



# Convertir la crisis de la ciberdelincuencia en fidelidad a largo plazo

POR **EDUARDO ESPARZA**, VP GENERAL MANAGER SPAIN & BRAZIL DE TENERITY

**En un mundo conectado, tanto las personas como las empresas se encuentran ante grandes oportunidades y desafíos, muchos de los cuales no acaban de percibirse o comprenderse por completo. A medida que nuestra dependencia a los dispositivos conectados y nuestra actividad en internet aumenta, los riesgos para la información personal, la seguridad de los datos y la posibilidad de quedar expuestos a la ciberdelincuencia crecen exponencialmente.**

Las consecuencias de la ciberdelincuencia pueden ser graves, ya que pueden afectar a todos los aspectos de la vida de una persona. Sin embargo, el riesgo no es sólo financiero, sino que puede afectar a la integridad de la identidad de la persona, a su seguridad personal, su reputación, su calificación crediticia y, potencialmente, a sus perspectivas de empleo.

Si tomamos el robo de identidad

como ejemplo, las consecuencias pueden ir desde pérdidas financieras causadas por la obtención fraudulenta de créditos y préstamos en nombre de la víctima, hasta daños muy graves a la reputación que pueden afectar muy seriamente a la vida diaria de la víctima. Además, estas consecuencias pueden perdurar en el tiempo, afectando a la víctima durante años en sus perspectivas futuras de obtener un crédito,

así como en sus posibilidades de empleo o de desarrollo profesional.

## Falta un referente

Sin embargo, a pesar del aumento de la sensibilización y de la creciente cobertura en los medios, parece no haber un referente claro en materia de ciberseguridad. Esto, supone que aquellos que han sido directamente afectados, no siempre saben a quién acudir. Los juzgados,

la policía o las entidades bancarias cumplen un papel fundamental, sin embargo, es complicado que puedan tener un abanico tan amplio de recursos con los que lograr mitigar todos los daños causados por la ciberdelincuencia y, es posible, que las víctimas no sepan a quién más recurrir para encontrar la solución que les ayude a paliar los daños en caso de enfrentarse a un problema de este tipo. Y no es sólo cuestión de qué hacer si nos vemos afectados por la ciberdelincuencia, sino de cómo prevenir, detectar e impedir que se produzca un ciberdelito.

Nuestra investigación revela que la ciberdelincuencia es una preocupación real para el 61% de los consumidores, por encima de otros tipos de delincuencia, incluyendo los delitos físicos y los robos. Y muchos de los ciberdelitos que más preocu-

pan a la sociedad, están directamente vinculados a la propia actividad de las empresas, como las llamadas o enlaces de emails falsos (77%), fraude en las compras online (71%) o la filtración de datos en organizaciones (59%).

## La ciberamenaza, una preocupación real

La amenaza cada vez mayor y la ausencia de claridad en torno a las ciberamenazas es una preocupación real para los consumidores. Sin embargo, no puede decirse lo mismo de la capacidad de los consumidores para combatir o tomar acciones contra dicha delincuencia.

Los consumidores no tienen confianza en su capacidad para protegerse de la ciberdelincuencia y sus consecuencias. Según nuestros datos, sólo el 25% de los encuestados confía en sus habilidades para resolver las consecuencias de un ciberdelito. Esto, supone una oportunidad para que las empresas ayuden a sus clientes con las ciberamenazas y otras cuestiones relacionadas.

Por ello, las empresas tienen la oportunidad de ayudar a sus clientes ante los desafíos que plantea la ciberdelincuencia, desde la prevención y detección hasta su resolución, lo que les permite infundir confianza y aumentar la fidelidad y el compromiso.

La investigación revela que, ayudar a un cliente en una crisis de ciberdelincuencia, refuerza la relación con éste. Un momento de crisis puede forjar confianza a largo plazo, algo muy valioso en un mercado como el de hoy, tan saturado y volátil. De esta manera, emerge un panorama con un enfoque colaborativo hacia la ciberseguridad, donde los consumidores acuden a organizaciones de confianza para ayudarles en su lucha contra la ciberdelincuencia.

Prueba de ello, es que los encuestados que habían sido víctimas de ciberdelincuencia han mejorado su percepción sobre la organización a la que confiaron la resolución con éxito del incidente. Es la oportunidad para que las empresas se conviertan, más que en meros proveedores, en protectores.

