

## Protección y uso ético de los datos, necesidades imperantes en 2024

CIUDAD DE MÉXICO. 25 de abril de 2024.- La información errónea y la desinformación son los mayores riesgos a corto plazo a nivel global para 2024. Esto es un peligro inminente sobre todo considerando la cantidad de datos que generan los usuarios a diario, mismos que compañías de diversos sectores recopilan, almacenan y analizan todos los días.

De acuerdo con [estudios](#), la cantidad de datos que se crean, capturarán, copian y consumen a nivel mundial cada año es de 97 zettabytes, una cifra que se prevé que aumente a 181 zettabytes para 2025. Búsquedas de Google, mensajes de texto, imágenes publicadas en las redes sociales y compras online: todos esos datos generan un universo de información que los comercios, empresas de retail y desde luego las aseguradoras pueden utilizar para mejorar y personalizar sus servicios.

Desde la perspectiva de Zurich México, si bien las compañías pueden usar esa data para beneficio de los clientes y la generación de soluciones a la medida, debe imperar siempre la protección de la información y la ética en su uso. De lo contrario, se incrementa el riesgo, tanto para los usuarios como para las compañías, en materia de *deep fakes* y propagación de noticias falsas, robos cibernéticos, entre otros.

- El enfoque en la seguridad de los datos

Es importante que las empresas establezcan esquemas de seguridad eficientes en materia de la protección de los datos de sus usuarios. De lo contrario, se expone la información sensible de los clientes ante posibles robos y filtraciones que, posteriormente, pudieran ser utilizados por ciberdelincuentes con fines maliciosos.

El [Reporte Global de Riesgos 2024](#) del Foro Económico Mundial, realizado en colaboración con Zurich y Marsh McLennan, coloca a la desinformación (1er lugar) y a la inseguridad cibernética (4to lugar) en el Top 10 de riesgos en materia de impacto para la población mundial este año. Además, el informe señala que existe un estrecho vínculo entre la información falsa y el malestar social cuando se presentan periodos electorales como en que atravesará México este año, lo que puede tener consecuencias graves.

En ese sentido, no proteger la información de los usuarios y permitir que los cibercriminales se inmiscuyan en los sistemas para robar dichos datos tendría efectos catastróficos en materia de desinformación, ya que esto puede no solo socavar la legitimidad de los gobiernos y de los entes políticos en general, sino generar disturbios como protestas, delitos basados en odio e incluso confrontaciones civiles.

Para evitarlo, es imprescindible priorizar la creación de estrategias de ciberseguridad y la constante actualización de las herramientas de protección de sus sistemas, con el fin de evitar fugas de datos y la apertura de puertas de entrada a los delincuentes digitales.

También es clave contar con una herramienta de seguridad de la información, como Data Protect de Zurich, que brinde seguridad a las empresas ante riesgos cibernéticos tanto internos como externos, mediante coberturas que contemplen responsabilidad por fuga de datos, en caso de divulgación indebida de datos personales o corporativos; gastos por vulneraciones de seguridad, lo cual incluye

servicios de expertos en ciberseguridad y abogados para determinar los alcances de responsabilidad; y protección contra Extorsión Cibernética.

- **El uso ético de los datos, compromiso constante**

No basta con proteger de forma adecuada los datos: también hay que utilizarlos con responsabilidad. En la actualidad las empresas que almacenan y analizan datos de los usuarios deben apegarse a lo establecido a la [Ley Federal de Datos Personales](#), que regula el tratamiento de la data recopilada, almacenada y analizada por organizaciones privadas.

Proclamada en 2010, la ley indica que los datos que conciernen a una persona física identificable pueden ser utilizados siempre y cuando exista un consentimiento previo del usuario. Ese consentimiento debe ser claro, transparente y cada individuo tiene derecho a negarle a las compañías el tratamiento de su información.

Es fundamental, también, publicar un aviso de privacidad que informe puntualmente al cliente final sobre la existencia del tratamiento de sus datos y se notifique con claridad qué datos serán recolectados y gestionados, así como la finalidad de su tratamiento. El objetivo, indica la regulación, debe ser la preservación de una buena experiencia de usuario.

El uso responsable y seguro de la información de los usuarios tiene beneficios tangibles en materia de personalización de los servicios, mejoras en la experiencia del cliente e incrementos en la lealtad. Pero es fundamental que, antes de gestionar la información, las empresas velen por la seguridad y la ética en el tratamiento de la información, siempre poniendo a la experiencia del cliente en el centro de la ecuación.

-oOo-

#### **Acerca de Zurich**

Zurich Insurance Group (Zurich) es una aseguradora líder multicanal que se especializa en gestión y prevención de riesgos. Zurich atiende tanto a personas como a empresas en más de 200 países y territorios. Fundada hace 150 años, Zurich está transformando los seguros ya que ofrece cada vez más servicios de prevención, como aquellos que promueven el bienestar y mejoran la resiliencia climática. Reflejando su propósito de “crear juntos un futuro mejor”, Zurich aspira a ser una de las empresas más responsables y de mayor impacto en el mundo. Tiene como objetivo emisiones netas cero para 2050, y tiene la calificación ESG más alta posible de MSCI. El Grupo Zurich tiene alrededor de 60,000 empleados y tiene su sede en Zurich, Suiza.

Como empresa especializada en seguros de autos, entre otras verticales, Zurich cuenta con diferentes opciones, coberturas y asistencias para cubrir las necesidades de cada usuario. Para conocer más sobre la cartera de productos de Zurich y sobre esta alianza, visita: <https://www.zurich.com.mx/es-mx>