertura

Responsabilidad
civil profesional 🔍 ⚠️

Siniestro

La demanda reclama
un perjuicio económico

Debido a un fallo en su sistema, Sara confundió los planes de proyecto de varios clientes y acabó realizando un pedido de miles de euros en estanterías a medida y otros muebles con las especificaciones equivocadas. Tuvo que rehacer los pedidos y retrasar los plazos de cada cliente durante meses. Algunos de esos clientes confiaban en que sus proyectos estuvieran terminados a tiempo para grandes eventos. La póliza de responsabilidad civil profesional de Chubb ayudó a Sara a responder a las demandas en las que se alegaba que sus servicios habían causado un perjuicio económico a los clientes por los costes derivados del retraso.



IMPACTO FINANCIERO

Costes totales

Intervención de un experto	15 000 EUR
Costes de defensa	35 000 EUR
Coste de un proceso con cobertura de responsabilidad civil profesional	35 000 EUR
Coste de un proceso sin cobertura de responsabilidad civil profesional	45 000 EUR

Hablan los especialistas en riesgos de Chubb

Tener un cliente implica tener una relación. Y cada vez más, tener un cliente conlleva tener una relación digital. Las comunicaciones personalizadas, eficaces y claras pueden mejorar, afianzar y hacer prosperar esa relación.

Por otra parte, una mala experiencia del cliente —o cualquier vulneración de su confianza— puede afectar al vínculo y, por tanto, al negocio. Esto hace que resulte aún más esencial abordar las tendencias actuales de la comunicación digital con las debidas precauciones.

El uso de herramientas cada vez más sofisticadas —como las cookies online y la escucha de audio— para recopilar información cada vez más exclusiva y personal puede servir para mejorar la experiencia del cliente. Muchos empresarios y ejecutivos consideran que conseguir que los clientes compartan sus datos es un reto, lo que probablemente indica que estos últimos son lo suficientemente inteligentes como para comprender los riesgos asociados a la revelación de su información. Las empresas deben comunicar claramente que son conscientes de las graves responsabilidades que conlleva la recopilación y el almacenamiento de datos personalizados, y que cuentan con protecciones en materia de gestión de riesgos y planes de respuesta para mitigar los impactos accidentales o malintencionados sobre los datos.

Para minimizar la exposición legal, el cumplimiento de las leyes aplicables en materia de recopilación y uso de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos [RGPD] es fundamental. Pero también se trata de un objetivo cambiante y difícil, que expone a muchas empresas a vulneraciones involuntarias de la privacidad.

Las comunicaciones personalizadas se extienden a los chats en tiempo real y a las redes sociales, lo que puede ser de gran ayuda para conocer a los clientes. Es fundamental que cualquier empresa que utilice estas herramientas tenga en cuenta que los empleados que se encargan de la comunicación digital no son siempre los más veteranos o con más experiencia. Una respuesta incorrecta o poco meditada del servicio de atención al cliente puede causar un grave daño a la reputación de una empresa e incluso dar lugar a acusaciones de difamación y calumnias.

Para muchas pequeñas o medianas empresas, la dependencia de proveedores terceros para dar respuesta a sus necesidades de personalización de operaciones o comunicaciones a demanda puede acentuar sus vulnerabilidades. En caso de que esos terceros fallen, pueden producirse pérdidas de ingresos y perjuicios para la reputación. Investigar cuidadosamente a los proveedores de servicios y comprender los riesgos específicos son pasos cruciales para garantizar la seguridad de la empresa.

PRODUCTOS DISPONIBLES



Ciberriesgos



Responsabilidad civil profesional



Responsabilidad civil de directivos y consejeros

CHUBB

Todo el contenido de este material es solo para fines de información general. No constituye un consejo personal o una recomendación para ninguna persona o empresa de ningún producto o servicio. Consulte la documentación de la póliza emitida para conocer los términos y condiciones de la cobertura.

Chubb European Group SE, Sucursal en España, con domicilio en el Paseo de la Castellana 141, Planta 6, 28046 Madrid y C.I.F. W-0067389-G. Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, Tomo 19.701, Libro 0, Folio 1, Sección 8, Hoja M346611, Libro de Sociedades. Entidad Aseguradora, cuyo capital social es de 896.176.662€, con sede en Francia y regulada por el código de seguro francés, inscrita en el Registro Comercial de Nanterre con el número 450 327 374 y domicilio social en la Tour Carpe Diem, 31 Place des Corolles, Esplanade Nord, 92400 Courbevoie, France. Supervisada por la Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR), 4, Place de Budapest, CS 92459, 75436 PARIS CEDEX 09 y por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, con código de inscripción E-0155.

Partes con copyright © 2020 Chubb; partes con copyright © 2020 Accenture. Este documento hace referencia descriptiva a marcas comerciales que pueden ser propiedad de terceros. El uso de dichas marcas comerciales en el presente documento no constituye una afirmación de la propiedad de dichas marcas por parte de Accenture o Chubb y no pretende representar o implicar la existencia de una asociación entre Accenture, Chubb y los legítimos propietarios de dichas marcas.

accenture