

Reporte de resultados Encuesta a población

"Encuesta Nacional sobre Protección de Datos Personales a Sujetos Regulados por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y Población en General"



Preparado para la
Secretaría de Protección de
Datos Personales

Objetivos de la encuesta	3
Metodología, distribución y descripción de la muestra	5
Noción de datos personales y de privacidad	11
Hábitos en el manejo y cuidado de datos personales	21
Precaución para proporcionar datos personales y percepción sobre la seguridad en su manejo y uso	33
Uso de servicios en línea	40
Características de uso de internet entre jóvenes de 12 a 17 años	48
Conocimiento del derecho a la protección de los datos personales	55
Hallazgos y conclusiones	69
Recomendaciones	74

Objetivos de la encuesta

- Conocer el grado de conciencia de la población sobre el cuidado de sus datos personales, así como la frecuencia y fines con que los proporcionan.
- Determinar si los particulares tienen conciencia sobre la propiedad que ejercen sobre sus datos personales.
- Identificar, por grupo de edad, la importancia que tiene para los particulares que sus datos personales sean protegidos y establecer si saben cuál es el objetivo, uso y actividad de quien los recaba.
- Saber si los particulares tienen conocimiento de casos en que sus datos personales hayan sido utilizados para fines distintos a los que fueron solicitados y si han percibido que su privacidad ha sido vulnerada.
- Determinar hábitos de uso de servicios en línea por grupo de edad y de participación en redes sociales.
- Estimar la proclividad a proteger sus datos personales y a exigir su derecho a la privacidad, así como el nivel de conocimiento de que el IFAI es la autoridad en la materia.

Metodología, descripción y distribución de la muestra

Tipo de entrevista

Cara a cara en viviendas.

Diseño muestral

Probabilístico, polietápico, por conglomerados y estratificado. La unidad primaria de muestreo fue la AGEB y la última la vivienda. Resultados ponderados por edad y sexo.

Población objetivo

Hombres y mujeres de 12 años o más con domicilio en el municipio donde fueron entrevistados.

Tamaño de la muestra

2360 entrevistas efectivas, distribuidas en 236 AGEBs a nivel nacional:

- 1,933 entrevistas a personas de 18 años y más.
- 427 entrevistas a personas de 12 a 17 años.

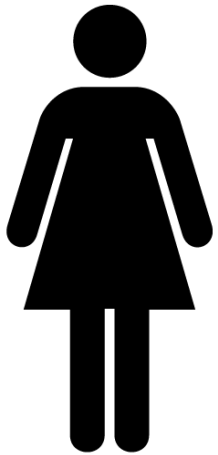
Margen de error

+/- 2% a total y +/- 3.5 por grupo de edad, con un nivel de confianza de 95%

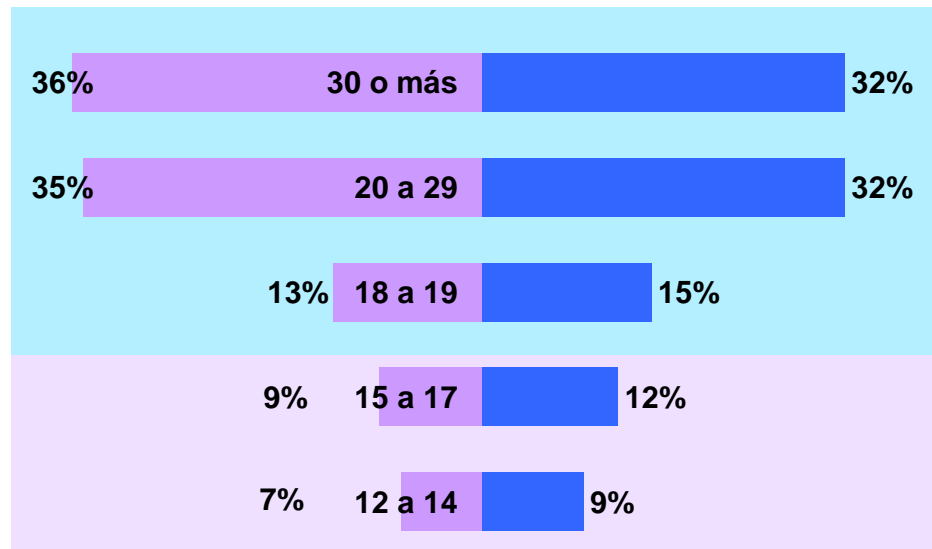
Año de levantamiento

2012.

EDAD POR GÉNERO



Mujeres
50%



Hombres
50%

Bases de entrevistas efectivas:
2360.

Mujeres: 1,186 entrevistas.

Hombres: 1,174 entrevistas.

Bases sin ponderar:

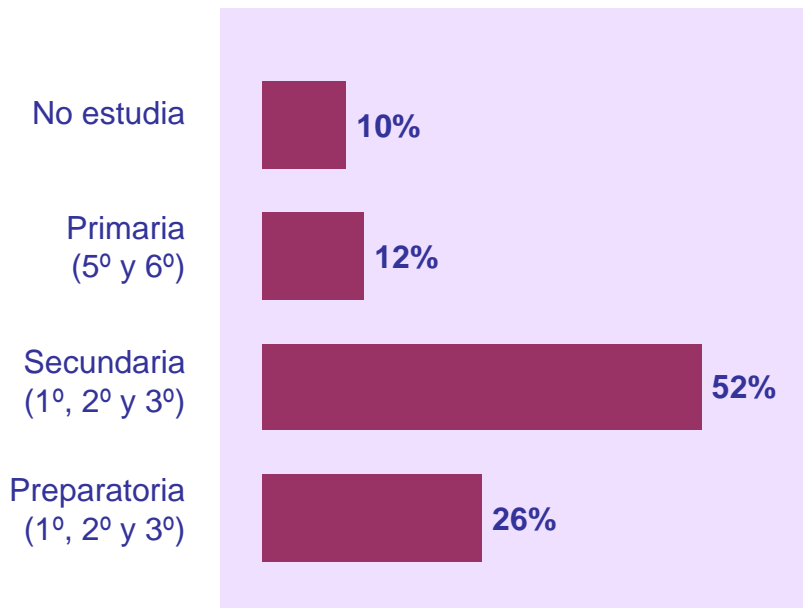
12 a 17 años: 427 entrevistas.

18 años y más: 1,933 entrevistas.

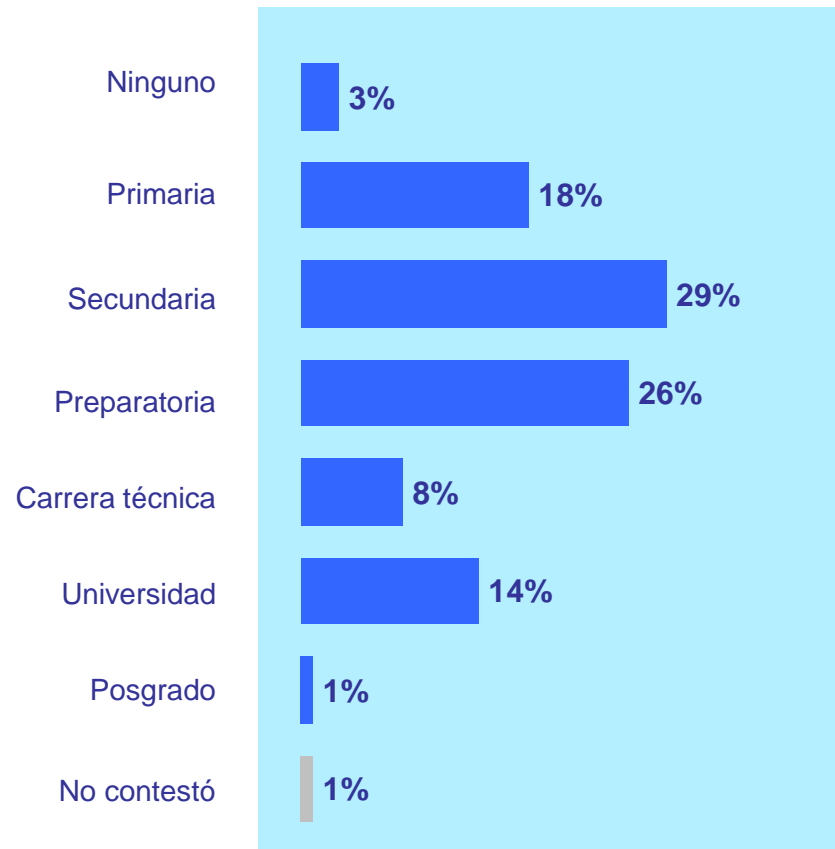
Descripción de la muestra por escolaridad, según grupo de edad

ESCOLARIDAD

Jóvenes de 12 a 17 años



Adultos de 18 años o más



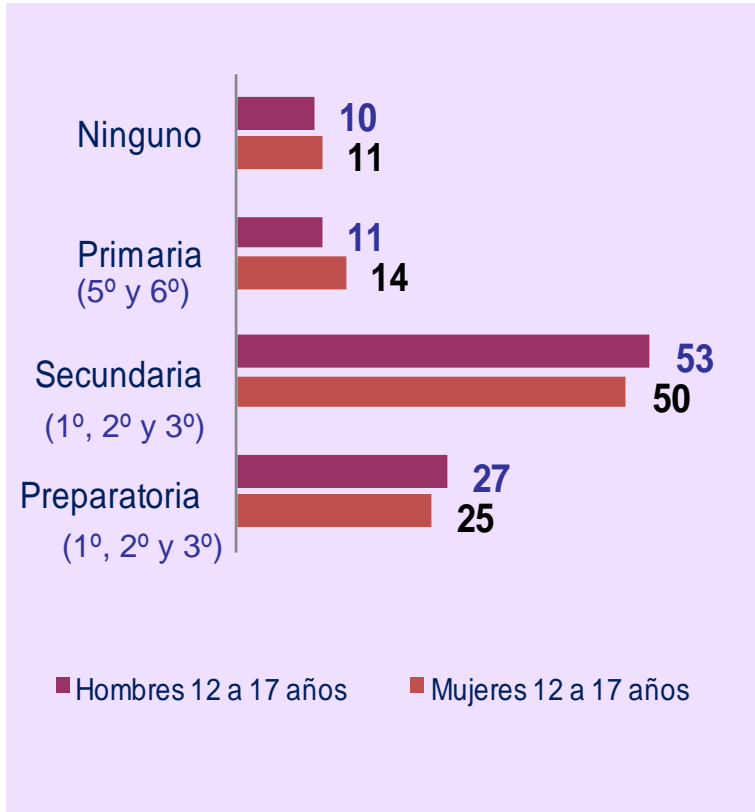
Bases sin ponderar:

12 a 17 años: 427 entrevistas.

18 años y más: 1933 entrevistas.

Descripción de la muestra por escolaridad, según grupo de edad y sexo

Jóvenes de 12 a 17 años



ESCOLARIDAD

Adultos de 18 años o más



Bases sin ponderar:

12 a 17 años: 427 entrevistas.

18 años y más: 1933 entrevistas.

Distribución geográfica de la muestra

Número de entrevistas efectivas

Entidad	Municipio	Entrevistas
Aguascalientes	Aguascalientes	30
Baja California	Tecate	10
	Tijuana	60
Chiapas	Chiapa de Corzo	90
	Tuxtla Chico	10
Chihuahua	Aldama	10
	Chihuahua	60
Coahuila de Zaragoza	Saltillo	60
Distrito Federal	Alvaro Obregón	10
	Azcapotzalco	20
	Benito Juárez	10
	Coyoacán	10
	Cuauhtémoc	10
	Gustavo A. Madero	20
	Iztapalapa	20
	Milpa Alta	20
	Tláhuac	10
	Xochimilco	10
Durango	Durango	40
Guanajuato	León	100
	Silao	10
Guerrero	Acapulco de Juárez	70
Hidalgo	Mineral de la Reforma	40
	Mineral del Monte	10
	Zapotlán de Juárez	10
Jalisco	Lagos de Moreno	10
	Tlaquepaque	40
	Zapopan	100

Entidad	Municipio	Entrevistas	
México	Almoloya de Juárez	70	
	Atizapán de Zaragoza	10	
	Calimaya	30	
	Chiautla	10	
	Chimalhuacán	10	
	Coacalco de Berriozábal	10	
	Malinalco	20	
	Mexicaltzingo	20	
	Morelos	20	
	Nicolás Romero	10	
	Ocuilan	10	
	Ozumba	20	
	San Antonio la Isla	10	
	San Felipe del Progreso	80	
	Teotihuacán	10	
	Tonatico	10	
	Zumpahuacán	20	
	Michoacán de Ocampo	Morelos	30
		Tepalcatepec	60
Morelos	Cuernavaca	10	
	Jiutepec	20	
	Temixco	10	
Nayarit	Tepic	30	
Nuevo León	Apodaca	20	
	Cadereyta Jiménez	10	
	Guadalupe	30	
	San Nicolás de los Garza	10	
	San Pedro Garza García	20	
	Santa Catarina	10	

Entidad	Municipio	Entrevistas
Oaxaca	San Andrés Cabecera Nueva	10
	San Ildefonso Amatlán	10
	San Lorenzo Cacaotepec	20
	San Pablo Coatlán	10
	Santa María Camotlán	10
	Santa María del Rosario	10
	Santo Domingo Tomaltepec	10
Puebla	Puebla	90
	Quecholac	10
	Tepango de Rodríguez	10
Querétaro de Arteaga	Querétaro	40
Quintana Roo	Othón P. Blanco	30
San Luis Potosí	San Luis Potosí	20
	Soledad de Graciano Sánchez	40
Sinaloa	Culiacán	60
Sonora	Hermosillo	60
Tabasco	Centro	50
Tamaulipas	Altamira	20
	Ciudad Madero	30
	Tampico	20
Tlaxcala	Santa Catarina Ayometla	10
	Tlaxcala	30
Veracruz de Ignacio de la Llave	Vega de Alatorre	30
	Veracruz	130
Yucatán	Mérida	40
Zacatecas	Zacatecas	30
Total nacional		2360

Noción de datos personales y de privacidad

“A lo largo de esta entrevista vamos a hablar acerca de los datos personales. Los datos personales son cualquier información relacionada con usted que pueda servir para identificarlo”.

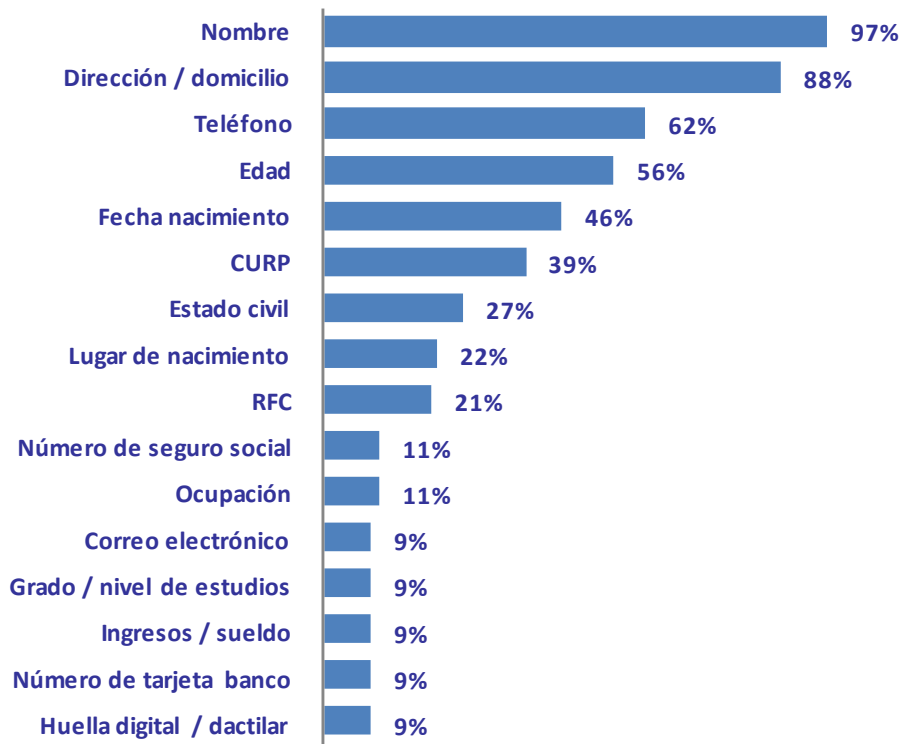
- Los datos personales más mencionados y que más preocupa que se divulguen son: nombre, dirección y teléfono.
- Además de esos datos, los ingresos y el número de cuenta bancaria son los que más preocupación generan de ser divulgados.
- En general, más del 80% de los entrevistados se reconoce propietario de la CURP, de la información de su estado de salud, y de su imagen contenida, por ejemplo, en una fotografía o video.
- Los más jóvenes (de 12 a 17 años), además, reconocen la propiedad de la información de su acta de nacimiento, su cartilla de vacunación, su tipo de sangre e información de su boleta de calificaciones.
- Los mayores de 18 años se saben propietarios del número de folio de su credencial de elector y su RFC, en menor proporción del número de su licencia de manejo y dirección de correo electrónico.

- En general, los entrevistados muestran cierta renuencia a dar sus datos personales al hacer algún trámite, compra o solicitar algún servicio. En este sentido, los participantes de 12 a 17 años son menos cautelosos.
- Más de la mitad de los encuestados (60%) consideran que no les solicitan datos personales más que los estrictamente relacionados con el trámite, compra o servicio que realizan. Esta opinión se acentúa en el grupo de jóvenes (69%).
- Más de la mitad de los entrevistados tiene poca seguridad de que sus datos no serán entregados a terceros. Los más seguros de esto son los jóvenes.
- A 53% de los participantes les preocupa poco, algo o nada lo que suceda con sus datos personales.
- Entre los menores de 18 años existe mayor propensión a dar sus datos personales, comparado con la población adulta. A medida que aumenta la edad, existen mayores precauciones para brindar información al momento de realizar algún trámite, comprar o solicitar algún servicio.
- La oportunidad está en educar a los más jóvenes sobre la importancia de resguardar la información personal y de tomar las precauciones necesarias cuando se entrega a los particulares. Es importante que conozcan que es un derecho y quien recibe sus datos tiene obligaciones y responsabilidades que cumplir al usar esa información.



Los datos personales más mencionados son nombre, dirección y teléfono. Preocupa que éstos, junto con ingresos y número de cuenta bancaria, sean divulgados

-menciones a opciones proporcionadas por el entrevistador-



Dato personal	Mención *	Preocupa **
Nombre	97%	88%
Dirección / domicilio	88%	88%
Teléfono	62%	83%
Edad	56%	67%
Fecha nacimiento	46%	66%
CURP	39%	71%
Estado civil	27%	63%
Lugar de nacimiento	22%	60%
RFC	21%	66%
Número de seguro social	11%	68%
Ocupación	11%	56%
Correo electrónico	9%	70%
Grado / nivel de estudios	9%	57%
Ingresos / sueldo	9%	80%
No. tarjeta banco	9%	79%
Huella digital / dactilar	9%	69%
Religión (creencia)	5%	59%
Fotografía	5%	70%
Estado de salud	4%	64%

¿Sabe usted cuáles son sus datos personales? *

¿Cuál dato personal sería el que más le preocuparía que se divulgara o se usara sin su consentimiento? **

Respuesta múltiple, no suma 100%

* Porcentaje de entrevistados que mencionaron el dato personal.

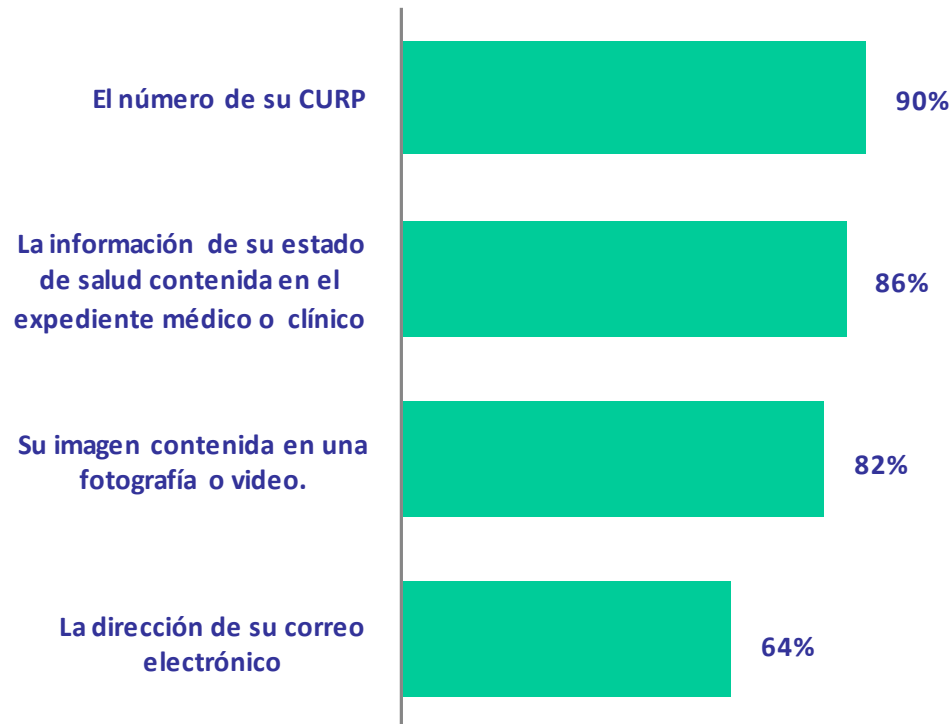
** Porcentaje de quienes les preocuparía la divulgación del dato personal que mencionaron.

Base total: 2360 entrevistas.

Los datos que los entrevistados consideran de su propiedad son número de CURP, información de salud e imagen

-menciones a opciones proporcionadas por el entrevistador-

Total de la población

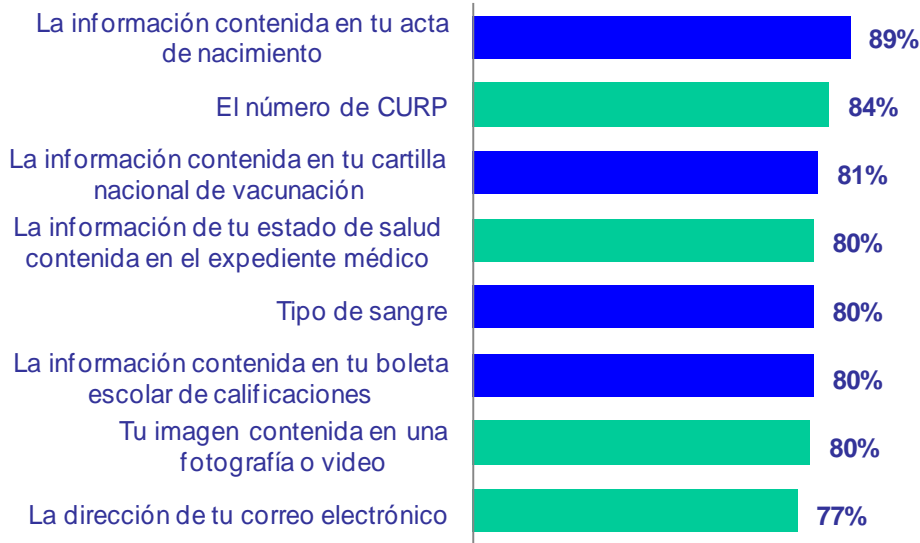


* Respuesta múltiple, no suma 100%.

De los siguientes datos que le voy a mencionar, ¿cuál considera que le pertenece y que es de su propiedad?

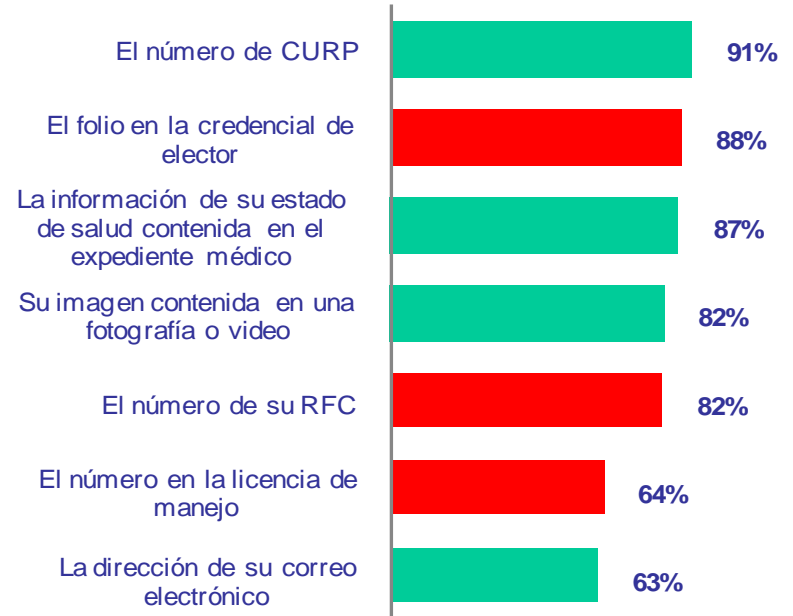
Porcentaje de mención dentro del grupo de edad

Población de 12 a 17 años



*Respuesta múltiple, no suma 100%

Población de 18 años y más



*Respuesta múltiple, no suma 100%

De los siguientes datos que le voy a mencionar, ¿cuál considera que le pertenece y que es de su propiedad?

Indicadores de color según opciones de respuesta.

Azul: Sólo 12 a 17 años.

Rojo: Sólo 18 años y más.

Verde: Todas las edades.

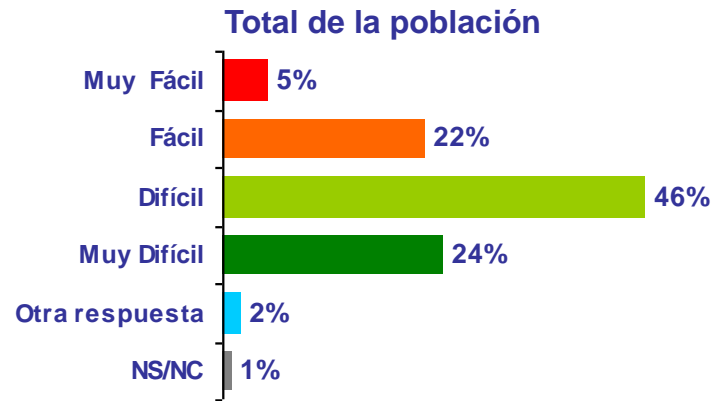
Bases ponderadas:

12 a 17 años: 270 entrevistas.

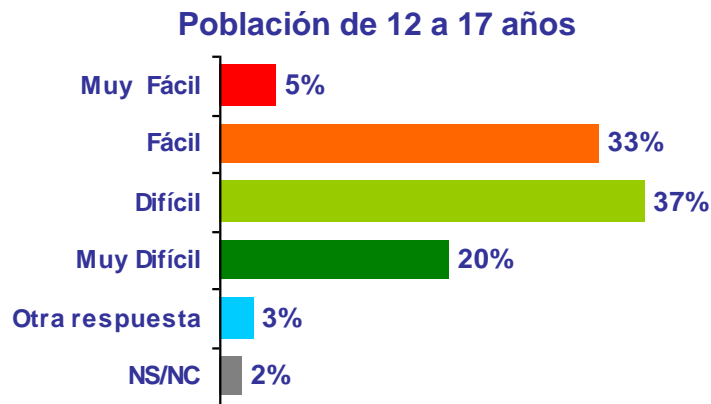
Base 18 años y más: 2090 entrevistas.

Total: 2360 entrevistas.

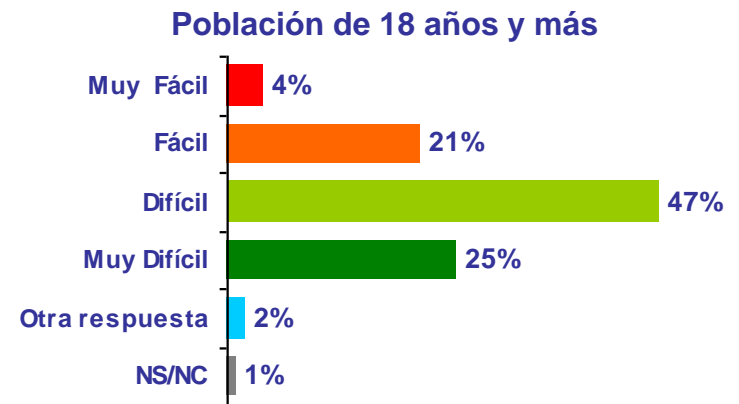
Existe cierta renuencia a dar datos personales. Los más arriesgados son los menores de 18 años



Base total: 2360 entrevistas.



Base 12 a 17 años: 270 entrevistas.

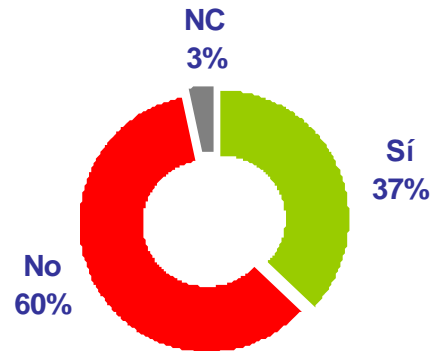


Base 18 años y más: 2090 entrevistas.

Cuando alguna persona le pide datos personales, como por ejemplo su número telefónico, con objeto de hacer algún trámite, compra, o solicitar algún servicio, ¿qué tan fácil es que usted los dé sin hacer mayores preguntas?, ¿es muy fácil, fácil, difícil, o muy difícil que los dé?

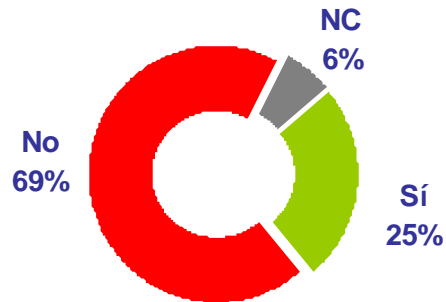
La mayoría de los entrevistados consideran que no les solicitan datos personales más que los estrictamente relacionados con el trámite, compra o servicio que realizan

Total de la población



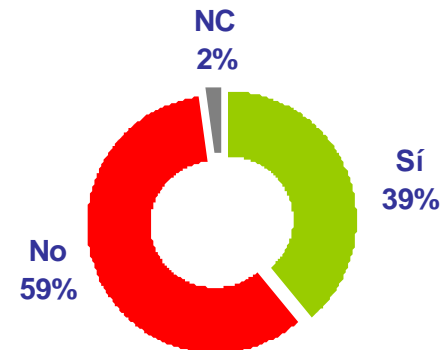
Base total: 2360 entrevistas.

Población de 12 a 17 años



Base 12 a 17 años: 270 entrevistas.

Población de 18 años y más

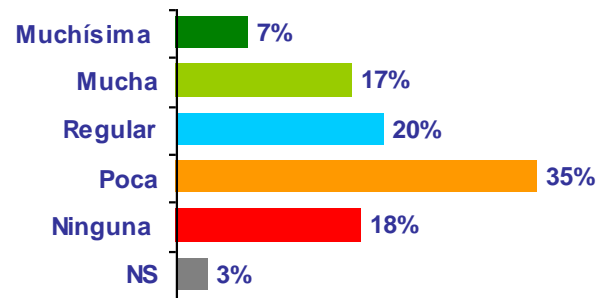


Base 18 años y más: 2090 entrevistas.

En esa misma situación, ¿considera que le piden datos personales que no tienen ninguna relación con el servicio, trámite o compra que realiza?

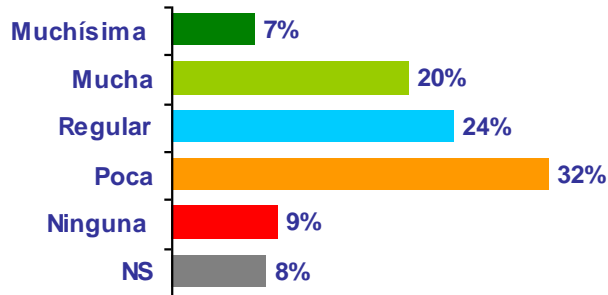
La mayor parte de los encuestados no tiene la seguridad de que sus datos personales no serán compartidos con terceros

Total de la población



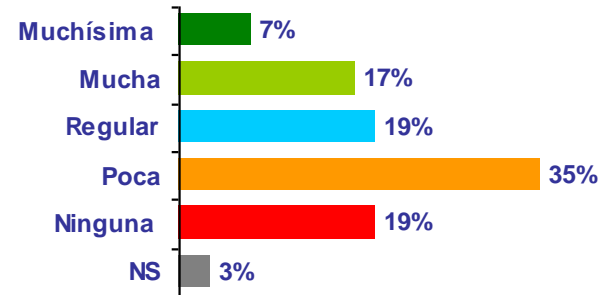
Base total: 2360 entrevistas

Población de 12 a 17 años



Base 12 a 17 años: 270 entrevistas.

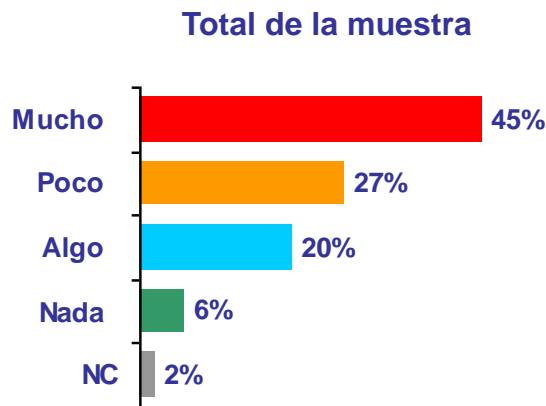
Población de 18 años y más



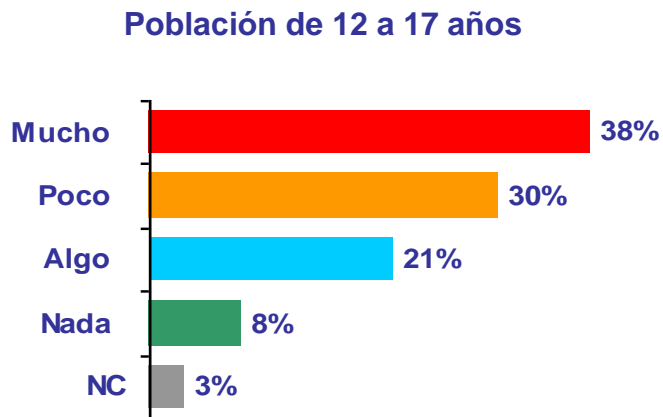
Base 18 años y más: 2090 entrevistas.

¿Qué tanta seguridad tiene usted de que sus datos no serán entregados a alguien más sin que usted se entere?

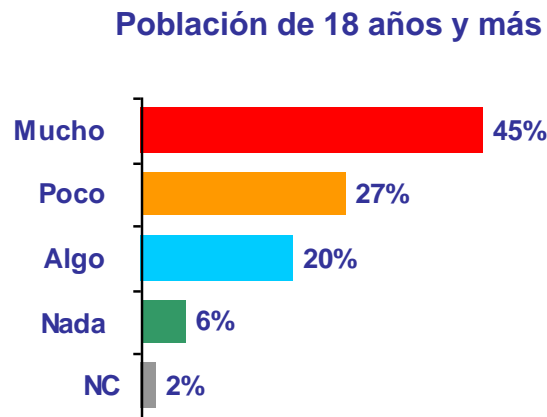
A 53% de los participantes les preocupa poco, algo o nada lo que suceda con sus datos personales



Base total: 2360 entrevistas.



Base 12 a 17 años: 270 entrevistas.



Base 18 años y más: 2090 entrevistas.

Cuando usted realiza algún trámite o compra un bien o servicio donde le piden sus datos, ¿qué tanto le preocupa lo que pase después con sus datos personales?

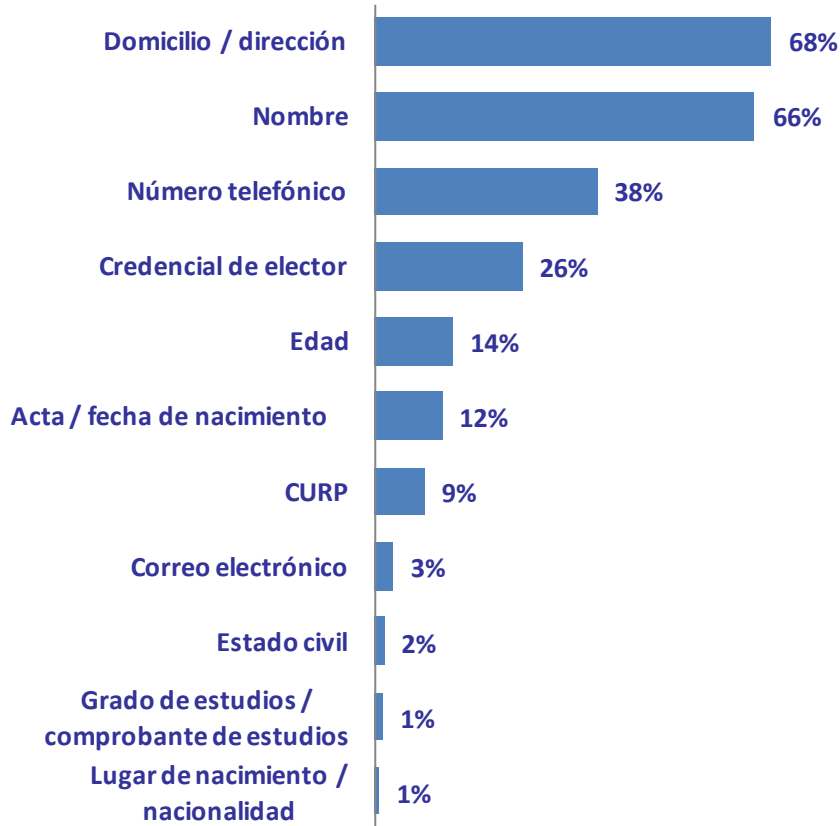
Hábitos en el manejo y cuidado de datos personales

De acuerdo a sus hábitos cotidianos con respecto a realizar trámites, compras y otras actividades, donde existe la posibilidad de que alguien le pida sus datos personales.

Hábitos en el manejo y cuidado de datos personales -Resultados principales-

- Los datos personales que más les han solicitado a los entrevistados son: domicilio, nombre y número telefónico. Adicionalmente, según los jóvenes, se les requiere frecuentemente su edad y fecha de nacimiento, mientras que a los mayores de 18 años, su credencial de elector.
- Los aspectos más valorados antes de dar los datos son: la identificación de quien solicita esta información y que sea una institución certificada.
- En general, los bancos son los que solicitan más datos personales, junto con las tiendas departamentales. Otros establecimientos que requieren datos de este tipo son las escuelas y los empleadores.
- En el ámbito público, el IFE y el sector salud (IMSS, ISSSTE y Seguro Popular) son las instituciones que piden mayor cantidad de datos.
- En el sector privado, bancos y AFORES, así como tiendas departamentales y de autoservicio, son los que requieren mayor cantidad de datos personales.
- De manera espontánea, se consideran datos sensibles: nombre, domicilio, teléfono / celular, religión y enfermedad / estado de salud. Una tercera parte de la muestra no supo qué contestar.
- Al darles ejemplos de datos sensibles a los entrevistados, los que más les molestaría que se divulgaran son aquéllos relacionados con su salud.

Los datos personales más solicitados son nombre, domicilio, teléfono y credencial de elector



Base total: 2360 entrevistas.

Datos personales	Total	12 a 17	18 y más
Domicilio / dirección	68%	53%	70%
Nombre	66%	80%	64%
Número telefónico	38%	27%	40%
Credencial de elector	26%	4%	28%
Edad	14%	35%	11%
Acta / fecha de nacimiento	12%	19%	11%
CURP	9%	9%	9%
Correo electrónico	3%	9%	2%
Estado civil	2%	1%	2%
Grado / comprobante de estudios	1%	7%	1%
Lugar de nacimiento / nacionalidad	1%	2%	1%

Base 12 a 17 años: 270 entrevistas.

Base 18 años y más: 2090 entrevistas.

¿Cuáles son los datos que le piden con mayor frecuencia? Total de menciones.

* Respuesta múltiple, no suma 100%

La identificación de la persona que solicita los datos y que sea una institución certificada resultan aspectos importantes para proporcionar información personal



Base total: 2360 entrevistas.

Datos personales	Total	12 a 17	18 y más
Identificación de quién lo solicita	17%	13%	18%
Que sea una institución certificada	15%	16%	15%
Que inspire confianza	14%	13%	14%
Sea un lugar público	8%	10%	7%
La seriedad	7%	2%	8%
Seguridad en el personal	7%	6%	7%
Logotipos en la empresa	6%	4%	6%
Que la conozca de tiempo	6%	6%	6%
Que sea del gobierno	5%	3%	6%
Que le den información de para qué quieren sus datos	5%	6%	4%
La apariencia de la persona	4%	3%	4%
Tiendas departamentales	3%	0%	4%

Base 12 a 17 años: 270 entrevistas.

Base 18 años y más: 2090 entrevistas.

Otras menciones con 2% o menos

Que sean honestos

Por necesidad

Amabilidad

Pedir referencias

Que trabajen en el banco

Clínica del seguro

Que haya un parentesco

Investigar bien

Por trabajo

Experiencia

Trato directo

De los lugares en donde usted ha dado sus datos personales, ¿cuáles son las características que toma en cuenta para que tenga confianza al dar sus datos? Total de menciones.

Los bancos son los que más datos personales piden



Datos personales	Total	12 a 17	18 y más
Bancos / tarjeta de crédito / débito	35%	4%	39%
Tiendas departamentales para créditos	27%	7%	30%
La escuela	26%	79%	19%
Para trabajar	23%	9%	24%
En el seguro / hospital / IMSS / ISSSTE	22%	20%	22%
En la presidencia municipal / municipio	12%	3%	13%
En el IFE	8%	1%	9%
Para tramitar el teléfono / pago del teléfono	3%	2%	3%
En internet	3%	16%	1%
En Hacienda / SAT / RFC	3%	1%	3%
Trámites legales	3%	1%	3%
Para un préstamo / casas de empeño	3%	0%	3%
Registro Civil	2%	1%	3%

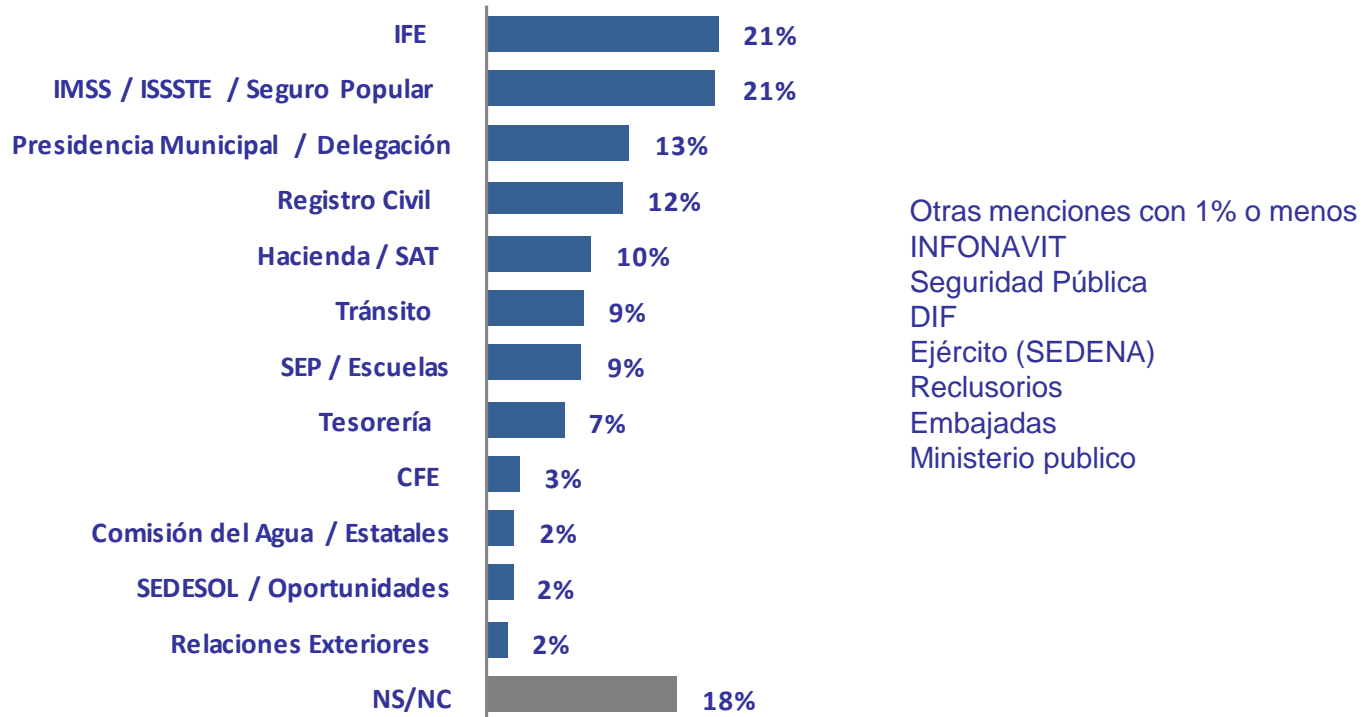
Base 12 a 17 años: 270 entrevistas.
Base 18 años y más: 2090 entrevistas.

Base total: 2360 entrevistas.

Según su experiencia, ¿en qué lugar le piden mayor cantidad de datos personales? Total de menciones.

* Respuesta múltiple, no suma 100%

Las dependencias que piden más datos personales son IFE e IMSS/ISSSTE /Seguro Popular

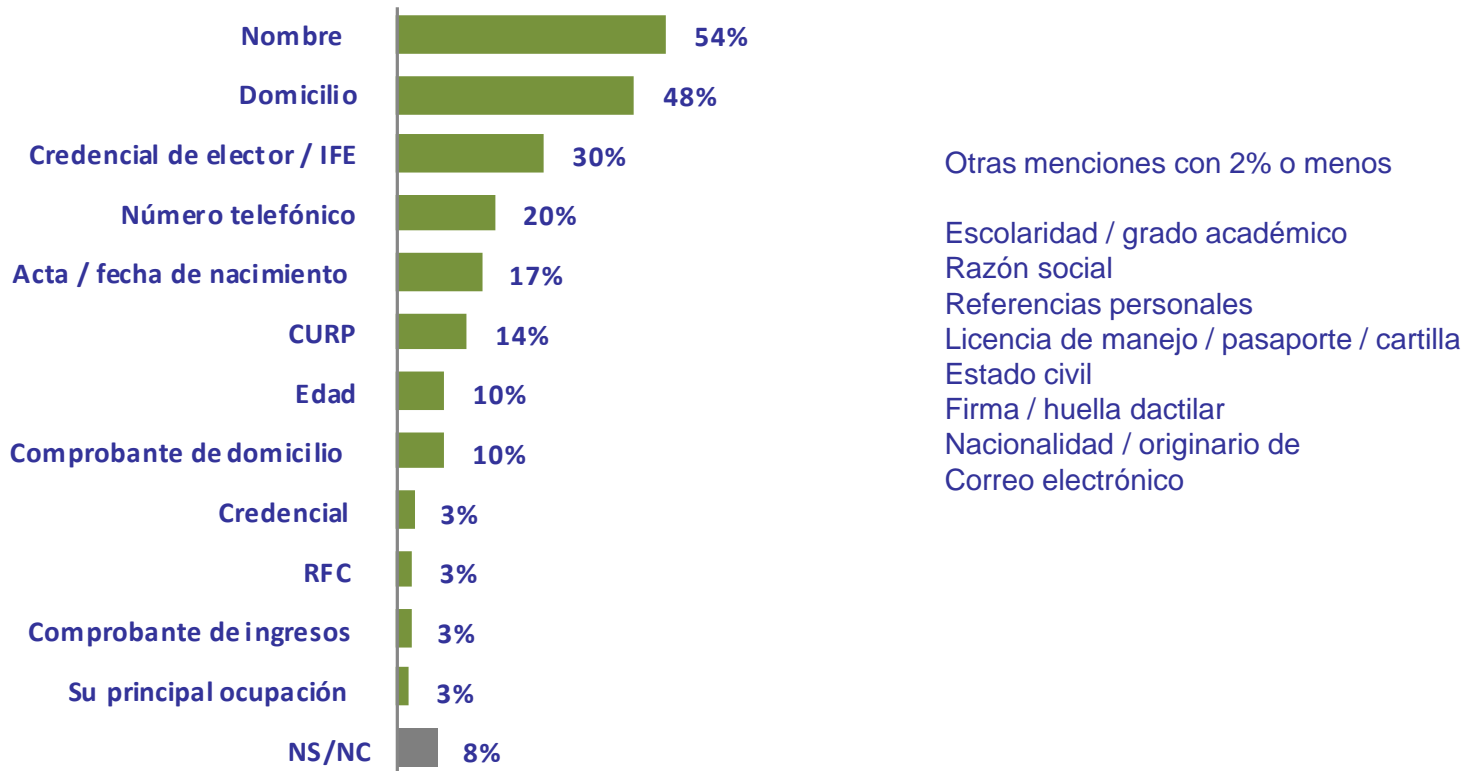


Base 18 años y más (ponderada): 2090 entrevistas.

De igual forma, puede decirme ¿en cuál o cuáles oficinas de gobierno es donde mayor cantidad de datos personales le piden a usted y a los ciudadanos? Total de menciones.

* Respuesta múltiple, no suma 100%

Nombre y domicilio son los datos personales más solicitados por dependencias de gobierno

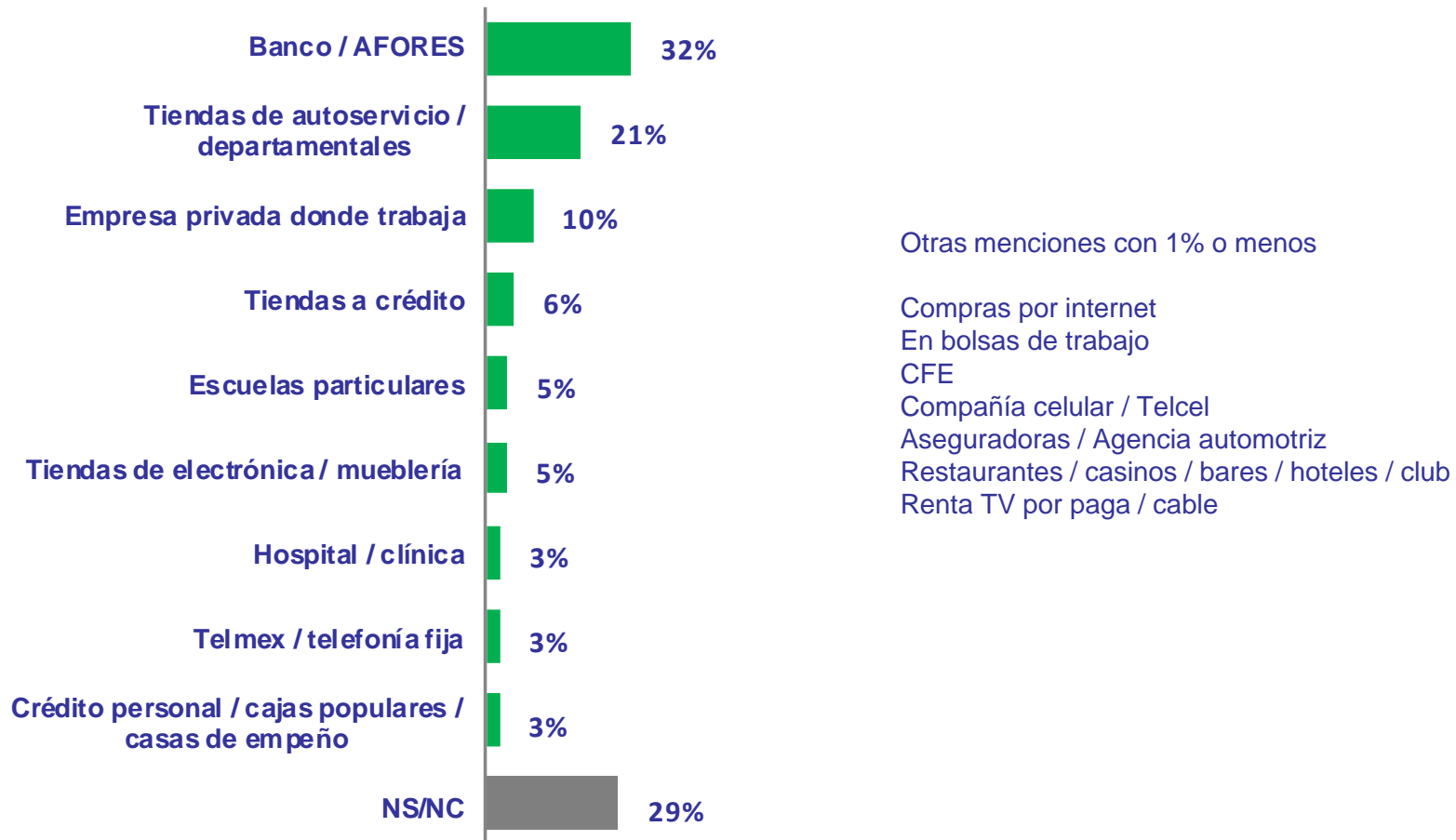


Base 18 años y más (ponderada): 2090 entrevistas.

Y para usted, cuando los ciudadanos tienen que interactuar con alguna oficina de gobierno, ¿cuál es el tipo de información personal que más les piden dar para que puedan hacer trámites? Total de menciones.

* Respuesta múltiple, no suma 100%

En los sectores privado y social, los bancos y AFORES son las instituciones que más solicitan datos personales

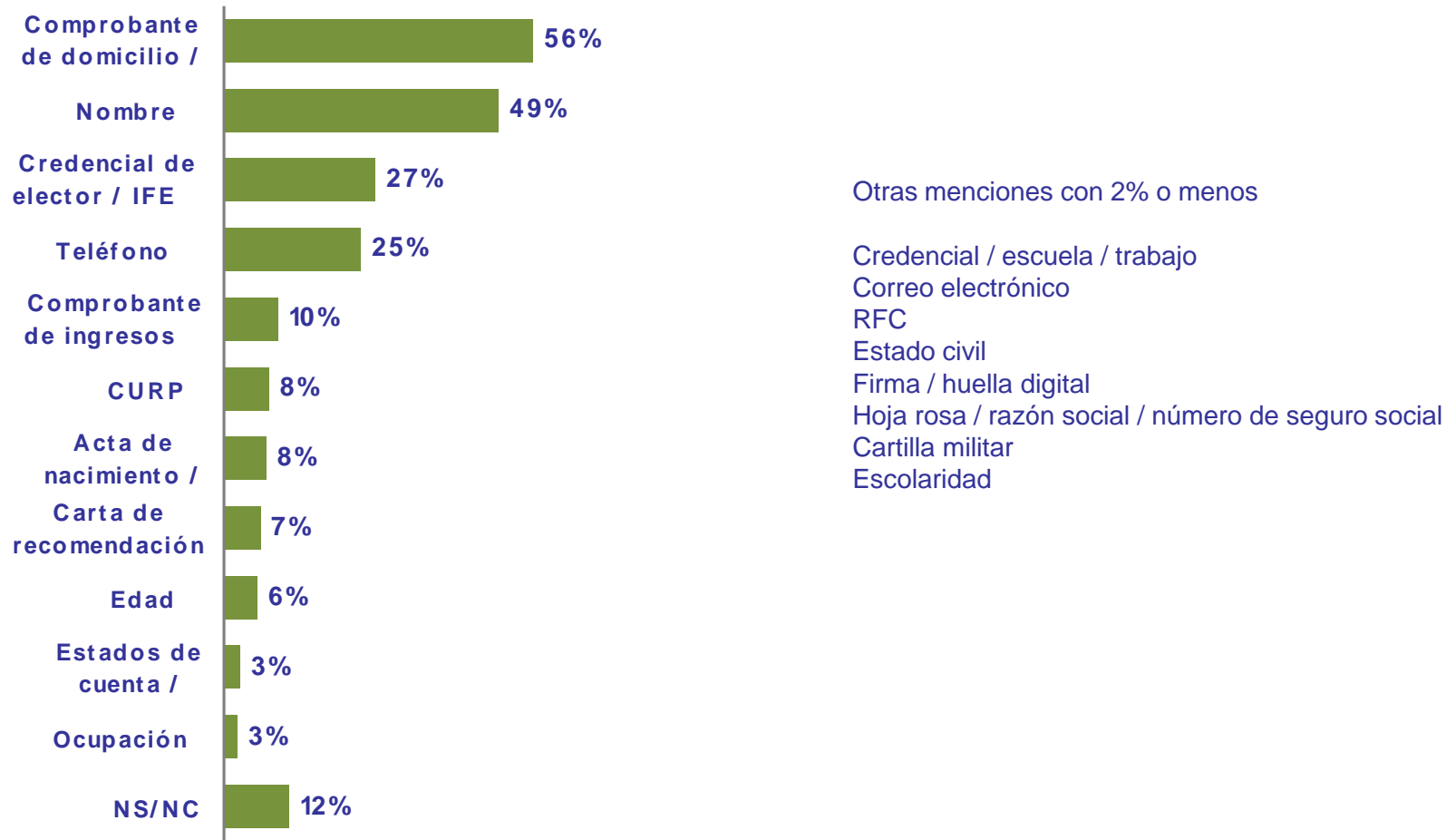


Base 18 años y más (ponderada): 2090 entrevistas.

Y en otros lugares que no sean de gobierno, ¿en cuál empresa o institución es donde mayor cantidad de datos personales le piden a usted y a los ciudadanos? Total de menciones.

* Respuesta múltiple, no suma 100%

El comprobante de domicilio y el nombre son los datos personales más solicitados por los sujetos regulados de la Ley

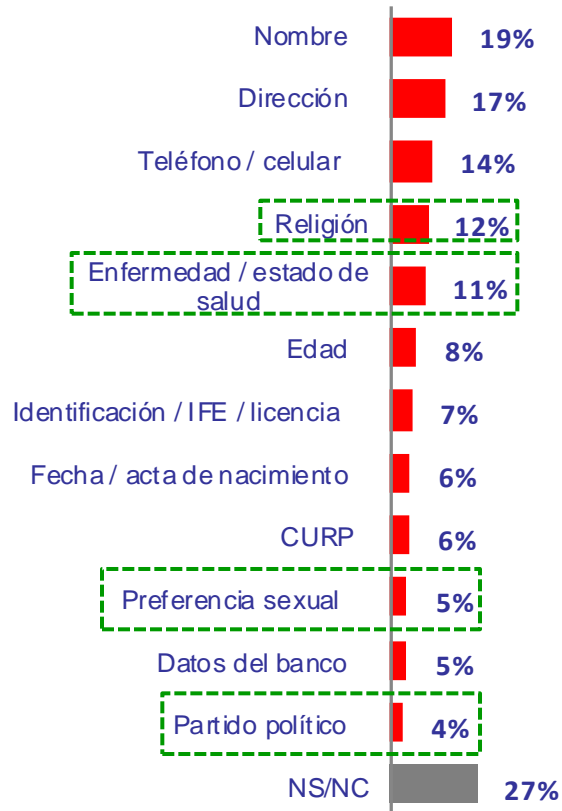


Base 18 años y más (ponderada): 2090 entrevistas.

Cuando usted ha interactuado con alguna empresa o institución del sector privado, ¿cuál es el tipo de información personal que más le piden para que pueda realizar trámites, compras, etc.? Total de menciones.

* Respuesta múltiple, no suma 100%

Religión, estado de salud, preferencia sexual y partido político fueron las menciones espontáneas de datos sensibles



Base total: 2360 entrevistas.

Al principio de la entrevista hablamos de datos personales, pero también existen algunos de ellos que se consideran datos personales sensibles. Dígame por favor, ¿cuáles de sus datos personales considera que son sensibles? (Respuesta espontánea).

* Respuesta múltiple, no suma 100%

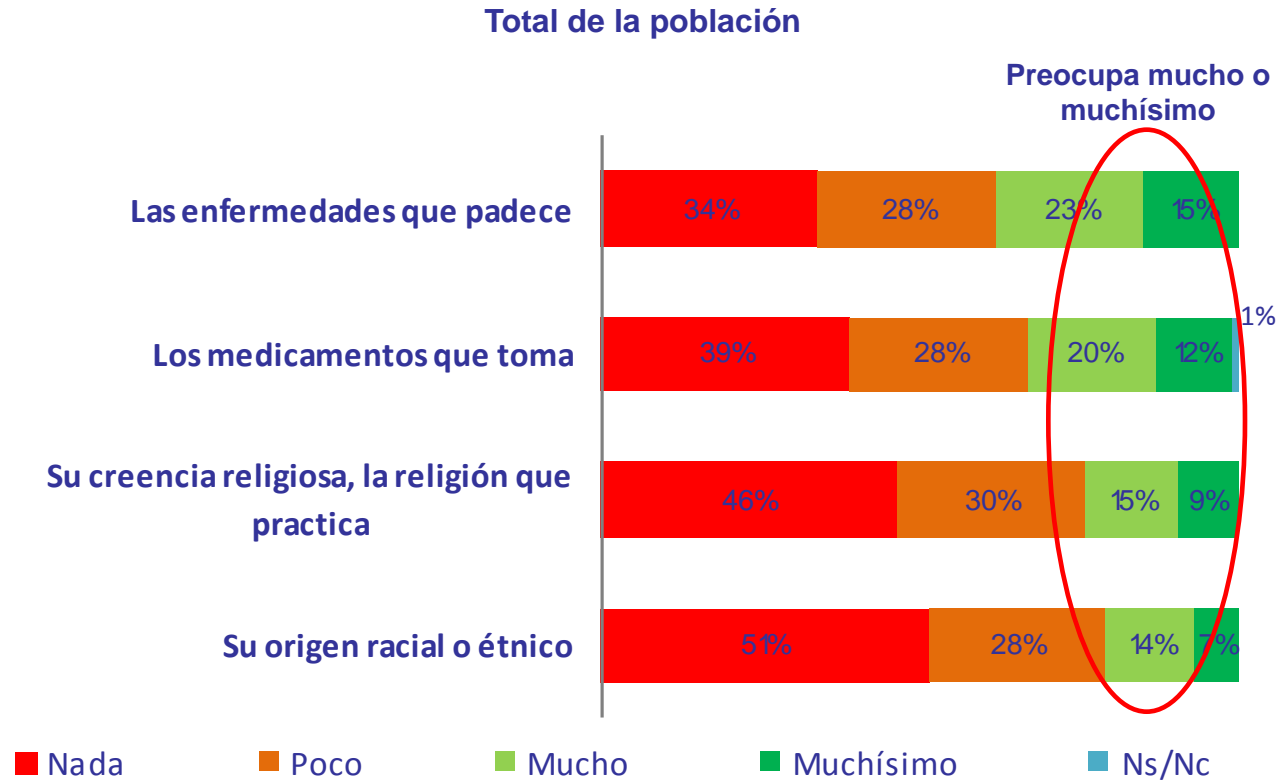
Datos personales	Total	12 a 17	18 y más
Nombre	19%	22%	19%
Dirección	17%	17%	17%
Teléfono / Celular	14%	14%	14%
Religión	12%	13%	11%
Enfermedad / Estado de salud	11%	11%	11%
Edad	8%	11%	8%
Identificación / IFE / Licencia	7%	1%	7%
Fecha de nacimiento / Acta de nacimiento	6%	4%	6%
CURP	6%	5%	6%
Preferencia sexual	5%	3%	6%
Datos del banco	5%	--	6%
Partido político	4%	--	4%

Base 12 a 17 años: 270 entrevistas.

Base 18 años y más: 2090 entrevistas.

De los datos sensibles, los que más preocupa que se conozcan son los relacionados con la salud

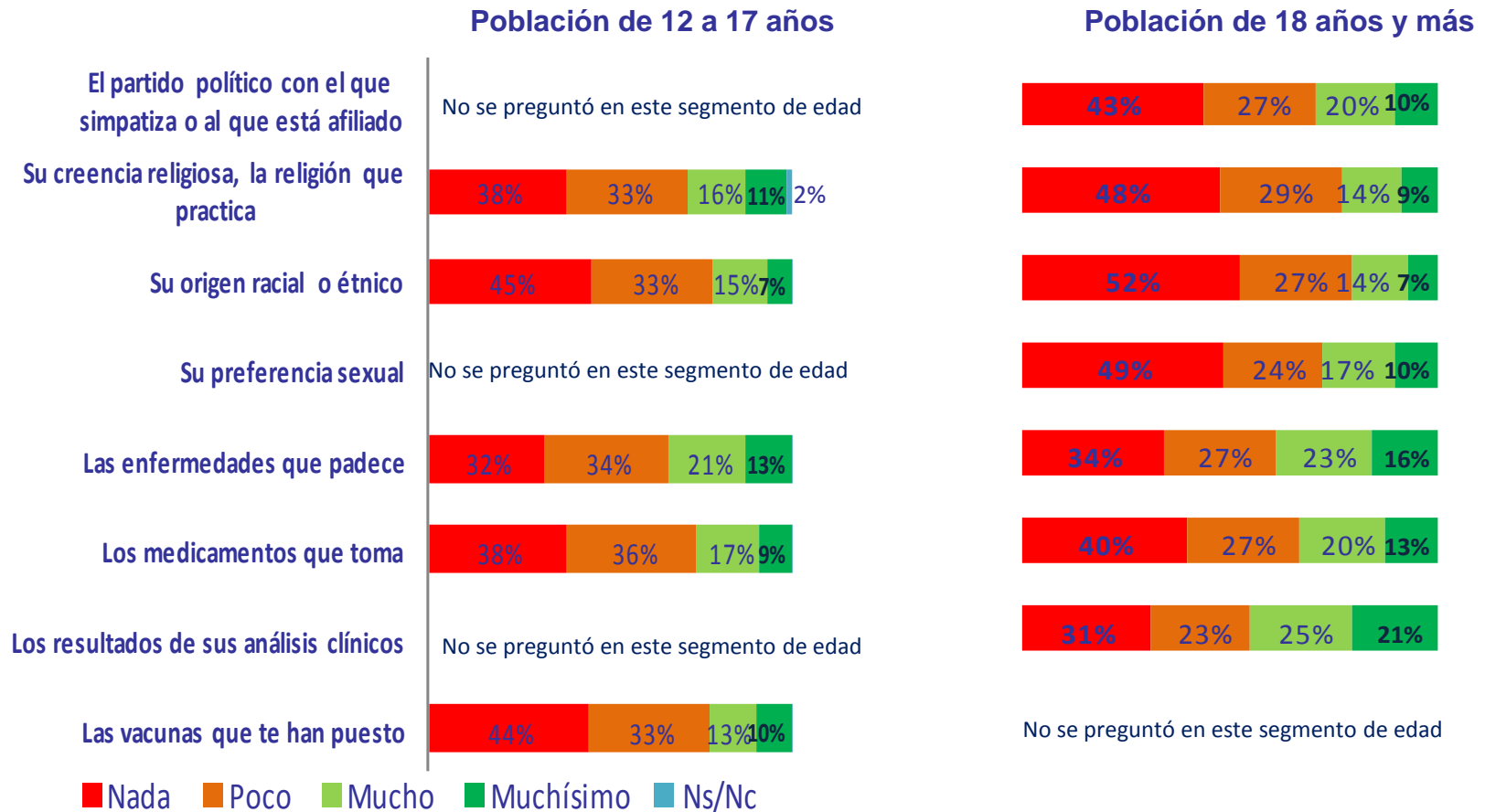
-menciones a opciones proporcionadas por el entrevistador-



A continuación le voy a mencionar algunos ejemplos de datos sensibles y para cada uno de ellos dígame que tanto le incomodaría que se divulgaran si fueran los suyos, ¿le incomodaría muchísimo, mucho, poco o nada?

A los adultos les preocupa además que se divulguen sus preferencias políticas y sexuales

-menciones a opciones proporcionadas por el entrevistador-



A continuación le voy a mencionar algunos ejemplos de datos sensibles y para cada uno de ellos dígame que tanto le incomodaría que se divulgaran si fueran los suyos, ¿le incomodaría muchísimo, mucho, poco o nada?

Bases ponderadas:
 12 a 17 años: 270 entrevistas.
 18 años y más: 2090 entrevistas.

Precaución para proporcionar datos personales y percepción sobre la seguridad en su manejo y uso

Precaución para proporcionar datos personales y la percepción sobre la seguridad en su manejo y uso

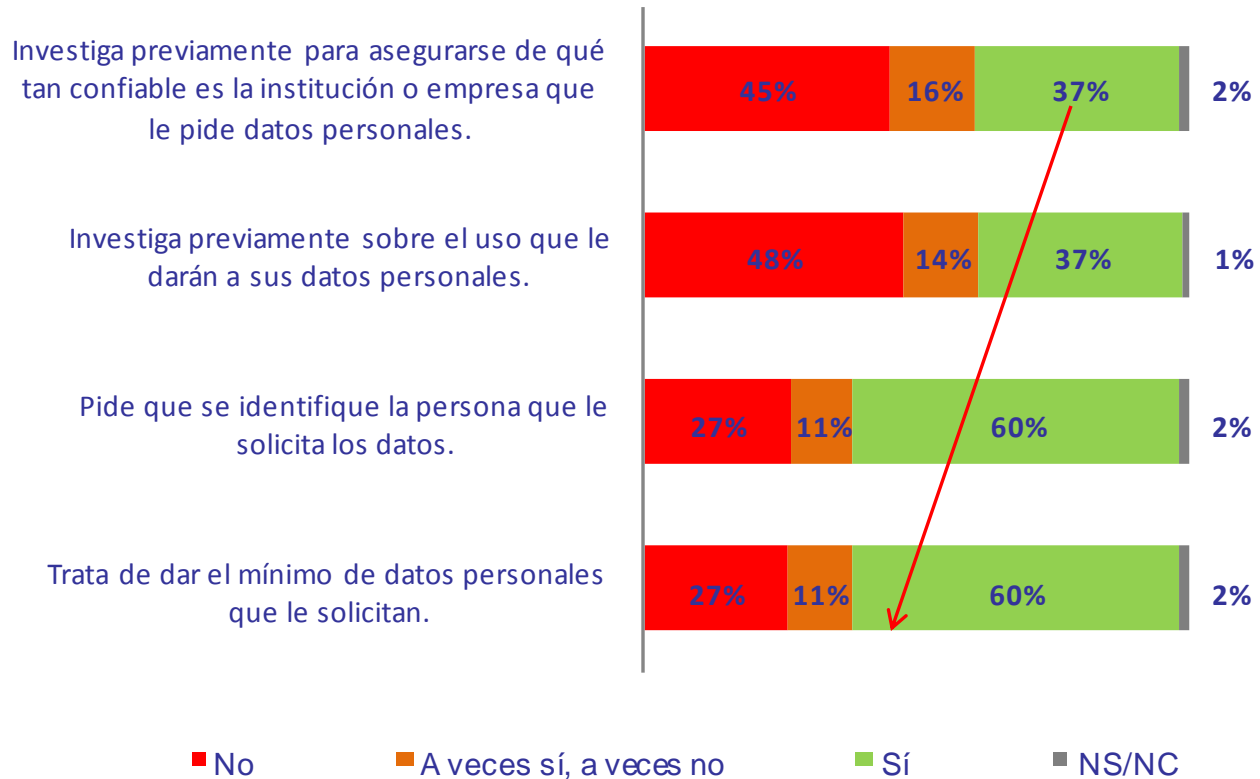
-Resultados principales-

- Al ofrecer opciones a los entrevistados sobre qué precauciones toman al entregar su información personal, lo más frecuente es que soliciten la identificación de quién les pide los datos y que proporcionen el mínimo de información. Además de estas opciones, los menores de edad mencionaron que piden el permiso de sus padres o tutores.
- La mayoría de las personas considera que no se ha hecho un mal uso de sus datos personales.
- Cuando se han presentado situaciones en que se ha utilizado la información personal para fines distintos, los responsables más frecuentes han sido bancos, familiares o conocidos y compañías telefónicas. En general, los entrevistados se dieron cuenta por llamadas de teléfono y cobro de adeudos.
- Las escuelas y los servicios médicos (hospitales, consultorios y laboratorios) se perciben como los lugares más seguros en el manejo de la información. Los que inspiran más desconfianza son los relacionados con internet (correo electrónico, redes sociales y sitios de compras), así como los bares y antros.

Identificar quién solicita los datos y proporcionar el mínimo de información son las acciones preventivas más comunes

-menciones a opciones proporcionadas por el entrevistador-

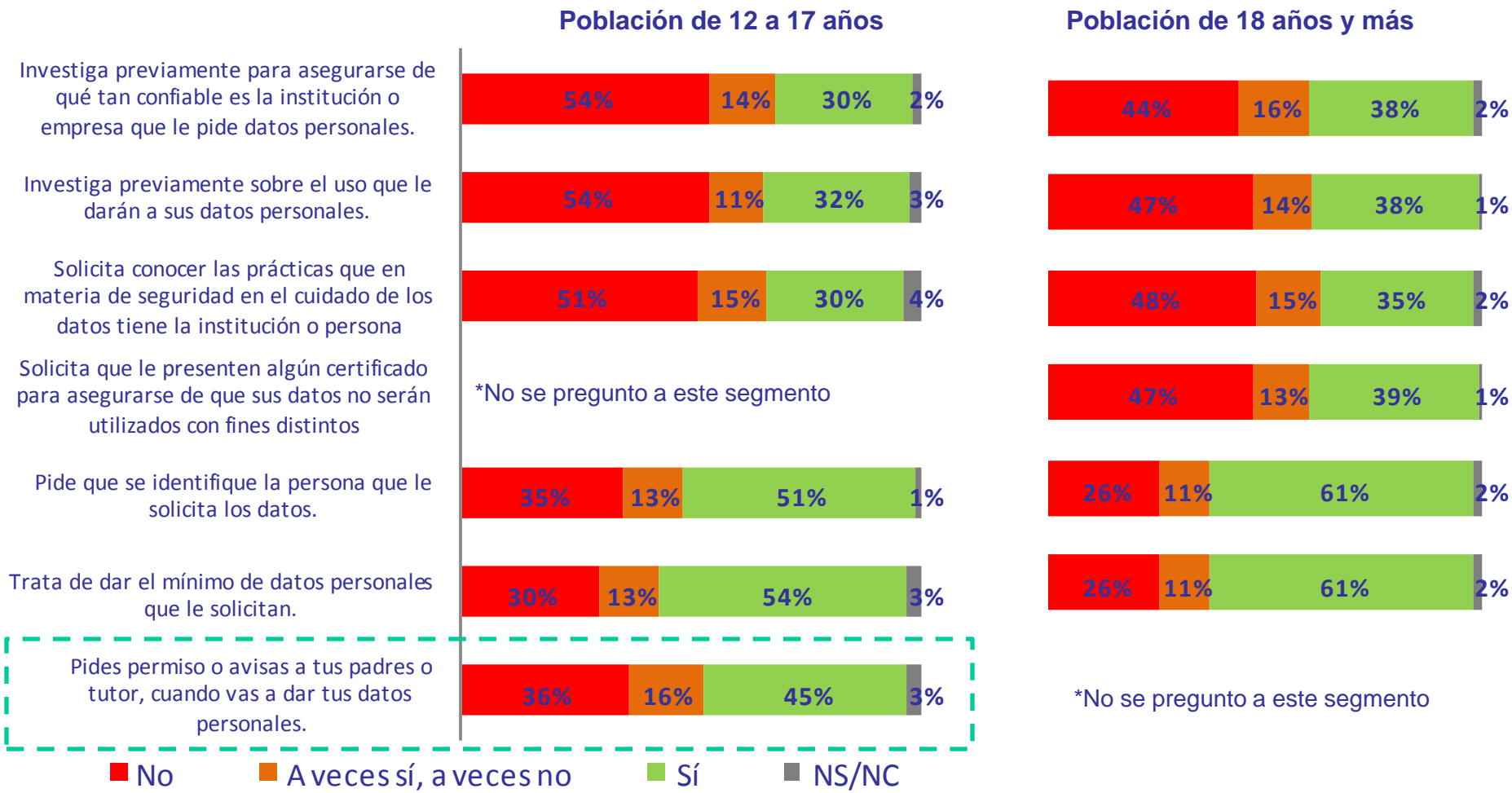
Total de la población



De las acciones que le voy a señalar, ¿dígame si usted las practica o no cuando proporciona sus datos personales a alguien?

Adicionalmente, los menores de edad piden en ciertas ocasiones permiso a sus padres

-menciones a opciones proporcionadas por el entrevistador-

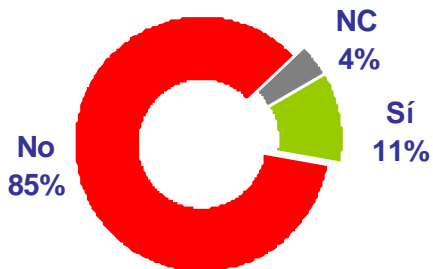


Bases ponderadas:
 12 a 17 años: 270 entrevistas.
 18 años y más: 2090 entrevistas.

De las acciones que le voy a mencionar, ¿dígame si usted las practica o no cuando proporciona sus datos personales a alguien?

La mayoría de los entrevistados no ha tenido experiencias de mal uso de sus datos personales

Total de la población



Base total: 2360 entrevistas.

A usted le ha ocurrido que sus datos personales hayan sido utilizados para fines distintos a los que había dado su consentimiento. ¿Sí o no?

Para un crédito	24%
Para ventas por teléfono	13%
Propaganda engañosa / fraudes	11%
Para promociones y entrega de publicidad	8%
Venta de datos personales	8%
Para anuncios y propaganda de partidos	6%
Como referencias	3%
Al contratar servicios a otras empresas	3%
NS/NC	8%

Base respondieron sí: 260 entrevistas
 Respuestas múltiples, no suman 100%

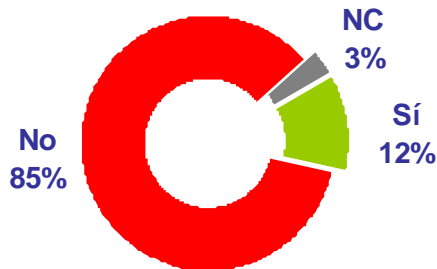
¿Para qué fueron utilizados?

Población de 12 a 17 años



Base 12 a 17 años (ponderada):
270 entrevistas.

Población de 18 años y más



Base 18 años y más (ponderada):
2090 entrevistas.

Otras menciones con 2% o menos

- Para usar mi correo
- Para dejarme como aval
- Para otorgar apoyos del gobierno
- Para votos
- Abuso de confianza
- En la AFORE me cambiaron de banco
- Fue por un prestanombres
- Para vender automóviles
- Para el seguro social

Cuando ha habido algún incidente, los bancos, familiares y compañías telefónicas fueron señalados como los responsables más frecuentes



Base respondieron sí le han hecho mal uso de sus datos: 260 entrevistas.

¿Sabe usted quién o qué institución pública o privada lo hizo sin consentimiento suyo?

Bancos	51%
Un familiar / conocido	32%
Compañías telefónicas	20%
Tienda departamental	13%
Partido político	12%
EI AFORE / ASEGURADORAS	7%
En la escuela	7%
NS/NC	21%

Base sí sabe quien lo hizo: 76 entrevistas.

¿Quién fue?

Por llamada por teléfono / Recibió llamadas de otras empresas	42%
Cuando le empezaron a cobrar	7%
Por amistades	5%
Por comentarios	5%
Revisando documentos	4%
Por un citatorio	3%
Tienen mis datos en otros lugares	3%
NS/NC	6%

Respuestas múltiples, no suman 100%

¿Cómo se percató o se enteró de este incidente sobre tus datos personales?

Otras menciones con 2% o menos

- Cuando fue a hacer un trámite al banco
- Por otras personas
- Le dieron los datos en el banco a un vendedor
- Revisando el internet
- Abrieron su correo
- Al ir a la bolsa de trabajo
- Recibió publicidad en su correo
- Porque preguntó
- Al llegarle tarjetas de crédito a su domicilio

* Respuesta múltiple, no suma 100%

Escuelas y servicios médicos se perciben más seguros en el manejo de datos personales

Calificaciones promedio

Posición más seguros	Lugares	Total	12 a 17	18 y más
1	Escuelas / instituciones educativas	7.5	8.1	7.5
2	Servicios médicos (hospitales, consultorios, laboratorios)	7.3	7.5	7.3
3	La empresa en la que trabaja	6.9	--	6.9
4	Bancos	6.9	--	6.8
5	Bolsas de trabajo	6.0	--	6.0
6	Compañías telefónicas	5.7	6.4	5.7
7	Tiendas departamentales y de autoservicio	5.6	5.8	5.6
8	Clubes deportivos y sociales	5.5	6.7	5.4
9	Hoteles y restaurantes	5.0	--	5.0
10	Sitios para abrir una cuenta de correo electrónico, como Yahoo, Gmail y Hotmail	4.5	5.4	4.3
11	Redes sociales (Facebook, Hi-Five, YouTube y Twitter)	4.2	5.5	4.0
12	Sitios de compras por internet	4.1	4.3	4.0
13	Bares y antros	3.5	--	3.5

Bases ponderadas:
 12 a 17 años: 270 entrevistas.
 18 años y más: 2090 entrevistas.
 Total: 2360 entrevistas.

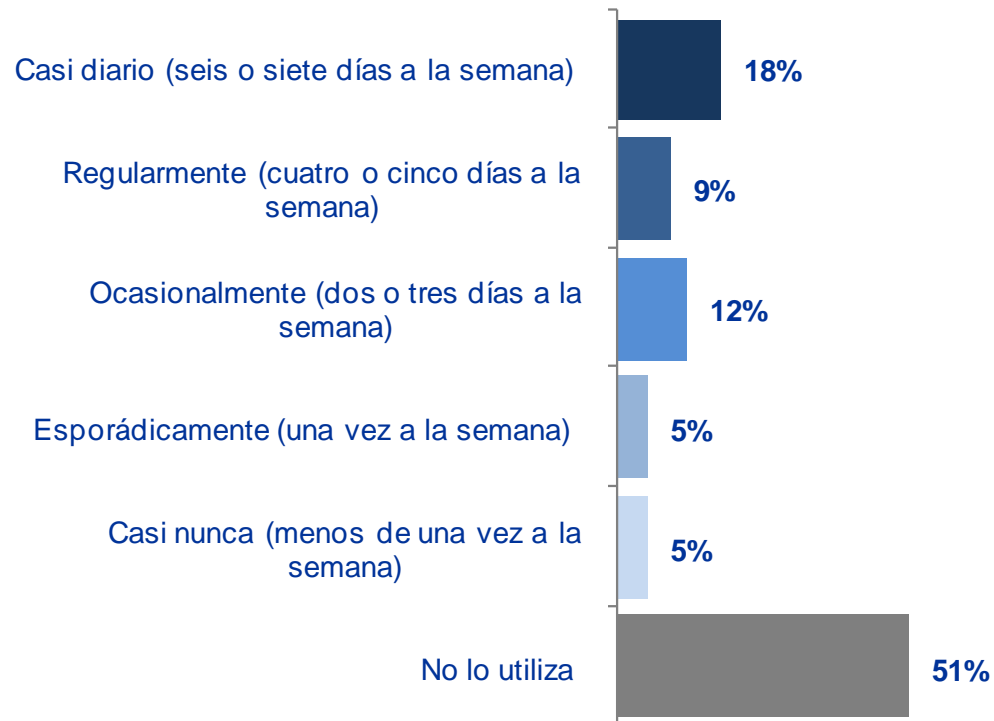
En una escala de 1 a 10, donde 1 significa que es muy inseguro y 10 muy seguro, ¿cómo calificaría la seguridad que le ofrecen en cuanto al manejo de sus datos personales al brindar información en los siguientes lugares?

Uso de servicios en línea



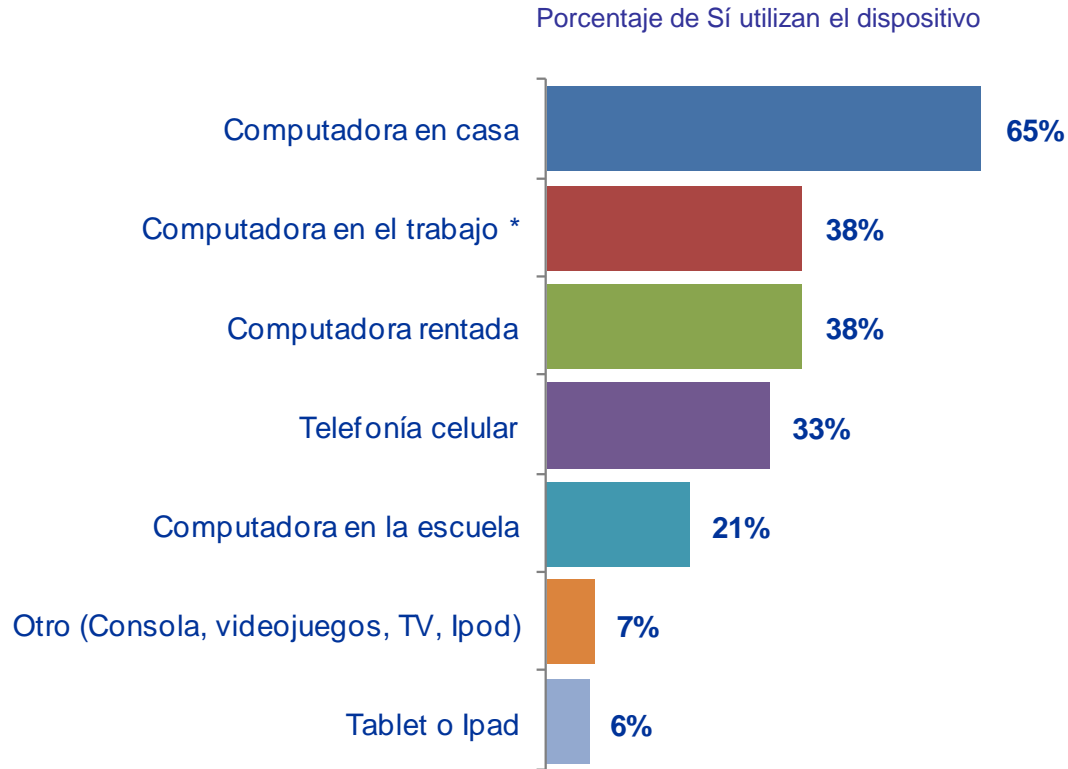
- La mitad de los encuestados no utiliza internet. Los medios de acceso más frecuentes de quienes usan internet son computadora en casa y/o trabajo, o bien computadora rentada, y a través de teléfono celular.
- Las actividades más frecuentes son acceder a correo y a redes sociales, así como buscar información. En general, en estos sitios se pide la identificación con usuario y contraseña.
- A los entrevistados que utilizan redes sociales (38% de la población total) se les pidió que calificaran qué tan de acuerdo están con algunas afirmaciones acerca de las medidas de protección de datos personales que toman cuando acceden a internet, donde 1 es nada de acuerdo y 10 totalmente de acuerdo, obteniéndose las calificaciones más altas para:
 - 8.5 → *Cuando utilizo un equipo compartido al finalizar siempre cierro la sesión.*
 - 8.2 → *Soy respetuoso con los demás usuarios, cuido las palabras que escribo.*
 - 8.1 → *Mi contraseña es difícil de adivinar.*
- Los jóvenes no acostumbran pedir permiso a sus padres para inscribirse en redes sociales como Facebook o Hi-five.
- En general, no se leen las condiciones de uso al darse de alta como usuario de alguna página de internet, ni se conoce la política de privacidad de ésta. Esta opinión se acentúa entre los menores de 18 años.

La mitad de los entrevistados no usa internet



¿Con qué frecuencia utiliza el internet?

Quienes acceden a internet lo hacen principalmente a través de la computadora

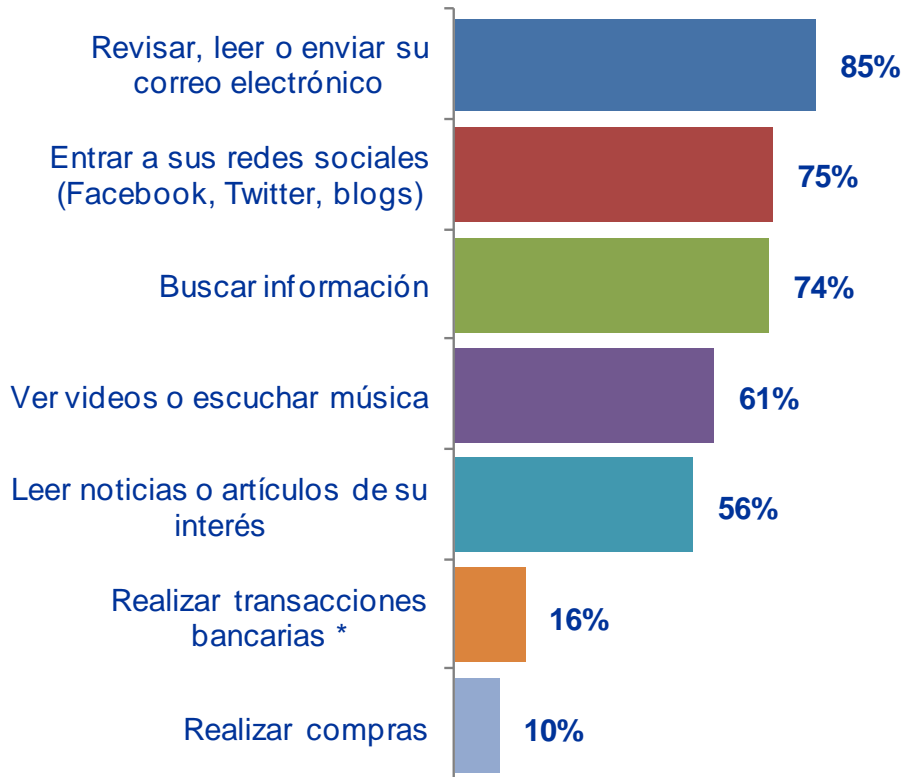


*Respuesta múltiple, no suma 100%

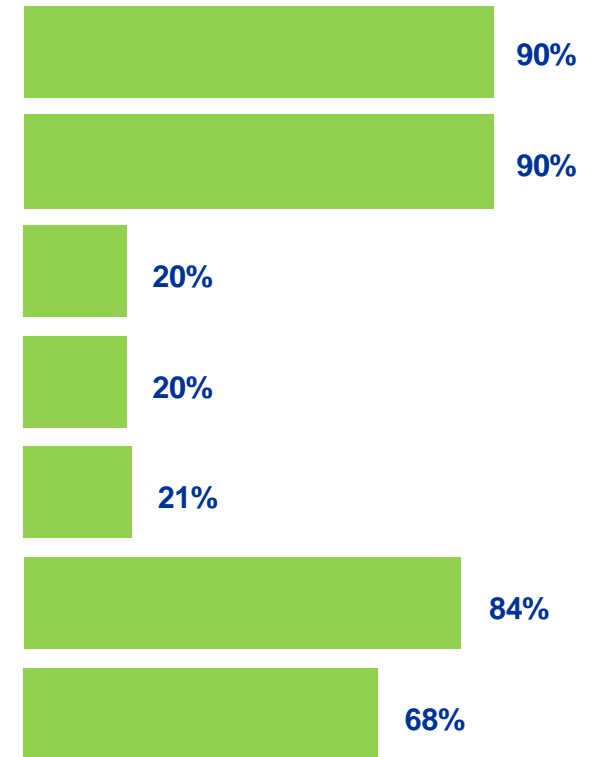
Pensando en la semana pasada, de las siguientes opciones de dispositivos: ¿a través de cuáles entró a internet?

Entrar al correo y a redes sociales son las actividades más frecuentes, cuyo acceso requiere usuario/contraseña

Porcentaje de Sí realizan la actividad



Porcentaje de Sí le solicitaron identificación **



¿Para cuál de las siguientes actividades utilizó el internet?

Base utiliza internet: 1192 entrevistas.

* Base 18 años y más que utilizan internet: 972 entrevistas.

De los sitios de internet que visitó, ¿le solicitaron que se identificara con su usuario y contraseña para acceder?

** Las bases son quienes realizan la actividad.

Medidas de protección de datos tomadas por los entrevistados que usan redes sociales

-menciones a opciones proporcionadas por el entrevistador-

Calificaciones promedio

Lugares	Total	12 a 17	18 y más
Cuando utilizo un equipo compartido en la escuela, trabajo o café internet, al finalizar siempre cierro la sesión en mi cuenta	8.5	8.4	8.5
Soy respetuoso con los demás usuarios, cuido las palabras que escribo	8.2	8.1	8.3
Mi contraseña es difícil de adivinar	8.1	8.0	8.1
Tengo un perfil al cual sólo pueden acceder mis amigos o contactos	7.9	7.7	8.0
Pienso antes de publicar un comentario o una foto, ya que esto podrá estar al alcance de otras personas que no conozco	7.7	7.5	7.8
Me molesta que mis amigos suban fotos o información mía sin mi autorización	7.3	7.0	7.4
Tengo confianza en mis amigos de las redes sociales	7.2	7.3	7.2
Mantengo mi identidad secreta en las redes sociales, uso un apodo o alias	6.7	6.6	6.7
Suelo compartir mis datos de contacto en las redes sociales (teléfono, correo electrónico, domicilio, etc.)	5.9	5.7	5.9
Pedí permiso a mis padres para inscribirme al Facebook o Hi-five	5.6	5.6	0.0

Bases de personas que entra a redes sociales:

12 a 17 años: 196 entrevistas.

18 años y más: 702 entrevistas.

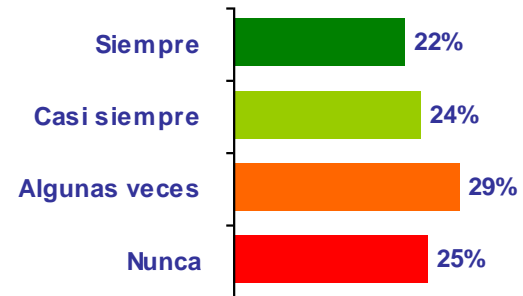
Total: 898 entrevistas.

Pensando en lo que usted realiza en sus redes sociales, en una escala de 1 a 10, donde 1 es nada de acuerdo y 10 es totalmente de acuerdo, ¿cómo calificaría las siguientes afirmaciones?

En general, se desconocen las condiciones de uso de datos personales por los sitios de internet

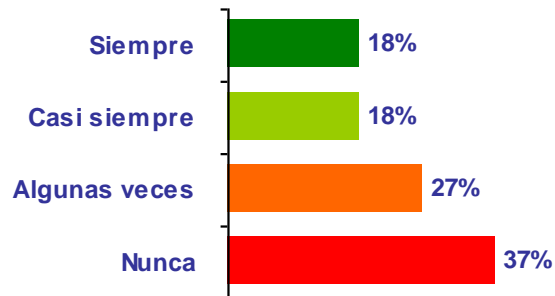
Por lo regular, en muchos de los sitios de internet le solicitan algún dato personal para darse de alta como usuario, estos pueden ser el nombre o el correo electrónico. En ese momento le piden aceptar que ha leído y está de acuerdo con las condiciones de uso del sitio.

Total de la población



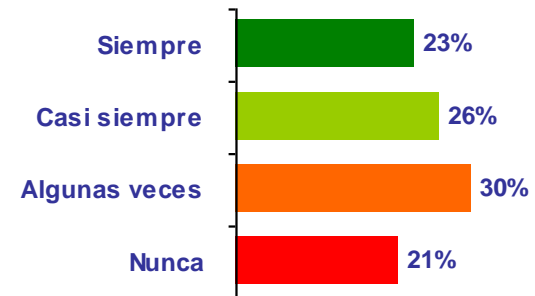
Base* total: 1192 entrevistas

Población de 12 a 17 años



Base* 12 a 17 años: 220 entrevistas

Población de 18 años y más

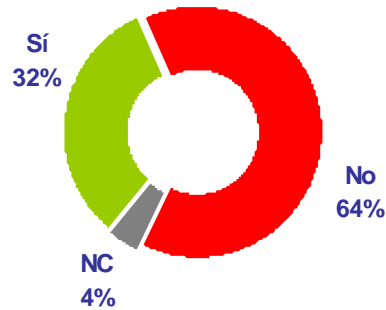


Base* 18 años y más: 972 entrevistas

En este proceso de registro, ¿diría usted que lee las condiciones de uso del sitio previo a proporcionar sus datos personales y registrarse?

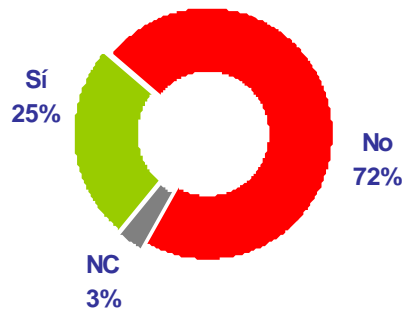
En promedio, 64% ignora la política de privacidad de los sitios de internet; en jóvenes crece al 72%

Total de la población



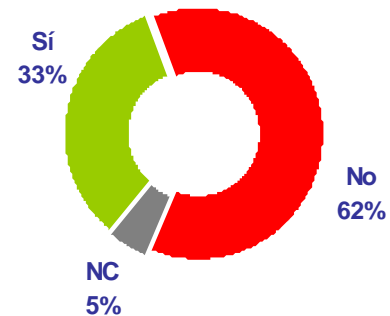
Base* total: 1192 entrevistas

Población de 12 a 17 años



Base* 12 a 17 años: 220 entrevistas

Población de 18 años y más



Base* 18 años y más: 972 entrevistas

¿Conoce la política de privacidad con respecto a los datos e información que ha dado en los sitios que frecuenta?

* Bases de personas que utilizan internet.

Características de uso de internet entre jóvenes de 12 a 17 años

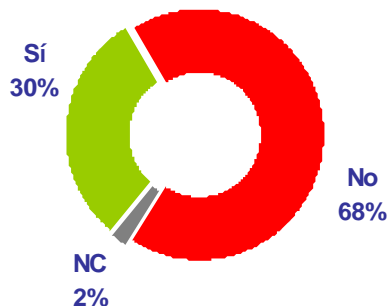


Características de uso de internet en jóvenes de 12 a 17 años -Resultados principales-

- Para el análisis se dividió a los menores en dos grupos: 12 a 14 años y 15 a 17. Dentro de los principales hallazgos se encuentran que sólo a 3 de cada 10 jóvenes les ayudaron a abrir sus cuentas de correo o redes sociales. Comúnmente, los de menor edad son los que requieren algún tipo de ayuda, y ésta en general es proporcionada por amigos, hermanos o primos.
- La mayoría afirma que sus padres desconocen la contraseña de su correo o la clave de acceso a las redes sociales que utilizan. Asimismo, es poco usual que sus padres revisen su correo o lo que publican en las redes.
- 65% de los jóvenes recibió información en la escuela sobre los cuidados para la protección de datos en internet.

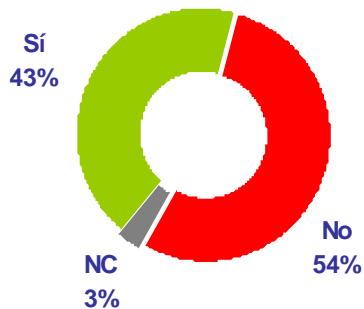
La mayoría de los entrevistados dan de alta por sí mismos sus cuentas de correo y de acceso a redes sociales. Los menores de 14 requieren más ayuda

Población de 12 a 17 años



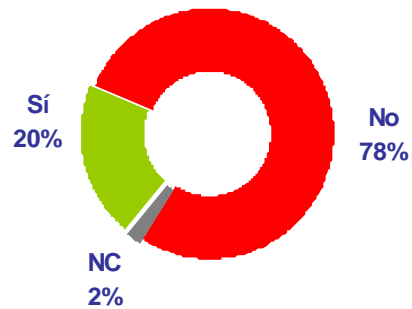
Base* 12 a 17 años: 220 entrevistas

Población de 12 a 14 años



Base* 12 a 14 años: 95 entrevistas

Población de 15 a 17 años



Base* 15 a 17 años: 125 entrevistas

¿Algún adulto te ha ayudado a darte de alta para abrir tu cuenta de correo o de redes sociales como el Facebook, Hi-five o Twitter?

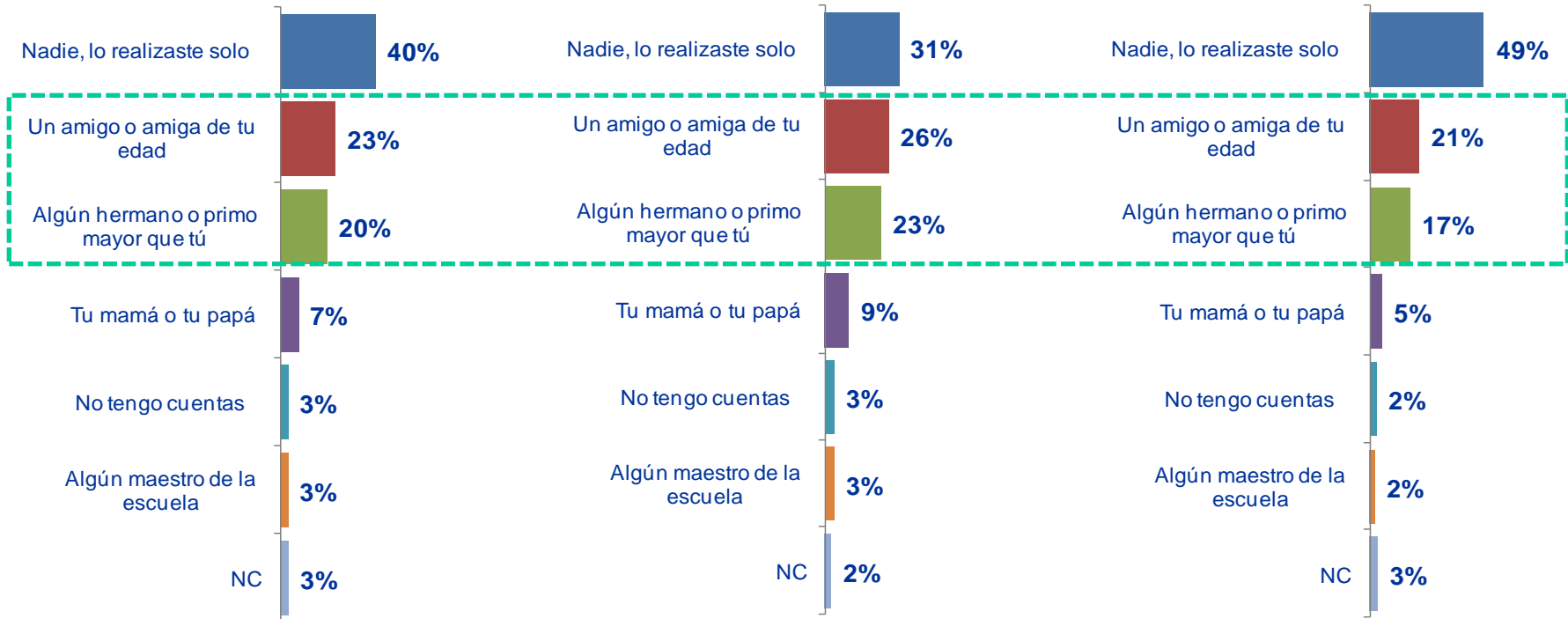
* Bases de personas que utilizan internet.

Amigos, hermanos y primos son los que más ayudan a abrir cuentas de correo y de redes sociales

Población de 12 a 17 años

Población de 12 a 14 años

Población de 15 a 17 años



Base* 12 a 17 años: 220 entrevistas

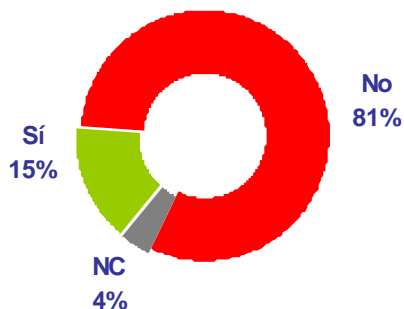
Base* 12 a 14 años: 95 entrevistas

Base* 15 a 17 años: 125 entrevistas

¿Quién te ha ayudado a abrir tu cuenta de correo o tus redes sociales?

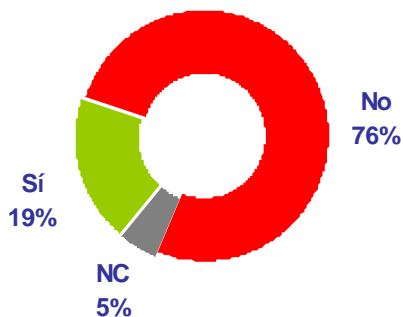
En la mayoría de los casos, los adultos no conocen las claves que los menores utilizan para acceder a su correo y redes sociales

Población de 12 a 17 años



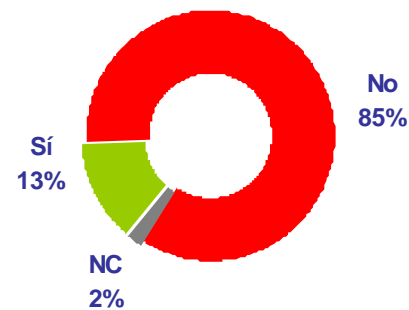
Base* 12 a 17 años: 220 entrevistas

Población de 12 a 14 años



Base* 12 a 14 años: 95 entrevistas

Población de 15 a 17 años

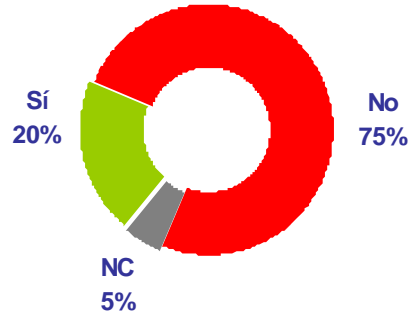


Base* 15 a 17 años: 125 entrevistas

¿Alguno de tus papás, o algún hermano mayor conocen tus claves para entrar a tu correo o redes sociales?

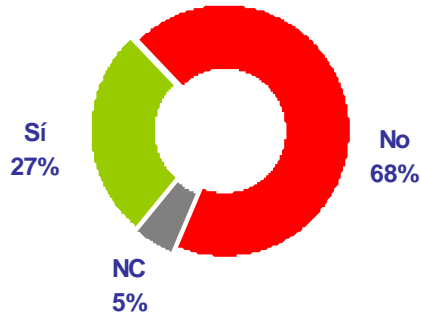
En general, los adultos no revisan los correos de los menores ni lo que publican en las redes sociales

Población de 12 a 17 años



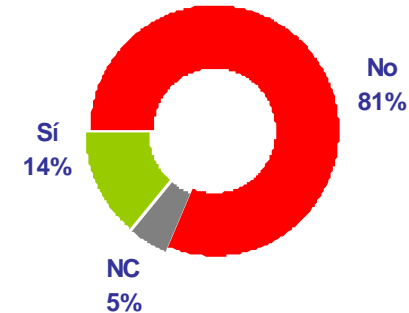
Base* 12 a 17 años: 220 entrevistas

Población de 12 a 14 años



Base* 12 a 14 años: 95 entrevistas

Población de 15 a 17 años



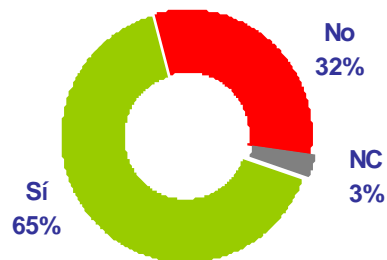
Base* 15 a 17 años: 125 entrevistas

¿Alguno de tus papás, o algún hermano mayor revisan regularmente los correos que envías o lo que publicas en tus redes sociales (subir fotos, música, etc.)?

* Bases de personas que utilizan internet.

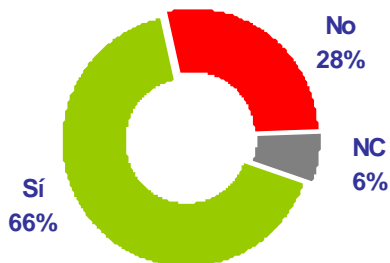
La mayoría de los jóvenes recibió información en la escuela sobre los cuidados para la protección de datos en internet

Población de 12 a 17 años



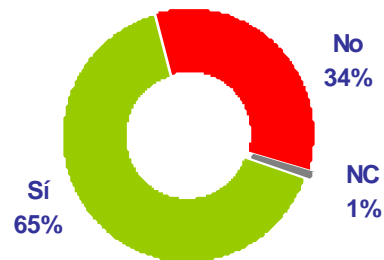
Base* 12 a 17 años: 220 entrevistas

Población de 12 a 14 años



Base* 12 a 14 años: 95 entrevistas

Población de 15 a 17 años



Base* 15 a 17 años: 125 entrevistas

¿En tu escuela te han explicado los cuidados que se deben tener en cuenta al utilizar el internet con relación a los datos personales que se ingresan por este medio?

* Bases de personas que utilizan internet.

Conocimiento del derecho a la protección de los datos personales

Conocimiento del derecho a la protección de los datos personales

-Resultados principales-

- Sólo el 25% de los entrevistados ha escuchado hablar de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares. Entre los jóvenes el desconocimiento es mayor.
- Quienes manifestaron conocer la Ley, mencionaron en relación con ella lo siguiente: “No estamos obligados a dar información”, “No se pueden dar los datos sin nuestro consentimiento” y “Sancionarán a quien dé la información”.
- El medio más común por el cual los entrevistados se enteraron de la existencia de la Ley fue la televisión, seguido de la radio e internet.
- Alrededor de un 30% de los entrevistados identifica al IFAI como la institución garante del derecho a la protección de datos personales. El 55% no sabe cuál es la institución a cargo de tal actividad.
- Los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición (ARCO) son importantes para la mayoría.
- Cerca de un 40% de los entrevistados sabe que la corrección o rectificación de sus datos se pide ante la empresa o institución que los tiene.
- 23% de la muestra sabe que puede acudir al IFAI para quejarse si algún particular se niega a corregir o rectificar su información personal.
- El 57% considera que para que un particular utilice sus datos debe pedirle autorización y un 63% señaló que se les debe informar para qué serán usados sus datos.
- En general, los aspectos que protege la Ley tienden a ser muy importantes para la mayoría de los entrevistados.

25% de los entrevistados ha escuchado sobre la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares

Total de la población



Base total: 2360 entrevistas.

¿Conoce o ha escuchado algo sobre la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?



No estamos obligados a dar información	45%
No se pueden dar los datos sin nuestro consentimiento	32%
Sancionarán a quien dé la información	9%
Se encarga de que la información no sea mal utilizada	4%
NS/NC	12%

Base "Conoce la Ley": 549 entrevistas.
Respuestas múltiples, no suman 100%

De lo que conoce o ha escuchado, ¿podría decirme de qué trata la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

Población de 12 a 17 años



Base 12 a 17 años (ponderada):
270 entrevistas.

Población de 18 años y más



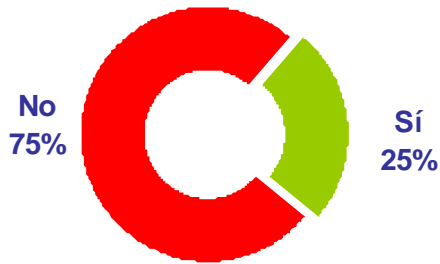
Base 18 años y más (ponderada):
2090 entrevistas.

Otras menciones con 2% o menos

- Se encarga de que la información no sea mal utilizada
- Ayuda a tener confianza sobre los actos que realizamos
- Las empresas deben mostrar un documento de privacidad
- Da información sobre lo que realiza el gobierno
- Prohíbe pedir datos a menores de edad
- Investigan qué fin le dan a los datos que damos
- Protege a la gente de fraudes
- No los pueden subir a internet

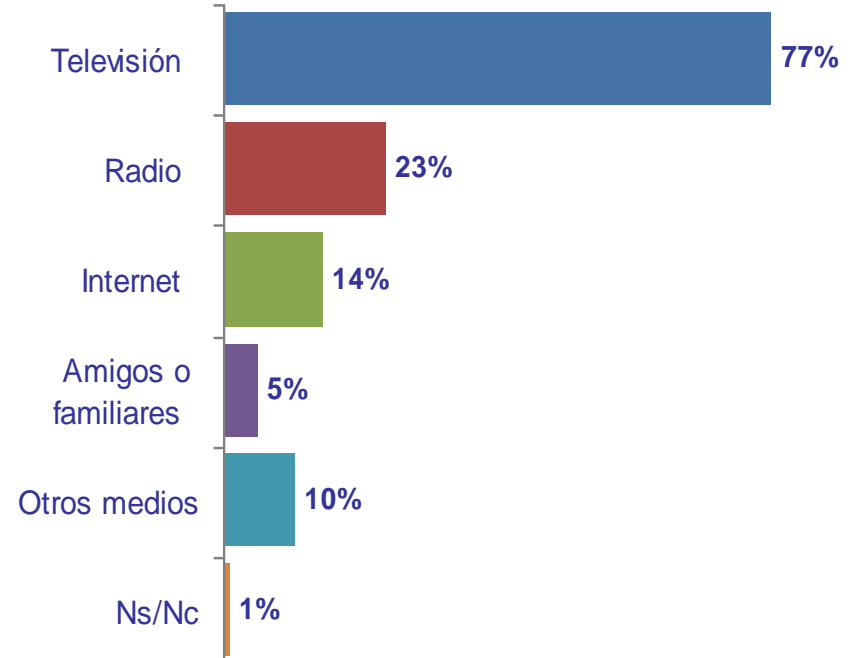
La televisión y la radio son los medios por los que más se enteraron de la Ley

Total de la población



Base total: 2360 entrevistas.

¿Conoce o ha escuchado algo sobre la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?



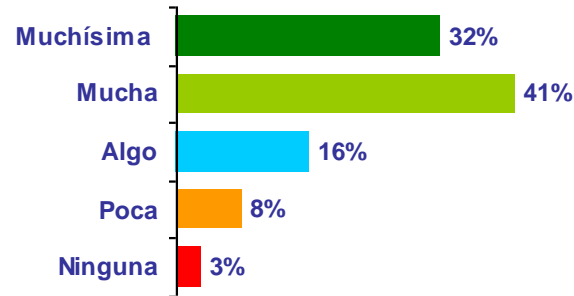
Base "Conoce la Ley": 549 entrevistas.

Respuestas múltiples, no suman 100%

¿A través de cuál medio se enteró de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares? , ¿algún otro?

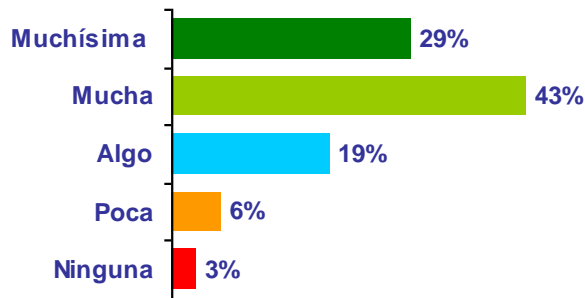
La Ley es muy útil para la mayoría de los entrevistados, incluso para los más jóvenes

Total de la población



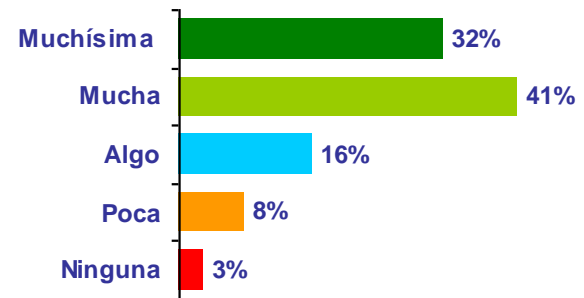
Base total: 2360 entrevistas.

Población de 12 a 17 años



Base 12 a 17 años (ponderada): 270 entrevistas.

Población de 18 años y más



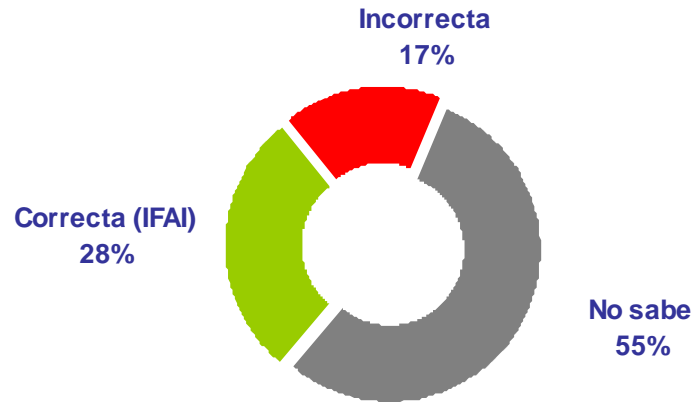
Base 18 años y más (ponderada): 2090 entrevistas.

La Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares le da derecho a usted, entre otras cosas, a que los datos que decida entregar al solicitar algún servicio, realizar un trámite o hacer una compra sean resguardados y no sean compartidos con alguien más, a menos que usted lo autorice

¿Qué tanta utilidad tiene para usted como ciudadano esta Ley: muchísima, mucha, algo, poca o nada?

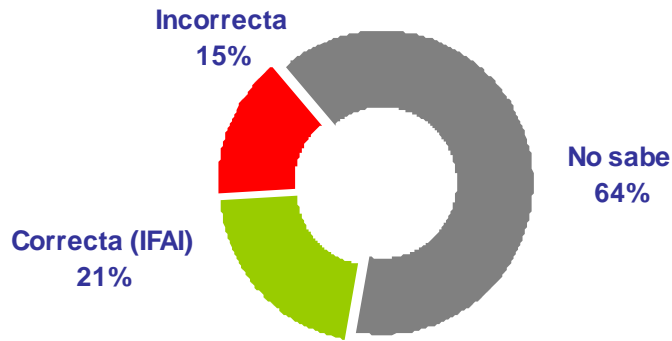
Cerca de un tercio de la muestra reconoce al IFAI como institución garante. El desconocimiento es mayor entre jóvenes

Total de la población



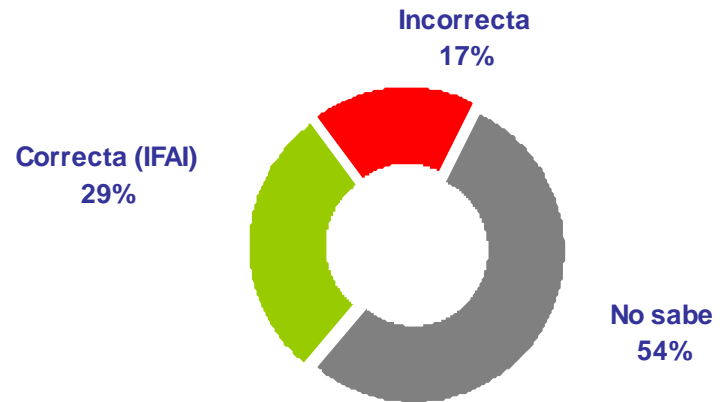
Base total: 2360 entrevistas.

Población de 12 a 17 años



Base 12 a 17 años (ponderada): 270 entrevistas.

Población de 18 años y más



Base 18 años y más (ponderada): 2090 entrevistas.

¿Cuál es la institución que garantiza su derecho a que los datos personales que brinde sean resguardados y no se haga mal uso de ellos?

Para la mayoría de los encuestados es importante saber si hay particulares usando su información personal así como poder corregir los datos ante ellos

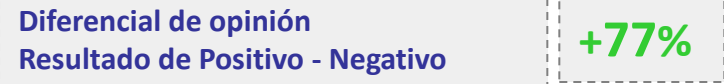
Muy/Algo importante **88%**

Poco/Nada importante **11%**



- Muy importante
- Algo importante
- Poco importante
- Nada importante
- Ns/Nc

¿Qué tan importante es que usted pueda conocer si su información personal está siendo utilizada por alguna empresa?



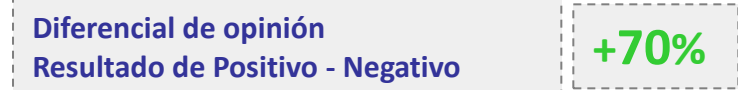
Muy/Algo importante **85%**

Poco/Nada importante **15%**



- Muy importante
- Algo importante
- Poco importante
- Nada importante
- Ns/Nc

¿Qué tan importante resulta para usted que pueda corregir sus datos personales que posea alguna empresa?



8 de cada 10 entrevistados consideran muy o algo importante que las empresas puedan suprimir o eliminar sus datos personales cuando termina su relación con éstas



¿Qué tan importante resulta para usted que sus datos personales puedan ser suprimidos o eliminados por una empresa, cuando por ejemplo ya terminó su relación con ella?

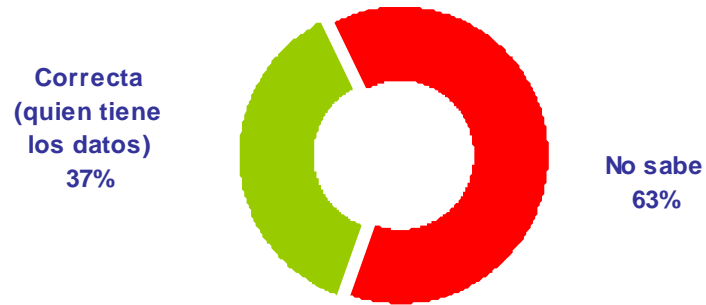
Diferencial de opinión
Resultado de Positivo - Negativo

+69%

Base total: 2360 entrevistas.

La mayoría de los participantes desconoce a quién acudir para solicitar la rectificación de sus datos personales

Total de la población



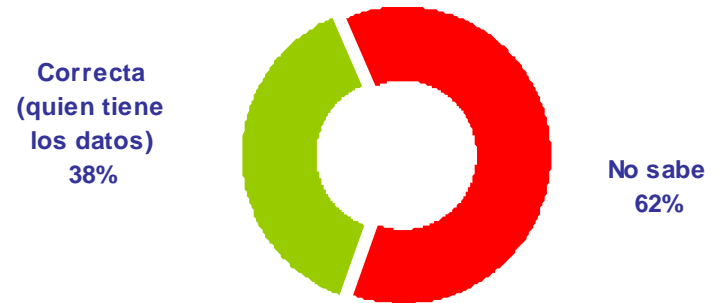
Base total: 2360 entrevistas.

Población de 12 a 17 años



Base 12 a 17 años (ponderada): 270 entrevistas.

Población de 18 años y más

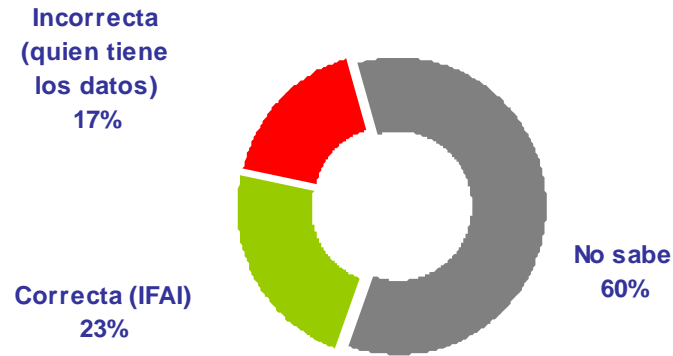


Base 18 años y más (ponderada): 2090 entrevistas.

¿Ante quién puede solicitar que se rectifiquen los datos personales de usted, cuando éstos están en posesión de, por ejemplo, una empresa?

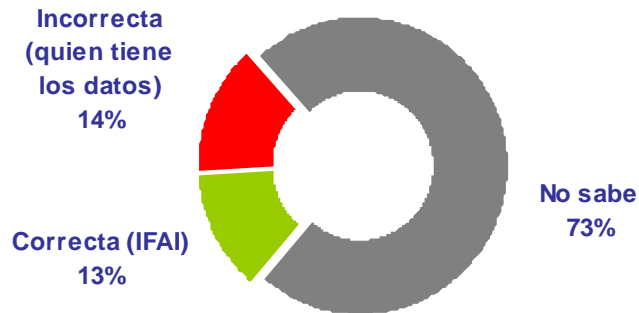
La mayor parte de los entrevistados desconoce que puede quejarse ante el IFAI si un particular se niega a corregir sus datos personales

Total de la población



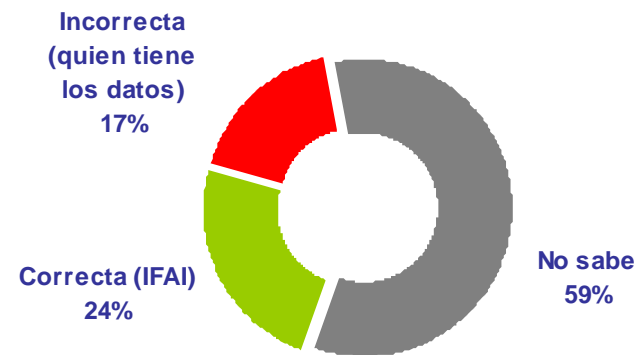
Base total: 2360 entrevistas.

Población de 12 a 17 años



Base 12 a 17 años (ponderada): 270 entrevistas.

Población de 18 años y más

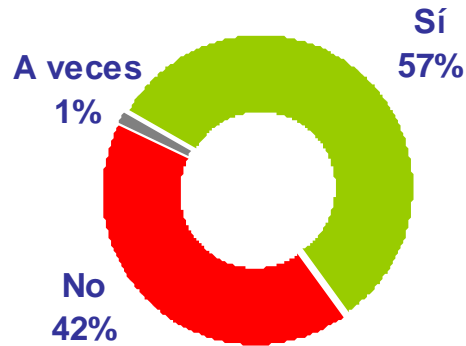


Base 18 años y más (ponderada): 2090 entrevistas.

¿Sabe usted ante quién quejarse en caso de que algún particular, como lo es un negocio o empresa, se niega a corregir sus datos personales?

Para la mitad de los encuestados resulta razonable que un particular les pida su autorización para que se usen sus datos personales

Total de la muestra



Base total: 2360 entrevistas.

Para que un particular pueda utilizar sus datos personales, ¿tiene que pedirle su autorización?

¿Bajo qué circunstancia?

Para saber el fin de los datos / Para qué se utilizan	34%
Para saber si autorizo o no / Sólo cuando lo autorice	15%
Que sean bien utilizados	15%
Para mi seguridad	9%
Porque me pertenecen / es mi derecho	8%
Confiabilidad / sea de confianza	4%

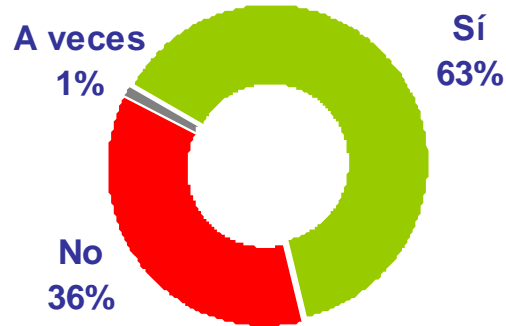
Base respondió Sí: 1349 entrevistas.
Respuestas múltiples, no suman 100%

Otras menciones con 2% o menos

- En una emergencia / problema
- Que no me perjudique
- Cuestiones de trabajo
- Que no cometan un fraude
- Para mi propio beneficio
- Que mis datos sean correctos / corregir
- Por cuestiones de salud
- Para que no haya robo de identidad
- Que lo autoricen mis padres

Sólo la tercera parte de los entrevistados respondió que no era necesario que le informaran para qué se usarían sus datos personales

Total de la muestra



Base total: 2360 entrevistas.



¿Bajo qué circunstancia?

Para saber para qué las quieren, es mi derecho	35%
Que sean bien utilizados	14%
Para seguridad de mi persona	14%
Porque son mis datos personales	7%
Para saber si autorizo o no	6%
Que no me perjudique	4%
Que no sean objeto de fraude	4%
Debo estar bien informado	3%
Para que esté de acuerdo	3%

¿Considera que un particular le tiene que informar para qué va a utilizar los datos personales que le pidió?

Base respondió Sí: 1481 entrevistas.
Respuestas múltiples, no suman 100%

Otras menciones con 2% o menos

- Que sean confidenciales
- Para que no inventen cosas delictivas a mi persona
- Por trabajo
- Por confianza
- Para que no haya robo de identidad
- Para un propósito legal

Porcentaje de entrevistados que conoce la Ley y que indicó que sí debían pedirles su autorización para utilizar sus datos personales así como informarles para qué se utilizarían

	Total	Conocen la Ley
Sí	57%	87%
No	42%	11%
A veces	1%	2%

Para que un particular pueda utilizar sus datos personales, ¿tiene que pedirle su autorización?

¿Conoce o ha escuchado algo sobre la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

Base total: 2360 entrevistas.

Base (ponderada) "Conoce la Ley": 591 entrevistas.

Base (ponderada) "No conoce la Ley": 1769 entrevistas.

	Total	Conocen la Ley
Sí	63%	85%
No	36%	15%
A veces	1%	0%

¿Considera que un particular le tiene que informar para qué va a utilizar los datos personales que le pidió?

¿Conoce o ha escuchado algo sobre la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

Base total: 2360 entrevistas.

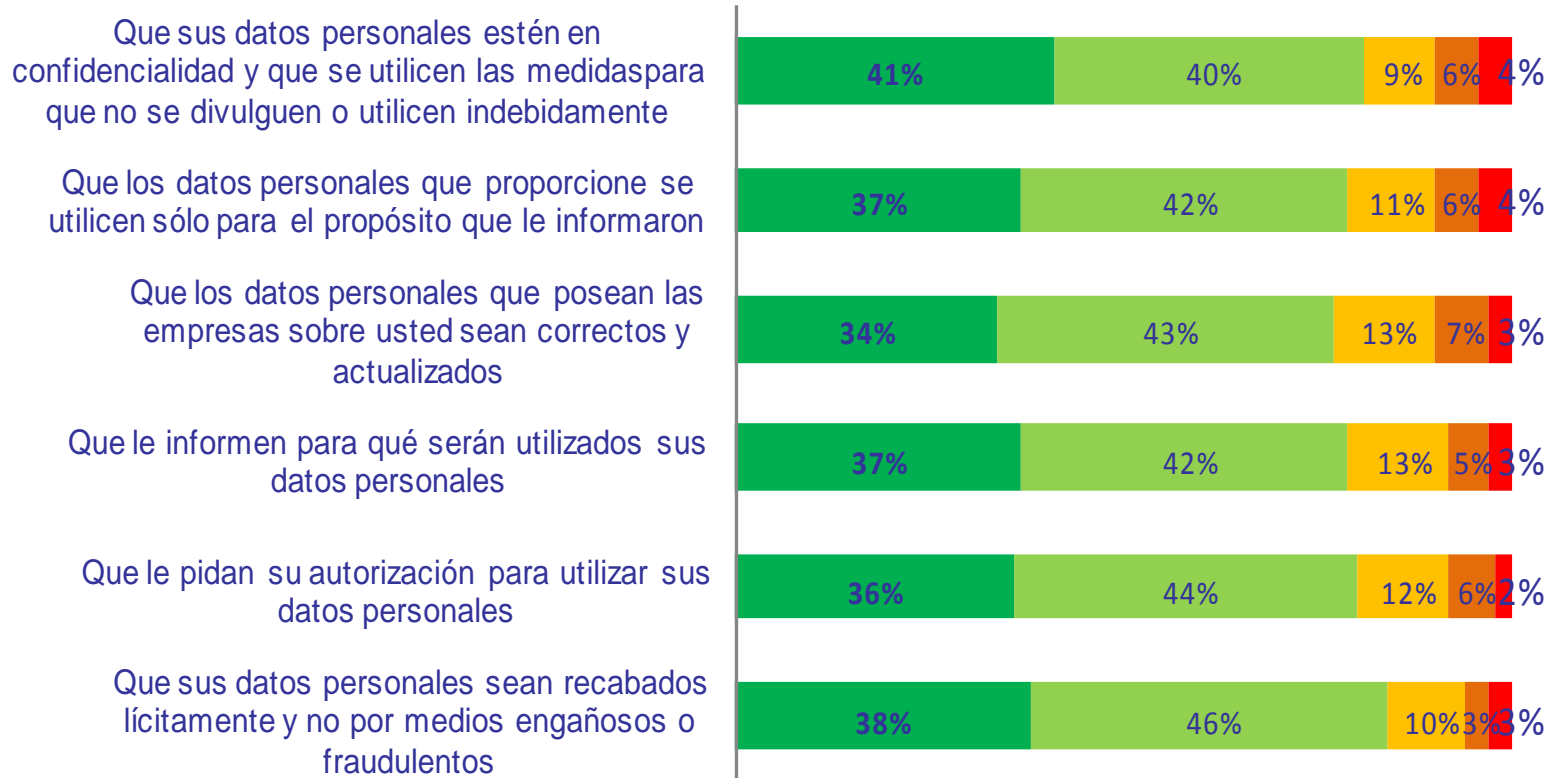
Base (ponderada) "Conoce la Ley": 591 entrevistas.

Base (ponderada) "No conoce la Ley": 1769 entrevistas.

En general, los aspectos que protege la Ley tienden a ser muy importantes para la mayoría de los entrevistados

-menciones a opciones proporcionadas por el entrevistador-

■ Muchísima ■ Mucha ■ Algo ■ Poco ■ Ninguna



En particular, para cada una de estas afirmaciones, ¿qué tanta importancia tienen para usted: muchísima, mucha, algo, poca o ninguna?

Hallazgos y conclusiones

- La población sabe que es importante el cuidado de sus datos personales, por lo que no es tan proclive a dar a conocer algunos de ellos y toma ciertas medidas para protegerlos, las más comunes son identificar quién solicita la información y proporcionar el mínimo de éstos.
- A los encuestados les preocupa que su información personal sea protegida, especialmente cuando se trata referencias que permitan localizarlos, tales como nombre, domicilio, teléfono y correo electrónico, o bien aquélla que dé a conocer aspectos económicos y de salud.
- Existe escaso conocimiento previo del uso que se le dará a los datos proporcionados, incluyendo su transferencia a terceros.
- Dentro del sector privado, los bancos se posicionan como los que mayor cantidad de datos solicitan; en el gobierno, las instituciones de salud y el IFE ocupan los primeros lugares en requerimiento de información.

- Si bien se reportaron algunos casos de mal uso de los datos personales, en promedio, las personas en muestra expresaron no haber sido víctimas de este tipo de incidentes; cuando los hubo, los bancos y las telefónicas, así como los familiares y amigos cercanos, resultaron ser los responsables de estos abusos.
- En contraste, las instituciones educativas y de salud se perciben como las que ofrecen el manejo más seguro de la información personal.
- Al utilizar servicios en línea, se observa que la población no da la atención debida a las políticas de privacidad o condiciones de uso de los portales electrónicos. Este comportamiento se agudiza en los jóvenes.

- La cuarta parte de los participantes en la encuesta ha escuchado acerca de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares. De los que manifestaron conocerla, las ideas asociadas a la Ley fueron: *“No estamos obligados a dar información”*, *“No se pueden dar los datos sin consentimiento”* y *“Sancionarán a quien dé la información”*.
- Sólo el 37% de los entrevistados sabe que puede solicitar la rectificación de sus datos personales ante la empresa que los tiene.
- Si bien 3 de cada 10 personas señalaron al IFAI como institución garante de la Ley, esta proporción se reduce a 2 de cada 10 cuando se trata identificar al IFAI como la instancia a la cual pueden acudir en caso de que un particular no atienda sus solicitudes ARCO, en el caso específico de la corrección.

- Al responder un cuestionario diseñado especialmente para menores de 18 años, los entrevistados expresaron que no requirieron del apoyo de otras personas para abrir cuentas en medios electrónicos; asimismo, manifestaron que sus padres y hermanos desconocen sus claves de acceso a correo electrónico y redes sociales, y que sus e-mails y comentarios en redes sociales no son monitoreados.
- A pesar de que la mayoría de los jóvenes dijo haber recibido explicaciones en su escuela acerca los cuidados que deben tenerse respecto de los datos personales al utilizar internet, resultó el grupo de población con mayor desconocimiento de la Ley.
- A pregunta cerrada, los menores de 18 años expresaron tomar como medidas precautorias cuando utilizan redes sociales: cerrar su sesión, cuidar el lenguaje que utilizan en sus mensajes y generar una contraseña difícil de adivinar.

Recomendaciones

- Crear conciencia en los individuos sobre la titularidad que ejercen sobre su información personal; por lo tanto, son ellos quienes deciden a quién y para qué la entregan.
- Advertir sobre la importancia del cuidado de estos datos, debido a las consecuencias que un mal manejo podría tener en su esfera de derechos (robo de identidad, llamadas de molestia, correo no deseado, etc.), con especial énfasis en el caso de datos sensibles.
- Dotar a la población de los conocimientos y herramientas mínimos en la materia para que estén en posibilidades de actuar de manera preventiva.
- Enfocar las acciones de manera particular en el conocimiento de los derechos ARCO, su ejercicio y medios de defensa disponibles.

- Prever acciones focalizadas a menores de edad, como grupo vulnerable relevante, debido a su constante exposición a las tecnologías de la información y a su actitud menos cautelosa.
- Considerar la educación escolar como un factor fundamental de generación de conocimiento para lograr el cuidado adecuado de los datos de los menores.
- Contemplar la importante participación de los padres de familia en la formación de sus hijos respecto de la relevancia de proteger sus datos personales, así como sobre la supervisión de las actividades que puedan poner en riesgo su cuidado.



Ipsos Public Affairs
Av. Santa Fe 94, Torre A, Piso 7,
Col. Zedec Santa Fe, C.P. 01210, México D.F.
Tels. +52 55 1101 0000
+52 55 1101 0007
+52 55 1101 1831
Fax + 52 55 1101 0008
www.ipsos.com

Reporte de resultados Encuesta en empresas

"Encuesta Nacional sobre Protección de Datos Personales a Sujetos Regulados por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y Población en General"



Preparado para la
Secretaría de Protección de
Datos Personales

•Objetivos de la encuesta	3
•Metodología, descripción y distribución de la muestra	5
•Noción de dato personal y de privacidad	15
•Aviso de privacidad	25
•Seguridad de las bases de datos personales	33
•Atención al cliente	50
•Obligaciones derivadas de la LFPDPPP	60
•Costos y beneficios del cumplimiento de la LFPDPPP	69
•Sección informática	89
•Hallazgos y conclusiones	105
•Recomendaciones	109

Objetivos de la encuesta

Objetivos de la encuesta a empresas

- Conocer la organización, medidas e infraestructura con que cuentan las empresas para cumplir con lo dispuesto en la LFPDPPP, así como las dificultades, costo y beneficios de cumplir con la legislación en materia de protección de datos personales.
- Establecer el grado de conocimiento de las empresas acerca del IFAI como autoridad reguladora en materia de protección de datos personales.
 - Identificar la utilidad de las bases de datos personales para las empresas según el sector en el que desempeñan sus actividades y conocer los mecanismos con que cuentan para recabar, actualizar y descartar los registros de las bases de datos personales.
- Determinar las medidas de seguridad que utilizan las empresas para proteger sus bases de datos de usos no autorizados, así como las certificaciones nacionales o internacionales que poseen.
- Conocer sobre las vulneraciones que hayan sufrido sus bases de datos y qué acciones han tomado.

Metodología, descripción y distribución de la muestra

Tipo de entrevista Cara a cara en empresas.

Diseño muestral Probabilístico y estratificado. Probabilístico: las unidades económicas (empresas) tienen una probabilidad conocida y mayor a cero de ser seleccionadas. Estratificado: por sector de actividad económica y tamaño de empresa, definido por el número de empleados.

Marco muestral El universo de selección de empresas fue el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI.

Población objetivo Persona a cargo de la administración de los datos personales en las empresas.

Tamaño de la muestra Se realizaron 4,729 entrevistas efectivas distribuidas en ocho zonas metropolitanas: Tijuana, Valle de México, León, Guadalajara, Toluca, Monterrey, Puebla- Tlaxcala y Veracruz.

Margen de error +/- 3.5% por sector económico, con un nivel de confianza de 95%

Año de levantamiento 2012.

Número de entrevistas por zona metropolitana, sector económico y tamaño de la empresa por número de empleados

Estado/zona metropolitana	Entrevistas
Baja California/Tijuana	220
Valle de México/DF	1698
León/Guanajuato	211
Guadalajara/Jalisco	519
Toluca/Edo. de México	1149
Monterrey/Nuevo León	360
Puebla /Tlaxcala	383
Veracruz	189
Total	4729

Sector	Entrevistas
Servicios financieros	831
Salud	825
Turismo	792
Telecomunicaciones	675
Servicios educativos	865
Comercio electrónico	741
Total	4729

Tamaño	Entrevistas
Micro y pequeña	4391
Mediana y grande	338
Total	4729

Distribución de entrevistas efectivas por tamaño de empresa en cada sector (Porcentajes)

Sector económico y tamaño de la empresa por número de empleados

Sector económico	Tamaño de la empresa						
	1 a 5 empleados	6 a 10 empleados	11 a 30 empleados	31 a 50 empleados	51 a 100 empleados	101 a 250 empleados	251 o más empleados
Servicios financieros	41%	32%	21%	3%	1%	1%	1%
Salud	64%	15%	13%	3%	3%	1%	1%
Turismo	48%	27%	17%	3%	4%	1%	0%
Telecomunicaciones	70%	15%	9%	4%	1%	0%	1%
Servicios educativos	25%	25%	38%	5%	4%	2%	1%
*Comercio electrónico	79%	16%	5%	*0%	*0%	*0%	*0%
Total	53%	22%	18%	3%	2%	1%	1%

Empresas micro y pequeñas:

4391 entrevistas

Empresas medianas y grandes:

338 entrevistas

* Debido al tipo de empresas definidas para el sector comercio electrónico (ver diapositiva 10) se presentaron dificultades en campo para obtener una muestra representativa de todos los segmentos considerados para el resto de los sectores. Por este motivo no fue posible incluir en el análisis a las empresas medianas y grandes de comercio electrónico.

Distribución de entrevistas en muestra por tamaño de empresa en cada sector (Cifras absolutas)

Sector económico y tamaño de la empresa por número de empleados

Sector económico	Tamaño de la empresa						
	1 a 5 empleados	6 a 10 empleados	11 a 30 empleados	31 a 50 empleados	51 a 100 empleados	101 a 250 empleados	251 o más empleados
Servicios financieros	336	269	174	27	11	8	6
Salud	522	127	106	27	23	10	10
Turismo	381	214	134	27	28	6	2
Telecomunicaciones	468	103	58	25	10	2	9
Servicios educativos	221	212	325	46	38	15	8
*Comercio electrónico	582	120	39	*0	*0	*0	*0
Total	2510	1045	836	152	110	41	35

Empresas micro y pequeñas:

4391 entrevistas

Empresas medianas y grandes:

338 entrevistas

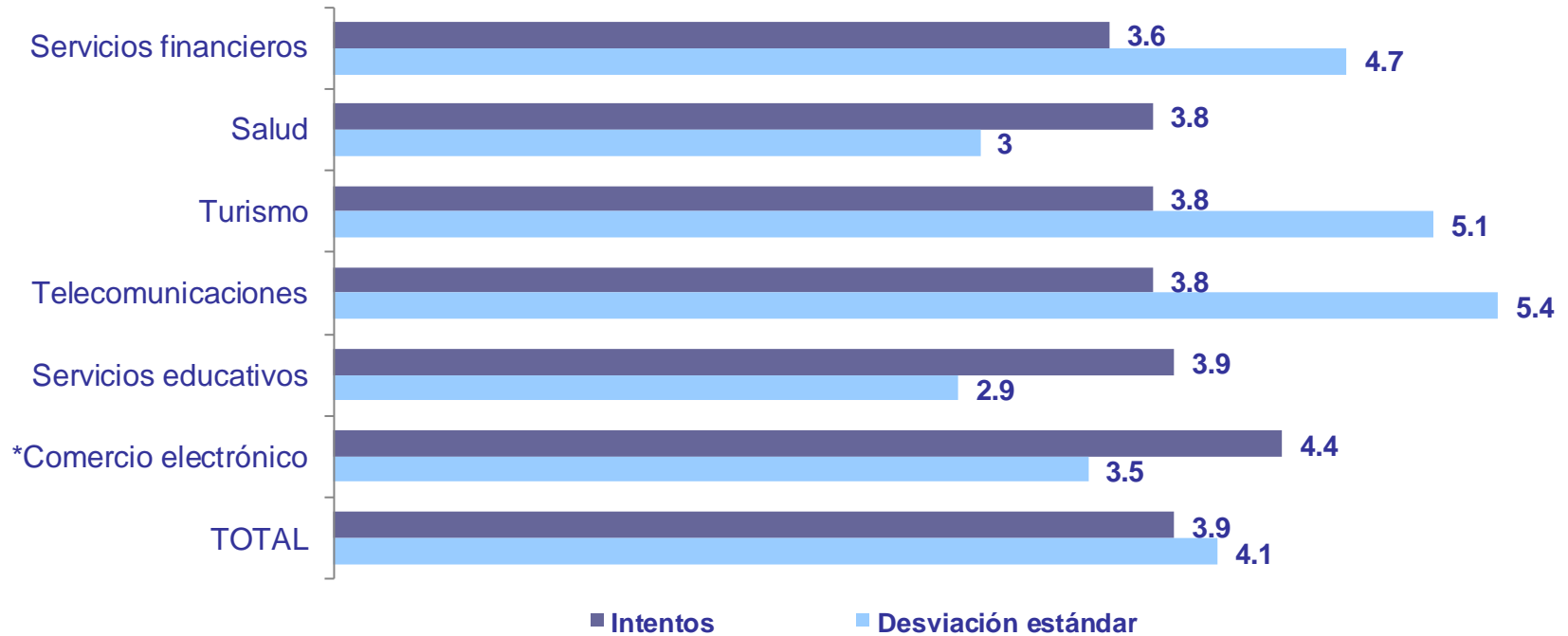
* Debido al tipo de empresas definidas para el sector comercio electrónico (ver diapositiva 10) se presentaron dificultades en campo para obtener una muestra representativa de todos los segmentos considerados para el resto de los sectores. Por este motivo no fue posible incluir en el análisis a las empresas medianas y grandes de comercio electrónico.

Sector económico y tipo de empresa

Sector económico	Actividades económicas representativas del sector*
Servicios financieros	Banca múltiple; alquiler sin intermediación de salones para fiestas y convenciones; casas de empeño; inmobiliarias y corredores de bienes raíces; centros cambiarios; agentes, ajustadores y gestores de seguros y fianzas; cajas de ahorro popular; así como alquiler de videocasetes y discos.
Salud	Hospitales generales y especialidades médicas; consultorios de medicina general y especializada; consultorios dentales, de psicología, de quiropráctica, de optometría, de nutriólogos y dietistas; laboratorios médicos y de diagnóstico; guarderías; así como agrupaciones de autoayuda para alcohólicos y personas con otras adicciones.
Turismo	Agencias de viajes; bares cantinas y similares; hoteles y moteles; organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes; restaurantes con servicio completo, de autoservicio y de comida para llevar; servicios de mensajería y paquetería foránea; así como transporte colectivo foráneo de pasajeros y turístico por tierra.
Telecomunicaciones	Operadores y distribuidores de telecomunicaciones: telefonía fija y celular, así como televisión por cable.
Servicios educativos	Escuelas de educación preescolar, primaria, secundaria, media y superior; así como escuelas de idiomas, técnicas, comerciales y de capacitación de ejecutivos.
Comercio electrónico	Lavanderías; tintorerías; farmacias con y sin minisúper; comercio al por menor de productos naturistas y medicamentos homeopáticos; así como comercio al por menor exclusivamente a través de internet y catálogos impresos.

*Agrupación de actividades conforme al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, INEGI (SCIAN 2007)

Número de intentos antes de encontrar al informante adecuado



¿En esta empresa solicitan o recaban datos personales de sus clientes o empleados?

Este filtro fue la condición necesaria para realizar la entrevista.

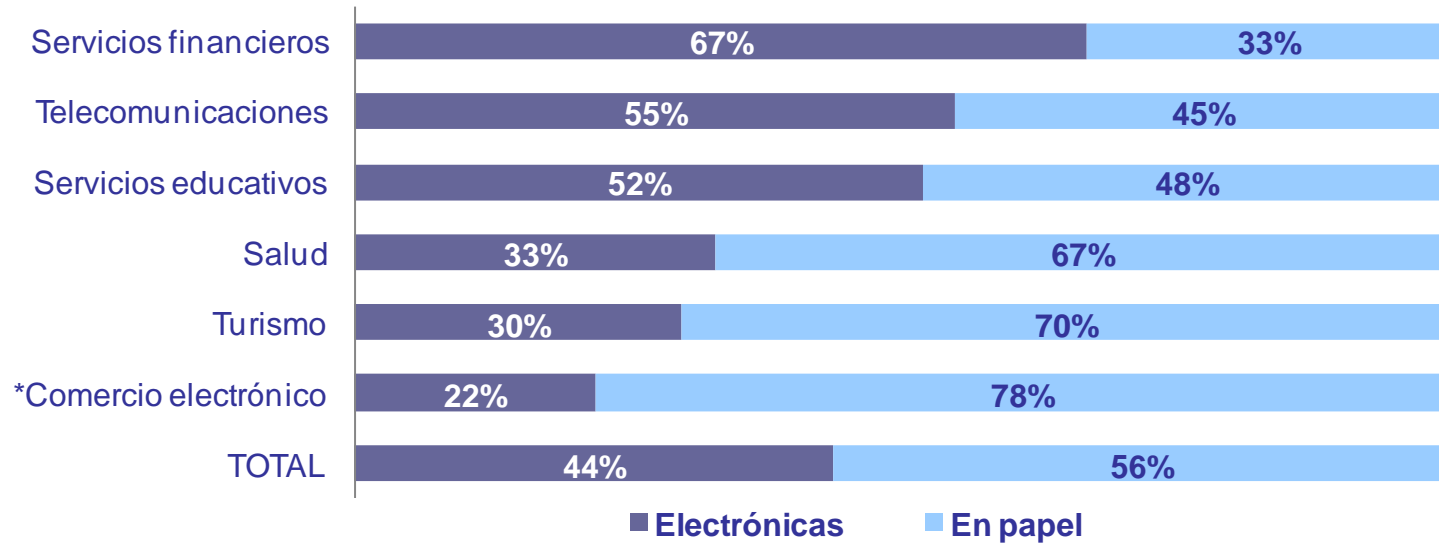
Todas las empresas seleccionadas en muestra manejan datos personales.

El gráfico muestra el número de intentos (promedio y la desviación estándar) antes de conseguir una entrevista efectiva.

*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

Base: 4729 entrevistas

Tipos de bases de datos por sector de actividad



¿Estos datos personales están organizados en bases de datos?

Como segunda condición, todas las empresas seleccionadas en muestra debían contar con bases de datos personales.

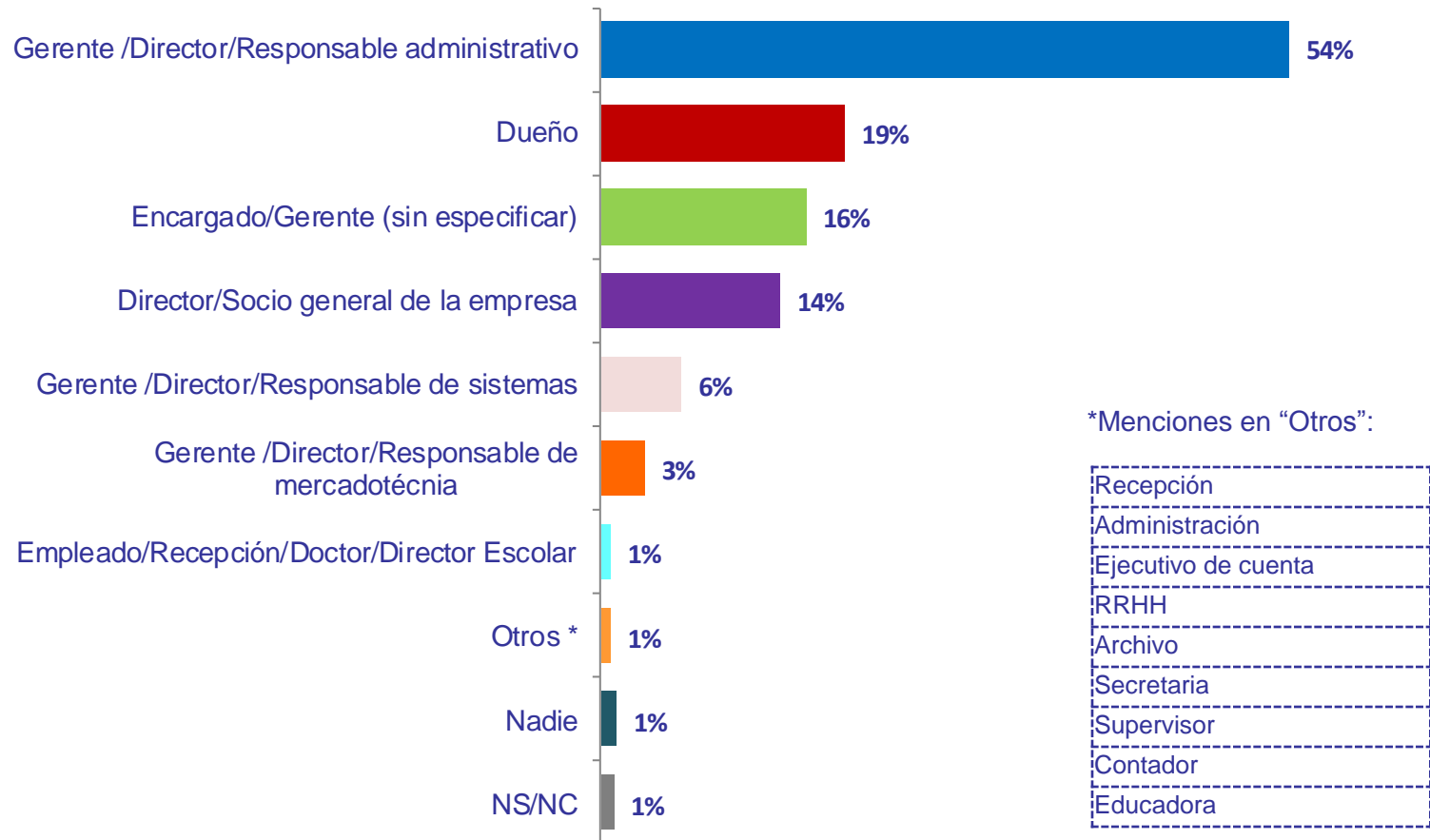
El gráfico muestra la proporción de empresas que manejan bases de datos electrónicas y en papel.

¿Estas bases son electrónicas o en papel?

*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

Descripción de la muestra

Personas a cargo de la administración de las bases de datos



¿Dentro de su empresa, quién o quiénes están a cargo de administrar la (s) base (s) que contienen los datos personales?

Descripción de la muestra

Área que administra las bases de datos personales



¿Cuál es el nombre del área específica que administra o resguarda las bases de datos?

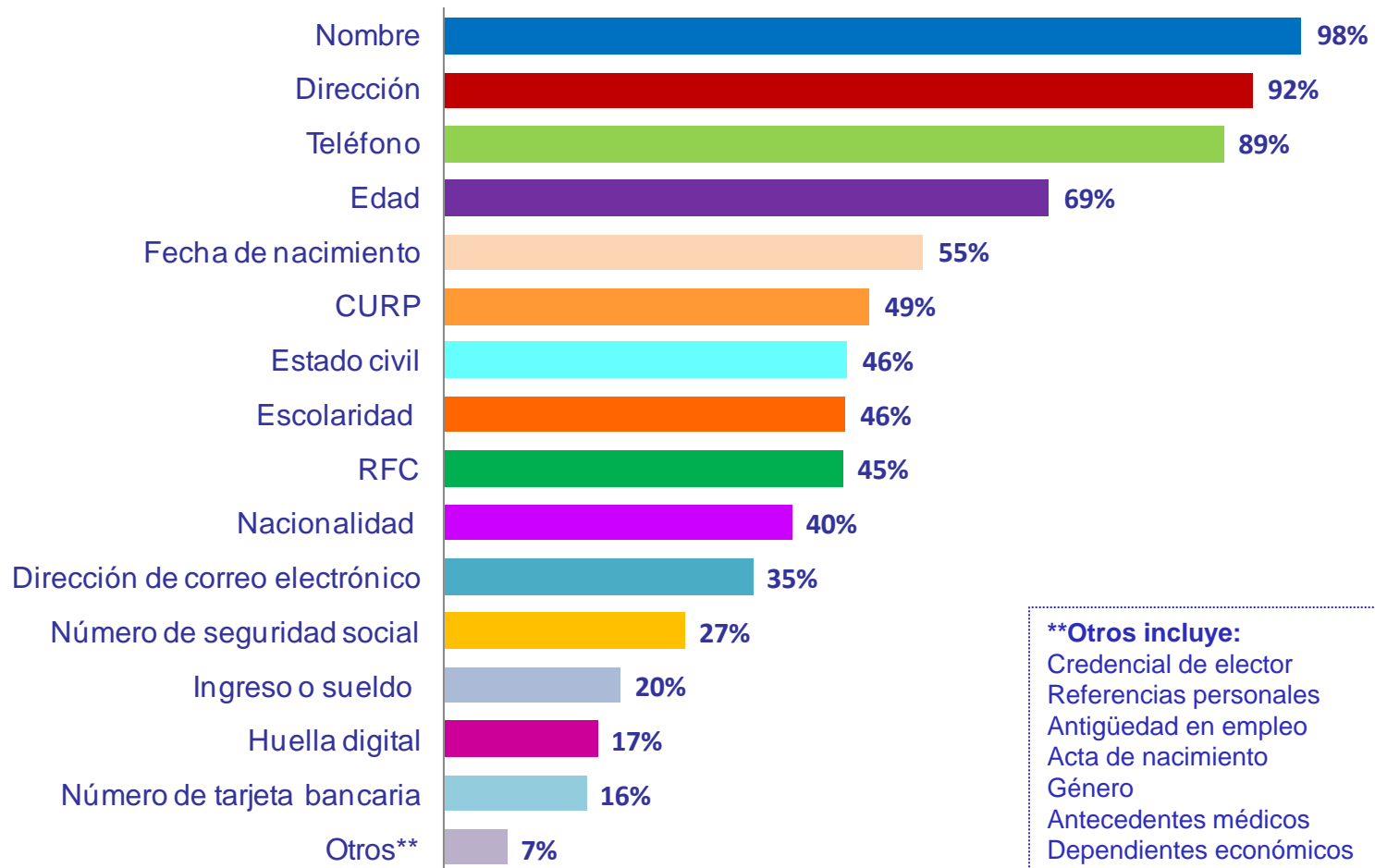
Noción de dato personal y de privacidad

Noción de dato personal y de privacidad

- Resultados principales -

- La mayor parte de las empresas reconoce como **datos personales** nombre, dirección y teléfono. Otros datos con menciones importantes son: edad, fecha de nacimiento, CURP, estado civil, escolaridad, RFC y nacionalidad. Los menos mencionados son: dirección de correo electrónico, número de seguridad social, ingreso o sueldo, huella digital y número de tarjeta bancaria.
- La mayoría de los entrevistados considera como **datos sensibles** a los siguientes: estado de salud, orientación sexual, creencia religiosa y origen racial. En menor medida señalaron como datos sensibles a la información genética, afiliación sindical, opinión política y creencias filosóficas o morales.
- Respecto al momento en que las empresas solicitan datos personales de sus clientes, lo más común es que sea durante la preventa de los servicios y/o productos, o cuando se efectúa la venta. En menor medida, los datos se piden una vez realizada la venta.
- Los datos personales más solicitados por las empresas a sus clientes y empleados son: nombre, dirección y teléfono. En el caso de los empleados se requieren, además: edad, credencial de elector, lugar de nacimiento, estado civil y nivel de estudios, entre otros.
- Dichos datos se obtienen principalmente mediante el llenado de algún formato o la entrega de documentos.
- Una cuarta parte de las empresas recaba, en adición a los datos de clientes y empleados, los de sus visitantes o terceros.
- Las empresas consideran muy importante la obtención de datos personales para sus actividades comerciales, en particular las financieras, educativas y de salud.

Los datos personales más mencionados son nombre, dirección y teléfono



****Otros incluye:**
 Credencial de elector
 Referencias personales
 Antigüedad en empleo
 Acta de nacimiento
 Género
 Antecedentes médicos
 Dependientes económicos
 Cedula profesional
 Licencia de manejo
 Señas particulares

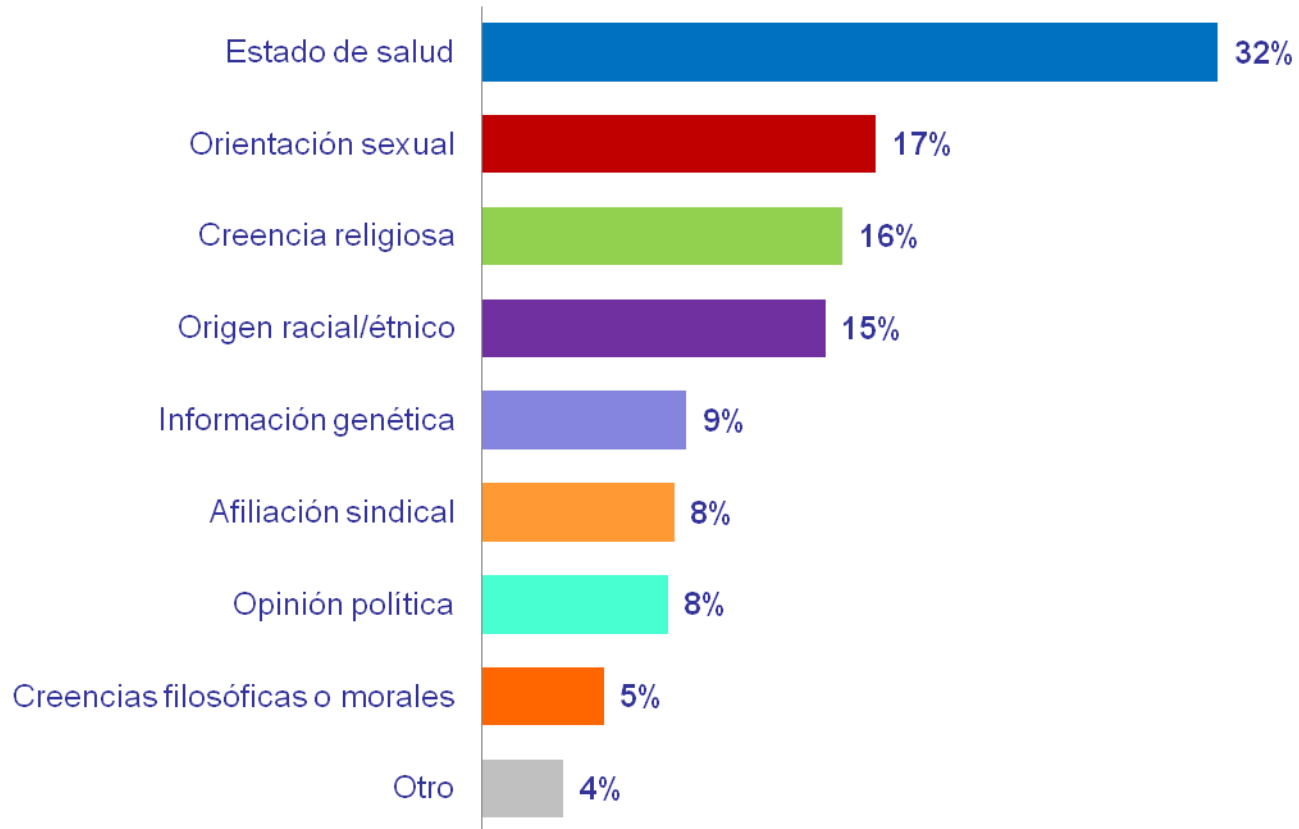
Por favor dígame ejemplos de datos personales*

*Se muestra el porcentaje de quienes mencionaron el dato personal

Base: 4729 entrevistas

Respuesta múltiple, no suma 100%

El estado de salud es el dato personal sensible más reconocido, seguido por orientación sexual, religión y etnia



“Los datos personales sensibles son aquellos que afectan a la esfera más íntima de la persona o cuyo uso indebido pueda dar origen a discriminación y/o conlleve un riesgo grave para la persona”

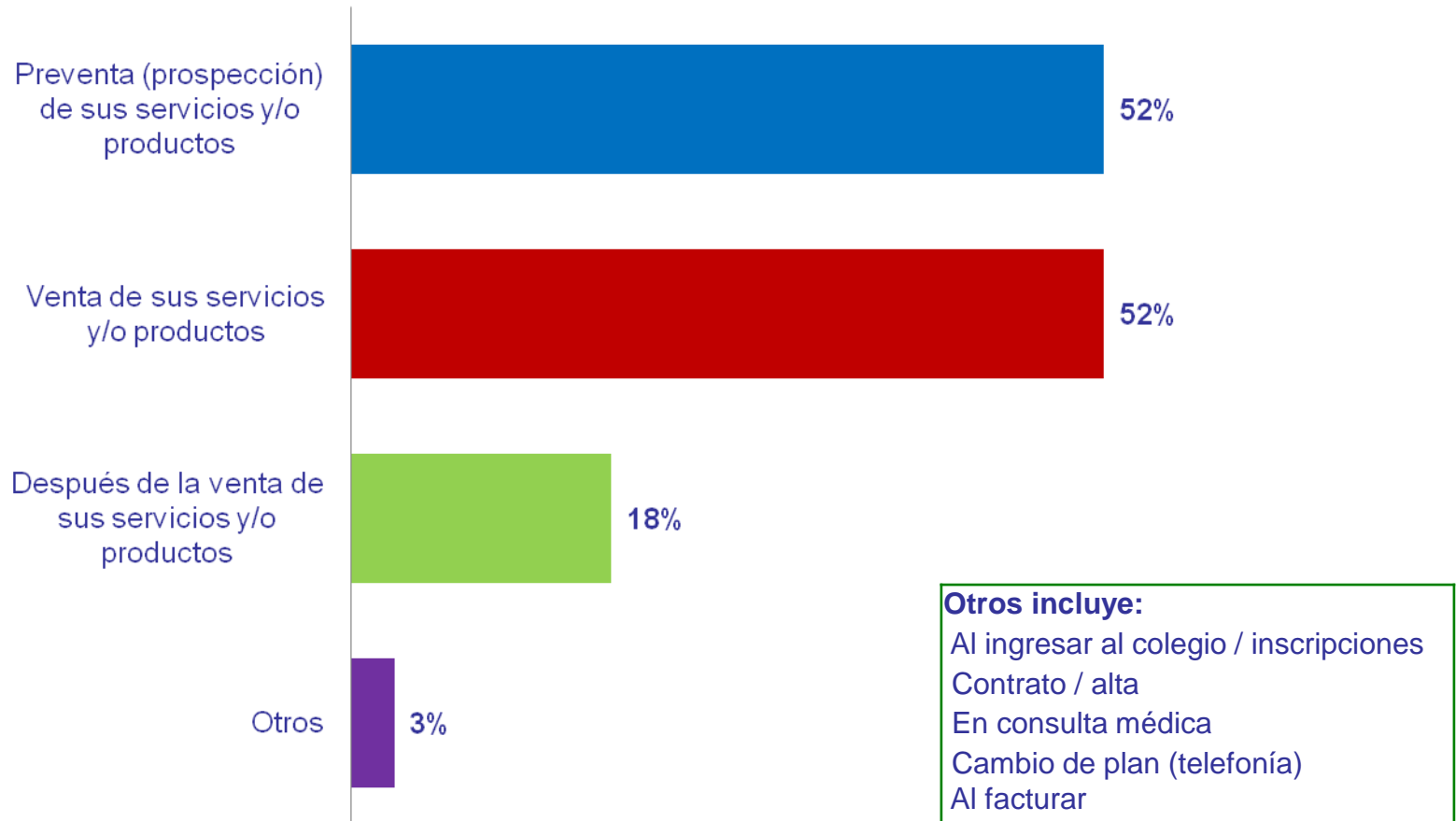
Por favor dígame algunos ejemplos de datos sensibles*

*Se muestra el porcentaje de quienes mencionaron el dato personal

Respuesta múltiple, no suma 100%

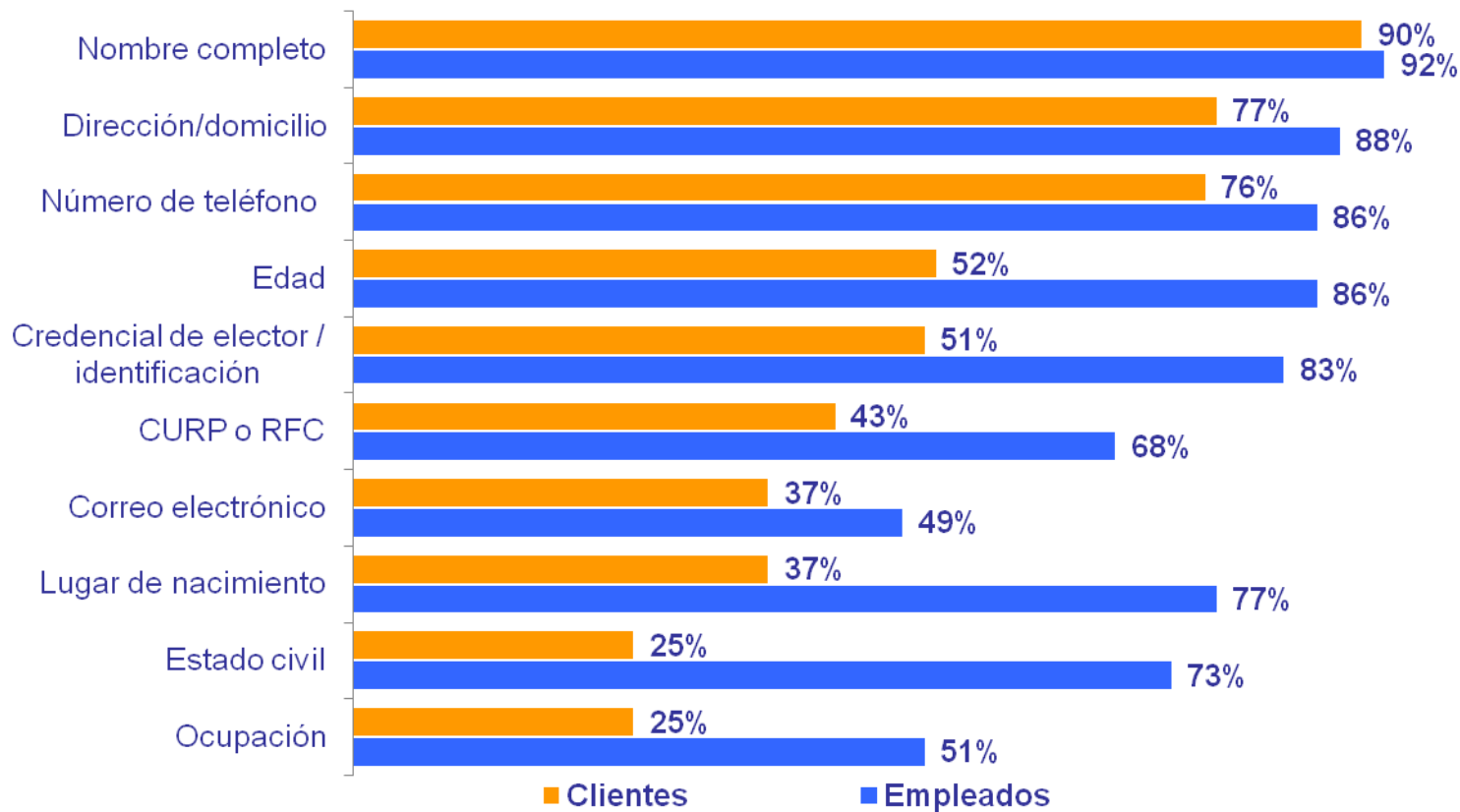
Base: 4729 entrevistas

El momento más frecuente en que las empresas solicitan datos personales es la preventa o la venta de productos y/o servicios



¿En cuál de los siguientes momentos es que solicitan los datos personales de sus clientes?

Tanto para clientes como para empleados, los datos que usualmente recaban las empresas son: nombre, dirección y teléfono. En el caso de empleados, se solicita además edad e identificación oficial (parte 1)

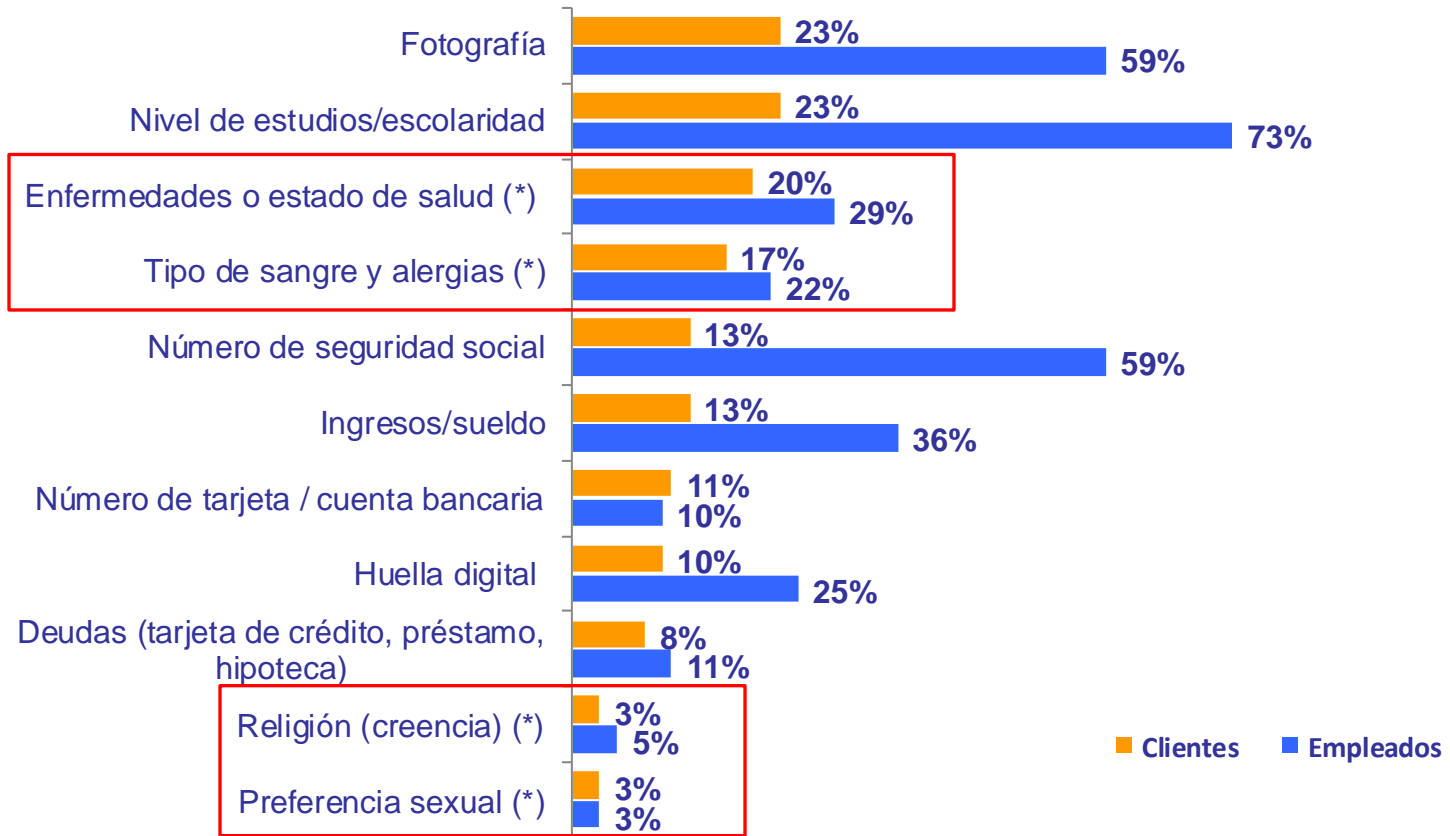


De los datos que le voy a ir mencionado dígame ¿cuáles son los que usualmente le solicitan a sus **clientes** como parte de los procedimientos de la empresa, ya sea para otorgar un servicio o realizar una venta? *

¿Cuáles son los datos personales que usualmente registran de sus **empleados** para contratarlos o durante el tiempo que duran en el empleo? *

*Se muestra el porcentaje de quienes respondieron Sí

Datos sensibles como estado de salud, tipo de sangre y alergias, así como religión y preferencia sexual, son solicitados con menor frecuencia (parte 2)



De los datos que le voy a ir mencionado dígame ¿cuáles son los que usualmente le solicitan a sus **clientes** como parte de los procedimientos de la empresa, ya sea para otorgar un servicio o realizar una venta? *

¿Cuáles son los datos personales que usualmente registran de sus **empleados** para contratarlos o durante el tiempo que duran en el empleo? *

*Se muestra el porcentaje de quienes respondieron Sí

Base: 4729 entrevistas

(*) Datos sensibles

Los datos personales se obtienen principalmente al llenar formatos y entregar documentos

Sector económico

Medio de obtención *	Total	Servicios financieros	Salud	Turismo	Telecomunicaciones	Servicios educativos	**Comercio electrónico
Llenan a mano algún formato preestablecido por la empresa	79%	77%	85%	68%	85%	84%	77%
Por medio de entrega de documentos	59%	66%	47%	59%	61%	73%	46%
Por medios electrónicos	31%	51%	26%	21%	32%	36%	17%
Referencias de terceros	13%	19%	12%	13%	14%	11%	8%
De fuentes de acceso público	7%	11%	5%	4%	7%	7%	5%

Tamaño de empresa por número de empleados

Medio de obtención *	Total	Micro (1 a 10)	Pequeña (11 a 30)	Mediana (31 a 100)	Grande (101 y más)
Llenan a mano algún formato preestablecido por la empresa	79%	79%	79%	83%	84%
Por medio de entrega de documentos	59%	54%	73%	78%	88%
Por medios electrónicos	31%	27%	45%	42%	54%
Referencias de terceros	13%	11%	16%	19%	25%
De fuentes de acceso público	7%	6%	8%	11%	21%

Cuando su empresa recaba datos personales, ¿cuál de estos medios utiliza?

*Se muestra el porcentaje de quienes respondieron Sí a cada medio

Base: 4729 entrevistas

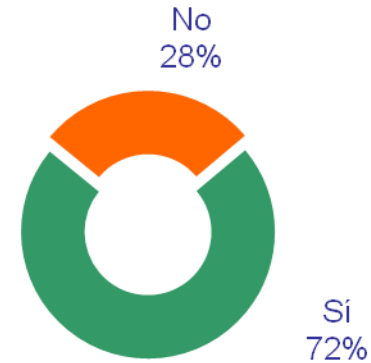
**Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

Además de las bases de datos de clientes y empleados, una cuarta parte de las empresas también recaba datos de visitantes o terceros

Visitantes



Base: 4729 entrevistas



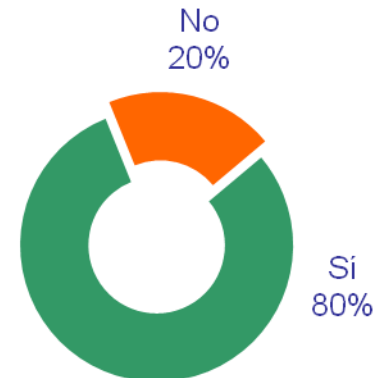
Base: 1182 entrevistas, quienes recaban datos de visitantes

Terceros

(proporcionados por el cliente, empleados o proveedores)



Base: 4729 entrevistas

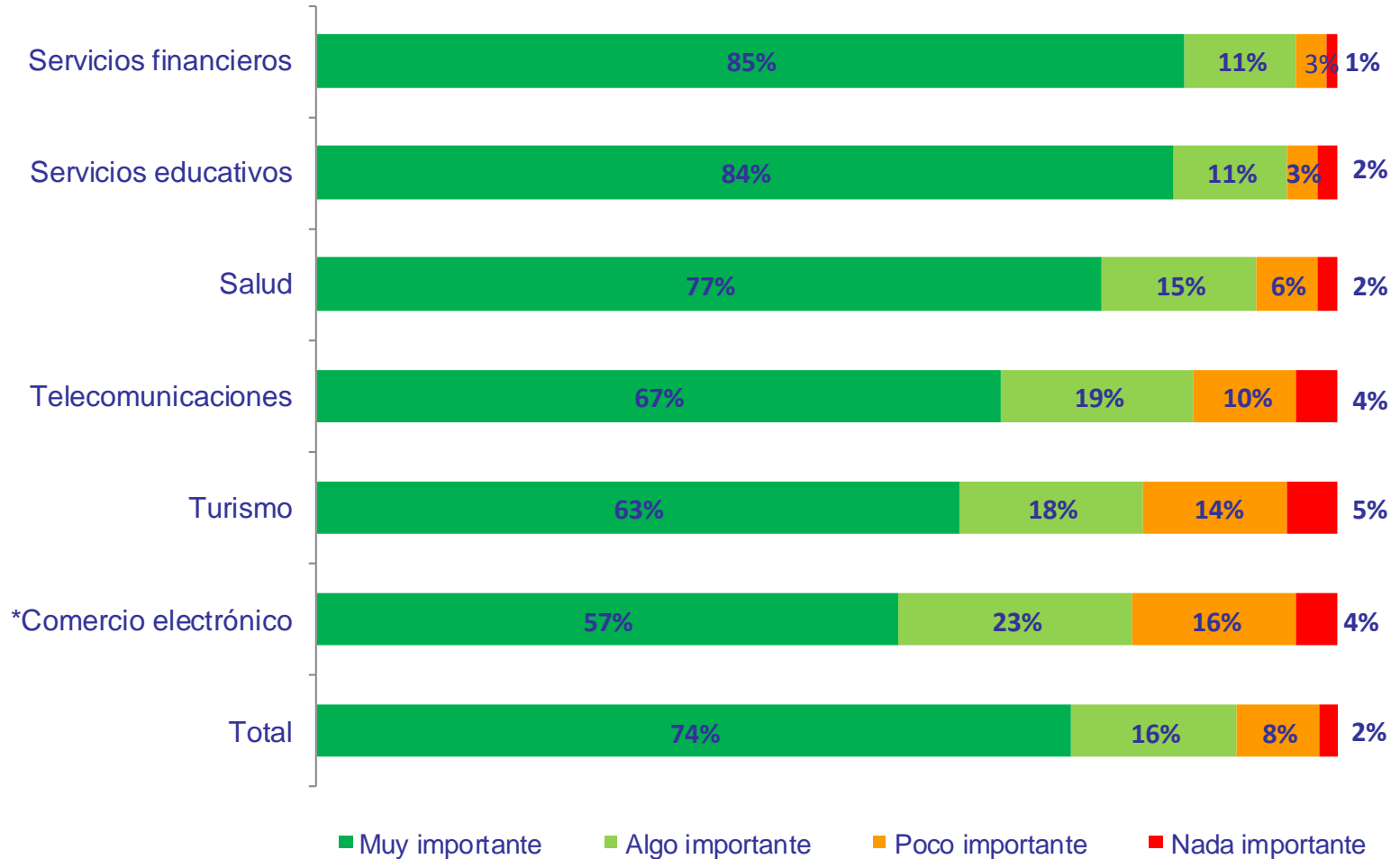


Base: 1229 entrevistas, quienes recaban datos de terceros

Además de las bases de datos de sus clientes y empleados, de las siguientes opciones que voy a mencionar, dígame si la recaba o no.

Si la recaba, dígame si la guarda como base de datos.

Las empresas consideran muy importante tener datos personales para sus actividades, en particular las financieras, educativas y de salud



¿Qué tan importante es la obtención de datos personales para las actividades comerciales que realiza su empresa?



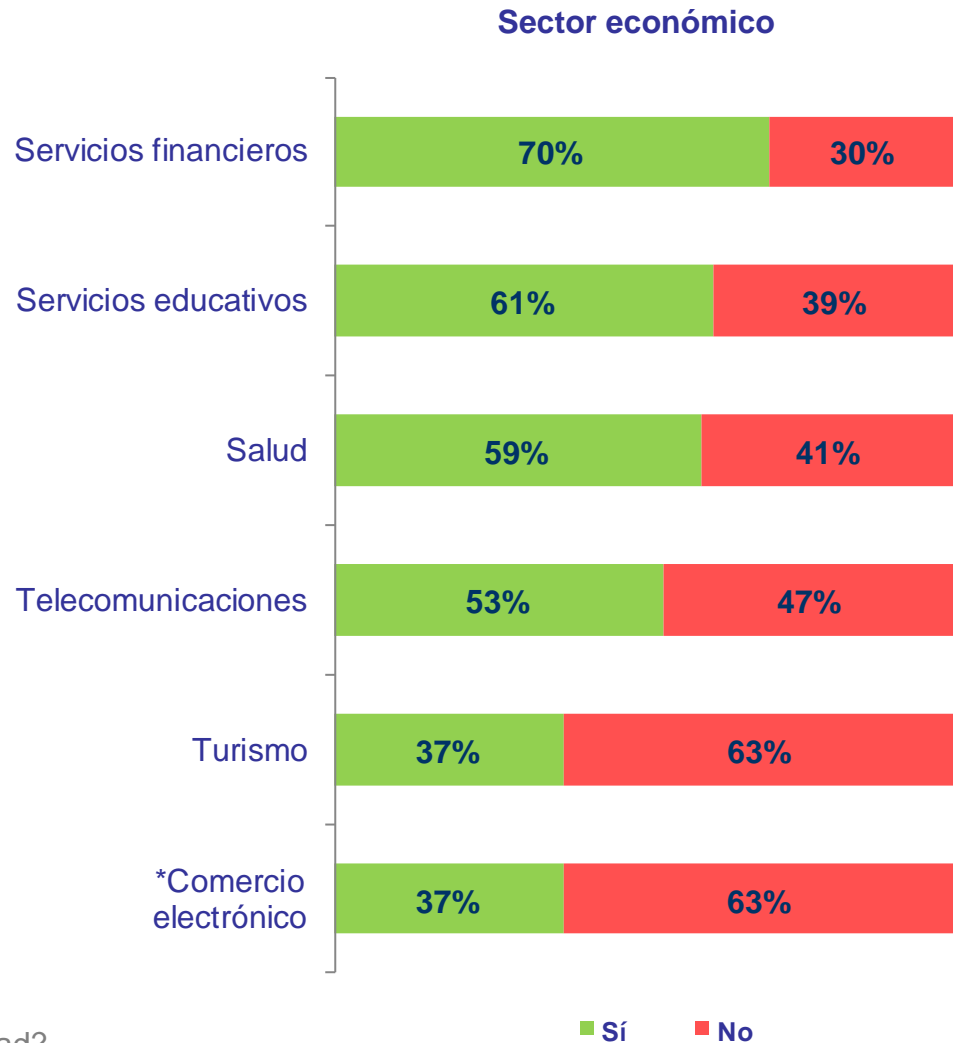
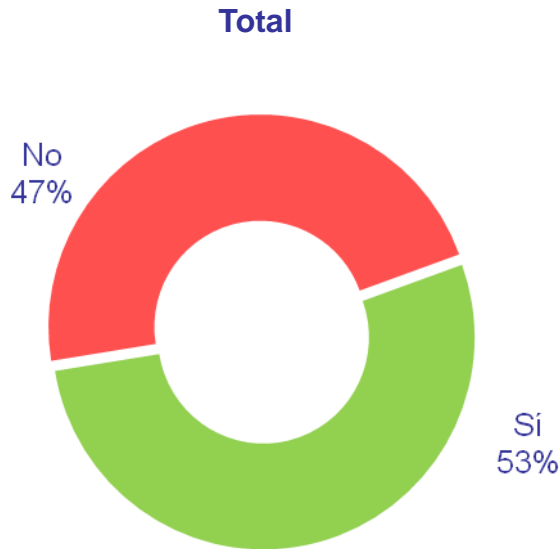
Aviso de privacidad



NOBODY'S UNPREDICTABLE

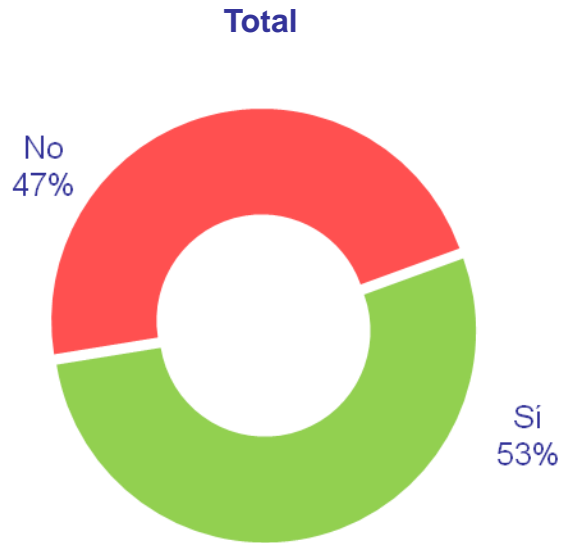
- 53% de las empresas conoce o ha escuchado sobre el aviso de privacidad, en particular las de servicios financieros y educativos. 80% de las empresas grandes ha escuchado del aviso, mientras que esto disminuye en las micro al 50%
- De las encuestadas, 3 de cada 10 empresas tienen aviso de privacidad; destacando las del sector financiero. Hay una asociación entre el tamaño de la empresa y el contar con aviso de privacidad: a mayor tamaño, mayor probabilidad de que la empresa tenga su aviso.
- De las empresas que cuentan con aviso de privacidad, alrededor de la mitad lo da a conocer por medios físicos, casi un tercio lo hace de manera verbal y una quinta parte lo efectúa por medios electrónicos (internet o teléfono).
- Con respecto al contenido de los avisos de privacidad:
 - 9 de cada 10 señalan el nombre y domicilio de la empresa que recaba los datos.
 - 8 de cada 10 explican para qué son utilizados los datos personales que solicitan y listan los datos personales que recopilan.
 - 7 de cada 10 mencionan cómo limita la empresa el uso o la divulgación de los datos, cómo puede revocar el titular el consentimiento otorgado para tratar sus datos personales y cómo se comunicarán los cambios en el aviso de privacidad.
 - 6 de cada 10 refieren cómo puede el titular ejercer sus derechos ARCO y la forma en qué se puede consultar el aviso completo (en caso de que sea simplificado). Además, indican si la información podría ser transferida a un tercero y con qué propósito, y contienen la cláusula para aceptar o no las transferencias.
 - 5 de cada 10 establecen si se recaban o no datos sensibles.

53% de las empresas encuestadas conoce del aviso de privacidad, en especial en servicios financieros y educativos

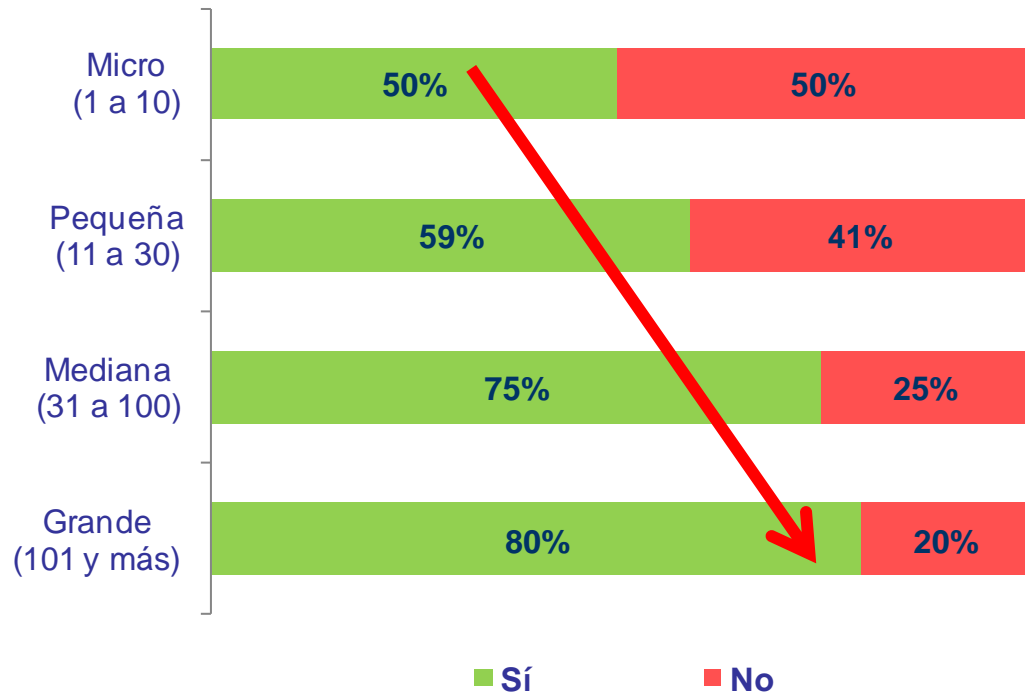


¿Conoce o ha oído hablar del aviso de privacidad?

Las microempresas son las que menos conocen del aviso de privacidad

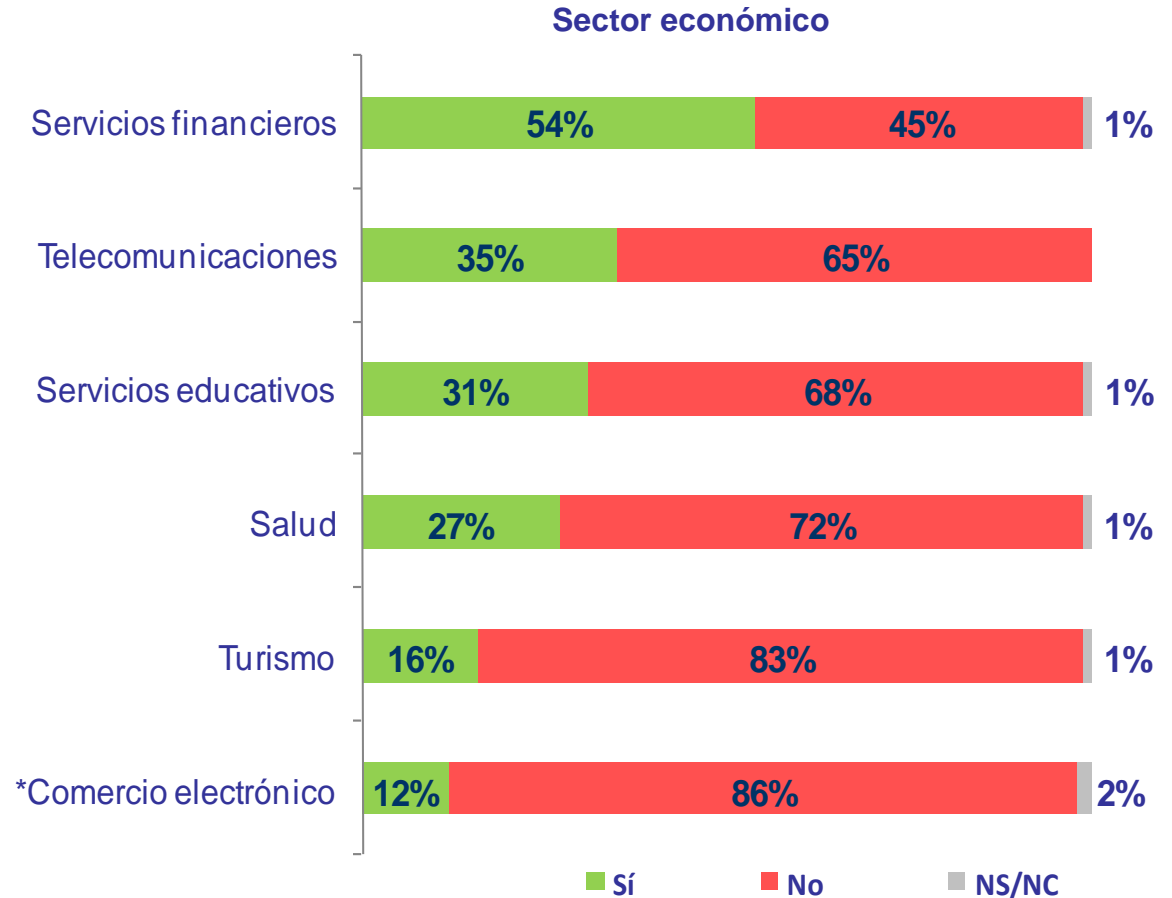
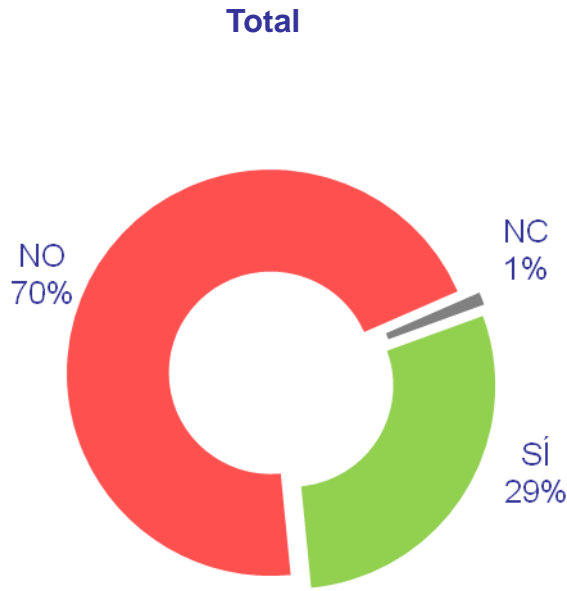


Tamaño de empresa por número de empleados



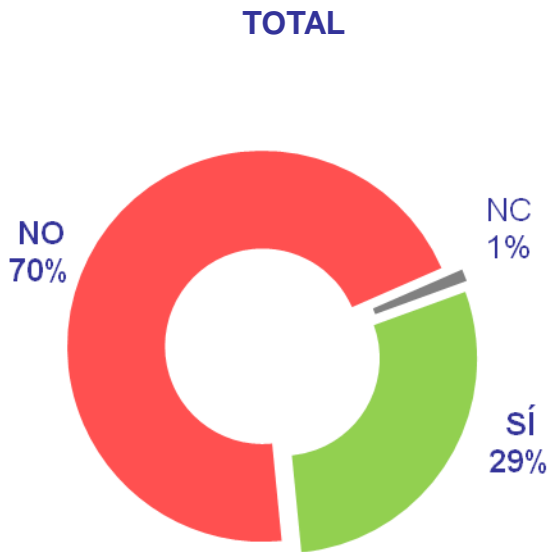
¿Conoce o ha oído hablar del aviso de privacidad?

3 de cada 10 empresas tienen aviso de privacidad, destacan las de servicios financieros

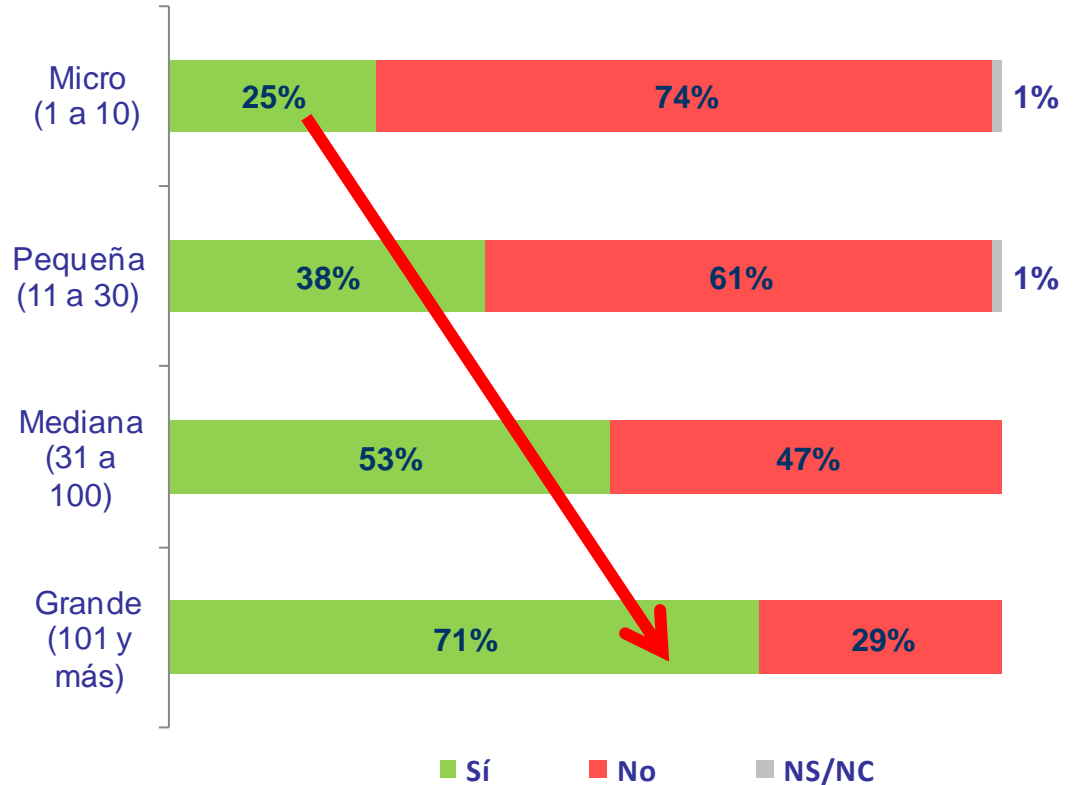


¿La empresa cuenta con aviso de privacidad?

A mayor tamaño de la empresa, mayor probabilidad de que cuente con aviso de privacidad

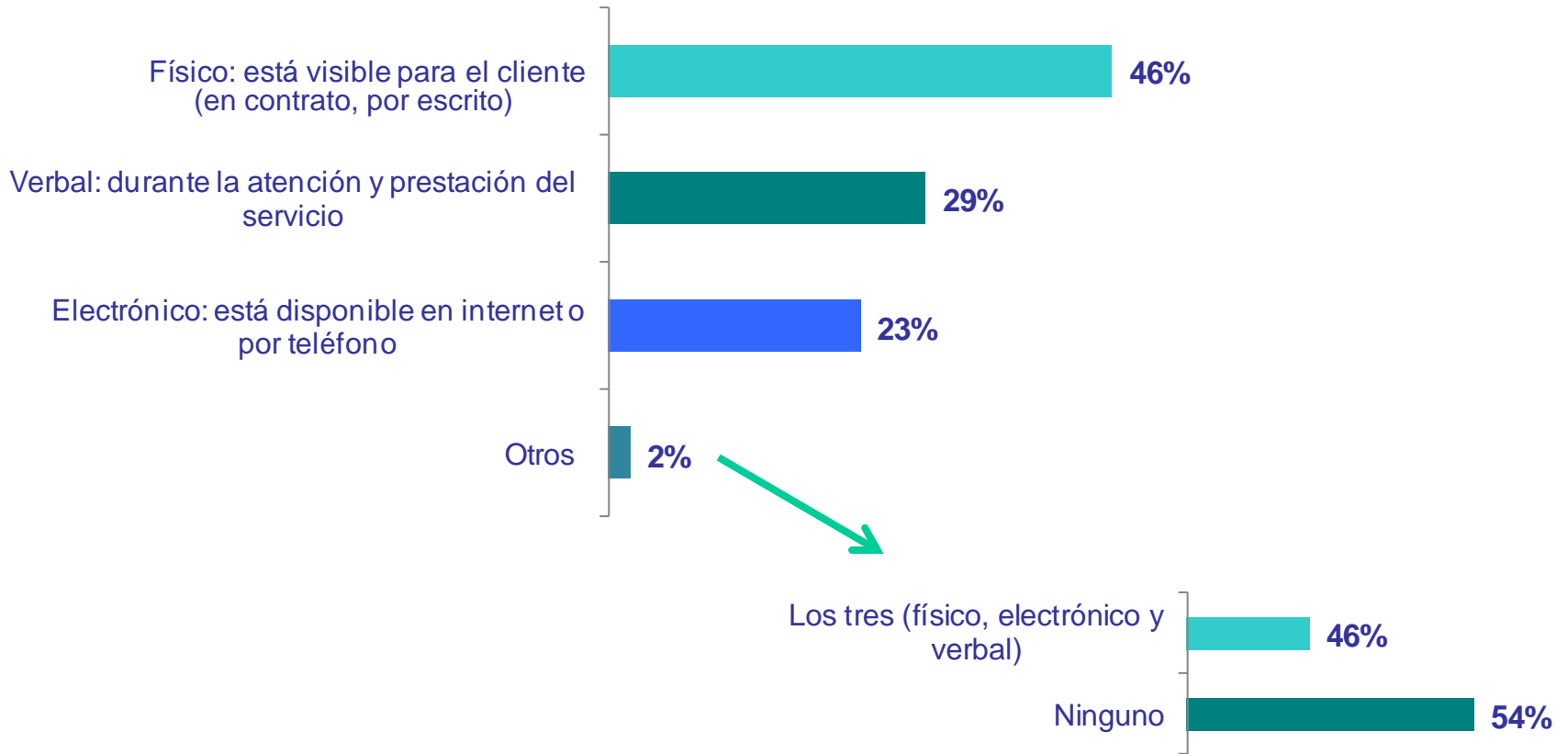


Tamaño de empresa por número de empleados



¿La empresa cuenta con aviso de privacidad?

De cada 10 empresas que tienen aviso de privacidad, 5 lo dan a conocer por medio físico, 3 de forma verbal y 2 por medio electrónico



¿Cuál es el medio por el cual se da conocer el aviso de privacidad de la empresa?

Base: 1371 entrevistas, empresas que cuentan con aviso de privacidad

La mayor parte de los avisos de privacidad contiene nombre y domicilio de quién recaba los datos, el tratamiento que les dan y el listado de datos recopilados



¿De los siguientes elementos que le voy a mencionar, me puede decir si su aviso de privacidad cuenta con alguno de ellos o no?

Base: 1371 entrevistas, empresas que cuentan con aviso de privacidad

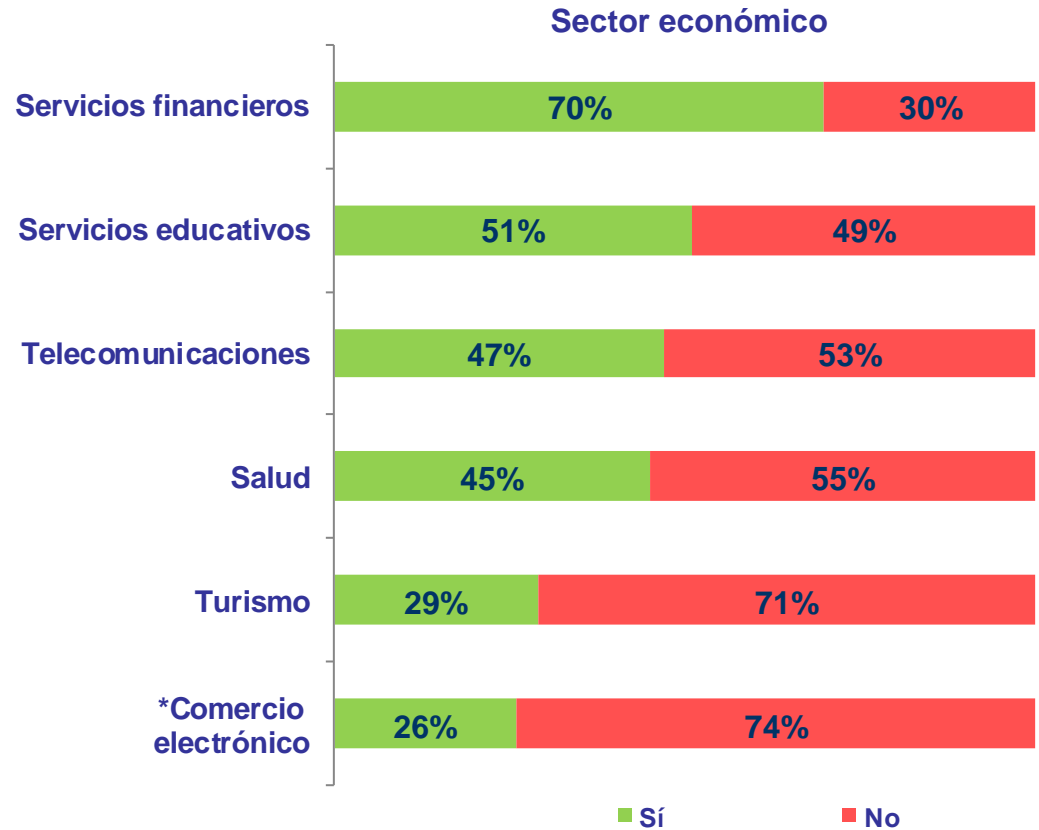
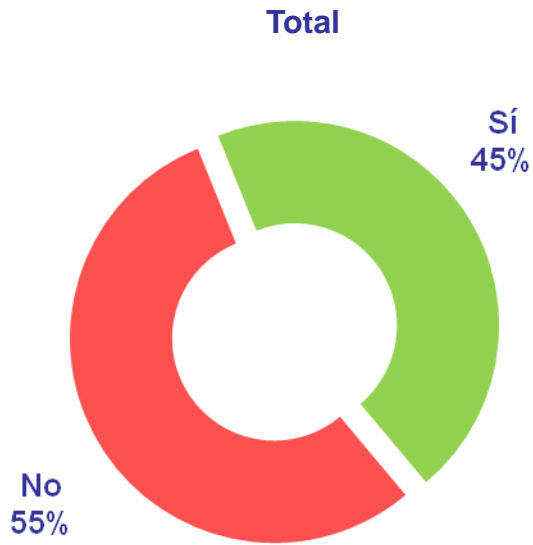
Seguridad de las bases de datos personales

Seguridad de las bases de datos personales

- Resultados principales -

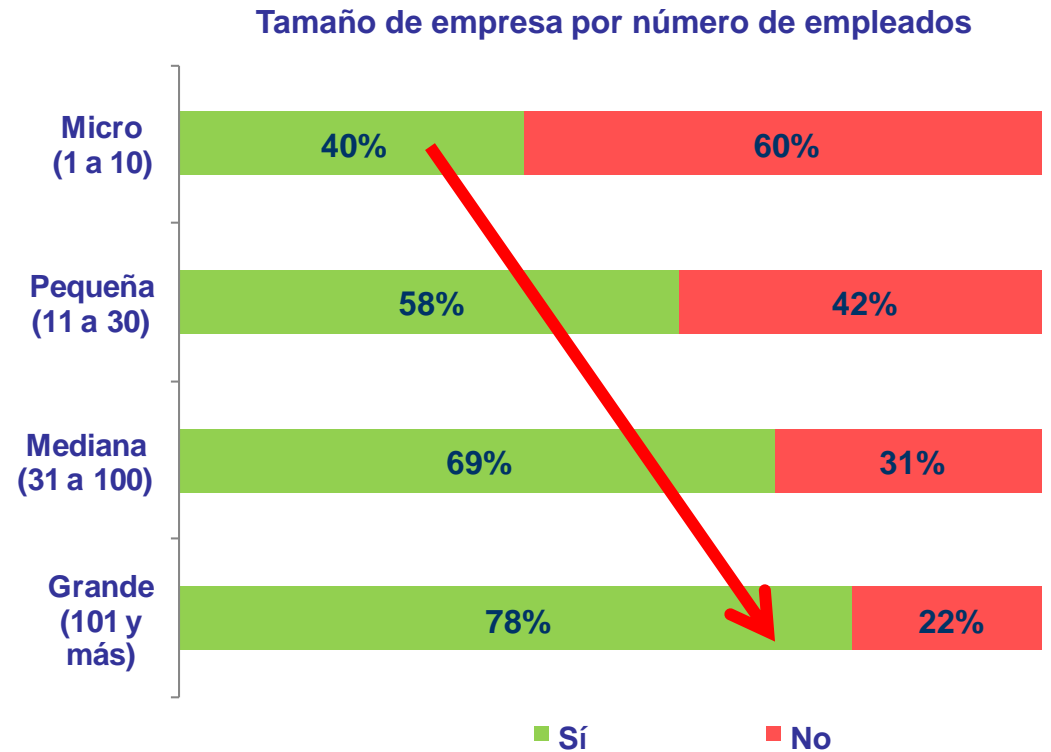
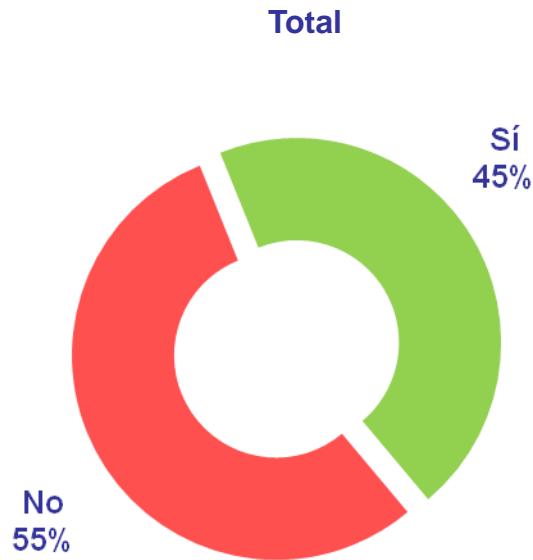
- 45% de las empresas tiene algún programa o política de protección de datos personales. Los servicios financieros destacan sobre el resto.
- 4 de cada 10 entrevistados señala contar con al menos un mecanismo de autorregulación. Los mecanismos de autorregulación más comunes son código de conducta, sello de seguridad o confianza y firma digital.
- 41% de las empresas distribuye las bases de datos al interior de la organización; mientras que el 12% las guarda o archiva. En lo que se refiere a las transferencias, 8% las realiza a empresas subsidiarias y/o afiliadas y 6% las efectúa a empresas con quienes tiene alianzas comerciales. Por su parte, 5% remite las bases a empresas que subcontrata.
- Sólo 16% de las empresas obtiene autorización de los titulares de los datos antes de transferirlos a un tercero. La forma más común de conseguirla es por escrito o mediante formulario interno y, en segundo lugar, de manera verbal. Las empresas de servicios financieros y telecomunicaciones son las que en mayor medida mencionan pedir autorización al titular antes de transferir sus datos personales.
- 8 de cada 10 entrevistados asegura que nunca ha utilizado los datos personales para fines distintos a los que fueron recabados originalmente.
- Al ofrecerse al entrevistado opciones de respuesta acerca de medidas de seguridad implementadas, las empresas señalaron tener inventarios de datos personales y de sistemas de tratamiento de cada uno de ellos, haber definido funciones y obligaciones de quienes tratan datos personales y capacitado a su personal. En contraste, a pregunta abierta sobre qué acciones de seguridad habían llevado a cabo, contestaron espontáneamente contar con bases de datos en sistemas de cómputo, restringir el acceso a sus instalaciones o sistemas a personal autorizado, tener claves de acceso, guardar los datos bajo llave, entre otras.
- Sólo 1% refiere haber sufrido algún incidente de seguridad con sus bases de datos personales, principalmente pérdida de documentos y robo de información.

45% de las empresas cuenta con algún programa o política de protección de datos personales, el sector financiero destaca del resto



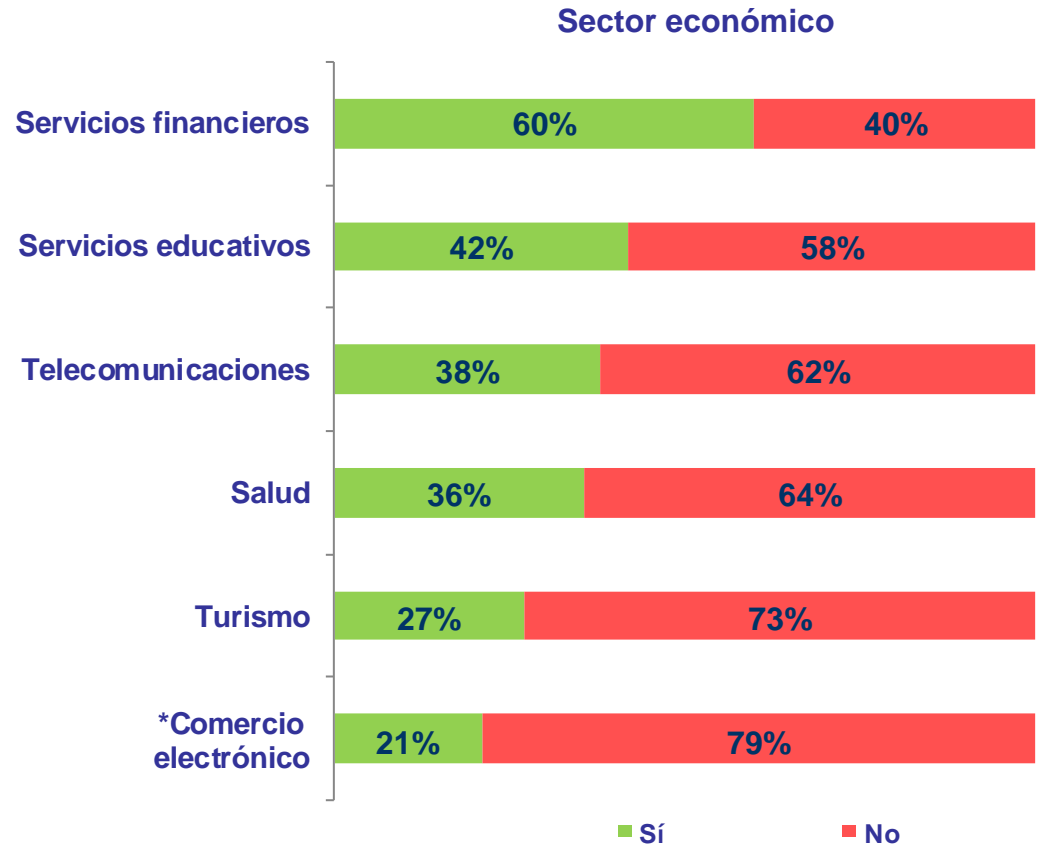
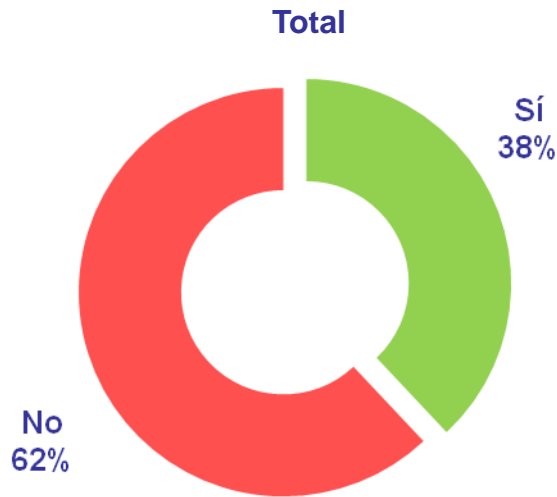
¿Su empresa cuenta con algún programa o política de protección de datos personales?

Las micro y pequeñas empresas son las que menos avanzadas están en el diseño de programas o políticas de protección de datos personales



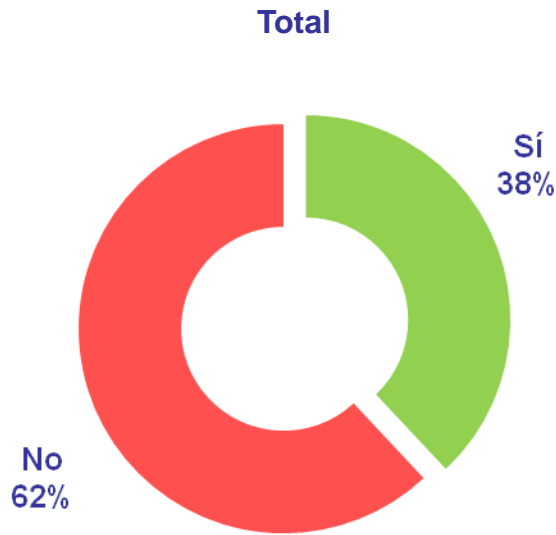
¿Su empresa cuenta con algún programa o política de protección de datos personales?

4 de cada 10 empresas tienen algún mecanismo de autorregulación, el sector financiero destaca del resto

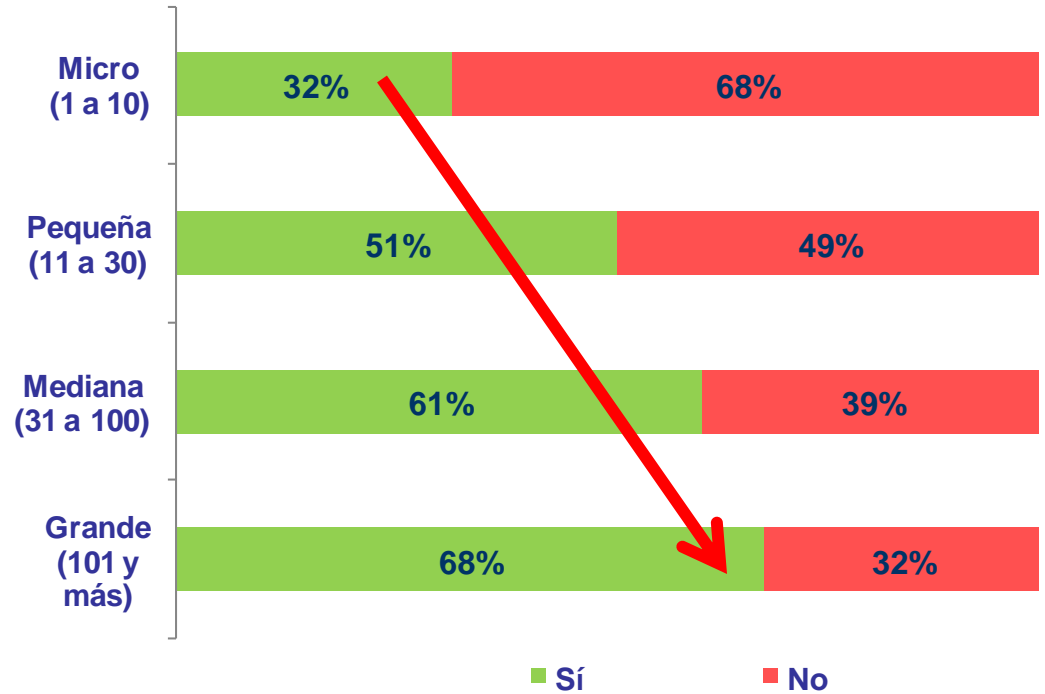


¿Su empresa cuenta con algún mecanismo de autorregulación como: código de conducta, sello de seguridad, certificación, firma digital o algún otro en materia de protección de datos personales?

Las empresas micro y pequeñas son menos proclives a tener algún mecanismo de autorregulación



Tamaño de empresa por número de empleados



¿Su empresa cuenta con algún mecanismo de autorregulación como: código de conducta, sello de seguridad, certificación, firma digital o algún otro en materia de protección de datos personales?

Los mecanismos de autorregulación más frecuentes son código de conducta, sello de seguridad/confianza y firma digital (respuesta espontánea del encuestado)



Otras menciones incluyen:

- Se guardan bajo llave
- Tener claves de acceso
- Personal autorizado
- Huella digital
- Programa especial para captura
- Firmas de personal autorizado/gerente
- Resguardo confiable en una base de datos
- Carta de confiabilidad
- Capacitación al personal
- Uso de Adobe Acrobat / PDF
- Secreto bancario
- Firma de autorización
- Auditorías internas
- Se destruye el material no ocupado
- Papel seguridad
- Cámaras de seguridad
- La nota que se le da al cliente

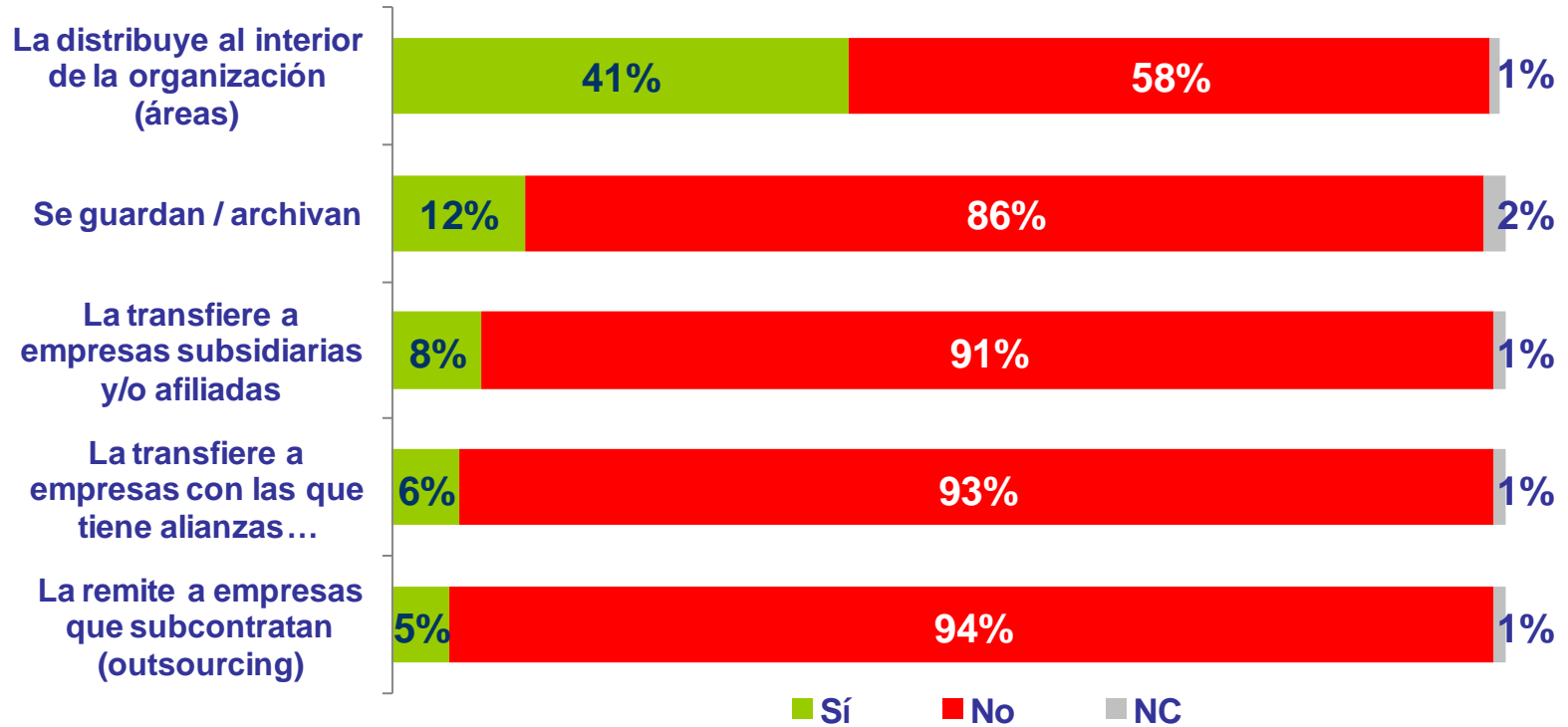
¿Su empresa cuenta con algún mecanismo de autorregulación?

¿Cuál?

Base de empresas que sí cuentan con algún mecanismo de autorregulación: 1797 entrevistas

Respuesta múltiple, no suma 100%

Transferencias y remisiones de datos personales



Una vez que su empresa recaba la información personal de sus clientes, empleados y otros, ¿qué hace con estas bases de datos?

41% de las empresas distribuye las bases de datos hacia su interior

	Base	La distribuye al interior de la organización (áreas)	Se guardan o archivan	La transfiere a empresas con las que tienen alianzas comerciales	La transfiere a empresas subsidiarias y/o afiliadas	La remite a empresas que subcontratan (<i>outsourcing</i>)
Total	4729	41%	12%	6%	8%	5%
Servicios financieros	831	52%	7%	12%	12%	7%
Salud	825	37%	11%	4%	6%	4%
Turismo	792	30%	15%	4%	3%	3%
Telecomunicaciones	675	49%	12%	11%	11%	9%
Servicios educativos	865	42%	15%	4%	5%	4%
*Comercio electrónico	741	35%	14%	5%	4%	4%
Micro y pequeña (de 1 a 30 empleados)	4391	40%	12%	6%	6%	5%
Mediana y grande (de 31 o más empleados)	338	49%	14%	12%	14%	6%

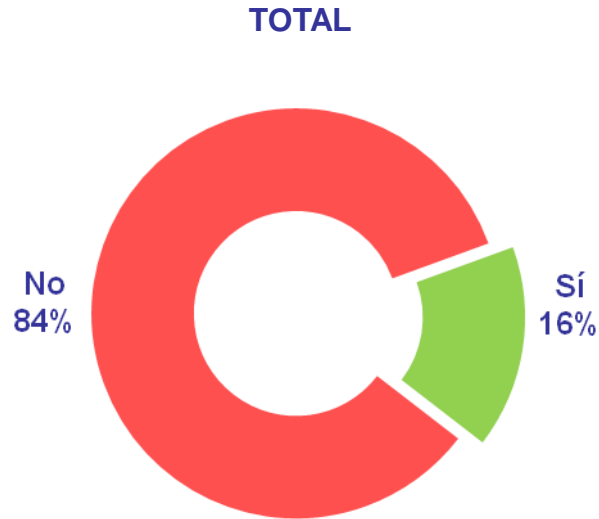
Una vez que su empresa recaba la información personal de sus clientes, empleados y otros, ¿qué hace con estas bases de datos?

Se muestra únicamente el porcentaje de quienes respondieron Sí en cada segmento.

Base: 4729 entrevistas

*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

16% pide autorización para transferir datos personales a terceros, principalmente por escrito



Formulario por escrito / formato interno	34%
Directamente del cliente / verbal	27%
Por medio de firma del cliente	14%
Llamada telefónica	11%
Internet	5%
Por contrato	4%
Otra forma	1%
No sabe	4%

Cuando su empresa transfiere los datos personales a un tercero, ¿obtiene previamente la autorización de sus clientes y, en su caso, de sus empleados para transferir esta información?

Sí, ¿cómo obtiene la autorización?

Base de empresas que obtienen autorización: 756 entrevistas.

Las empresas financieras y de telecomunicaciones son las que en mayor medida mencionan pedir autorización al titular antes de transferir sus datos personales

	Base	Sí	No
Total	4729	16%	84%
Servicios financieros	831	26%	74%
Telecomunicaciones	675	20%	80%
Salud	825	16%	84%
Servicios educativos	865	16%	84%
Turismo	792	12%	88%
*Comercio electrónico	741	8%	92%
Micro y pequeña (de 1 a 30 empleados)	4391	16%	84%
Mediana y grande (de 31 o más empleados)	338	23%	77%

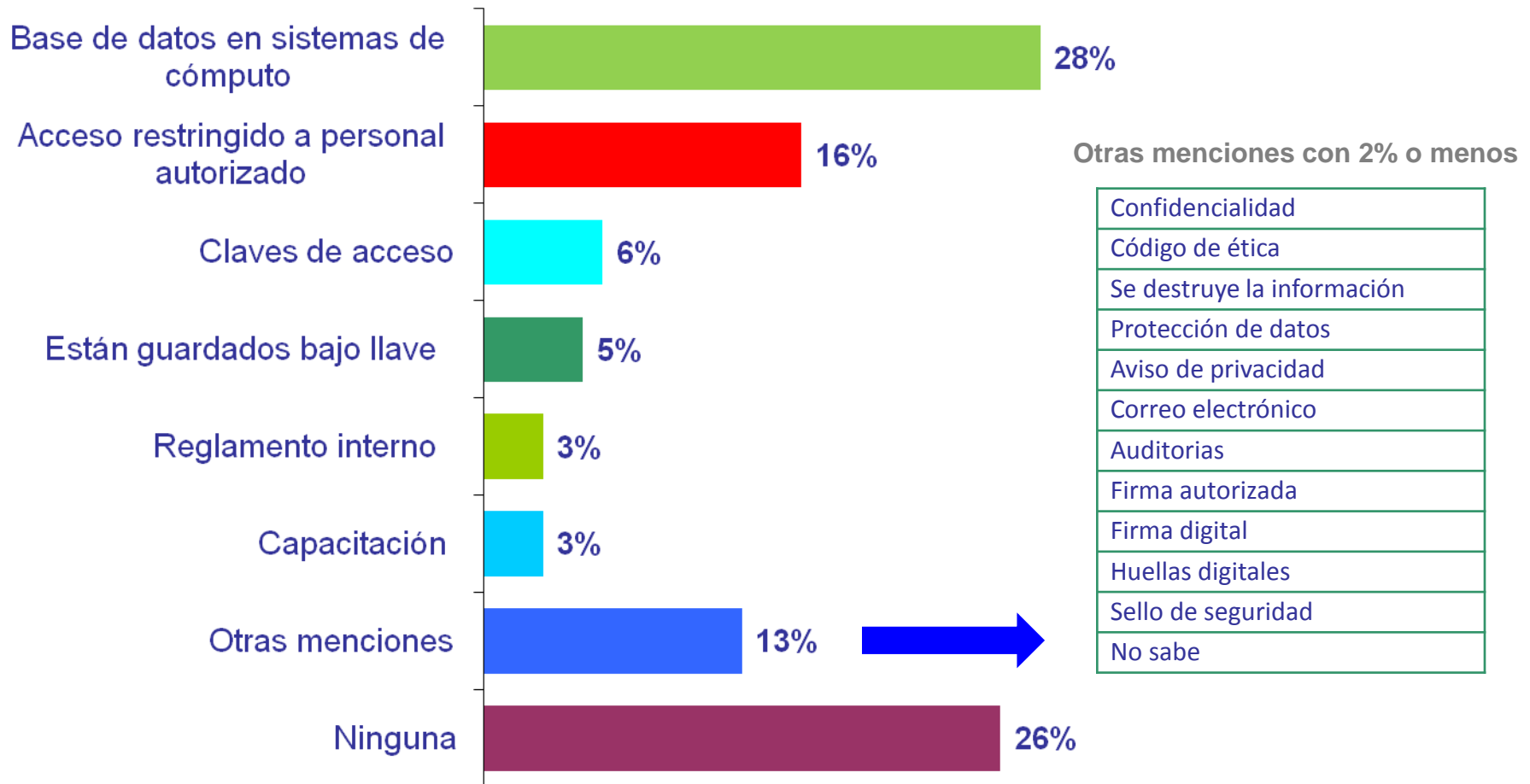
Cuando su empresa transfiere los datos personales a un tercero, ¿obtiene previamente la autorización de sus clientes y, en su caso, de sus empleados para transferir esta información?

8 de cada 10 entrevistados asegura que nunca ha utilizado los datos personales con fines distintos para los que fueron recabados



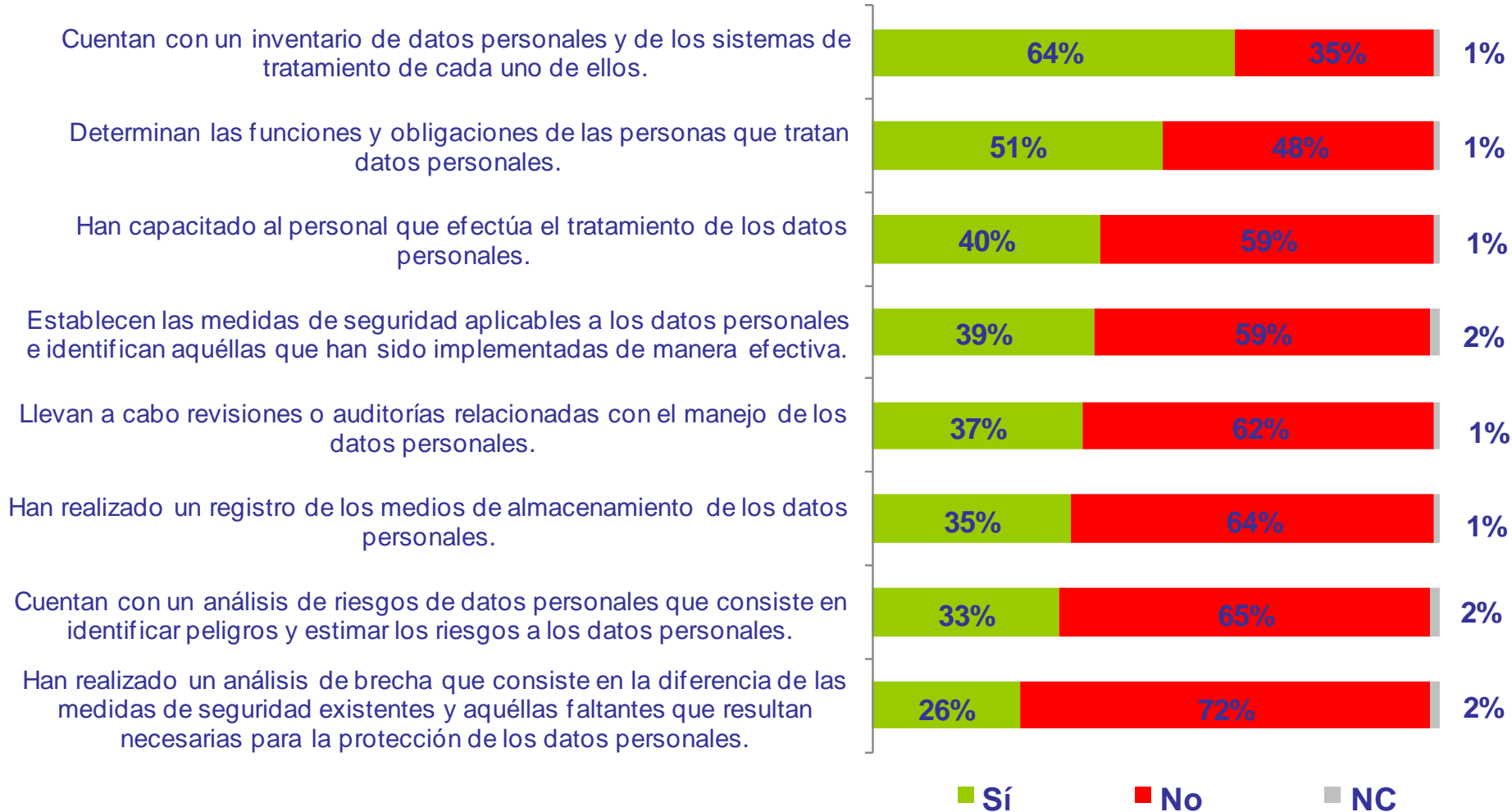
En su práctica cotidiana, ¿con que frecuencia cree que estos datos son utilizados para otros fines distintos para los que fueron recabados originalmente?

Medidas de seguridad para proteger las bases de datos personales (respuesta espontánea del encuestado)



Como parte de los procedimientos de la empresa, ¿puede decirme alguna de las acciones específicas que han realizado en materia de seguridad, tratamiento y protección de datos?

Medidas de seguridad para proteger las bases de datos personales (respuesta a opción múltiple ofrecida por el entrevistador)



De las siguientes acciones para la seguridad de los datos personales, dígame ¿cuáles conoce que han implementado en su empresa?

1% mencionó otras medidas, tales como: archivar bajo llave, cambiar registros cada mes, llevar bitácoras, tener un área especial, una red de servicio, certificaciones, y uso de huella digital.

Los sectores financiero y educativo son los que más medidas de seguridad han implementado

(respuesta a opción múltiple ofrecida por el entrevistador)

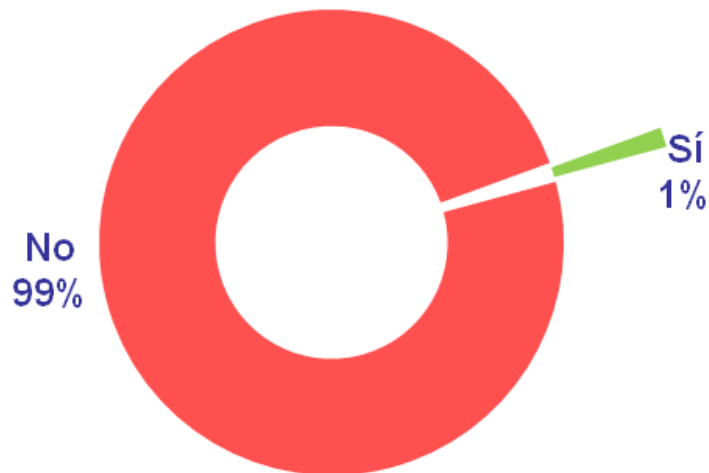
	Base	Cuentan con un inventario de datos personales y de los sistemas de tratamiento de cada uno de ellos	Determinan las funciones y obligaciones de las personas que tratan datos personales	Han capacitado al personal que efectúa el tratamiento de los datos personales	Establecen las medidas de seguridad aplicables a los datos e identifican las que implementaron de manera efectiva	Llevan a cabo revisiones o auditorías relacionadas con el manejo de los datos personales	Han realizado un registro de los medios de almacenamiento de los datos	Cuentan con un análisis de riesgos de datos personales (identificar peligros y estimar los riesgos a los datos)	Han realizado un análisis de brecha (diferencia de las medidas de seguridad existentes de aquéllas faltantes)	Alguna otra
Total	4729	64%	51%	40%	39%	37%	35%	33%	26%	1%
Servicios financieros	831	75%	65%	61%	58%	57%	52%	55%	46%	1%
Salud	825	67%	47%	36%	37%	31%	31%	30%	20%	0
Turismo	792	49%	39%	26%	28%	21%	25%	20%	14%	0
Telecomunicaciones	675	67%	53%	44%	42%	46%	37%	39%	30%	0
Servicios educativos	865	70%	62%	49%	46%	43%	42%	36%	29%	1%
*Comercio electrónico	741	53%	36%	22%	24%	22%	19%	18%	13%	1%
Micro y pequeña (de 1 a 30 empleados)	4391	63%	49%	38%	38%	35%	33%	32%	24%	0
Mediana y grande (de 31 o más empleados)	338	79%	74%	67%	60%	60%	57%	51%	46%	1%

De las siguientes acciones para la seguridad de los datos personales, dígame ¿cuáles conoce que han implementado en su empresa?*

**Se muestra únicamente el porcentaje de quienes respondieron Sí en cada segmento.

Sólo 1% manifiesta haber tenido incidentes en la seguridad de los datos personales, principalmente pérdida de documentos y robo de información

En su experiencia dentro de la empresa, ¿alguna vez le ha ocurrido algún incidente en relación a la seguridad de los datos personales como alteración, daño, pérdida, divulgación, destrucción, acceso, uso o tratamiento no autorizado?



Base: 4729 entrevistas

¿En qué consistió?

Documentos perdidos	29%
Robo de información	27%
Alteraciones de documentos / error de dedo	13%
Documentación falsa	9%
Pérdidas de base de datos por computadora dañada	6%
Fraudes	4%
El cliente se lleva sus documentos	3%
Computadora perdida	3%
Falsificación de firmas	1%
Trámites no autorizados	1%
No responde	4%

¿Cómo solucionó su empresa este problema?*

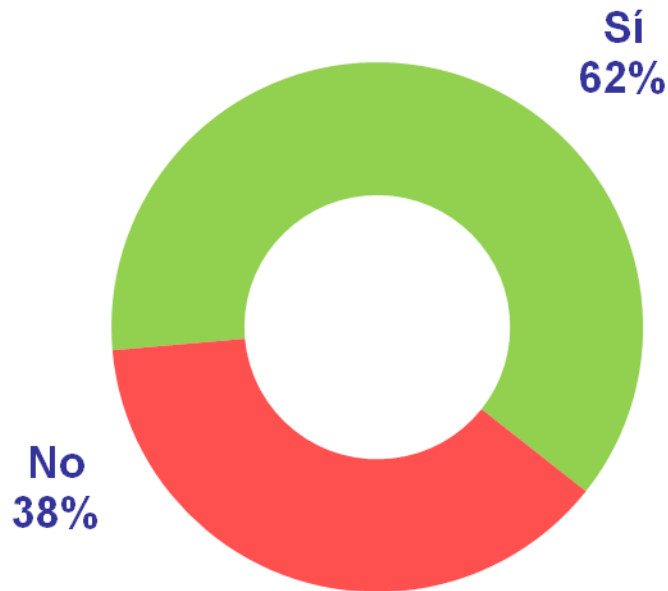
Localizando al cliente / persona	20%
Recuperación de documentos	10%
Respaldo de documentos	7%
Se cambia el sistema de resguardo	7%
Indemnización al afectado	6%
Dando mantenimiento al sistema de cómputo	6%
Teniendo copia de los documentos	6%
No sabe	3%

*Sólo se muestran las principales menciones. No suma 100%

Base de empresas en las que sí ha ocurrido algún incidente:
47 entrevistas

62% de las empresas que tuvieron incidentes en la seguridad de datos personales notificaron a los titulares de datos personales

¿Su empresa avisó a los titulares de los datos personales el incidente ocurrido?



Base de empresas en las que sí ha ocurrido algún incidente:
47 entrevistas

¿Cómo avisó su empresa a los titulares de los datos personales el incidente ocurrido?*

Directamente	63%
Vía telefónica	23%
Electrónicamente	7%
Por medio de terceras personas	5%
No responde	2%

*Sólo se muestran las principales menciones. No suma 100%

Base de empresas que notificaron a los titulares de datos personales sobre el incidente: 29 entrevistas



Atención al cliente



NOBODY'S UNPREDICTABLE

- Una tercera parte de las empresas lleva a cabo operaciones con sus clientes a través de internet. De ellas, el 48% realiza al menos la mitad de sus operaciones en línea.
- 18% de las unidades económicas cuenta con algún procedimiento para obtener la autorización de las personas para recabar, tratar, transferir o cancelar sus datos personales. Los sectores más avanzados en este tema son financiero, telecomunicaciones y servicios educativos. Las formas más frecuentes para obtener dicha autorización son: directamente de la persona, por escrito, formato interno y firma del cliente, entre otras.
- 12% de los entrevistados ha recibido alguna solicitud de acceso, rectificación, cancelación y oposición (ARCO) respecto de los datos personales que manejan, principalmente las empresas financieras, así como las de telecomunicaciones y educación.
- Los medios que han habilitado las empresas para la recepción de las solicitudes ARCO son escrito libre, correo electrónico y vía telefónica. Cabe señalar que 3 de cada 10 empresas carecen de medios para recibir este tipo de solicitudes.
- 31% de los entrevistados señaló tener un área específica o persona designada para la atención de las solicitudes ARCO. Esta tendencia ocurre en mayor medida en empresas de servicios financieros, educativos y de telecomunicaciones.

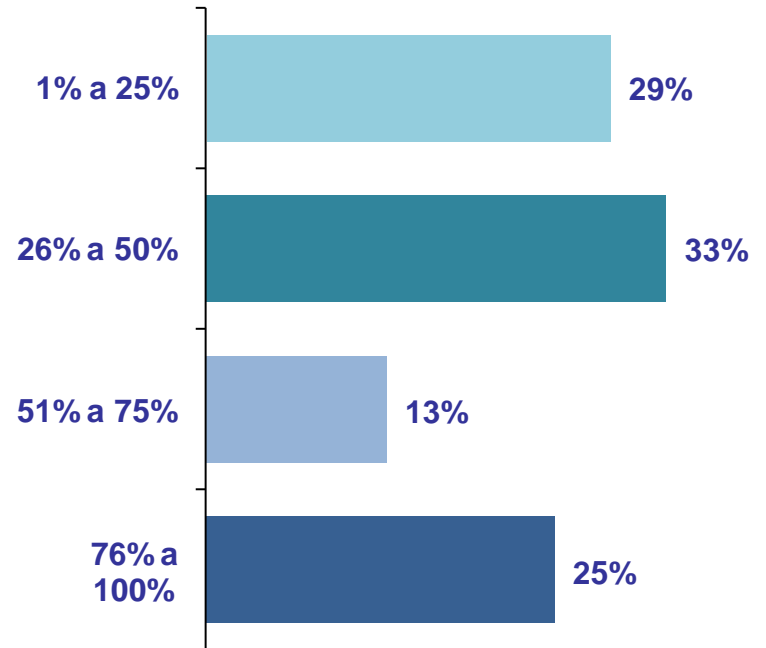
Una tercera parte de las empresas realiza operaciones por internet con sus clientes

TOTAL

No realizan operaciones con clientes por internet
68%



Sí realizan operaciones con clientes por internet
32%



Base: 4729 entrevistas

Base de empresas que realizan operaciones por internet: 1530 entrevistas

En las operaciones que realizan con sus clientes, ¿qué porcentaje realizan por medio de internet?

Servicios financieros y telecomunicaciones son los sectores que más utilizan internet para realizar sus operaciones

Porcentaje

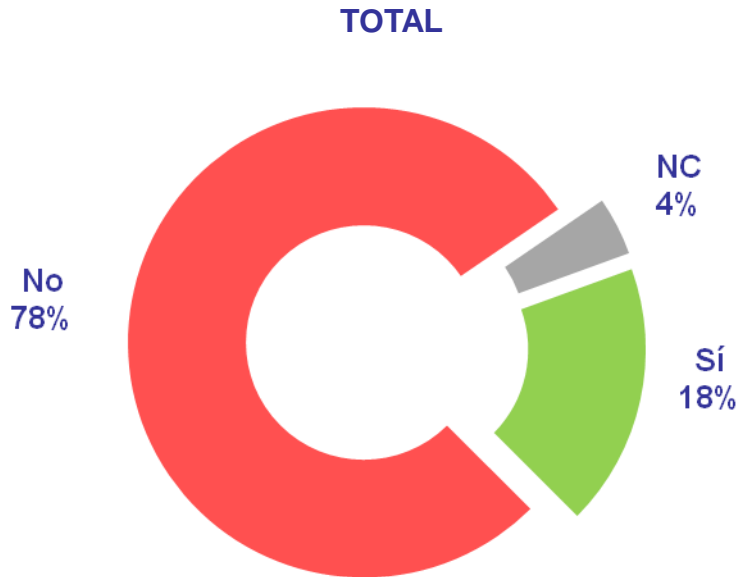
	Sí realiza operaciones por internet	Base (realizan operaciones por internet)	1 a 25%	26 a 50%	51 a 75%	76 a 100%
Total	32%	1530	29%	33%	13%	25%
Servicios financieros	52%	435	29%	30%	14%	27%
Telecomunicaciones	44%	300	22%	37%	16%	25%
Servicios educativos	37%	317	29%	31%	11%	29%
Turismo	25%	199	31%	33%	11%	25%
Salud	22%	184	41%	28%	10%	21%
*Comercio electrónico	**13%	95	44%	22%	15%	19%
Micro y pequeña (1 a 30 empleados)	31%	1355	30%	32%	13%	25%
Mediana y grande (31 o más empleados)	52%	175	25%	31%	13%	31%

En las operaciones que realizan con sus clientes, ¿qué porcentaje realizan por medio de internet?

*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

**La baja proporción de empresas que realizan operaciones por internet en el sector de Comercio Electrónico se puede explicar por el tipo de empresas agrupadas según la definición utilizada: lavanderías; tintorerías; farmacias con y sin minisúper; comercio al por menor de productos naturistas y medicamentos homeopáticos; así como comercio al por menor exclusivamente a través de internet y catálogos impresos

2 de cada 10 empresas cuentan con procedimientos de autorización para el manejo de datos personales, principalmente en medios escritos



Directamente a la persona	26%
Por escrito	21%
Formato interno	16%
Firma del cliente	13%
Internet	9%
Contrato	7%
Vía telefónica	7%
Sistema de cómputo	2%
Huella digital	1%

¿La empresa cuenta con algún procedimiento para obtener la autorización de las personas para recabar, tratar, transferir o cancelar sus datos personales?

Base: 4729 entrevistas

¿Cuál es?

Respuesta múltiple, no suman 100%

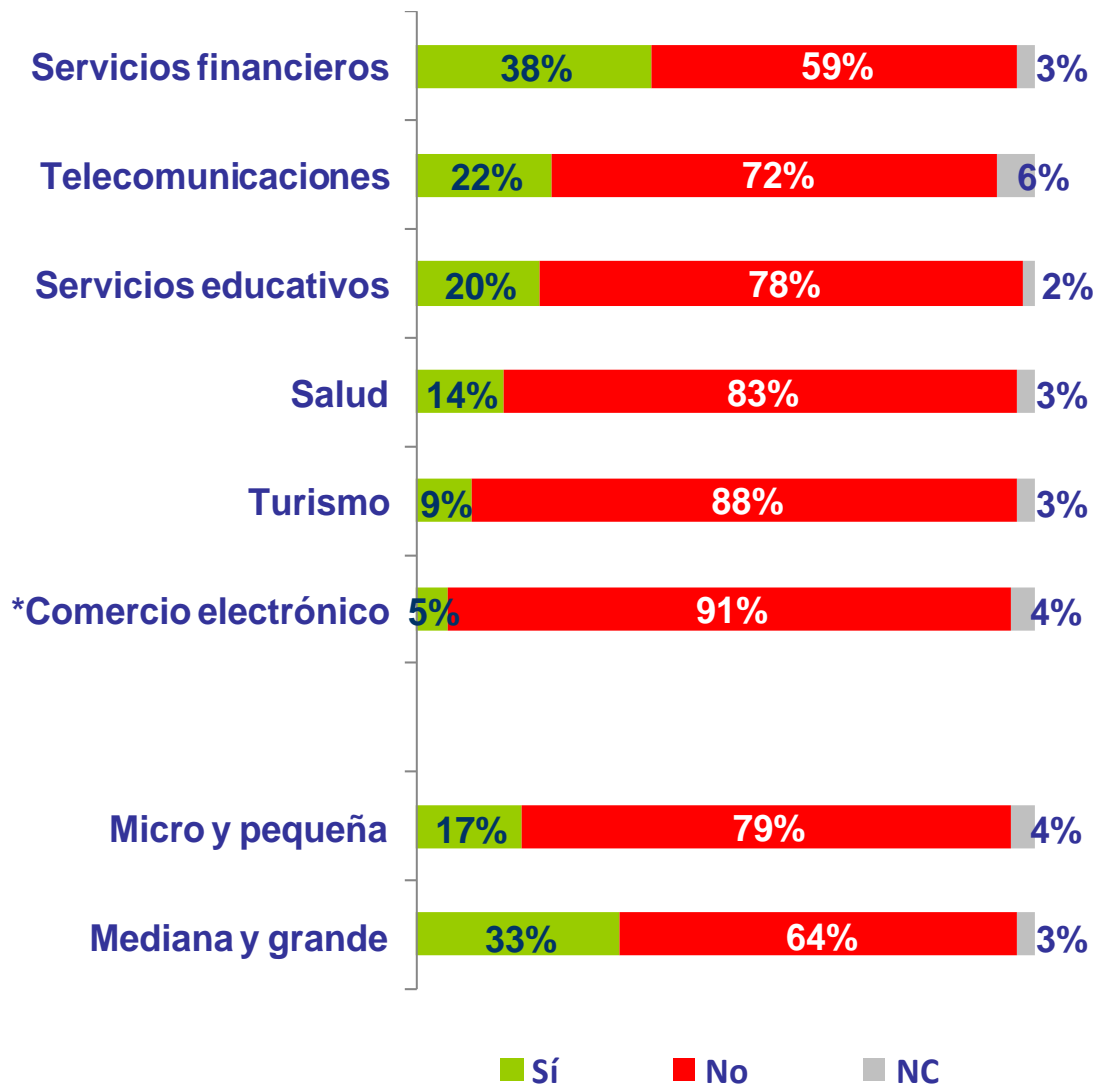
Base de empresas que cuentan con procedimientos para obtener autorización: 851 entrevistas

Los servicios financieros, de telecomunicaciones y educativos están más avanzados en obtener autorización para tratar, transferir o cancelar datos personales

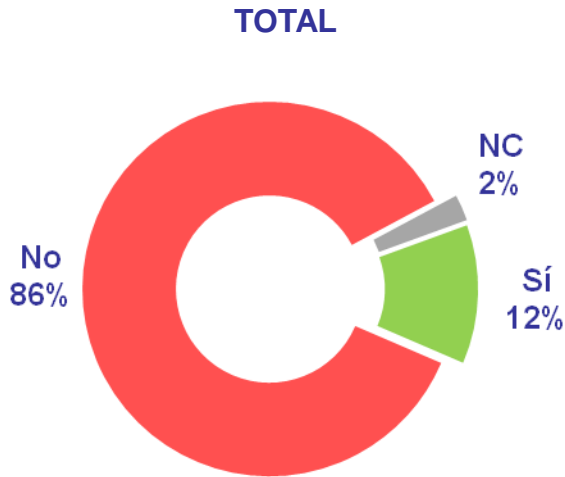
TOTAL



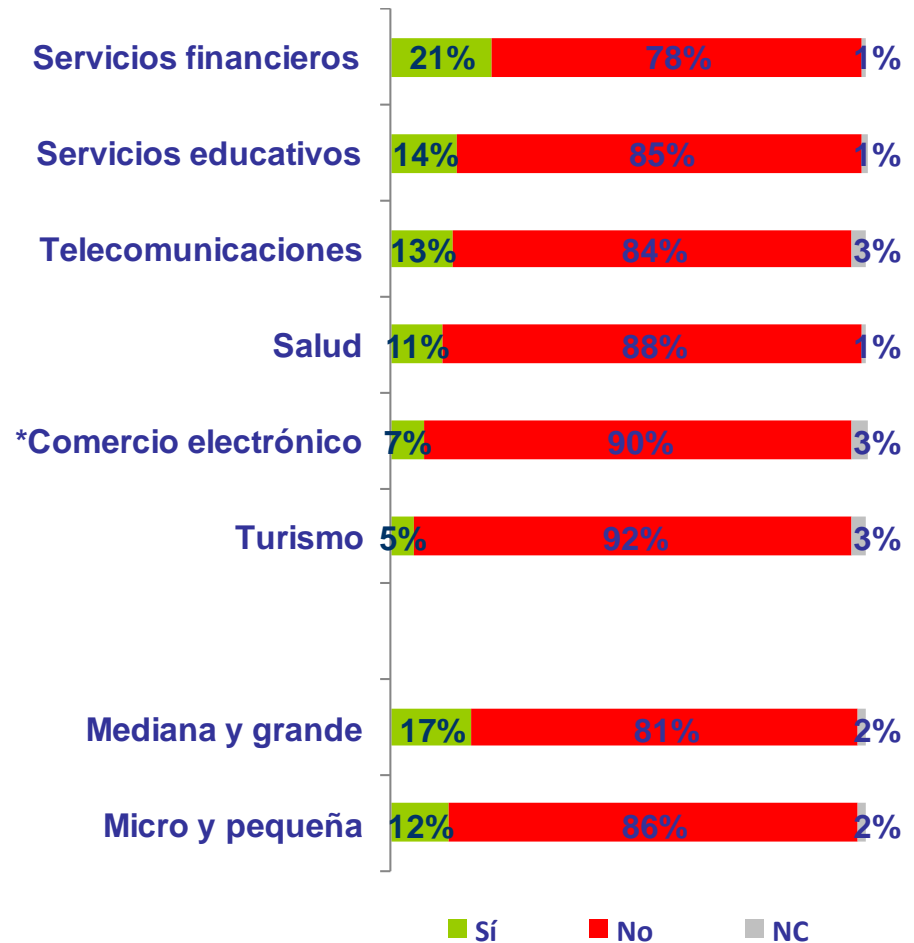
¿La empresa cuenta con algún procedimiento para obtener la autorización de las personas para recabar, tratar, transferir o cancelar sus datos personales?



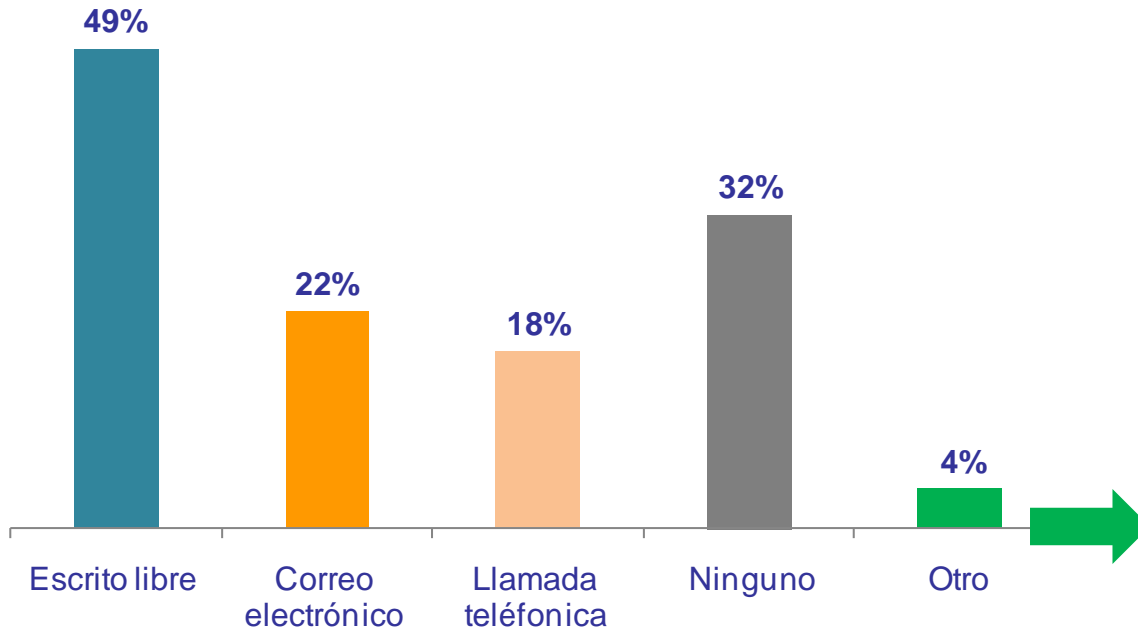
1 de cada 10 empresas ha recibido solicitudes de derechos ARCO



¿Ha recibido alguna solicitud de acceso, rectificación, cancelación y oposición en materia de datos personales?



49% de las empresas que reciben solicitudes ARCO lo hacen mediante escrito libre, mientras que 32% no tiene un medio definido



Otros incluye:

Directo con la persona
Verbal
Entrega de solicitud
Acudir a la oficina
Sistema interno de la empresa
Mensajería
Abogados / Notaria
Centro de atención al cliente
Firma del cliente

¿Cuáles son los medios que ha habilitado su empresa para la recepción de las solicitudes de acceso, rectificación, cancelación y oposición en materia de datos personales?

Respuesta múltiple, no suma 100%

Servicios financieros y telecomunicaciones son los sectores con más avances en la implementación de medios para recibir solicitudes ARCO

	Escrito libre	Correo electrónico	Llamada telefónica	Ninguno	Otro
Total	49%	22%	18%	32%	4%
Servicios financieros	55%	34%	24%	20%	5%
Salud	49%	14%	19%	34%	5%
Turismo	40%	18%	18%	39%	2%
Telecomunicaciones	50%	28%	20%	25%	4%
Servicios educativos	51%	22%	15%	33%	5%
*Comercio electrónico	45%	14%	15%	38%	2%
Micro y pequeña (1 a 30 empleados)	48%	21%	18%	32%	4%
Mediana y grande (31 o más empleados)	55%	31%	19%	24%	6%

¿Cuáles son los medios que ha habilitado su empresa para la recepción de las solicitudes de acceso, rectificación, cancelación y oposición en materia de datos personales?

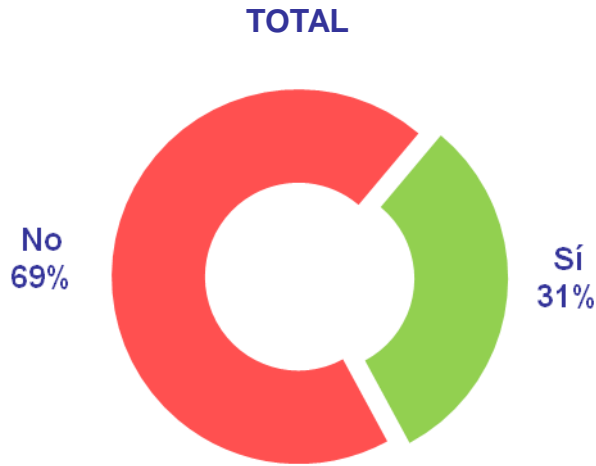
Se muestra únicamente el porcentaje de quienes respondieron Sí en cada segmento (sector y tamaño)

Respuesta múltiple, no suma 100%

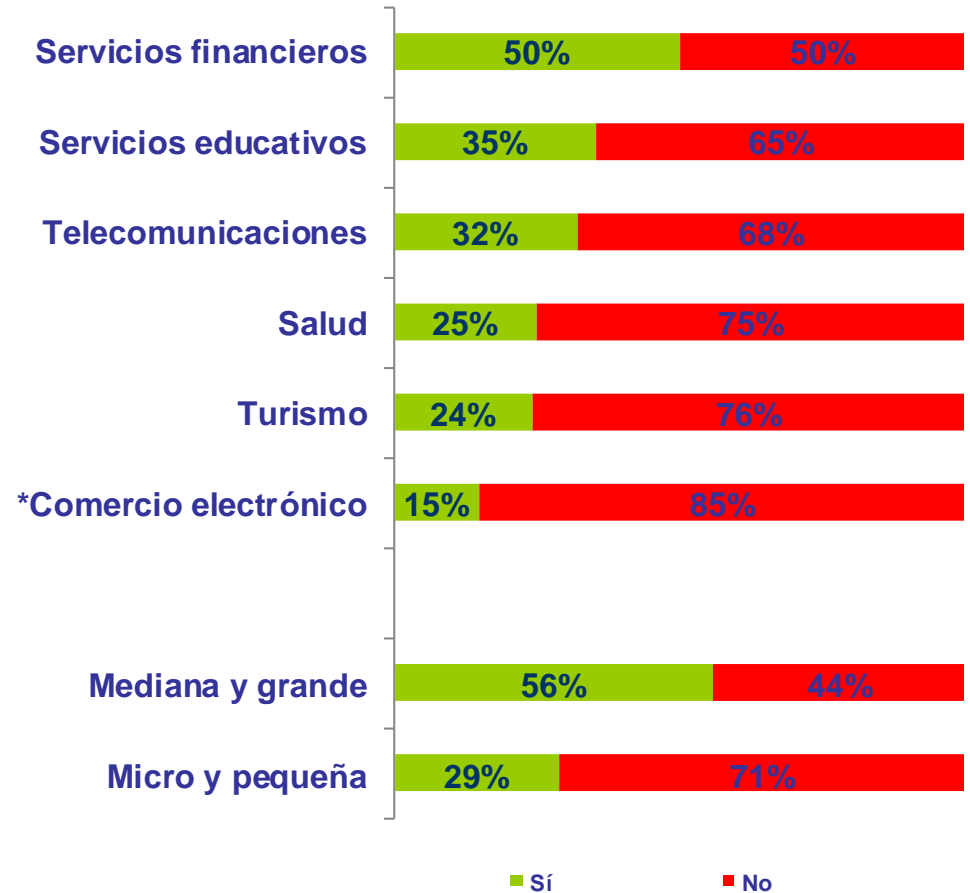
Base:4729 entrevistas

*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

Una tercera parte de las empresas tiene un área específica para atender solicitudes ARCO



¿La empresa cuenta con un área específica o persona designada para la atención a las solicitudes de acceso, rectificación y cancelación de datos personales, así como de oposición al tratamiento o uso de los mismos?



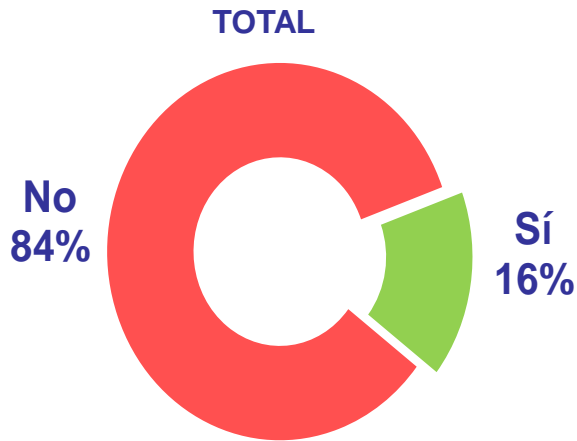
Obligaciones derivadas de la LFPDPPP

Obligaciones derivadas de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP)

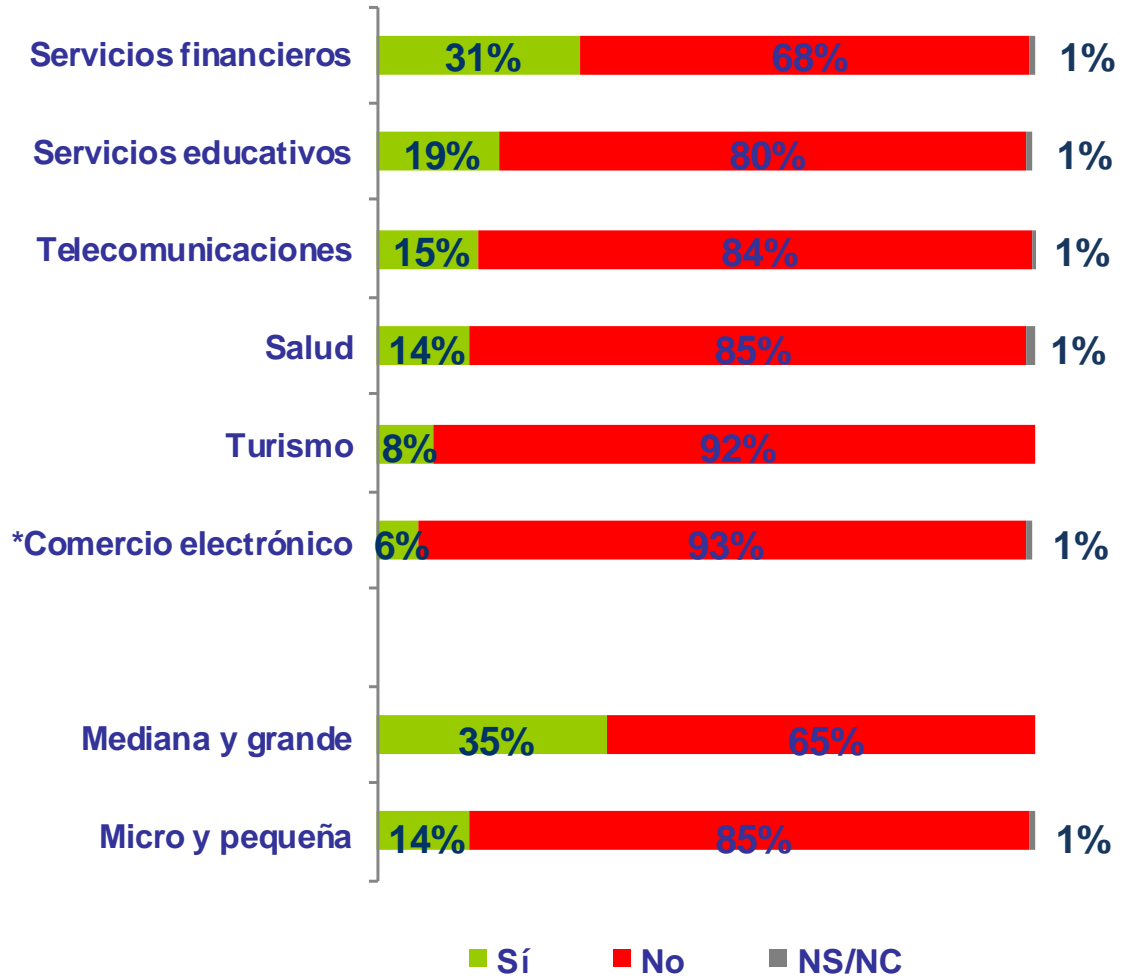
- Resultados principales -

- 84% de las empresas desconoce las obligaciones derivadas de la entrada en vigor de la LFPDPPP.
- De los entrevistados que afirmaron conocer las obligaciones de la Ley, las menciones más frecuentes son: no hacer mal uso de la información, no otorgar información a terceros y proteger los datos.
- La acción más mencionada por las empresas para atender lo dispuesto en la Ley es restringir y resguardar la información; en menor medida, los entrevistados señalaron brindar capacitación a su personal.
- En promedio, 76% de los entrevistados considera que la LFPDPPP tiene muchísima o mucha utilidad.
- Para 63% de los encuestados es muy importante que sus empresas atiendan las solicitudes ARCO de sus clientes; mientras 21% considera que esto es algo importante y 15% señala que es poco o nada importante.
- 76% de los sujetos regulados ignora las consecuencias de no cumplir con las disposiciones de la Ley.

84% de las empresas desconoce las obligaciones de la LFPDPPP



¿Conoce usted cuáles son las obligaciones de la empresa con la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?



Base: 4729 entrevistas

*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

De los que las conocen, las principales obligaciones mencionadas son: no hacer mal uso de la información, no otorgar información a terceros y proteger los datos



Otras menciones con 1% o menos

Solicitud de autorización
Control de personal
No vender información
Política de privacidad
Implementar código de ética
Auditorías constantes
Apegarse a la Ley
Capacitación de personal
Pedir autorización al cliente para trámites
Multas
No violar el secreto bancario
Mantener registros actualizados

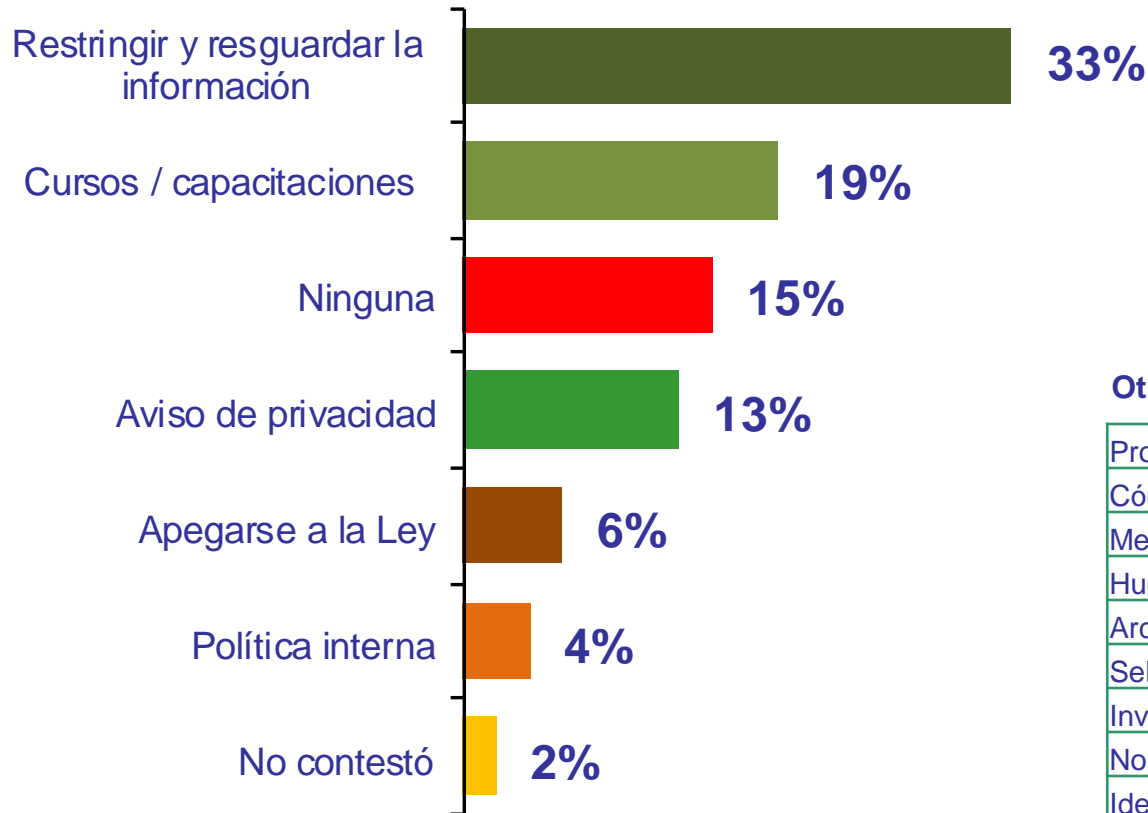
¿Conoce usted cuáles son las obligaciones de la empresa con la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

¿Cuáles son?

Base conoce las obligaciones derivadas: 756 entrevistas

Principales menciones. Respuesta múltiple, no suma 100%

Restringir y resguardar la información, así como capacitar al personal son las principales acciones tomadas para atender la Ley



Otras menciones con 3% o menos

Protección de equipos
Códigos de seguridad
Mejorar medidas de seguridad
Huellas digitales
Archivo cerrado bajo llave
Sello de calidad
Investigaciones
No conservar datos por mucho tiempo
Identificación personal

¿Qué acciones ha tomado la empresa para atender lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

Base conoce las obligaciones derivadas: 756 entrevistas

Principales menciones. Respuesta múltiple, no suma 100%

Consistentemente, por sector y tamaño, la restricción y resguardo de la información, así como la capacitación al personal, son las principales acciones tomadas para atender la LFPDPPP

	Total	Servicios financieros	Salud	Turismo	Telecomunicaciones	Servicios educativos	*Comercio electrónico	Micro y pequeña	Mediana y grande
Restringir y resguardar la información	33%	29%	32%	40%	33%	38%	16%	34%	27%
Cursos/capacitaciones	19%	23%	7%	8%	37%	17%	14%	18%	29%
Ninguna	15%	13%	21%	19%	9%	12%	31%	17%	8%
Aviso de privacidad	13%	14%	18%	13%	8%	11%	10%	13%	14%
Apegarse a la Ley	6%	6%	8%	5%	5%	6%	4%	6%	8%
Política interna	4%	3%	3%	5%	2%	9%	2%	4%	5%

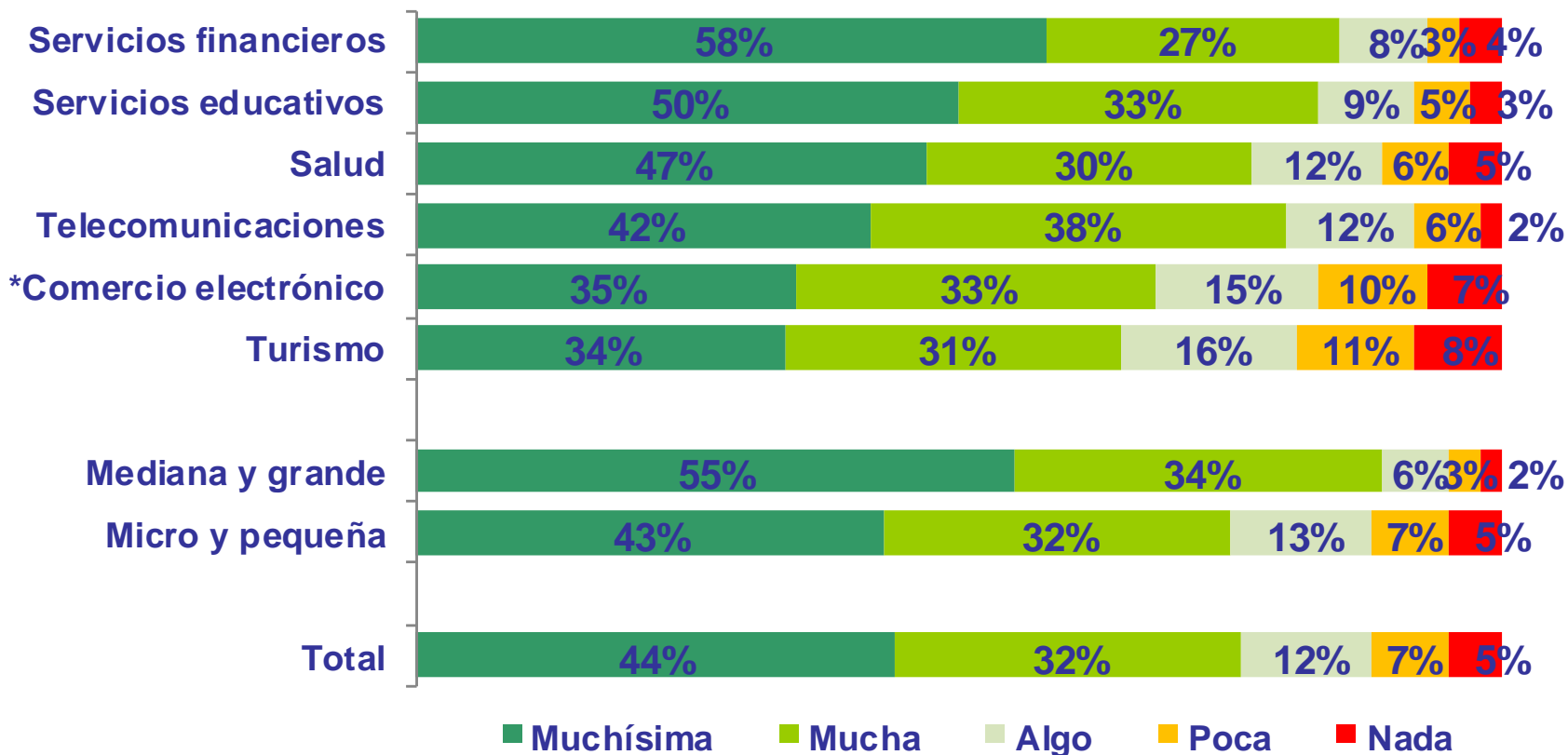
¿Qué acciones ha tomado la empresa para atender lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

Base conoce las obligaciones derivadas: 756 entrevistas

Principales menciones. Respuesta múltiple, no suma 100%

*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

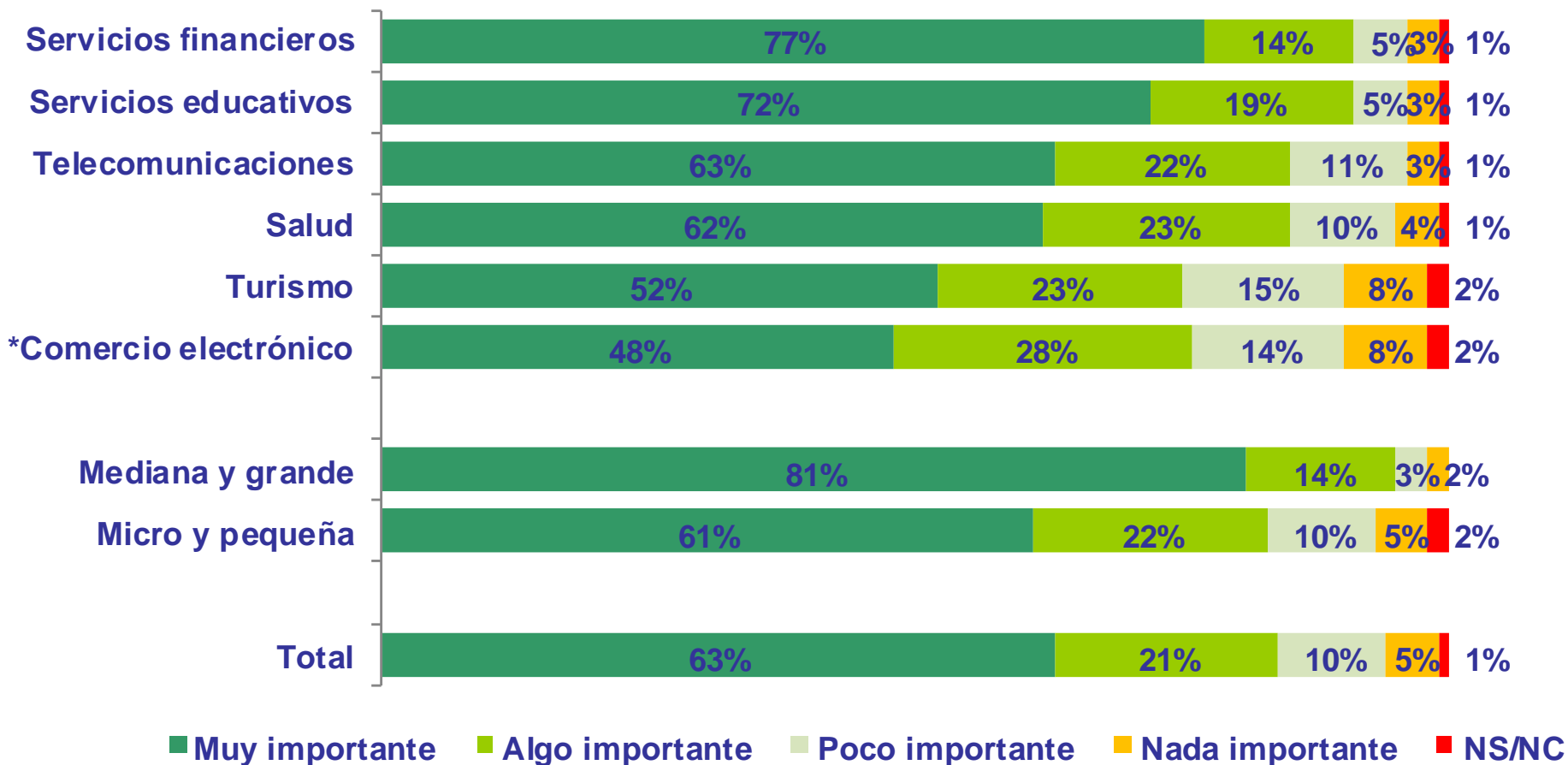
En promedio, 7 de cada 10 entrevistados considera que la LFPDPPP tiene muchísima o mucha utilidad



La Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares le da derecho a las personas, entre otras cosas, a que los datos que decidan entregar al solicitar algún servicio, realizar un trámite o hacer una compra sean resguardados y no sean compartidos con alguien más, a menos que lo autoricen

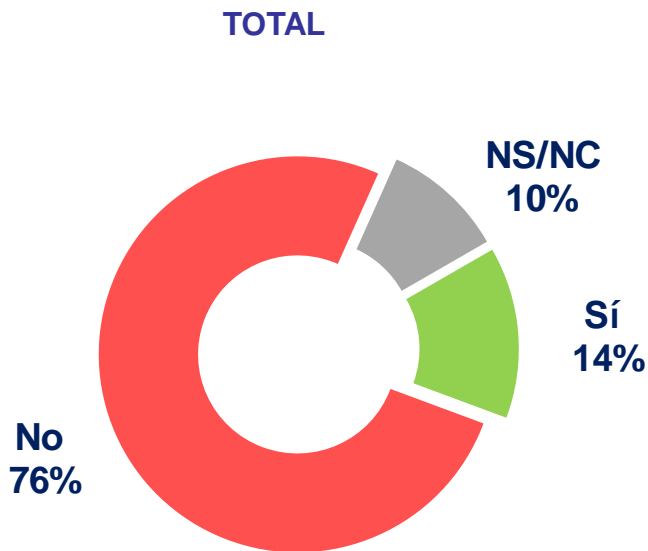
¿Qué tanta utilidad tiene para usted y su empresa esta Ley: muchísima, mucha, algo, poca o nada?

En promedio, para 6 de cada 10 empresas es muy importante atender las solicitudes ARCO

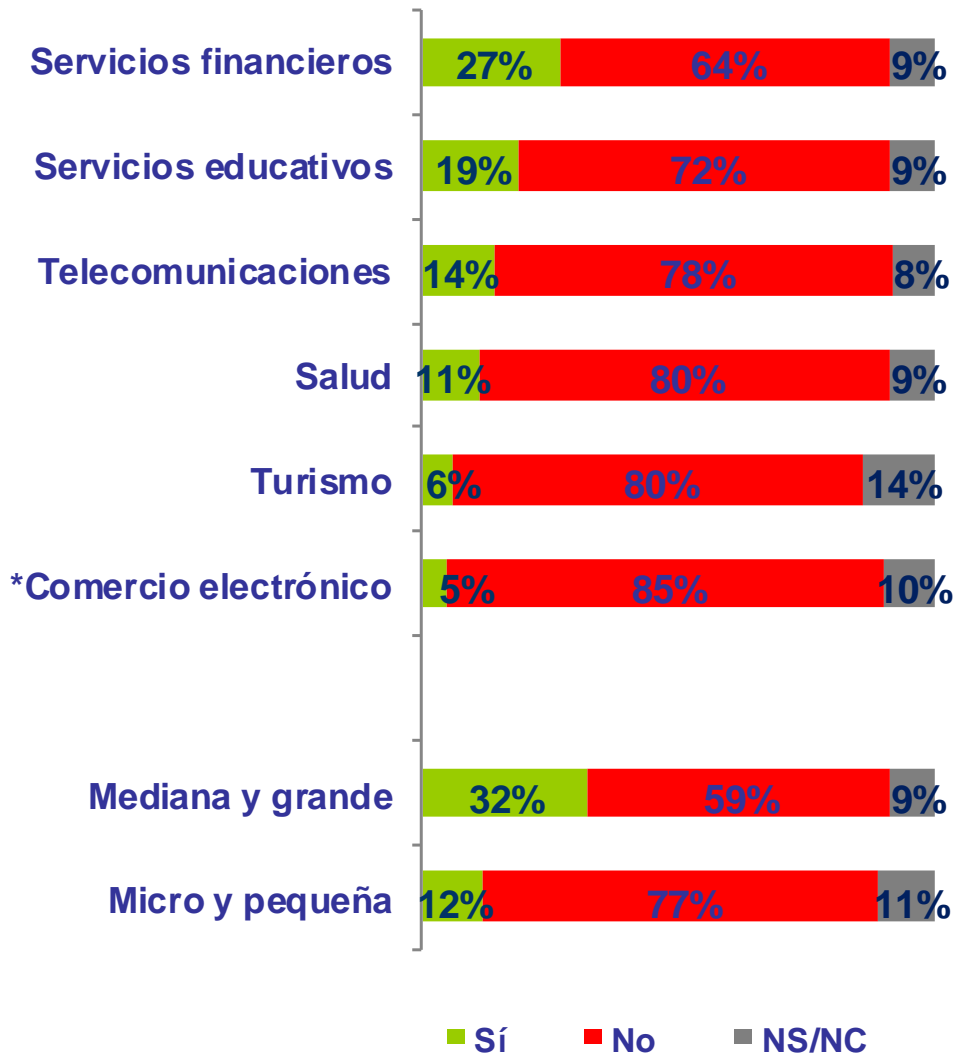


¿Qué tan importante es para su empresa atender las solicitudes de acceso, rectificación, cancelación y oposición de los datos personales de sus clientes? ¿Es muy importante, algo importante, poco importante o nada importante?

76% de los entrevistados ignora las consecuencias de no cumplir con las disposiciones de la Ley



¿Conoce cuáles son las implicaciones de que su empresa no cumpla con las disposiciones de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

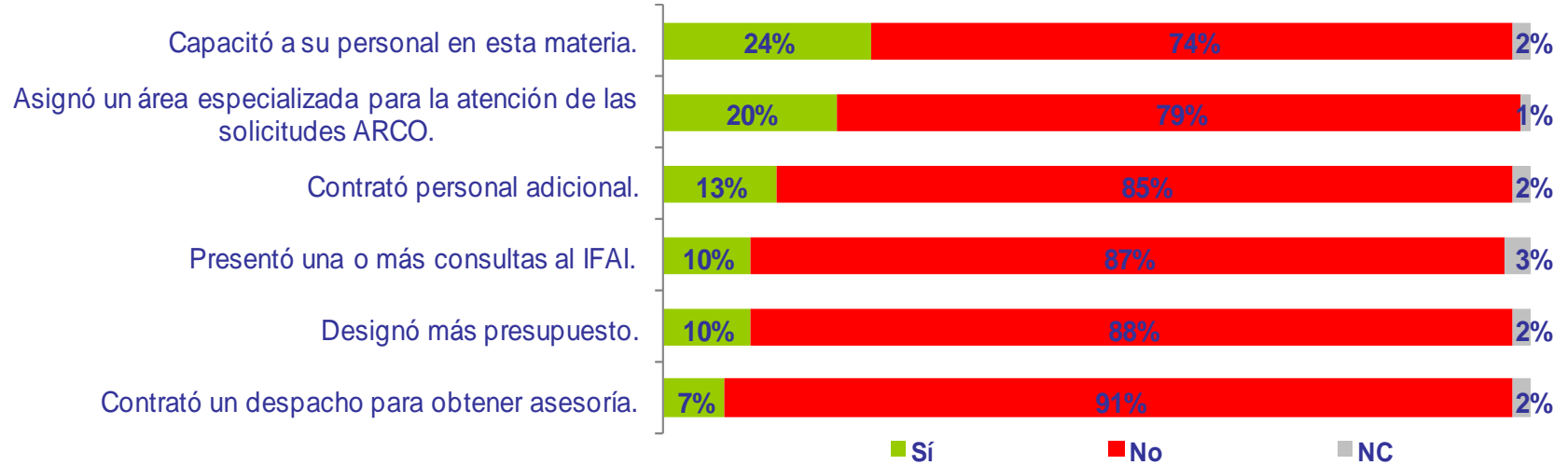


Costos y beneficios del cumplimiento de la LFPDPPP

Costos y beneficios del cumplimiento de la LFPDPPP - Resultados principales -

- Por lo general, las empresas mostraron mayor proclividad a adoptar medidas físicas y técnicas para el cumplimiento de la Ley. Sobresalen, dentro de las físicas, restringir el acceso físico a instalaciones y prevenir el daño a los equipos electrónicos; entre las técnicas, accesos a bases de datos mediante usuarios identificados y autorizados.
- En promedio, 29% de los entrevistados considera que no es difícil cumplir con lo dispuesto en la LFPDPPP.
- Entre los beneficios que la LFPDPPP representa para las empresas, los más valorados son mayor confianza de sus clientes y proveedores, así como mejor posicionamiento de mercado.
- La proporción de empresas que ha incurrido en incremento de costos de operación debido a la entrada en vigor de la Ley es, en promedio, de 13%
- 65% de los entrevistados identificó al IFAI como la institución que garantiza el derecho a la protección de los datos personales.
- 69% de los sujetos regulados están dispuestos a colaborar y ser capacitados por el IFAI para implementar las acciones necesarias para la protección de los datos personales que manejan.

La medida administrativa para cumplir con la Ley más mencionada fue capacitar al personal



Base: 4729 entrevistas

¿Qué medidas **administrativas** ha realizado su empresa a partir de la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares? Diga sí o no a las siguientes afirmaciones.

1% ¿Alguna otra?

Mayor seguridad en los datos	25%
No conozco la Ley	25%
Modificación del sistema	9%
Supervisión constante	9%
Designó más presupuesto	3%
Contrató personal adicional	3%
No contesta	26%

Base de empresas que respondieron alguna otra medida: 47 entrevistas

21% No ha tenido que modificar nada, ¿por qué?

No conozco la Ley	57%
No es necesario	27%
Ya realizaba esas medidas	9%
Tiene poco personal la empresa	3%
Es una empresa pequeña	3%
Los datos son muy sencillos	1%

Base de empresas que respondieron no ha tenido que modificar nada: 993 entrevistas

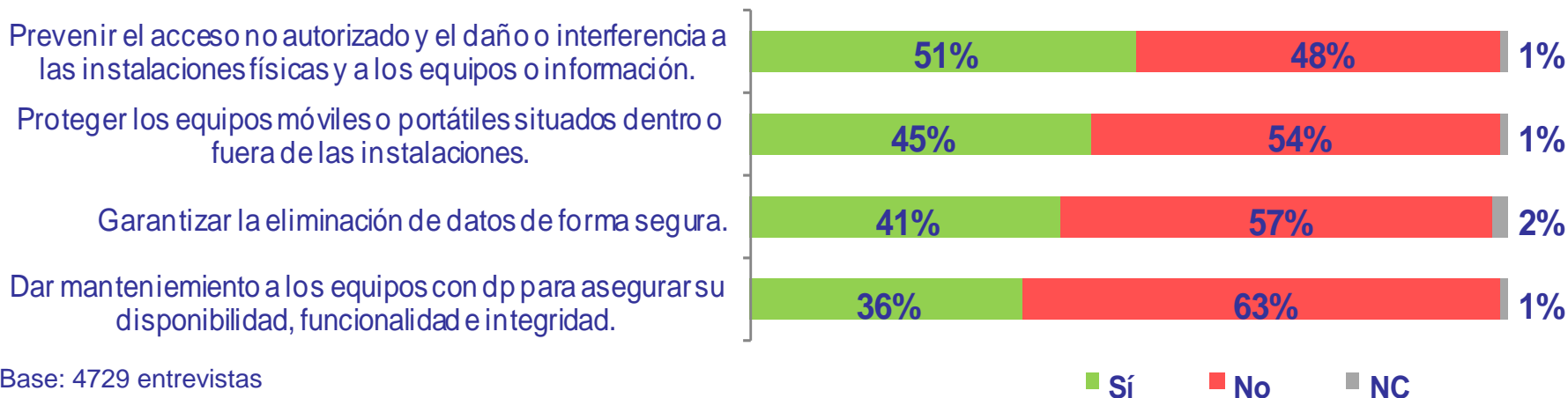
El sector financiero indicó haber tomado más medidas administrativas que los demás. Telecomunicaciones se ubica en el segundo lugar

Medidas administrativas	Sector						Tamaño	
	Servicios financieros	Salud	Turismo	Telecomunicaciones	Servicios educativos	*Comercio electrónico	Micro y pequeña	Mediana y grande
Contrató personal adicional	21%	11%	9%	18%	12%	10%	13%	15%
Asignó un área especializada para la atención de solicitudes ARCO	36%	16%	11%	25%	21%	10%	19%	35%
Contrató un despacho para obtener asesoría	12%	7%	6%	7%	6%	5%	7%	10%
Presentó una o más consultas al IFAI	18%	9%	6%	13%	9%	7%	10%	21%
Designó más presupuesto	19%	8%	5%	14%	7%	5%	9%	13%
Capacitó a su personal en esta materia	35%	19%	21%	26%	29%	13%	23%	35%

¿Qué medidas **administrativas** ha realizado su empresa a partir de la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares? Diga sí o no a las siguientes afirmaciones.

Se muestra únicamente el porcentaje de quienes respondieron Sí en cada segmento (sector y tamaño).

Se han tomado más medidas físicas que administrativas para garantizar el debido tratamiento de los datos personales



¿Qué medidas **físicas** ha tenido que implementar su empresa a partir de la entrada en vigor de la misma Ley?

1% ¿Alguna otra?

Claves de acceso a sistemas de cómputo	33%
No conozco la Ley	26%
Sólo personal autorizado tiene acceso	12%
Garantizar a clientes la privacidad	10%
Respaldo de información	7%
Es poca la información que se maneja	6%
Capacitación del personal	2%
Huella digital	2%
Departamento de riesgos	2%

Base de empresas que respondieron alguna otra medida: 47 entrevistas

14% No ha tenido que modificar nada, ¿por qué?

Desconozco la Ley	41%
No es necesario	24%
Esas medidas ya eran llevadas a cabo	10%
El sistema usado no ha tenido fallas	7%
Sólo yo (dueño) manejo esa información	3%
Es pequeña la base de datos	3%
Sólo personal autorizado tiene acceso	3%
Es pequeño el negocio	2%
No utilizamos equipos móviles	2%
Los datos se quedan en el establecimiento	1%
No guardo información en computadora	1%
No ha dado la orden a la matriz	1%
Claves de acceso para los equipos de cómputo	1%
No es obligación fiscal	1%

Base de empresas que no han tenido que modificar nada: 662 entrevistas

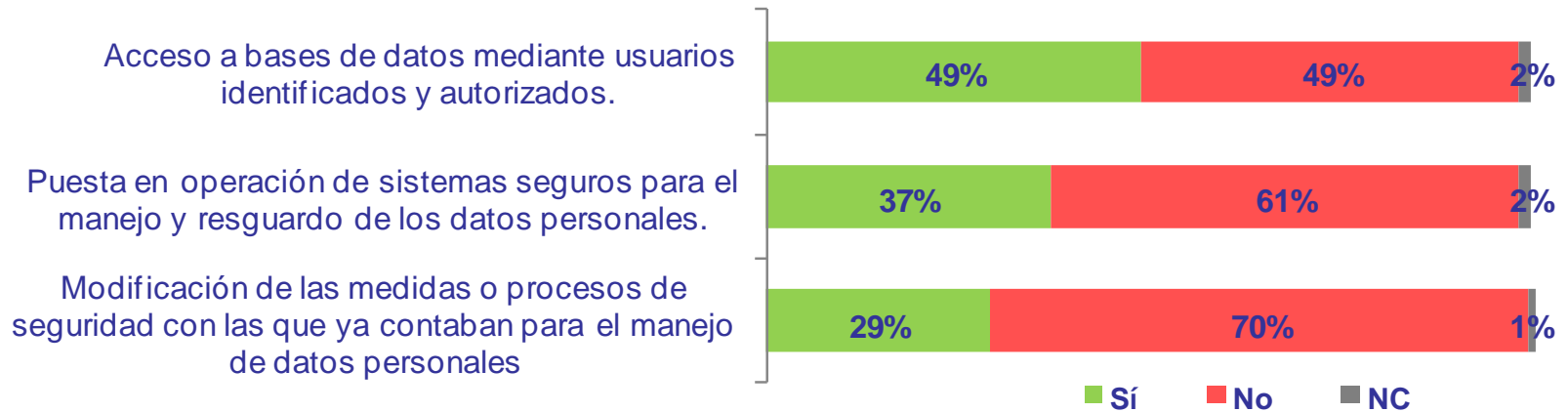
Las empresas financieras señalaron haber implementado más medidas físicas respecto del resto. En segundo y tercer lugares están servicios educativos y telecomunicaciones

Medidas físicas	Sector						Tamaño	
	Servicios financieros	Salud	Turismo	Telecomunicaciones	Servicios educativos	*Comercio electrónico	Micro y pequeña	Mediana y grande
Prevenir el acceso no autorizado, daño o interferencia a las instalaciones físicas o a sus equipos o información	61%	46%	42%	58%	57%	39%	49%	72%
Proteger sus equipos móviles o portátiles	60%	41%	34%	51%	51%	29%	43%	65%
Dotar a los equipos con datos personales de mantenimiento	52%	32%	28%	40%	42%	19%	34%	61%
Garantizar la eliminación de datos de forma segura	56%	37%	32%	46%	47%	29%	40%	60%

¿Qué medidas **físicas** ha tenido que implementar su empresa a partir de la entrada en vigor de la misma Ley?

Se muestra únicamente el porcentaje de quienes respondieron Sí en cada segmento (sector y tamaño)

Casi la mitad de los encuestados mencionó haber adoptado al menos una medida técnica para el cumplimiento de la LFPDPPP



Base: 4729 entrevistas

¿Qué medidas **técnicas** ha tenido que implementar su empresa a partir de la entrada en vigor de la misma Ley?

1% ¿Alguna otra?

Más seguridad	24%
Respaldo de información	18%
Sólo personal autorizado	13%
Claves / contraseñas	8%
Capacitaciones	8%
Modificación de las medidas o procesos de seguridad con las bases de datos	5%
Mejores programas	3%
Ninguna	18%

Base de empresas que respondieron alguna otra medida: 47 entrevistas

12% No ha tenido que modificar nada, ¿por qué?

No conoce la Ley	42%
No hay necesidad / no se requiere	34%
Ya se realizaban esas medidas	8%
Los datos se resguardan en archiveros con llave	4%
Los datos están seguros	3%
Es pequeño el negocio	3%
No hay presupuesto	1%
Son pocos los datos que se manejan	1%
Los datos sólo son manejados por el dueño	1%
Los datos sólo los maneja la matriz	1%
Otras	2%

Base de empresas que respondieron no ha tenido que modificar nada: 567 entrevistas

Los sectores financiero, telecomunicaciones y educación son los que mencionaron haber implementado medidas técnicas en mayor medida

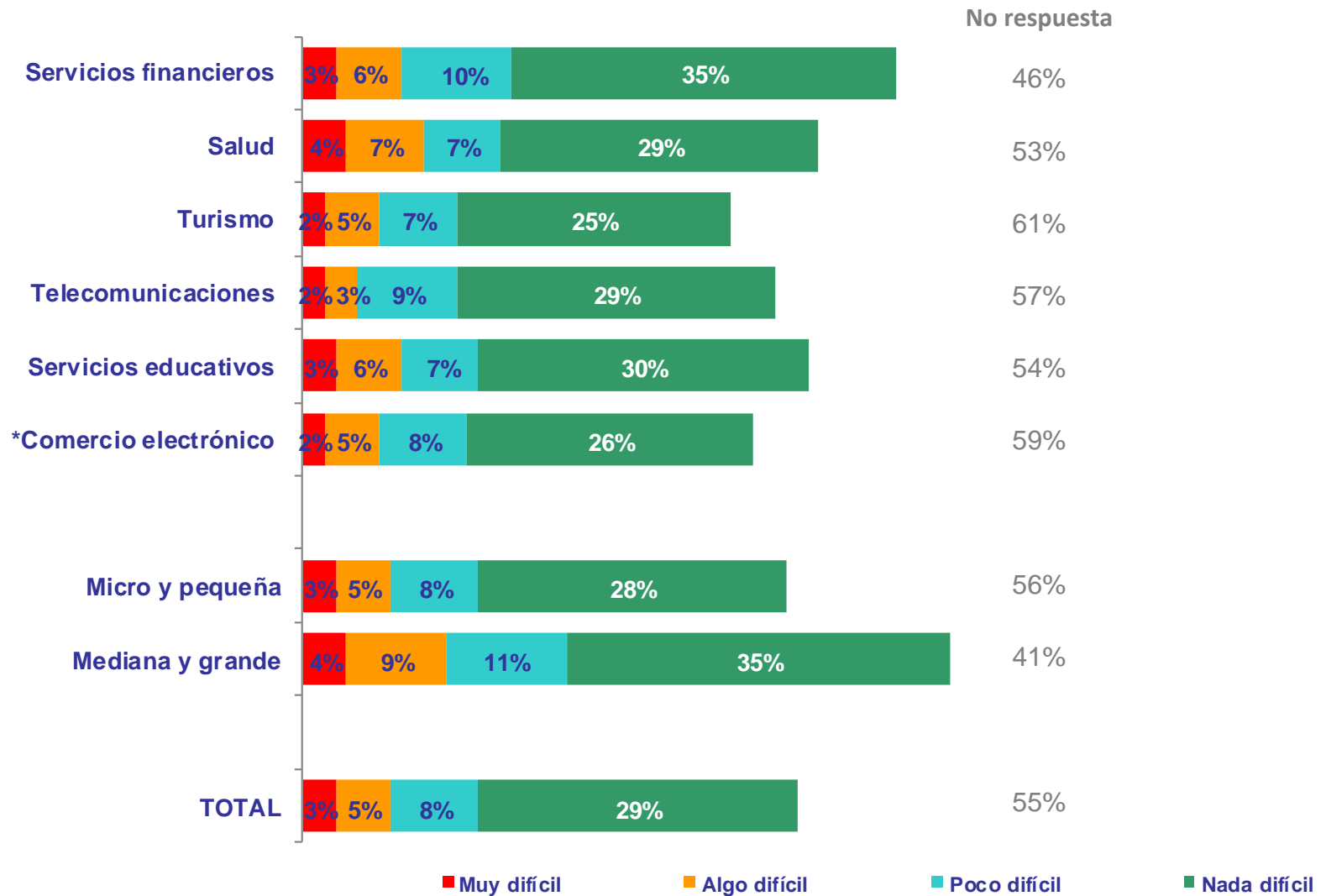
Medidas técnicas	Sector						Tamaño	
	Servicios financieros	Salud	Turismo	Telecomunicaciones	Servicios educativos	*Comercio electrónico	Micro y pequeña	Mediana y grande
Acceso a bases de datos mediante usuarios identificados y autorizados.	62%	44%	41%	55%	56%	37%	48%	71%
Puesta en operación de sistemas seguros para el manejo y resguardo de los datos personales.	55%	30%	28%	45%	42%	23%	36%	57%
Modificación de las medidas o procesos de seguridad con las que ya contaban para el manejo de datos personales.	44%	23%	22%	34%	32%	15%	27%	50%

¿Qué medidas **técnicas** ha tenido que implementar su empresa a partir de la entrada en vigor de la misma Ley?

Se muestra únicamente el porcentaje de quienes respondieron Sí en cada segmento (sector y tamaño)

Respuesta múltiple, no suma 100%

En promedio, 29% de los entrevistados dice que no resulta difícil cumplir con lo dispuesto en la Ley



En su experiencia, ¿qué tan difícil ha sido para la empresa, en general, cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

De los que consideran que es muy o algo difícil cumplir con la Ley señalan, principalmente, que es porque no la conocen

Muy o algo difícil

No conoce bien la Ley	36%
Algunas medidas ya se realizaban, pero otras no	16%
Manejan poca información	12%
Falta de costumbre	9%
No manejan mucha seguridad	8%
No hay mucho personal	4%
Protección de datos	3%
No están capacitados	2%
Es complicado	1%
Mala organización	1%
No tienen dinero para implementarla	1%
Otros	4%
NS/NC	3%

Base de empresas que consideran muy o algo difícil:
378 entrevistas

Poco o nada difícil

Ya se realizaba desde antes	27%
Manejan poca información	14%
No conocen completamente la Ley	9%
Guardan bien los datos	9%
No hay mucho personal	6%
Les falta acostumbrarse	5%
Manejan mucha seguridad	4%
No han modificado nada	3%
Es sencillo	3%
Están capacitados	2%
Cumplen la Ley	2%
No divulgan información	2%
Falta dinero para implementarla	2%
Otros	7%
NS/NC	5%

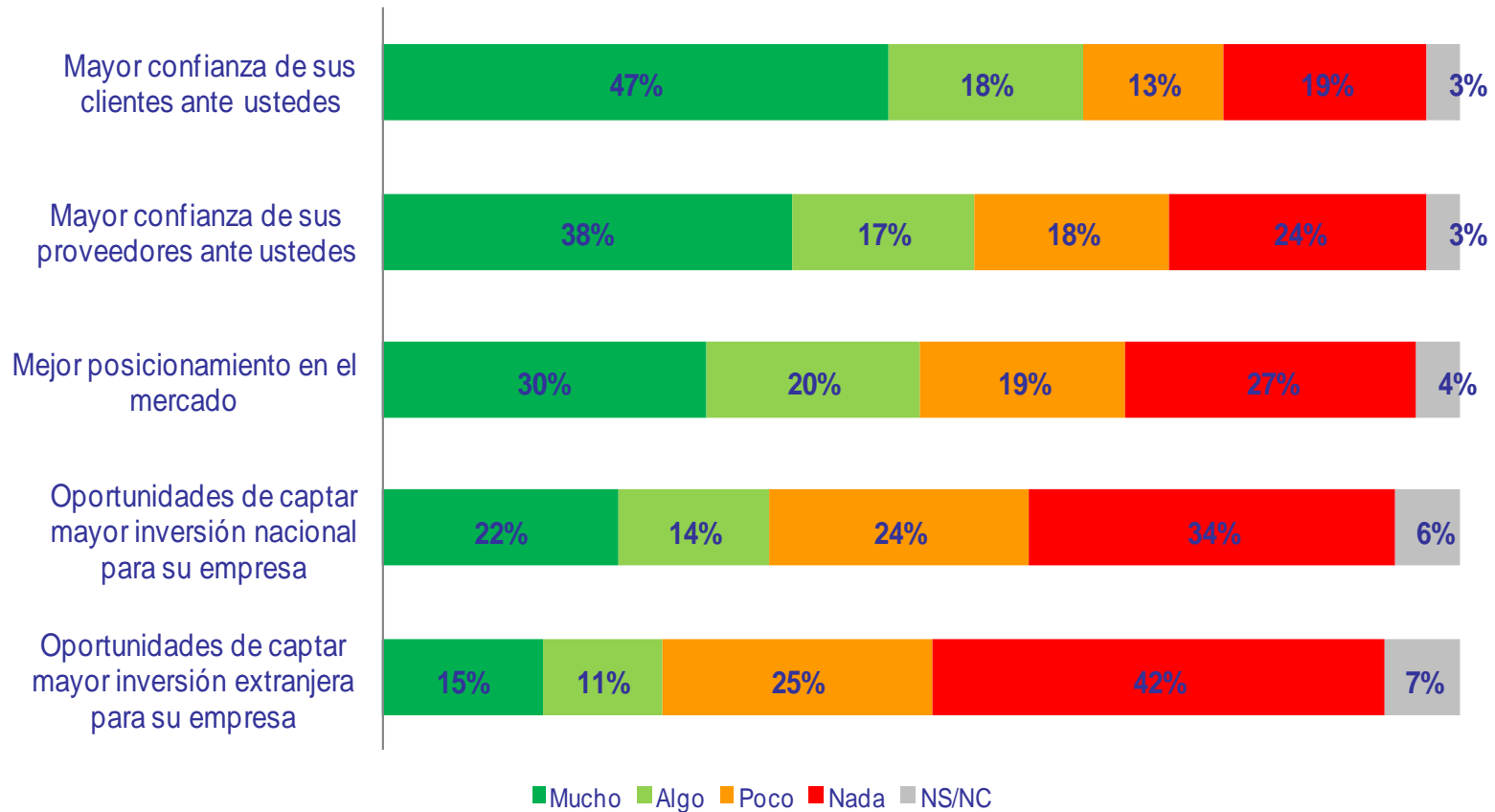
Base de empresas que consideran poco o nada difícil:
1749 entrevistas

En su experiencia, ¿qué tan difícil ha sido para la empresa, en general, cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

¿Por qué considera que ha sido así de difícil?

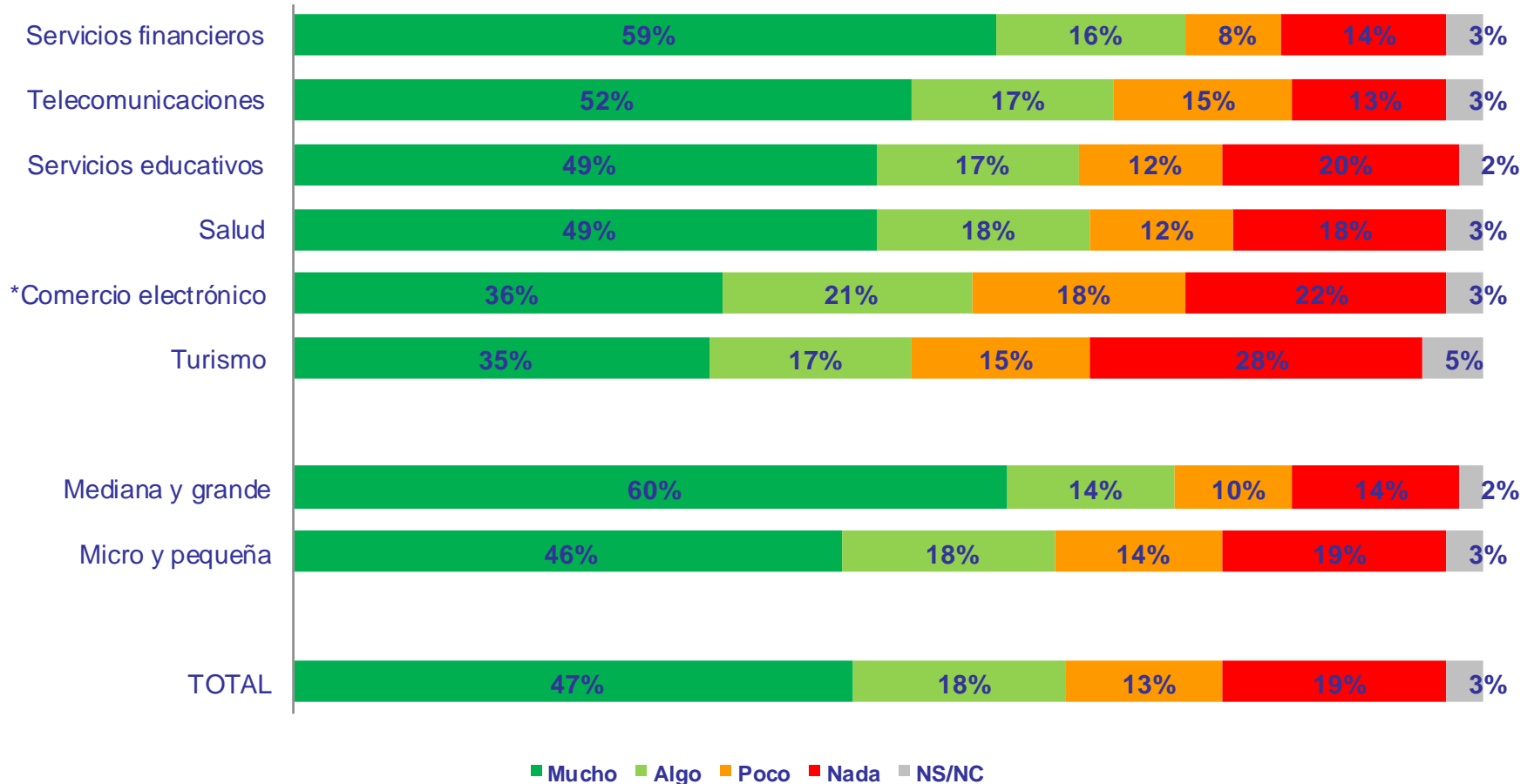
Menciones principales, no suman 100%

Beneficios más valorados de la Ley



De las siguientes opciones que le voy a mencionar, dígame ¿qué tanto cree usted que le beneficia a la empresa el cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?, usted diría que le beneficia mucho, algo, poco o nada.

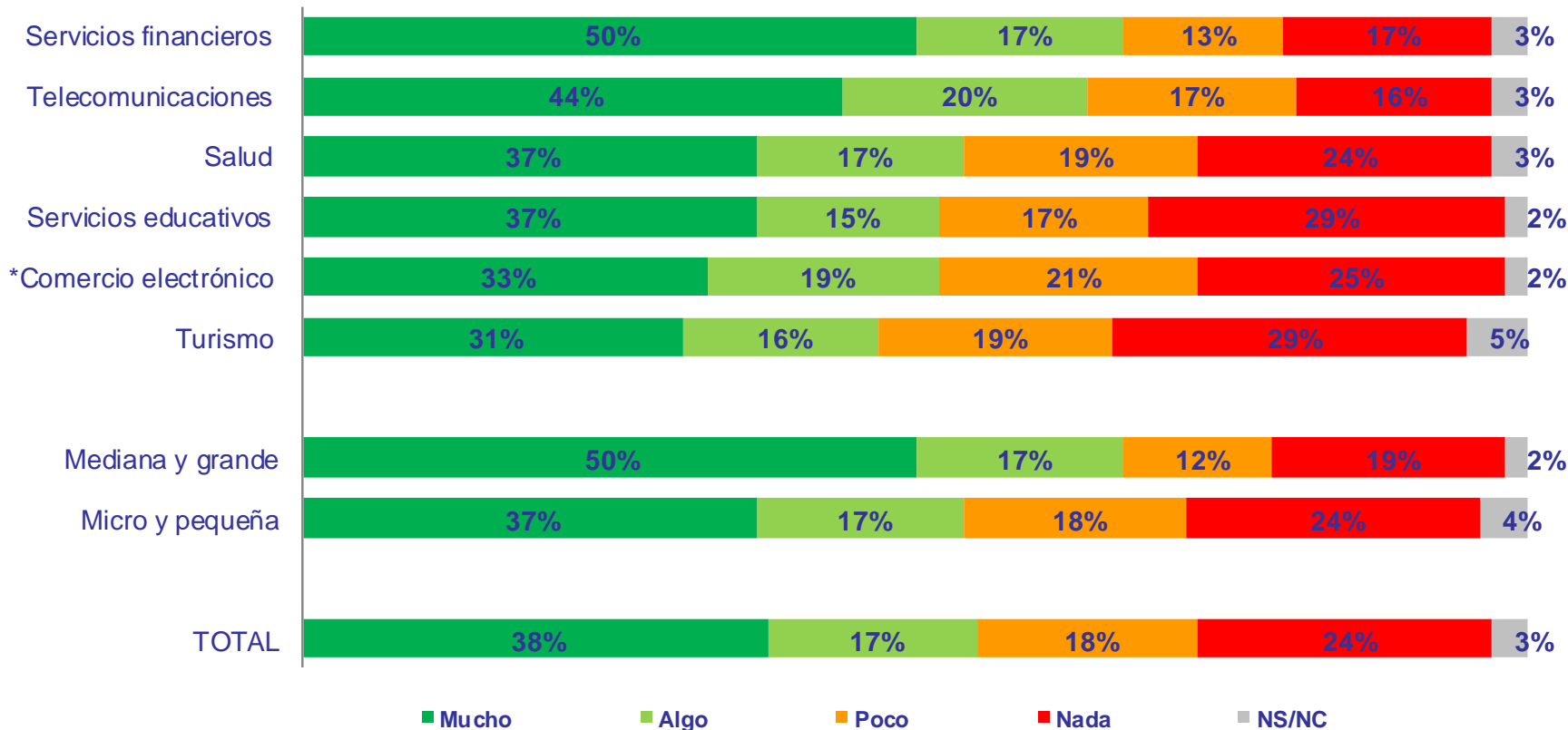
En promedio, 6 de cada 10 sujetos regulados consideran algo o muy importante el efecto de generar confianza en sus clientes



De las siguientes opciones que le voy a mencionar (**mayor confianza de sus clientes ante usted**), dígame ¿qué tanto cree que le beneficia a la empresa el cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?, usted diría que le beneficia mucho, algo, poco o nada.

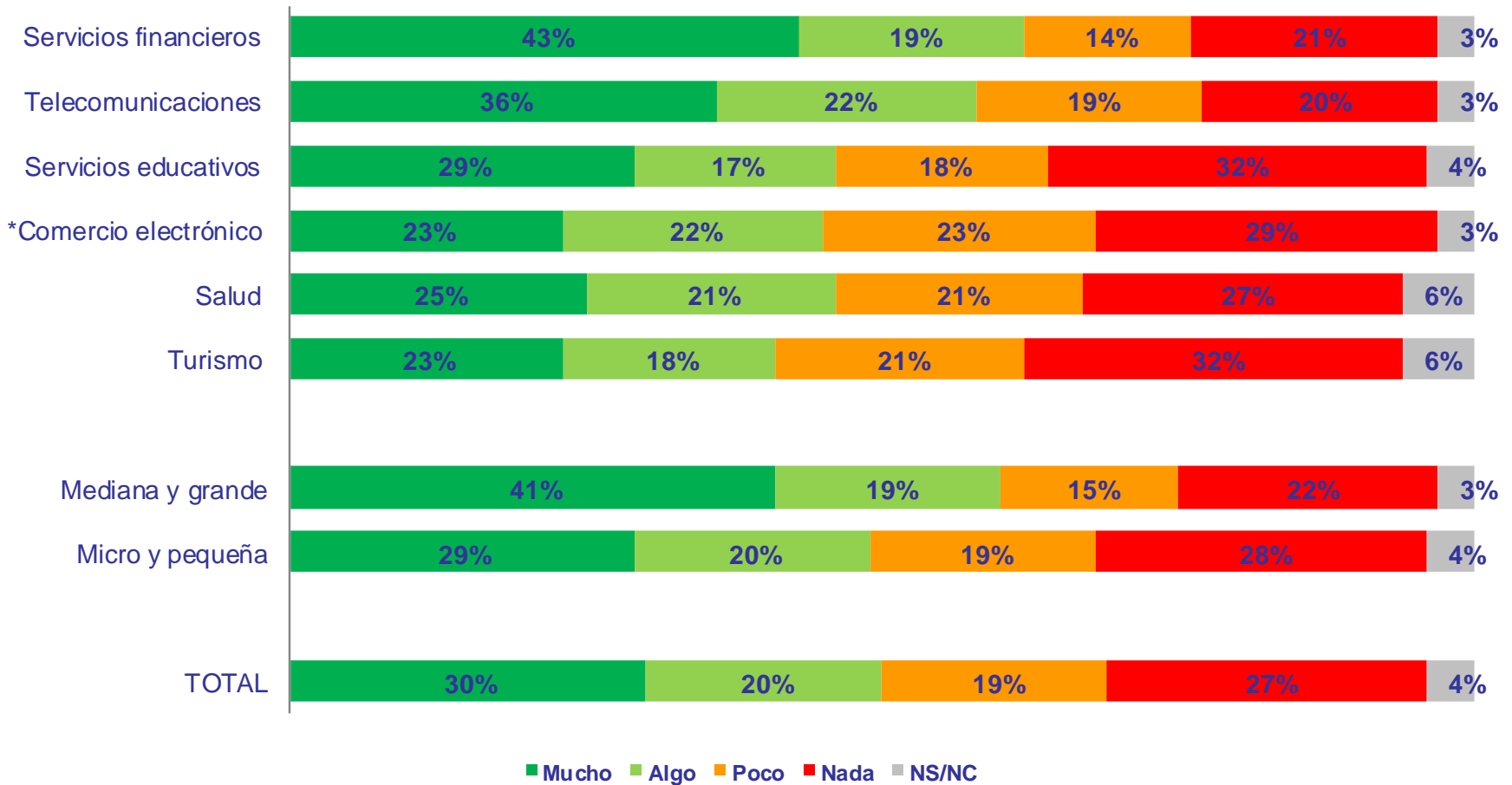
*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

En promedio, 55% de los entrevistados estiman algo o muy importante el efecto de generar confianza en sus proveedores



De las siguientes opciones que le voy a mencionar (**mayor confianza de sus proveedores ante usted**), dígame ¿qué tanto cree que le beneficia a la empresa el cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?, usted diría que le beneficia mucho, algo, poco o nada.

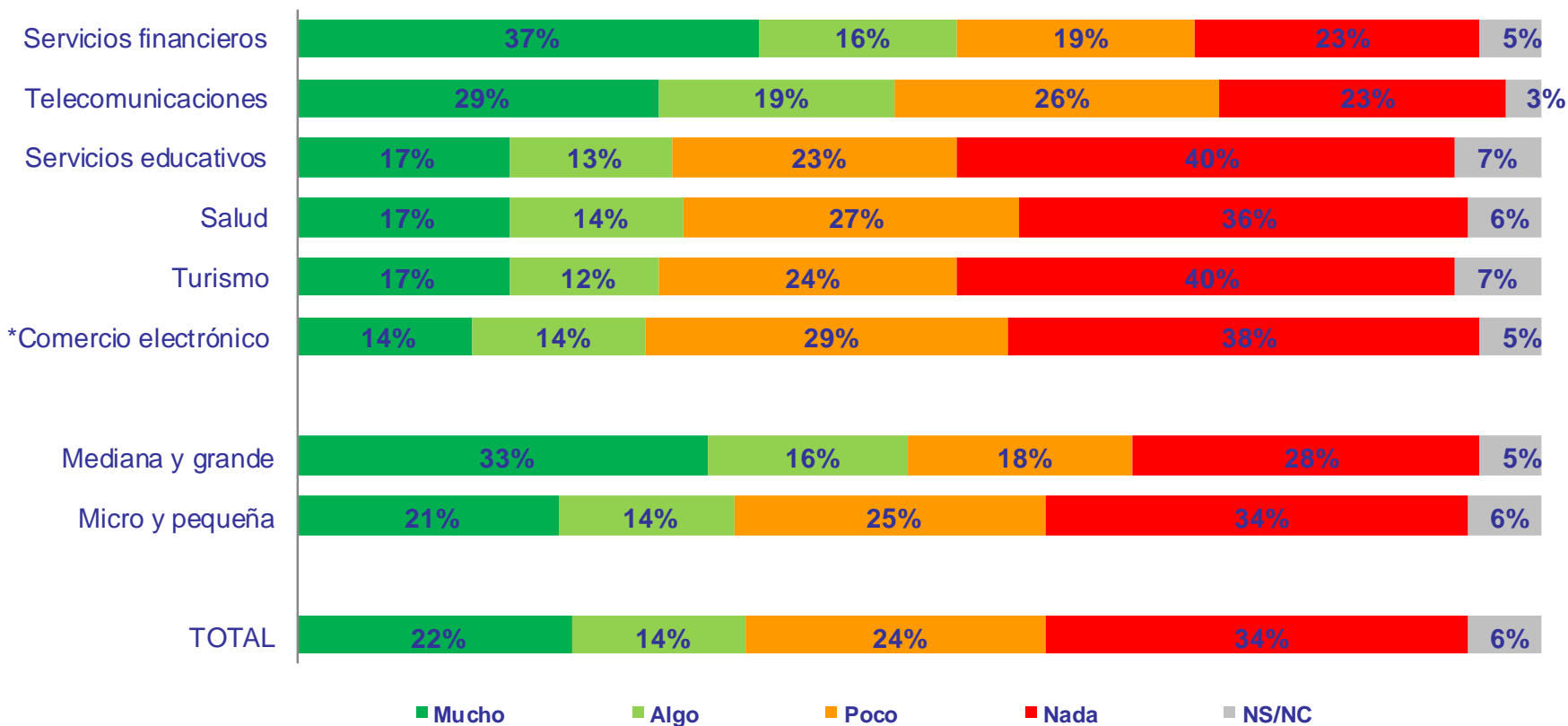
En promedio, 5 de cada 10 empresas creen que es muy o algo importante el efecto de mejorar su posicionamiento de mercado



De las siguientes opciones que le voy a mencionar (**mejorar su posicionamiento de mercado**), dígame ¿qué tanto cree usted que le beneficia a la empresa el cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?, usted diría que le beneficia mucho, le beneficia algo, le beneficia poco o no le beneficia en nada.

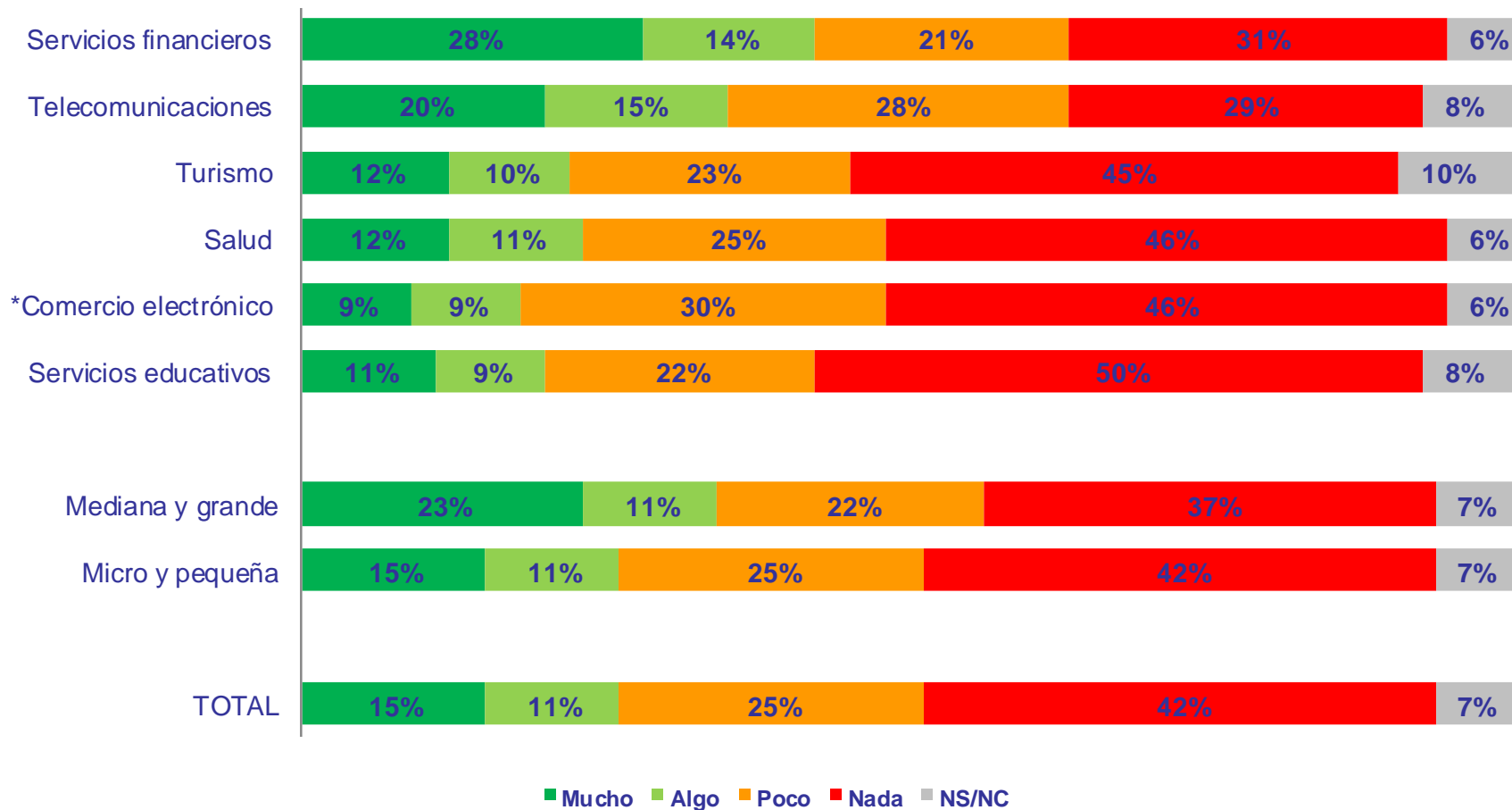
*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

En promedio, 22% de las unidades económicas ven muy importante el efecto de incrementar la inversión nacional en su empresa



De las siguientes opciones que le voy a mencionar (oportunidad de captar mayor inversión nacional para su empresa), dígame ¿qué tanto cree que le beneficia a la empresa el cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?, usted diría que le beneficia mucho, le beneficia algo, le beneficia poco o no le beneficia en nada.

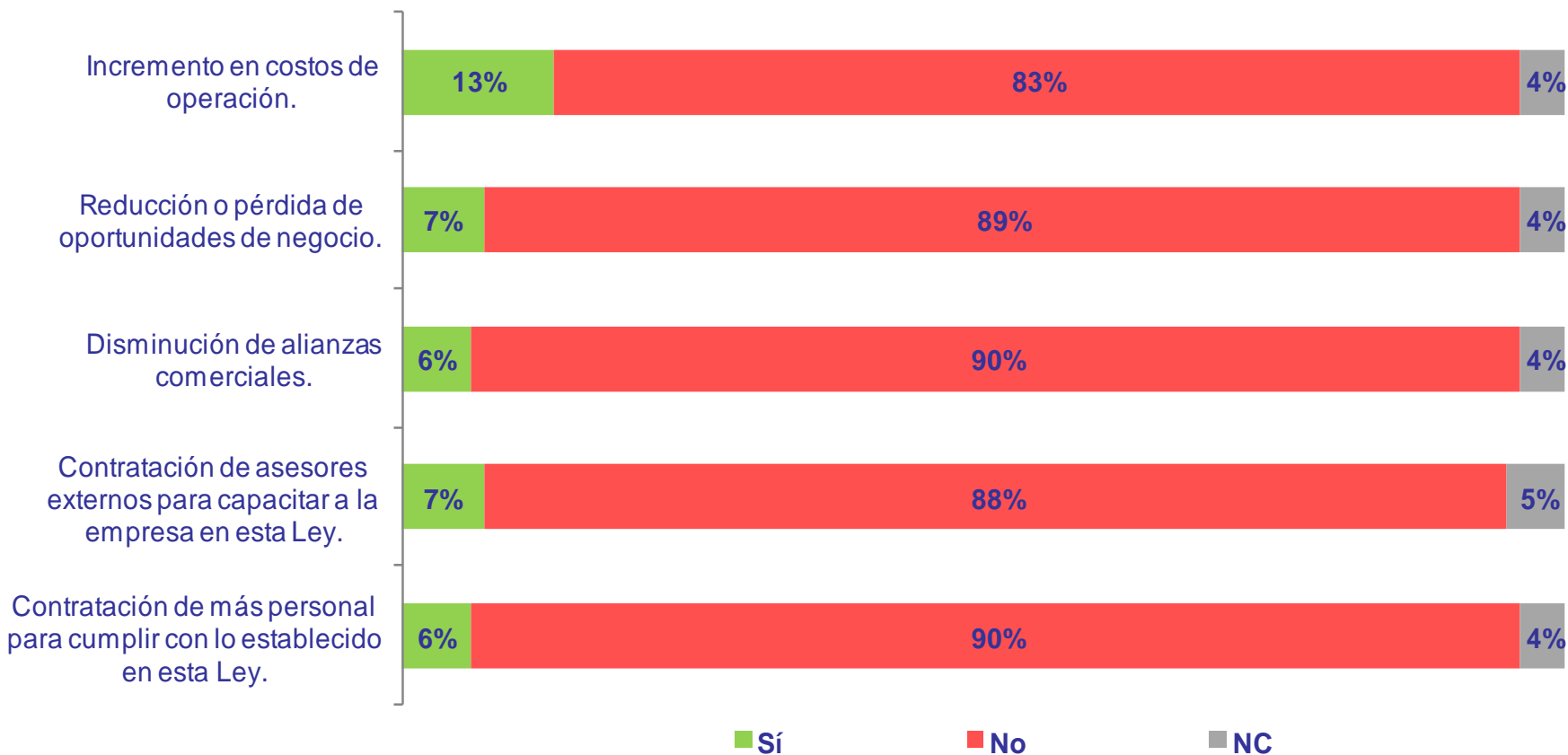
En promedio, 15% de los entrevistados considera muy importante el efecto de incrementar la inversión extranjera en su empresa



De las siguientes opciones que le voy a mencionar (oportunidad de captar mayor inversión extranjera en su empresa), dígame ¿qué tanto cree usted que le beneficia a la empresa el cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?, usted diría que le beneficia mucho, le beneficia algo, le beneficia poco o no le beneficia en nada.

*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

La proporción de empresas que ha incurrido en incremento de costos de operación debido a la entrada en vigor de la Ley es, en promedio, de 13%



En su experiencia, dígame si con la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares se ha presentado en su empresa alguna de las siguientes situaciones.

Las empresas financieras y de telecomunicaciones son las que, en mayor medida, han visto incrementados sus costos de operación

Situación	Sector						Tamaño	
	Servicios financieros	Salud	Turismo	Telecomunicaciones	Servicios educativos	*Comercio electrónico	Micro y pequeña	Mediana y grande
Incremento en costos de operación.	18%	12%	9%	19%	10%	11%	13%	14%
Reducción o pérdida de oportunidades de negocio.	7%	7%	6%	9%	6%	8%	7%	7%
Disminución de alianzas comerciales.	8%	5%	5%	8%	4%	8%	6%	7%
Contratación de asesores externos para capacitar a la empresa en esta Ley.	12%	7%	5%	7%	6%	6%	7%	12%
Contratación de más personal para cumplir con lo establecido en esta Ley.	11%	5%	5%	6%	6%	5%	6%	9%

En su experiencia, dígame si con la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares se ha presentado en su empresa alguna de las siguientes situaciones.

Se muestra únicamente el porcentaje de quienes respondieron Sí en cada segmento (sector y tamaño)

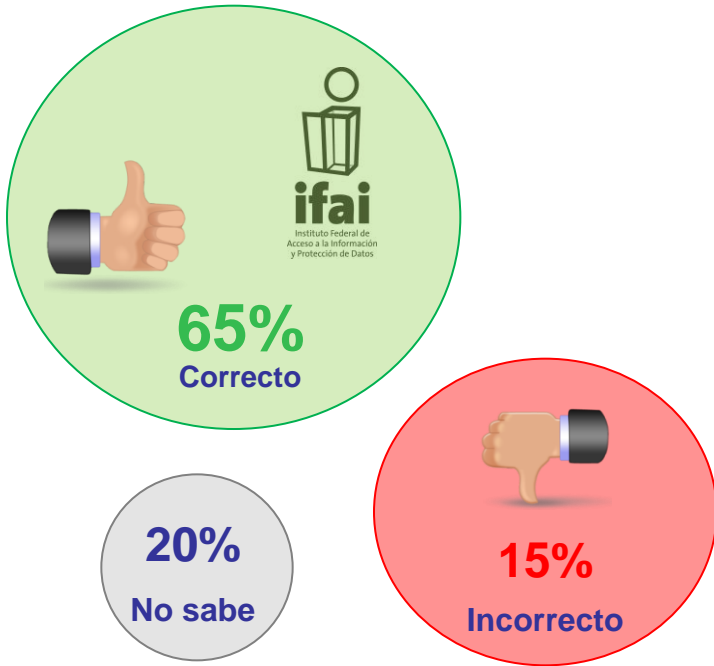
Respuesta múltiple, no suma 100%

Base: 4729 entrevistas

*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

65% de las empresas reconoce al IFAI como la institución que garantiza el derecho a la protección de los datos personales

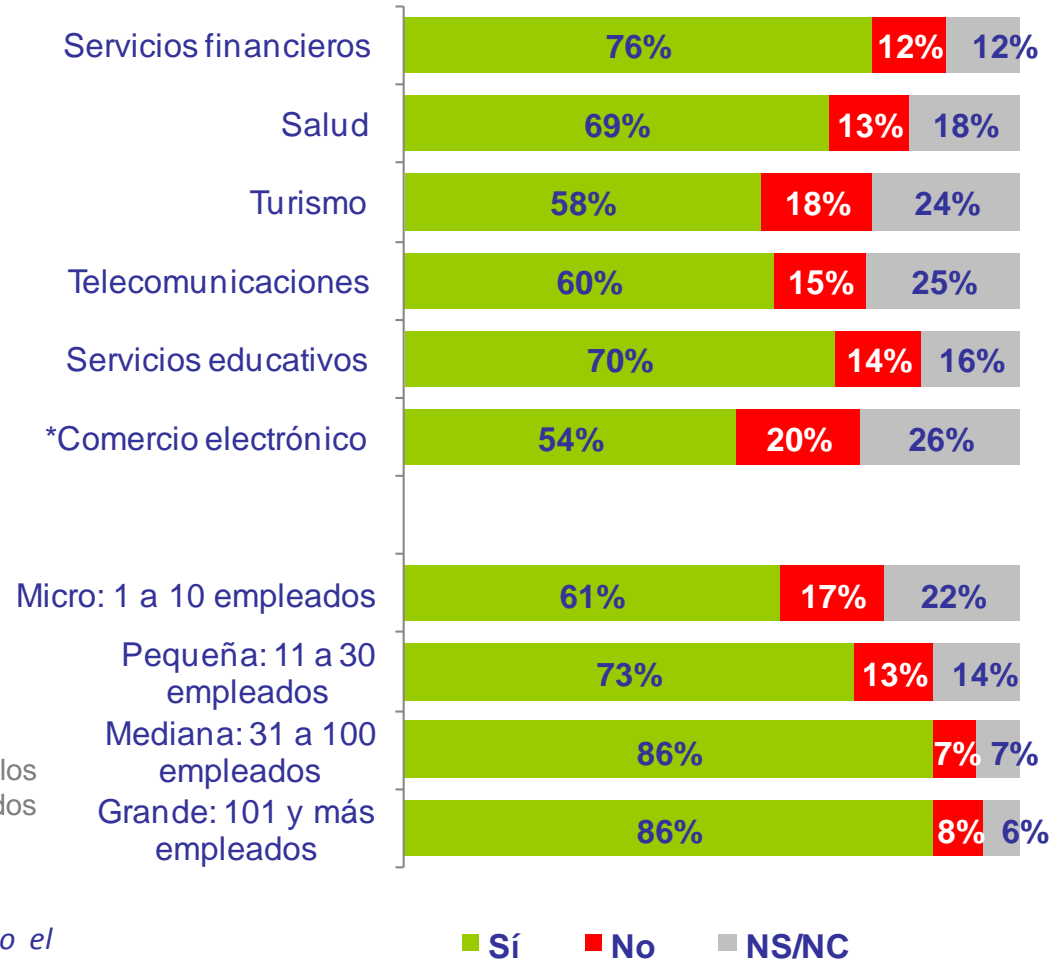
TOTAL



¿Cuál es la institución que garantiza el derecho a que los datos personales que recaba de sus clientes y empleados sean resguardados y no se haga un mal uso de ellos?

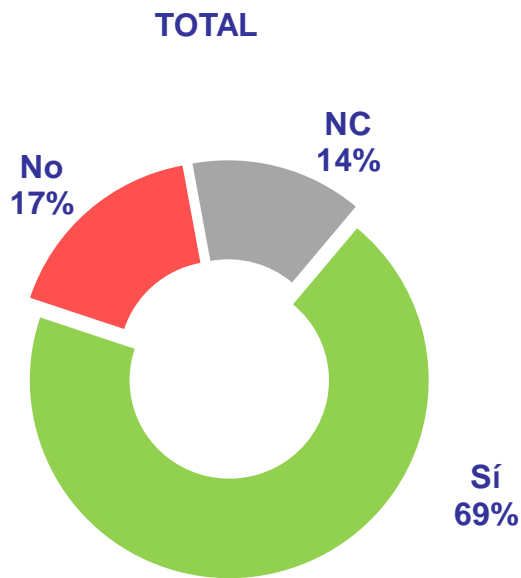
Importante: El nivel de asociación correcto del IFAI como el garante de la protección de datos personales puede haberse incrementado debido a que se mencionó al Instituto en preguntas previas a ésta.

Base: 4729 entrevistas

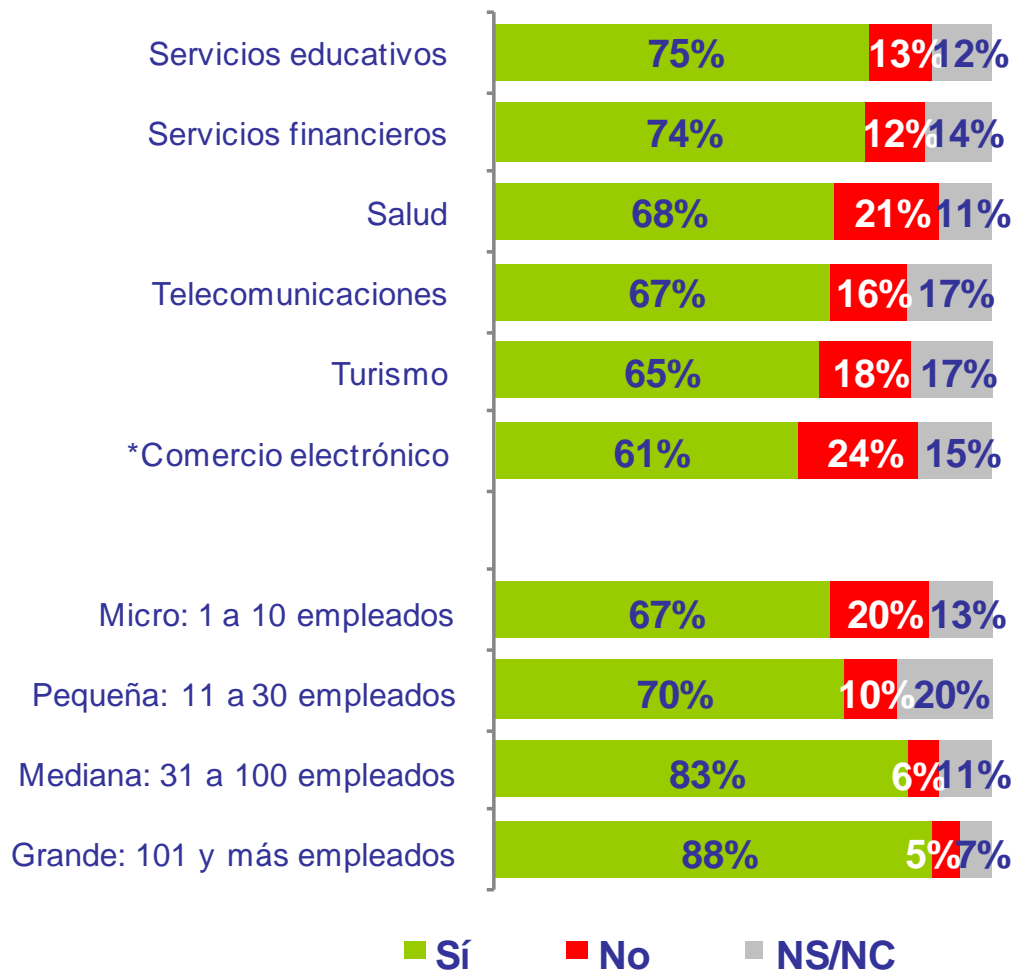


*Para comercio electrónico sólo se consideran los resultados de las micro y pequeñas empresas (1-30 empleados)

69% está dispuesto a colaborar y ser capacitado por el IFAI en materia de protección de datos personales



¿En su empresa estarían dispuestos a colaborar y ser capacitados por el IFAI para implementar las acciones necesarias para la protección de los datos personales que manejan?



Sección informática

Tipo de entrevista

Telefónica a empresas.

Diseño muestral

Probabilístico y estratificado. Probabilístico: las unidades económicas (empresas) tienen una probabilidad conocida y mayor a cero de ser seleccionadas. Estratificado: por sector de actividad económica y tamaño de empresa, definido por el número de empleados.

Marco muestral

Se realizaron llamadas a las empresas en muestra donde se había realizado la entrevista cara a cara. El teléfono se obtuvo del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI y bajo consentimiento durante la entrevista cara a cara.

Población objetivo

Persona responsable de los sistemas, redes, programas o equipos, o de ser el caso, el área de informática en la empresa, la cual lleva a cabo el manejo o control de los datos personales.

Tamaño de la muestra

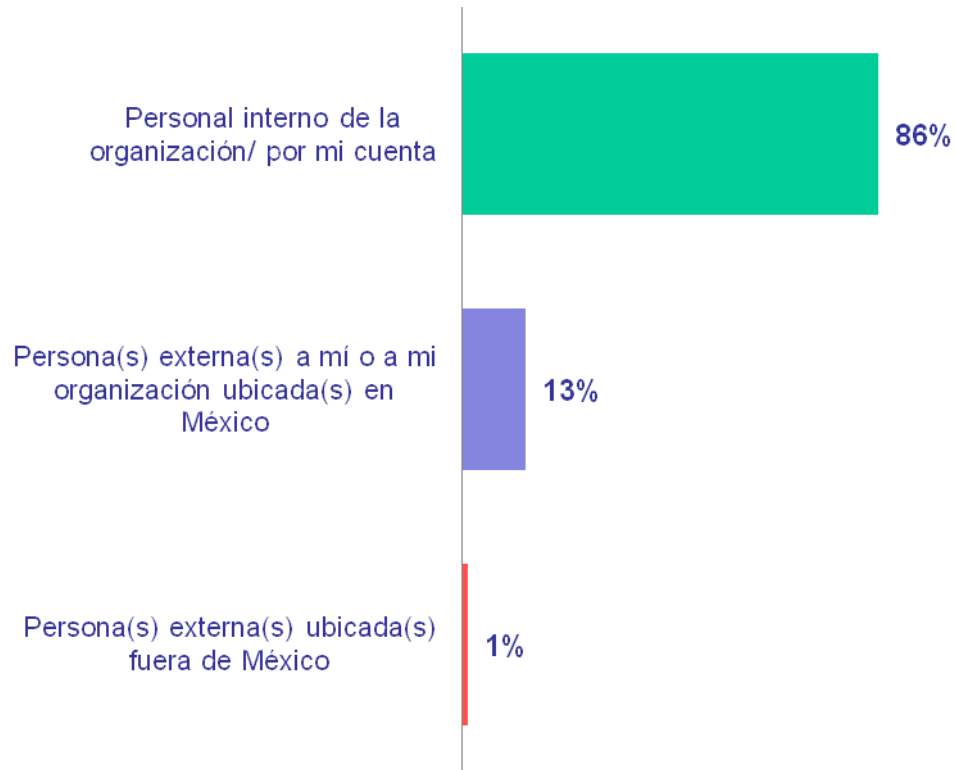
207 entrevistas efectivas, que representan un 4.37% de la muestra total de entrevistas cara a cara.

Año de levantamiento

2012.

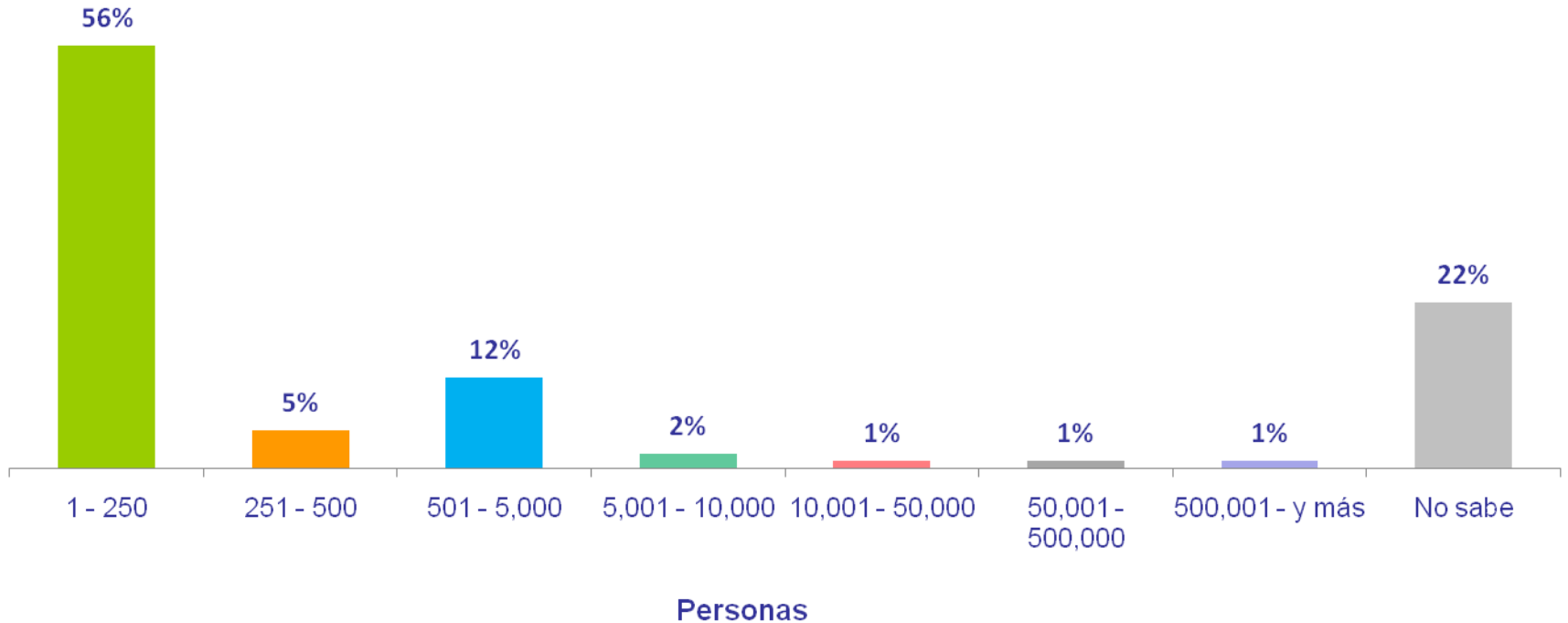
- La información de esta sección fue obtenida mediante entrevistas telefónicas a los responsables de los sistemas, redes, programas o equipos, o bien de las áreas de informática que manejan o llevan el control de los datos personales.
- Las llamadas se realizaron a empresas encuestadas en el módulo cara a cara. La muestra para esta sección es de 207 entrevistas que representan un 4.37% de la muestra total de entrevistas.
- En el 86% de las empresas, las medidas de seguridad para las bases de datos personales son implementadas por personal interno.
- La mitad de las empresas cuenta con sistemas informáticos o software para el registro de clientes, empleados y/o facturación. 1 de cada 10 cuenta con sistemas o software para el registro de ventas por internet.
- Solamente el 18% de los entrevistados conoce la diferencia entre HTTP y HTTPS, lenguajes para intercambiar información a través de internet.
- Las características de seguridad más usadas en las contraseñas para acceder a los sistemas de las empresas son incluir números, tener al menos 7 caracteres y ser generadas por el administrador del sistema.

En la mayoría de las empresas, la seguridad de las bases de datos personales es implementada por personal de la propia organización



En su empresa ¿quién implementa las medidas de seguridad de las bases de datos personales que manejan?

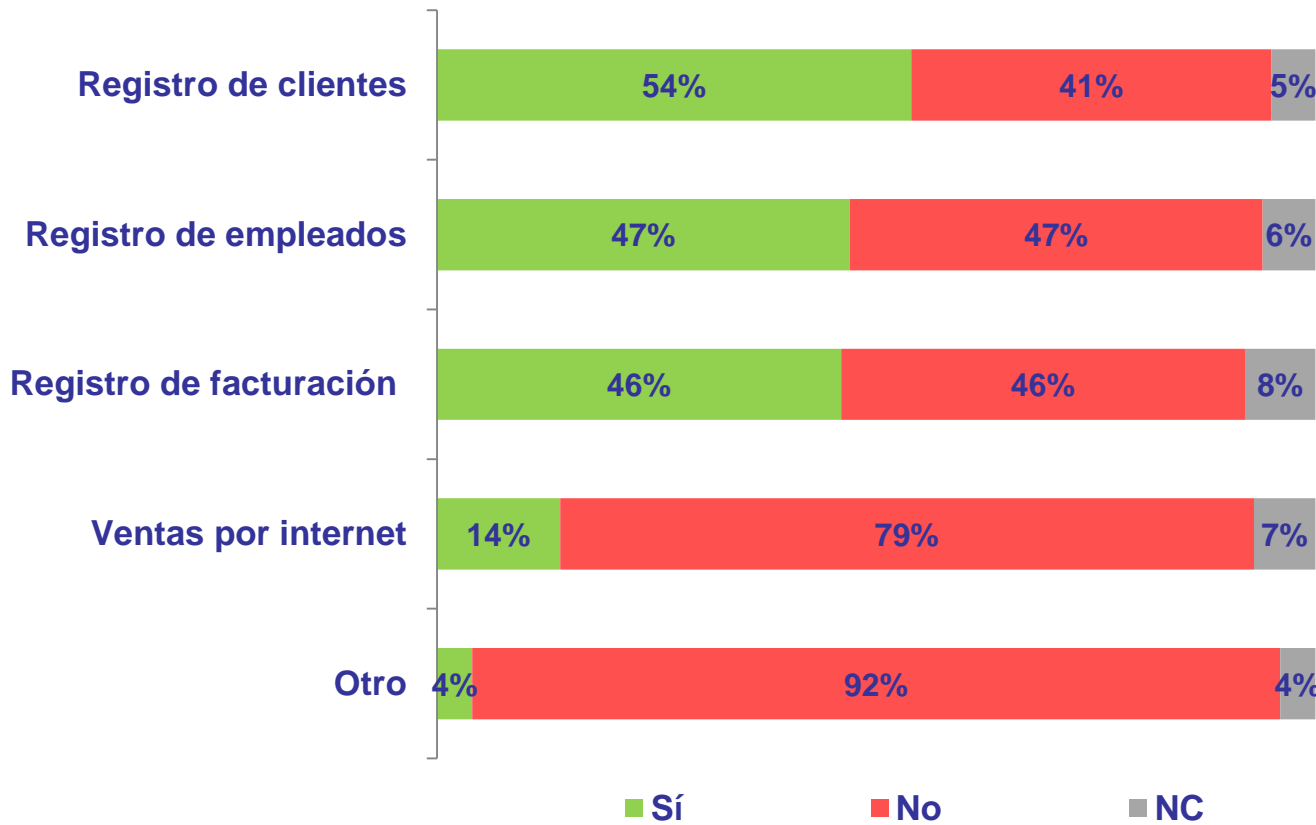
Las bases de datos personales de la mayor parte de las empresas listan a 250 personas o menos



Me puede decir, aproximadamente ¿de cuántas personas tienen información en sus bases de datos personales?

Base informática: 207 entrevistas

La mitad de las empresas manifestó contar con sistemas informáticos para registro de clientes, empleados y facturación

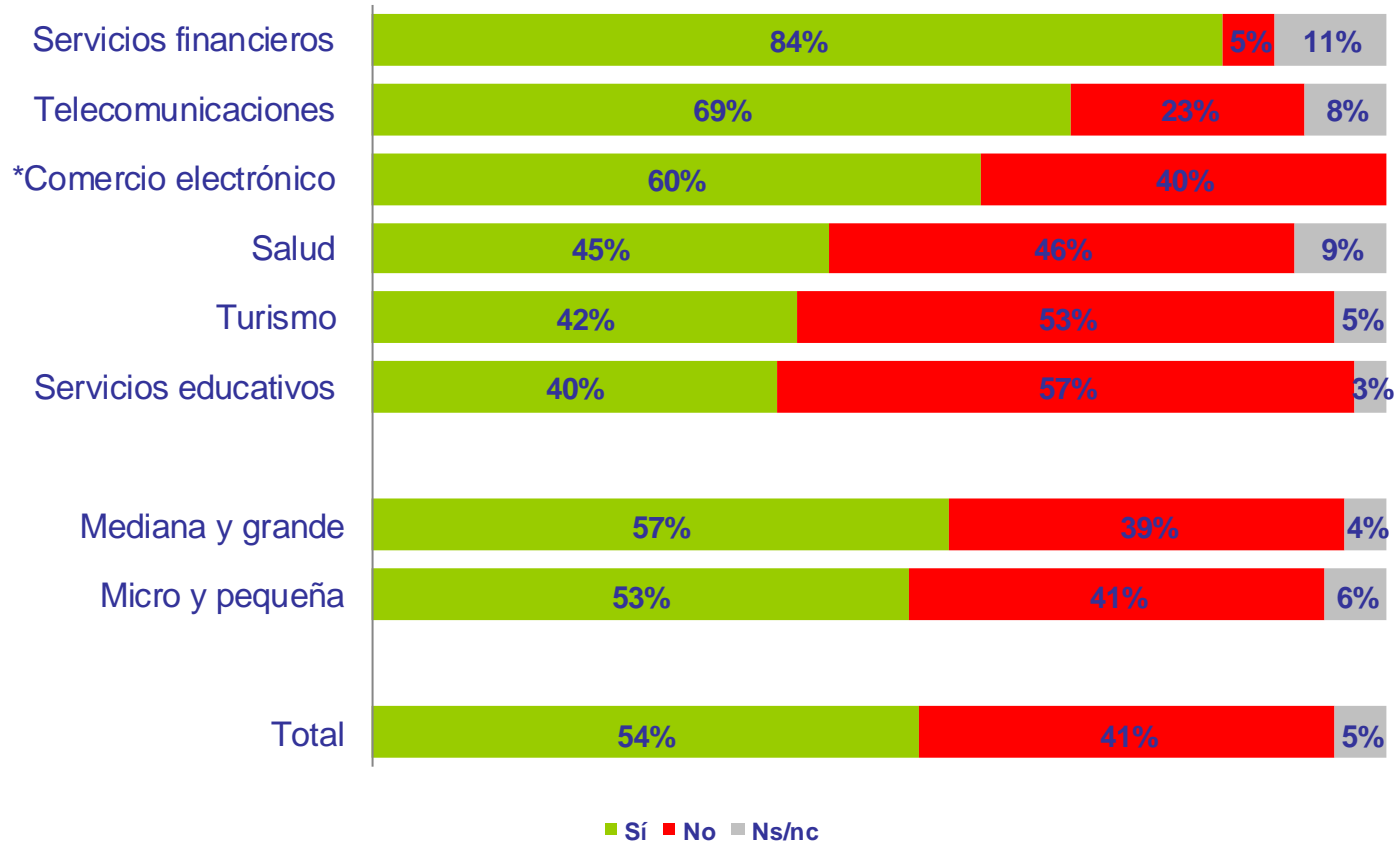


Programas mencionados:

- Office
- Excel
- Intranet
- NOI
- SAP
- Word
- SEP
- Smart
- Windows
- Control 2000
- Opera
- Vitanet
- Farma servicios PDV
- Innovac
- Simer
- COI
- Mysonda
- Oracle
- Finamex
- Access

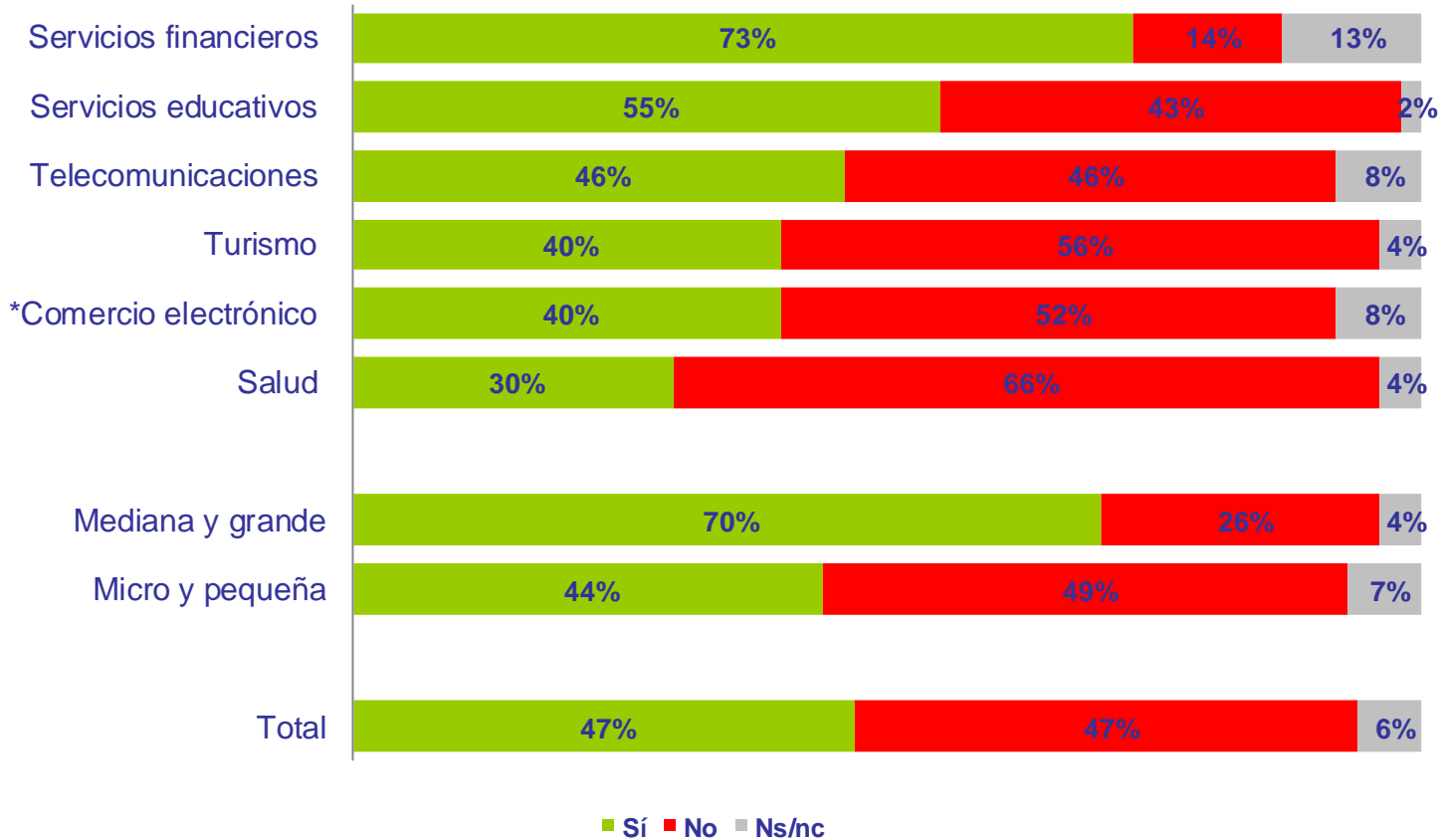
La empresa cuenta con algún sistema informático o software para realizar alguna de las siguientes operaciones.

Los sistemas para el registro de clientes son más comunes en los servicios financieros, de telecomunicaciones y de comercio electrónico



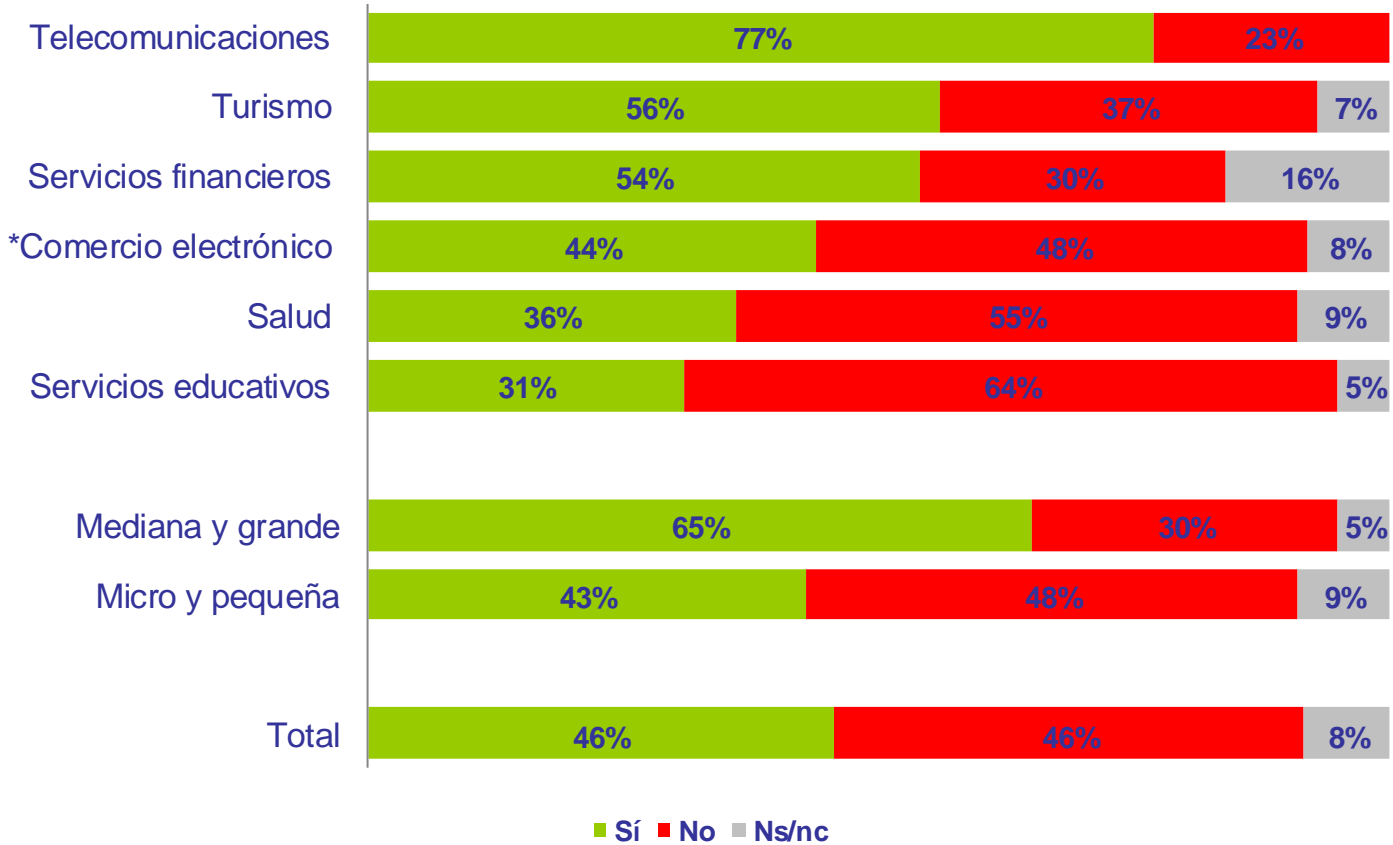
La empresa cuenta con algún sistema informático o software para realizar el registro de clientes.

Las empresas de servicios financieros y educativos son las que más utilizan sistemas para el registro de sus empleados



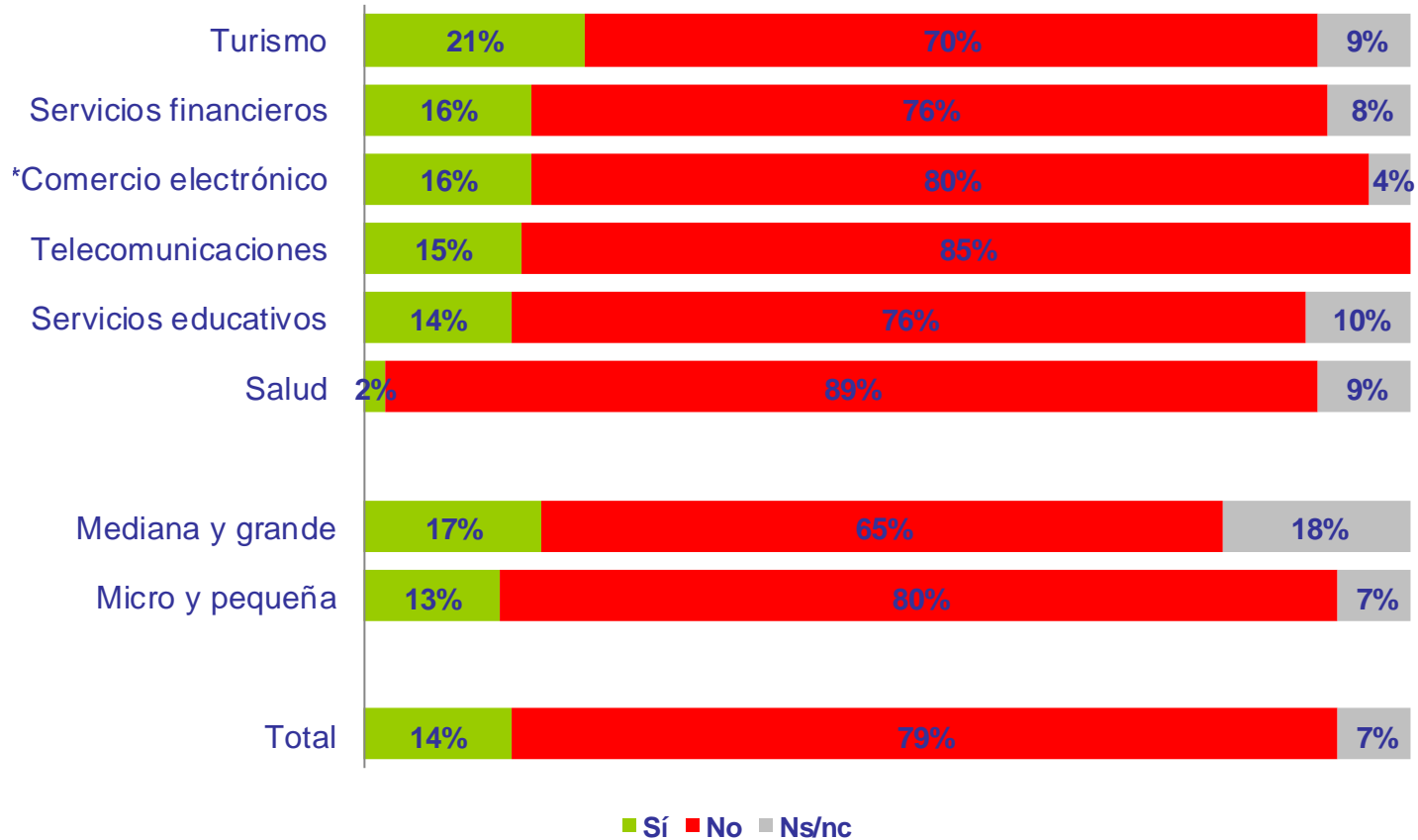
La empresa cuenta con algún sistema informático o software para realizar el registro de empleados

Los sistemas para facturación son más comunes en empresas de telecomunicaciones y turismo



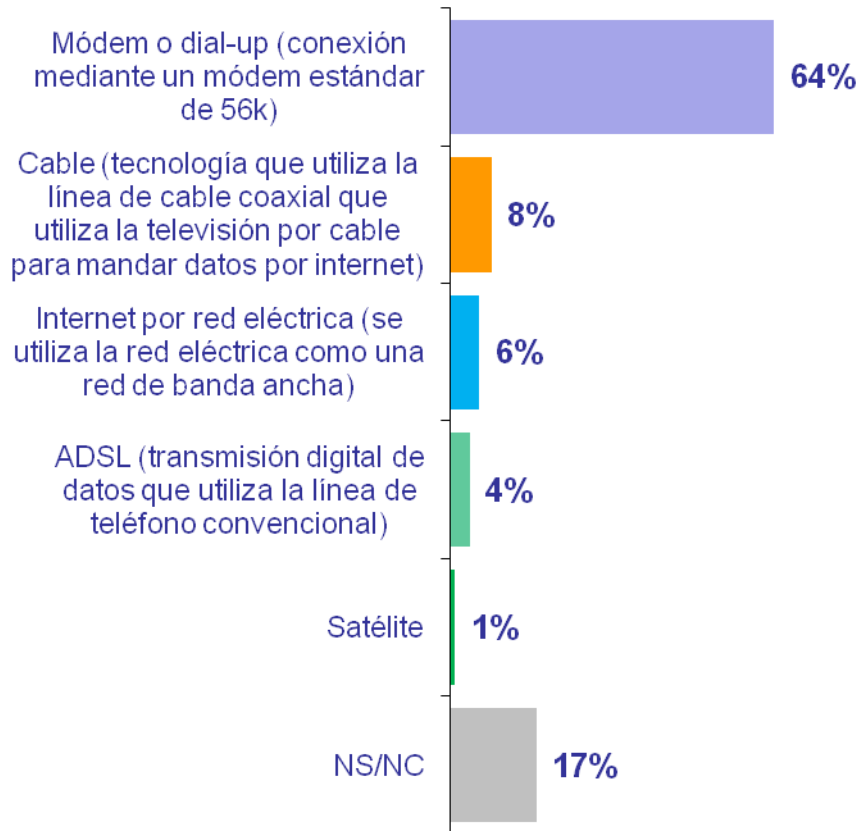
La empresa cuenta con algún sistema informático o software para realizar el registro de facturación.

Con 21%, el sector turismo es el que más utiliza sistemas para el registro de ventas por internet

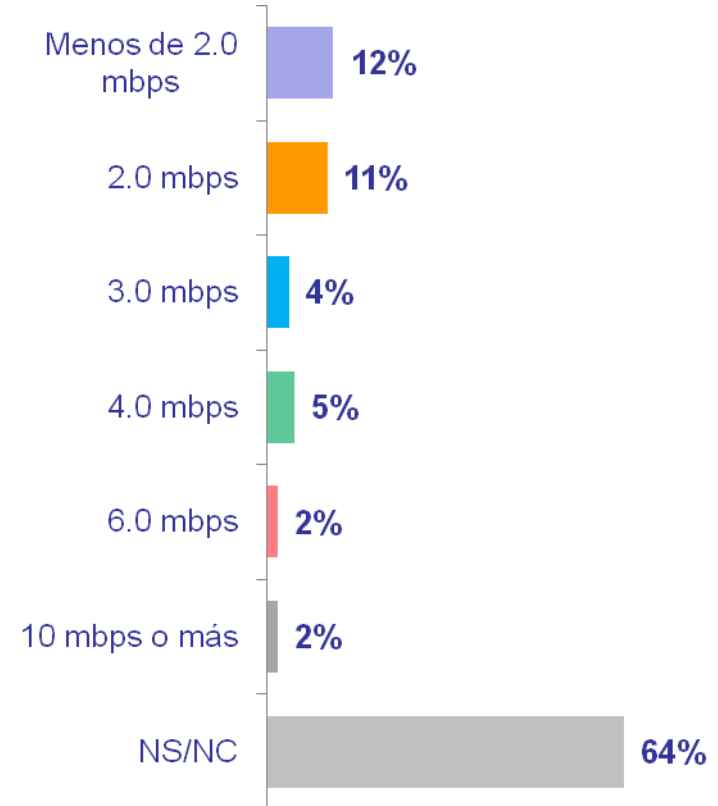


La empresa cuenta con algún sistema informático o software para realizar el registro de ventas por internet.

La mayoría de las empresas tiene conexión a internet mediante módem o dial-up

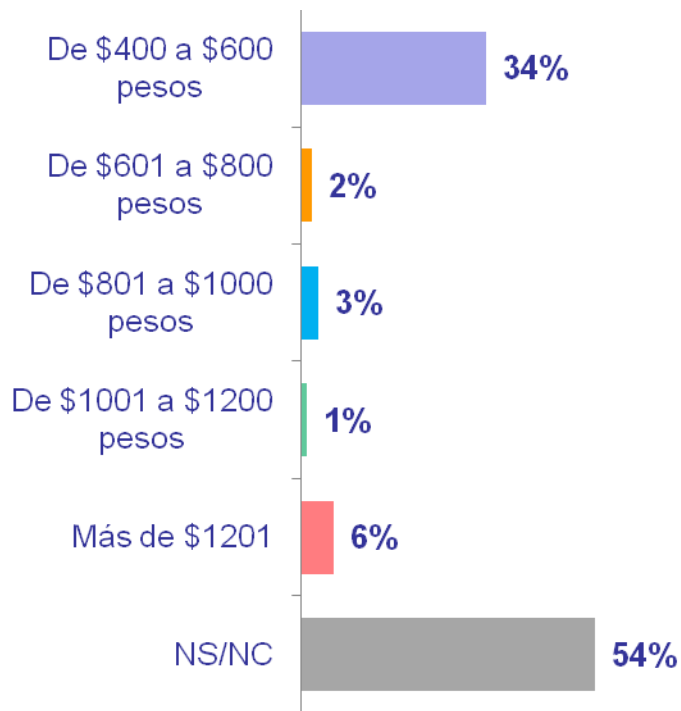


¿Me puede decir qué tipo de conexión a internet utiliza su empresa?

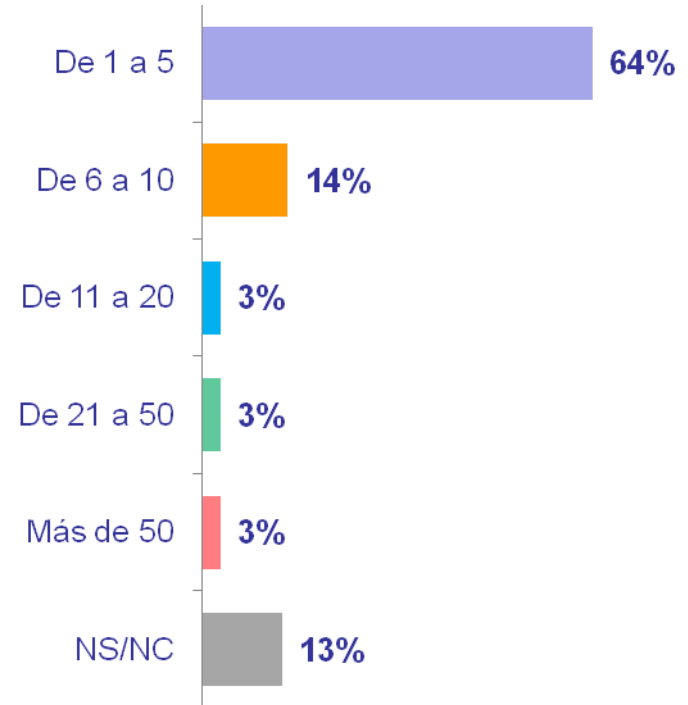


¿Y a qué velocidad se conectan sus computadoras a Internet?

Más de la tercera parte de las empresas paga entre \$400 y \$600 mensualmente por la conexión a internet



En promedio ¿cuánto le cuesta a la empresa la conexión a internet mensualmente?

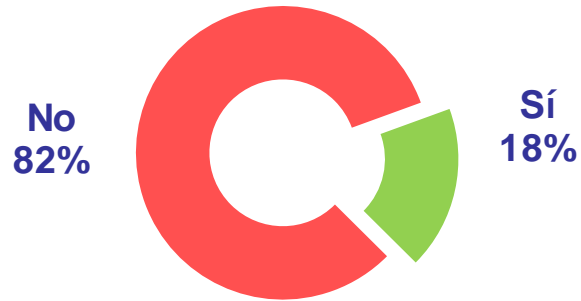


Me podría decir, ¿cuántas computadoras están conectadas en red para utilizar la conexión a internet?

La mayoría de los entrevistados desconoce la diferencia entre HTTP y HTTPS

HTTP se refiere a un lenguaje para intercambiar información entre servidores y clientes de la red. Significa que esa página te está hablando en un lenguaje normal, pero inseguro.

HTTPS significa que tu conexión a esa página es a través de un lenguaje codificado y seguro, a prueba de espías.



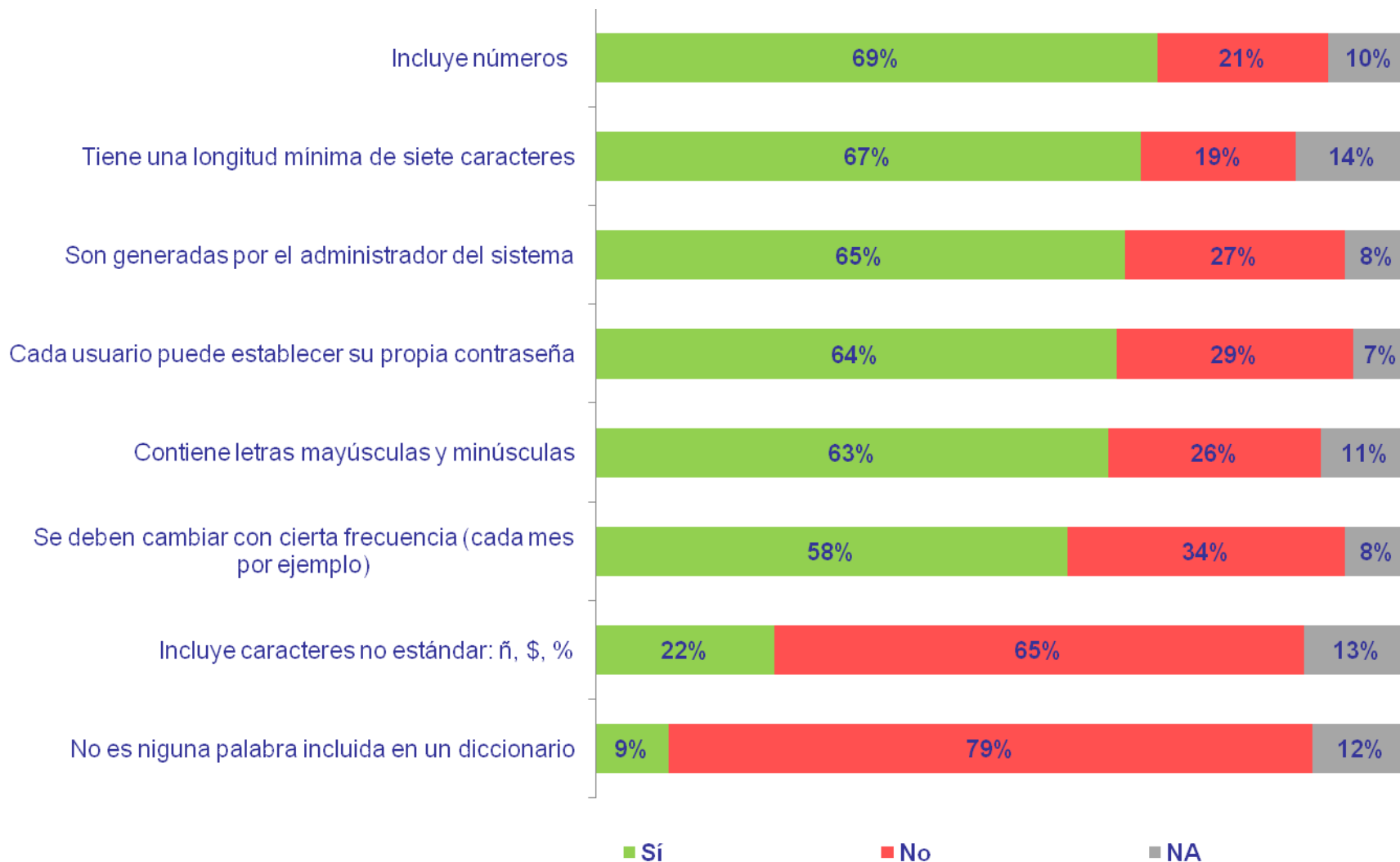
¿Sabe cuál es la diferencia entre HTTP y HTTPS?

La protección/seguridad	79%
La codificación	13%
El tipo de lenguaje	5%
No contestó	3%

¿Me puede explicar brevemente, ¿en qué consiste esta diferencia?

Base de empresas que respondieron que sí saben la diferencia: 37 entrevistas

Para tener contraseñas seguras, los entrevistados señalaron que incluyen números, mayúsculas y minúsculas, además de tener al menos siete caracteres y utilizar las generadas por el sistema



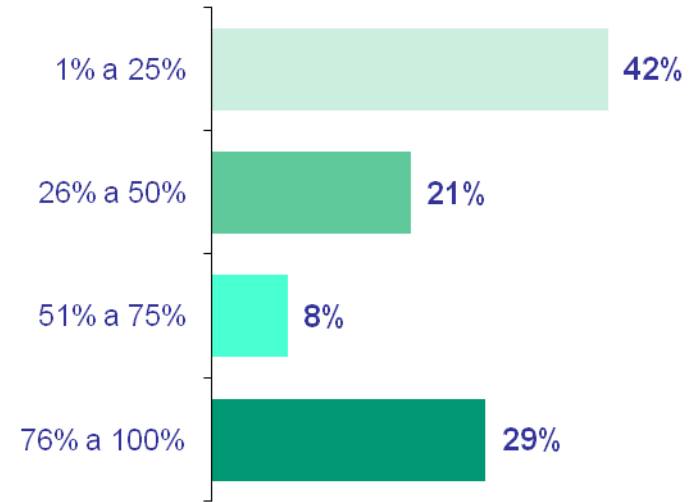
En el caso de las contraseñas utilizadas para acceder a los sistemas de la empresa, ¿puede indicarme si se cuenta o no con la característica que voy mencionar?

Poco más de una tercera parte de los entrevistados realiza operaciones por internet

No realizan operaciones con clientes por internet
63%



Sí realizan operaciones con clientes por internet
37%

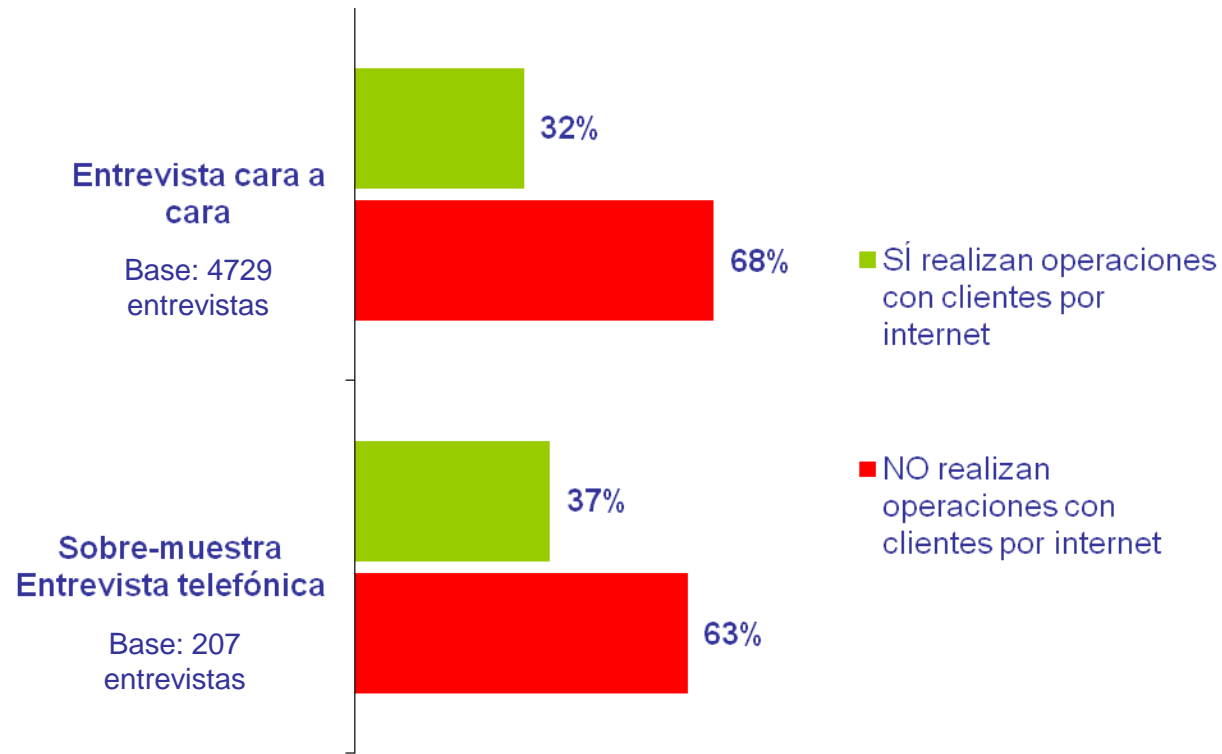


En las operaciones que realizan con sus clientes, ¿qué porcentaje realizan por medio de internet?

Base informática: 207 entrevistas

Base de empresas que respondieron que sí realizan operaciones por internet: 76 entrevistas

Validación de resultados en sobre-muestra informática



A pesar de la diferencia en el tipo de entrevistas y número de participantes, los resultados obtenidos en la sobre-muestra para la pregunta “En las operaciones que realizan con sus clientes, ¿qué porcentaje realizan por medio de internet?” del apartado “Atención al cliente”, **no arrojaron una diferencia importante**, lo cual valida este segundo ejercicio.

En las operaciones que realizan con sus clientes, ¿qué porcentaje realizan por medio de internet?

Hallazgos y conclusiones

- Los datos personales más solicitados por las empresas a sus clientes y empleados son: nombre, dirección y teléfono. En el caso de los empleados requieren, además: edad, credencial de elector, lugar de nacimiento, estado civil y nivel de estudios, entre otros. Con menor frecuencia, piden datos sensibles como estado de salud, tipo de sangre y alergias, así como religión y preferencia sexual.
- La mayoría de las empresas (74%) consideran muy importante contar con datos personales para sus actividades. Los medios más comunes para recabar esta información son mediante la solicitud al titular del llenado de formatos o pidiéndole documentos.
- 3 de cada 10 encuestados señalan tener aviso de privacidad. De los que cuentan con él, 5 lo dan a conocer por medio físico, 3 de forma verbal y 2 por medio electrónico.
- 45% de los participantes refiere contar con algún programa o política de protección de datos personales, mientras que 38% manifiesta utilizar algún mecanismo de autorregulación.

- A pregunta abierta a las empresas sobre qué medidas de seguridad han implementado, contestaron espontáneamente tener bases de datos en sistemas de cómputo, restringir el acceso a sus instalaciones o sistemas a personal autorizado, tener claves de acceso, guardar los datos bajo llave, entre otras.
- 8 de cada 10 de entrevistados asegura que nunca ha utilizado los datos personales que trata con fines distintos para los que los recabó. En tanto que sólo 1% manifiesta haber tenido incidentes en la seguridad de los datos personales, principalmente pérdida de documentos y robo de información.
- 1 de cada 10 unidades económicas indica haber recibido alguna solicitud para ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición (ARCO). En este sentido, una tercera parte de las empresas señala contar con un área específica para atender este tipo de solicitudes.
- 84% de los participantes desconoce las obligaciones de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP). De manera similar, 76% ignora las consecuencias de no cumplir con sus disposiciones.
- De los que afirman conocer las obligaciones de la Ley, las menciones más frecuentes son: no hacer mal uso de la información, no otorgar información a terceros y proteger los datos.

- 7 de cada 10 entrevistados considera que la LFPDPPP tiene muchísima o mucha utilidad. La acción más mencionada para atender lo dispuesto por ella es restringir y resguardar la información; en menor medida, se señala brindar capacitación al personal.
- 29% de las empresas manifiesta que no es difícil cumplir con lo establecido en la Ley.
- 65% de los participantes identifica al IFAI como la institución que garantiza el derecho a la protección de datos personales, en tanto que 69% está dispuesto a colaborar y ser capacitado por el Instituto en esta materia.
- Entre los beneficios que la LFPDPPP representa para las empresas, los más valorados son mayor confianza de sus clientes y proveedores, así como mejor posicionamiento de mercado.
- La proporción de empresas que ha incurrido en incremento de costos de operación debido a la entrada en vigor de la Ley es mínima, con un 13%

Recomendaciones

- Dotar a las empresas de los conocimientos y herramientas necesarios para que lleven a cabo un tratamiento adecuado de los datos personales que recaban con motivo de sus actividades, el cual esté apegado a la LFPDPPP y a la normatividad que de ella derive.
- Enfocar las acciones en temas clave como aviso de privacidad; medidas de seguridad; transferencias de datos personales; ejercicio de derechos ARCO; mecanismos de autorregulación; así como procedimientos de protección de derechos, de verificación y de imposición de sanciones.
- Crear conciencia en los sujetos regulados sobre los beneficios de cumplir con las obligaciones en la materia, entre otros: lograr mayor confianza de sus clientes y proveedores, conseguir un mejor posicionamiento de mercado, y obtener o incrementar inversión nacional o extranjera en sus negocios.

- Advertir sobre las consecuencias de un mal uso o divulgación de los datos personales que manejan las unidades económicas, haciendo hincapié en las sanciones a las que pueden hacerse acreedores por un tratamiento indebido de este tipo de información.
- Diseñar campañas de difusión del derecho a la protección de datos personales y sus alcances, impulsar convenios de colaboración con asociaciones, impartir talleres y capacitaciones, entre otras acciones, para lograr los objetivos descritos.



Ipsos Public Affairs
Av. Santa Fe 94, Torre A, Piso 7,
Col. Zedec Santa Fe, C.P. 01210, México D.F.
Tels. +52 55 1101 0000
+52 55 1101 1865
+52 55 1101 1057
Fax + 52 55 1101 0008
www.ipsos.com

Reporte de resultados

Encuesta a empresas de comercio electrónico medianas y grandes

"Encuesta Nacional sobre Protección de Datos Personales a Sujetos Regulados por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y Población en General"



Preparado para la
Secretaría de Protección de
Datos Personales

•Objetivos de la encuesta	3
•Metodología, descripción y distribución de la muestra	5
•Noción de dato personal y de privacidad	12
•Aviso de privacidad	22
•Seguridad de las bases de datos personales	27
•Atención al cliente	37
•Obligaciones derivadas de la LFPDPPP	42
•Costos y beneficios del cumplimiento de la LFPDPPP	48

Objetivos de la encuesta

Objetivos de la encuesta a empresas medianas y grandes de comercio electrónico

- Conocer la organización, medidas e infraestructura con que cuentan las empresas medianas y grandes de comercio electrónico para cumplir con lo dispuesto en la LFPDPPP, así como las dificultades, costo y beneficios de cumplir con la legislación en materia de protección de datos personales.
- Establecer el grado de conocimiento de las empresas medianas y grandes de comercio electrónico acerca del IFAI como autoridad reguladora en materia de protección de datos personales.
- Identificar la utilidad de las bases de datos personales de las empresas medianas y grandes de comercio electrónico y conocer los mecanismos con que cuentan para recabar, actualizar y descartar los registros de las bases de datos personales.
- Determinar las medidas de seguridad que utilizan estas empresas para proteger sus bases de datos de usos no autorizados, así como las certificaciones nacionales o internacionales que poseen.
- Conocer sobre las vulneraciones que hayan sufrido sus bases de datos y las acciones adoptadas.

Metodología, descripción y distribución de la muestra

Tipo de entrevista

Cara a cara en empresas.

Diseño muestral

Se utilizó una muestra no probabilística a criterio. Se armó un listado de empresas medianas y grandes que realizan ventas por internet. Se incluyeron algunas de las empresas que forman parte de la AMIPCI.

Población objetivo

Persona a cargo de la administración de los datos personales en las empresas.

Tamaño de la muestra

Se realizaron 41 entrevistas efectivas distribuidas en el Valle de México y Toluca.

Año de levantamiento

2013.

Número de entrevistas por zona metropolitana y tamaño de la empresa por número de empleados

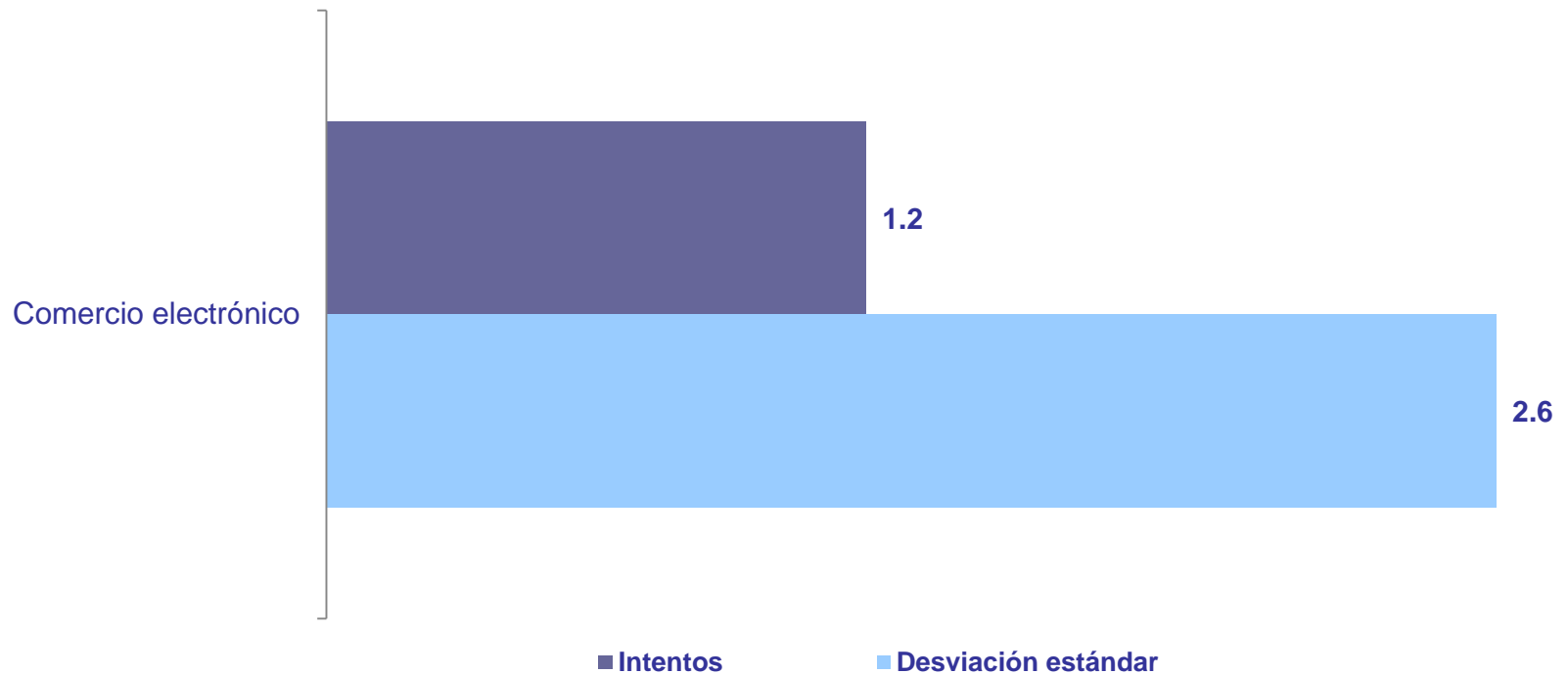
Estado/zona metropolitana	Entrevistas
Valle de México/DF	38
Toluca/Edo. de México	3
Total	41

Tamaño	Entrevistas
31 a 50 empleados	20
51 a 100 empleados	9
101 a 250 empleados	2
251 o más empleados	10
Total	41

Distribución de entrevistas por tamaño de empresa (porcentajes)

Sector económico	Tamaño de la empresa			
	31 a 50 empleados	51 a 100 empleados	101 a 250 empleados	251 o más empleados
Total Comercio Electrónico	49%	22%	5%	24%

Número de intentos antes de encontrar al informante adecuado



¿En esta empresa solicitan o recaban datos personales de sus clientes o empleados?

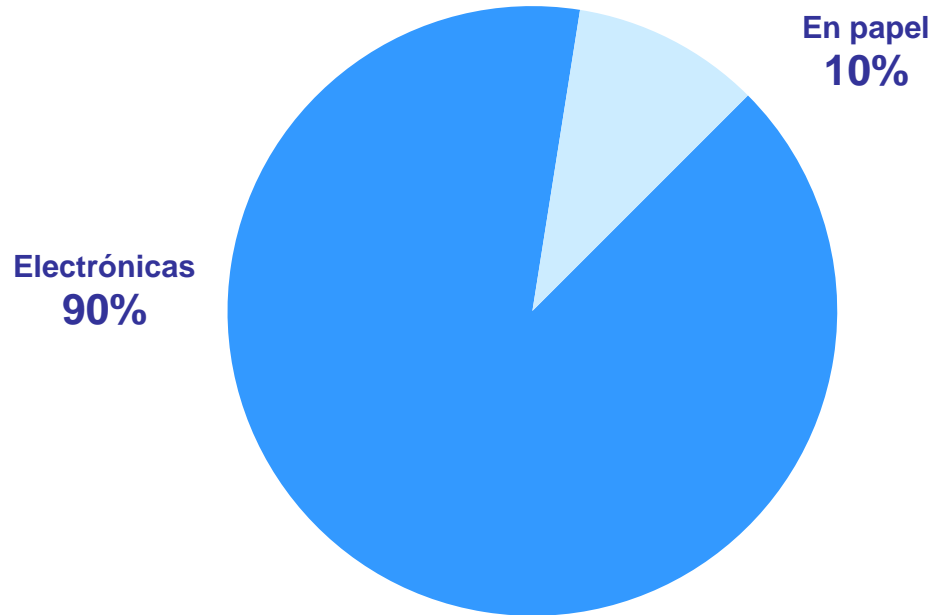
Este filtro fue la condición necesaria para realizar la entrevista.

Todas las empresas seleccionadas en muestra manejan datos personales.

El gráfico muestra el número de intentos (promedio y la desviación estándar) antes de conseguir una entrevista efectiva.

Descripción de la muestra

Tipos de bases de datos



¿Estos datos personales están organizados en bases de datos?

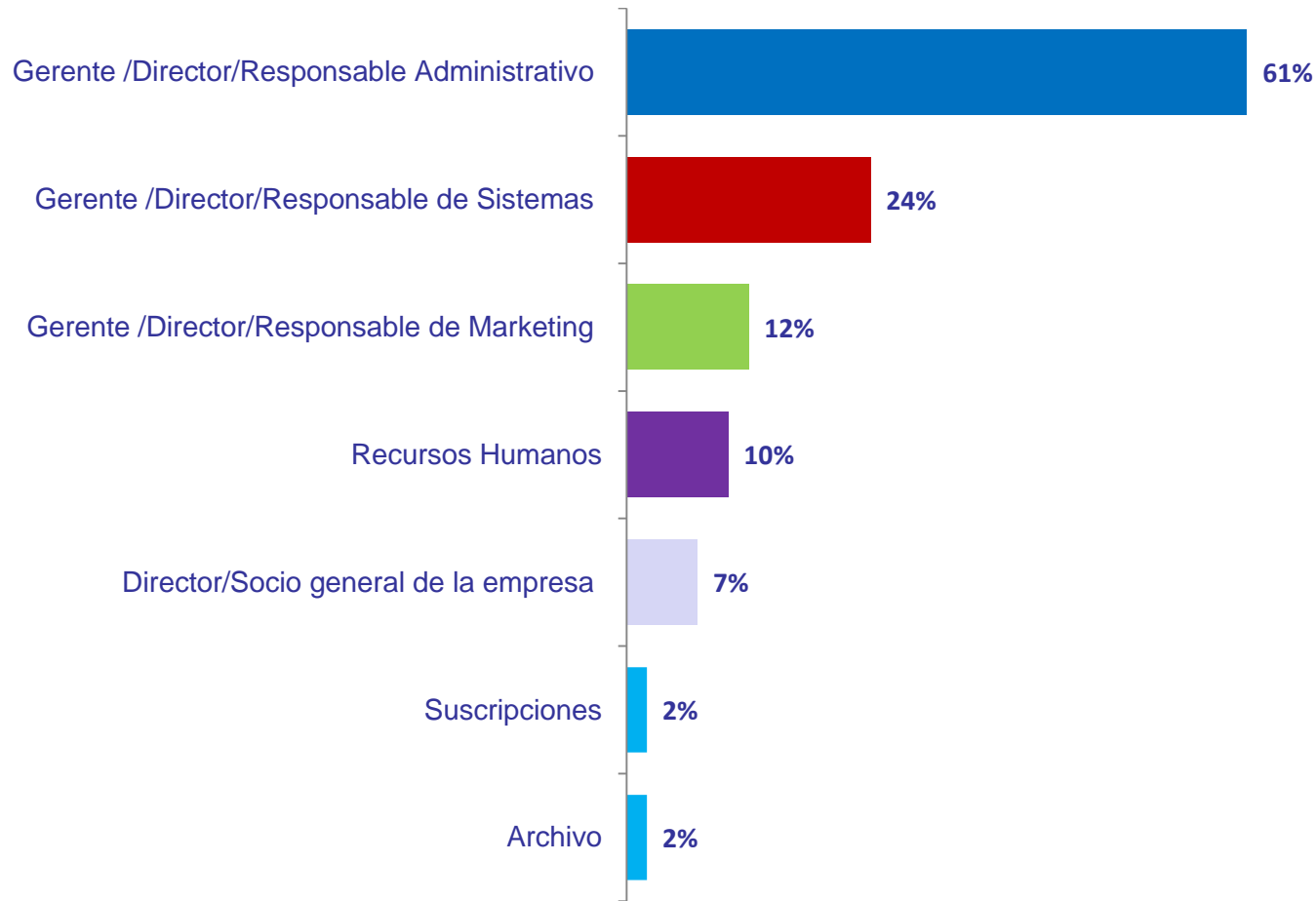
Como segunda condición, todas las empresas seleccionadas en muestra debían contar con bases de datos personales.

El gráfico muestra la proporción de empresas que manejan bases de datos electrónicas y en papel.

¿Estas bases son electrónicas o en papel?

Descripción de la muestra

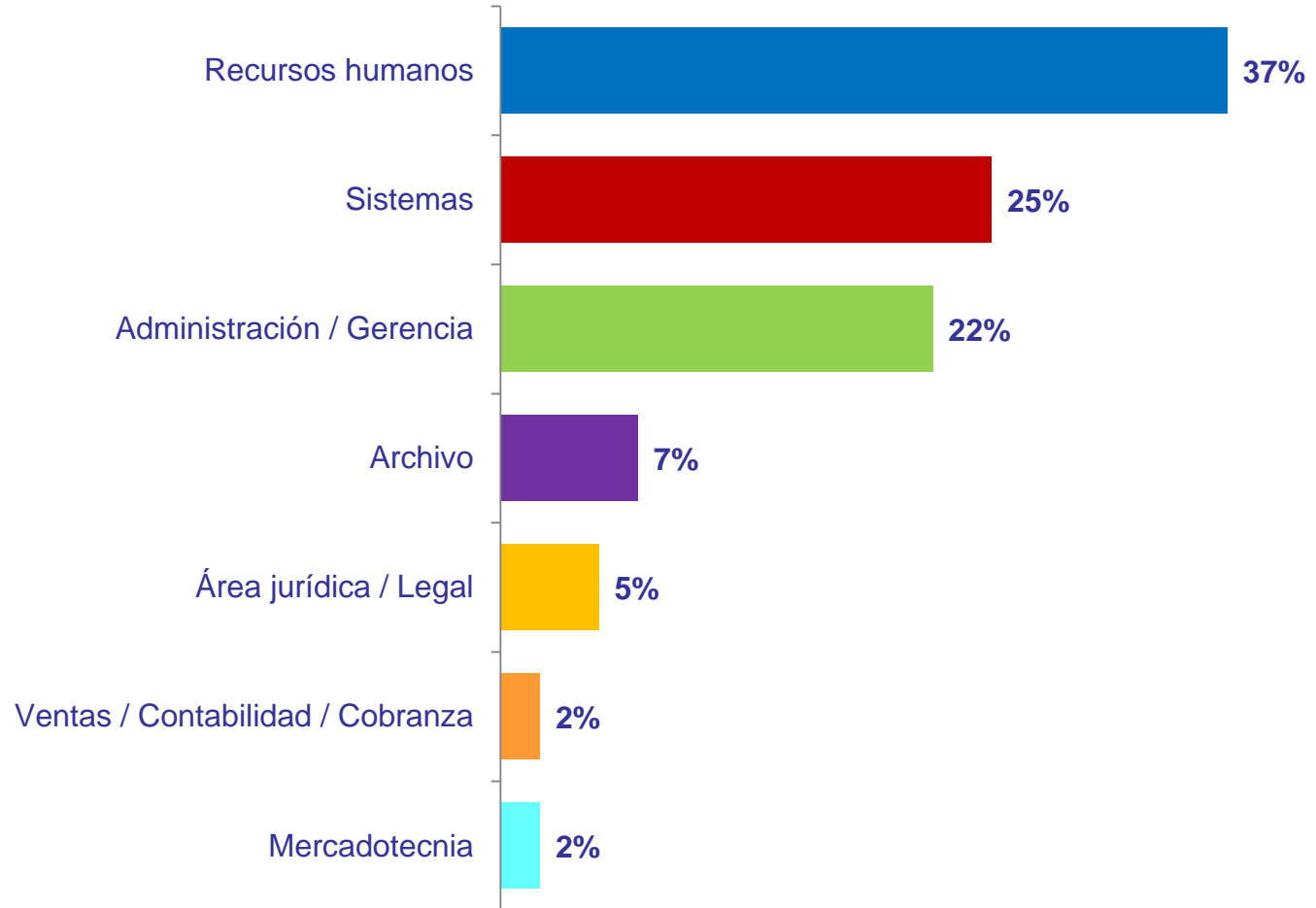
Personas a cargo de la administración de las bases de datos



¿Dentro de su empresa, quién o quiénes están a cargo de administrar la (s) base (s) que contienen los datos personales?

Descripción de la muestra

Área que administra las bases de datos personales



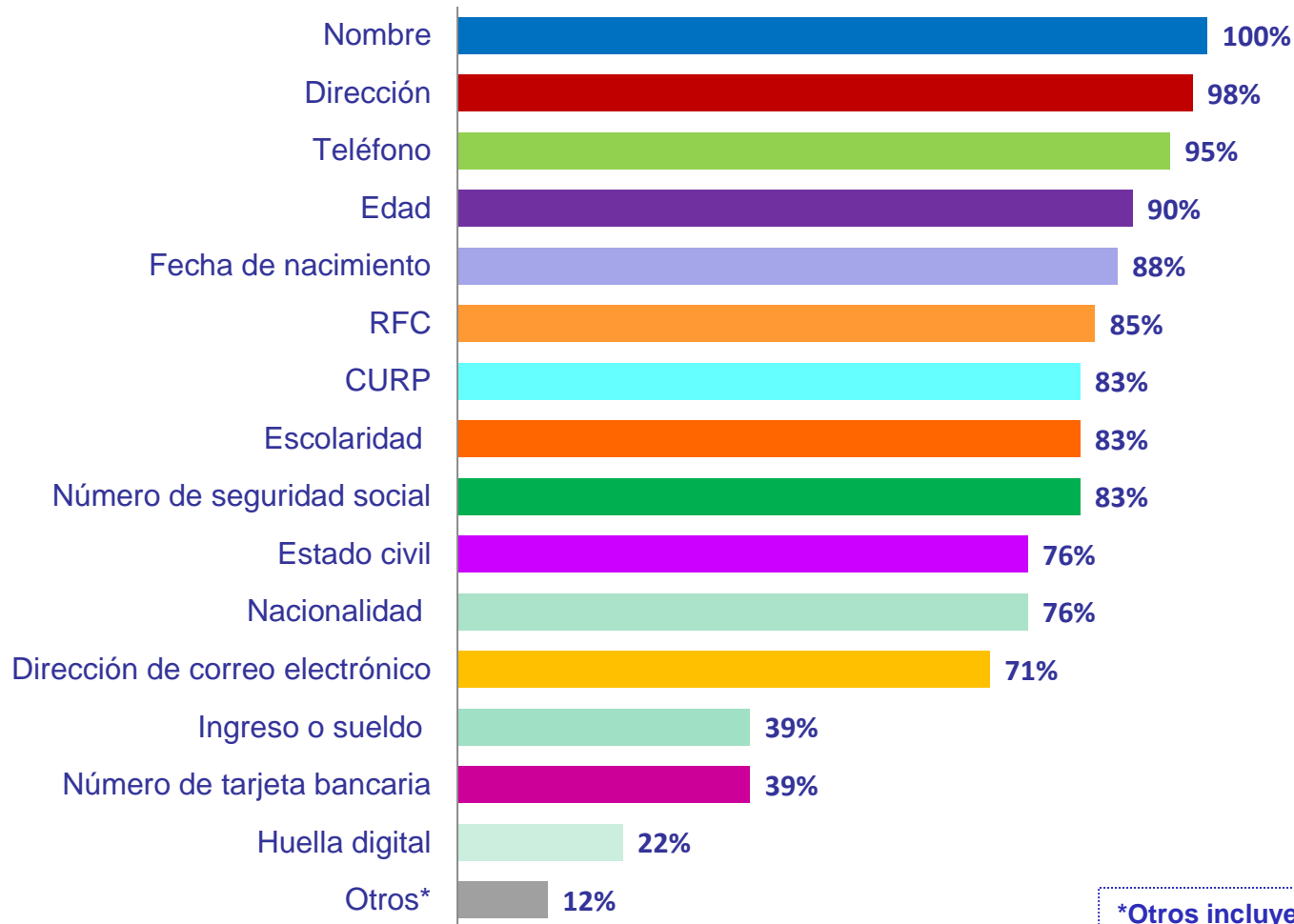
¿Cuál es el nombre del área específica que administra o resguarda las bases de datos?

Noción de dato personal y de privacidad

Noción de dato personal y de privacidad - Resultados principales -

- Casi todas las empresas reconocen como datos personales nombre, dirección y teléfono. Otros datos con menciones importantes son: edad, fecha de nacimiento, RFC, CURP, escolaridad y número de seguridad social. Los menos mencionados son: ingreso/sueldo, número de tarjeta bancaria y huella digital.
- Una cuarta parte de los entrevistados considera como datos sensibles a los siguientes: estado de salud, creencia religiosa y orientación sexual. En menor medida señalaron como datos sensibles a la afiliación sindical, opinión política y creencias filosóficas o morales.
- Respecto al momento en que las empresas solicitan datos personales de sus clientes, lo más común es que sea durante la venta de los servicios y/o productos, con 81% de menciones.
- Los datos personales más solicitados a clientes y empleados son: nombre, dirección y teléfono. En el caso de los empleados se requieren, además: credencial de elector o identificación, edad, lugar de nacimiento, número de seguridad social, y nivel de estudios, entre otros.
- Dichos datos se obtienen principalmente mediante la entrega de documentos o a través del medios electrónicos.
- En adición a los datos de clientes y empleados, el 46% de las empresas recaba información de visitantes y el 22% de terceros.
- 93% considera importante la obtención de datos personales para sus actividades comerciales.

Los datos personales más mencionados son nombre, dirección y teléfono



***Otros incluye:**
 -Currículo Vitae
 -Solicitudes de empleo
 -Cartas de recomendación

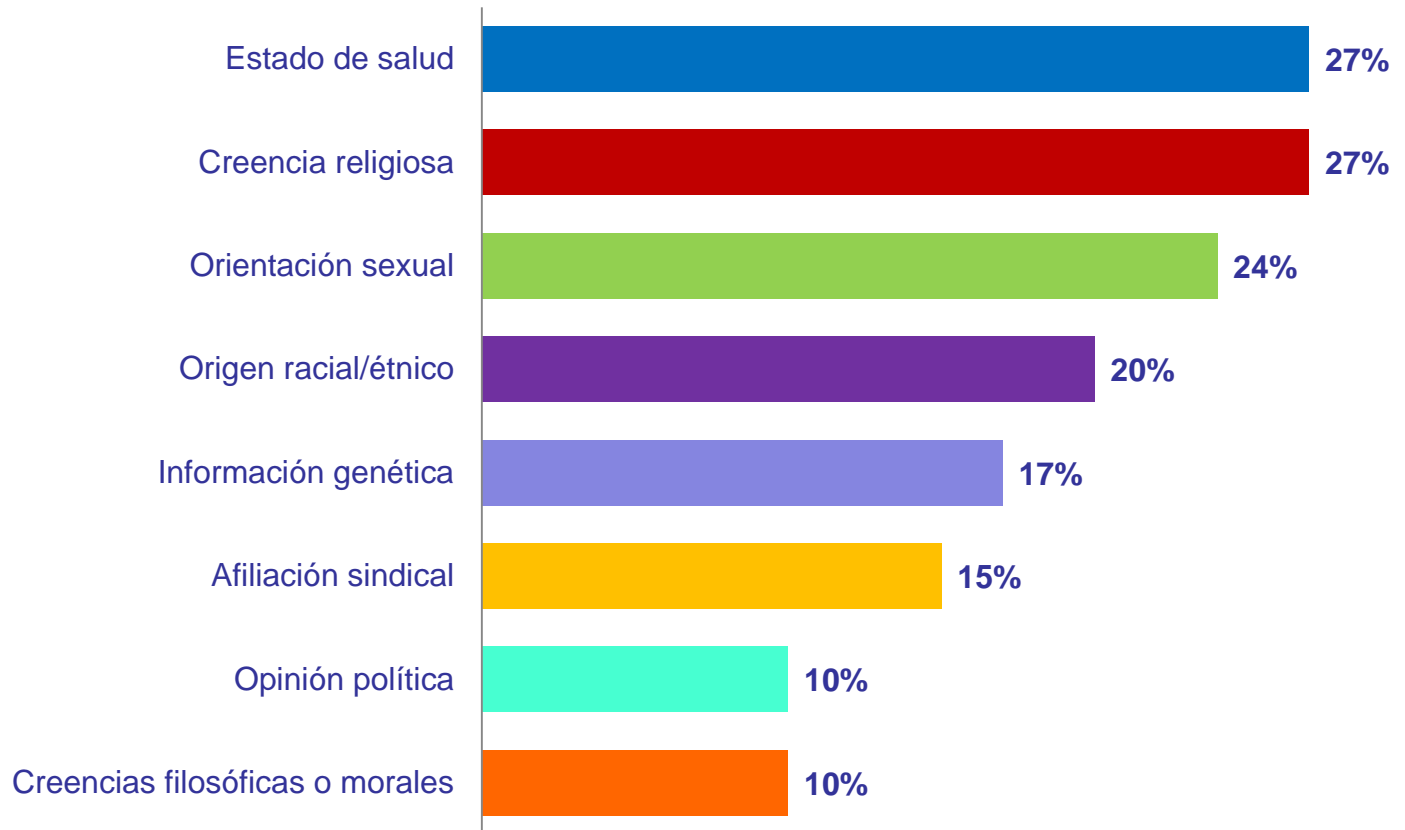
Por favor dígame ejemplos de datos personales **

**Se muestra el porcentaje de quienes mencionaron el dato personal

Base: 41 entrevistas

Respuesta múltiple, no suma 100%

El estado de salud y la religión son los datos personales sensibles más reconocidos, seguidos de orientación sexual y raza



“Los datos personales sensibles son aquellos que afectan a la esfera más íntima de la persona o cuyo uso indebido pueda dar origen a discriminación y/o conlleve un riesgo grave para la persona”

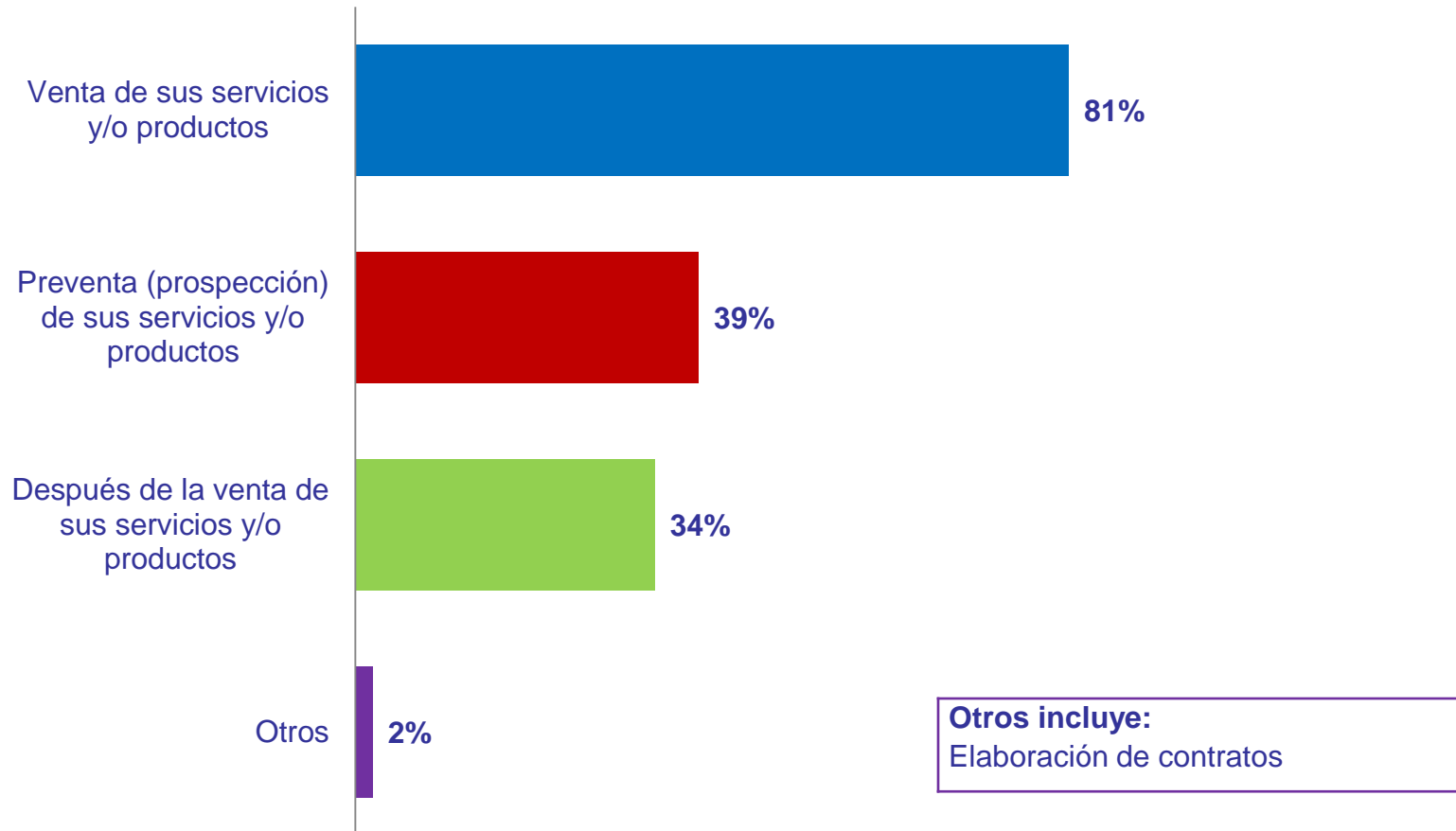
Por favor dígame algunos ejemplos de datos sensibles*

*Se muestra el porcentaje de quienes mencionaron el dato personal

Respuesta múltiple, no suma 100%

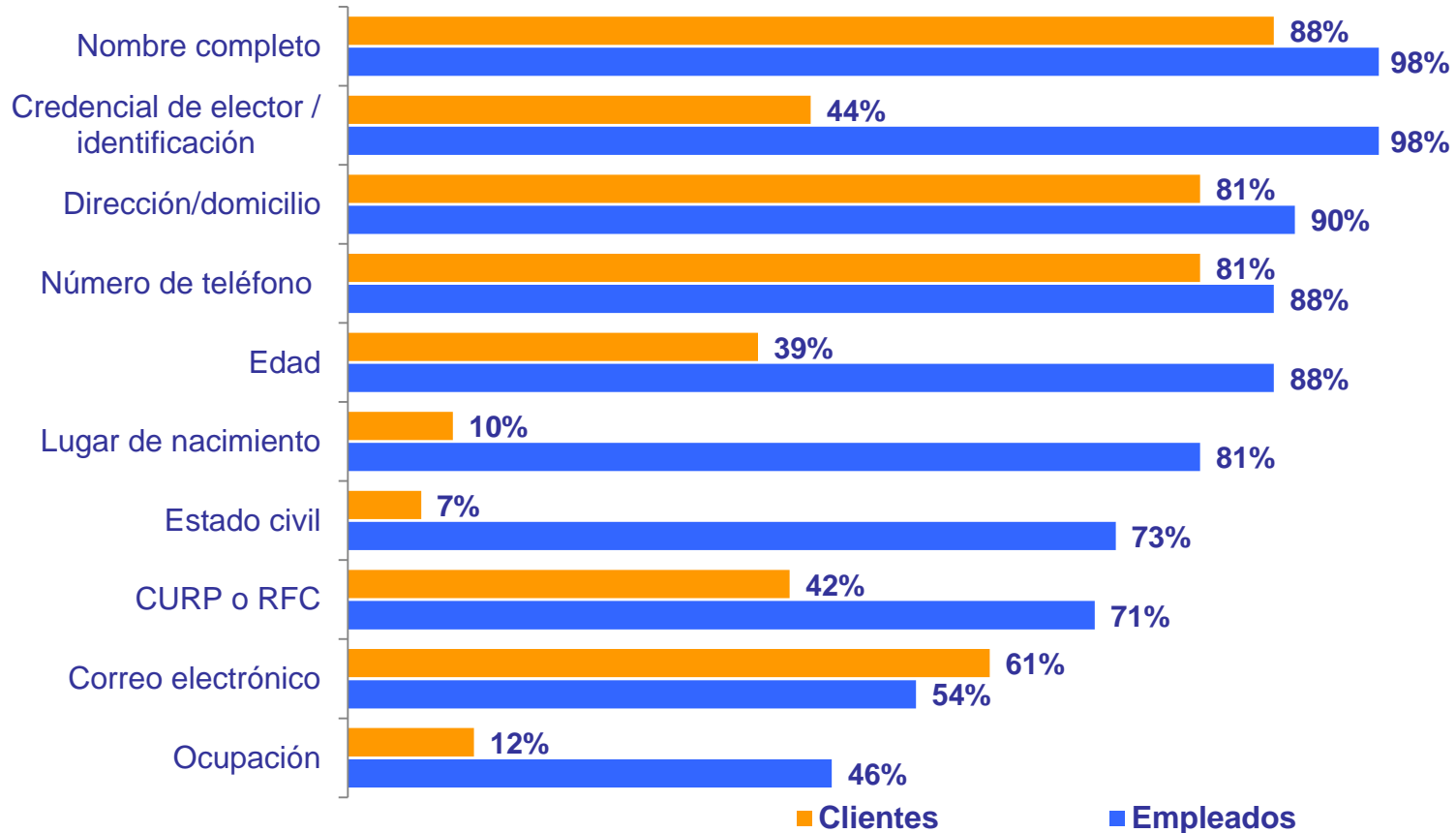
Base: 41 entrevistas

El momento más frecuente en que las empresas solicitan datos personales es durante la venta de productos y/o servicios



¿En cuál de los siguientes momentos es que solicitan los datos personales de sus clientes?

Tanto para clientes como para empleados, los datos que comúnmente se recaban son nombre, dirección y teléfono. En el caso de empleados, se solicita más información (parte 1)



De los datos que le voy a ir mencionado dígame ¿cuáles son los que usualmente le solicitan a sus **clientes** como parte de los procedimientos de la empresa, ya sea para otorgar un servicio o realizar una venta? *

¿Cuáles son los datos personales que usualmente registran de sus **empleados** para contratarlos o durante el tiempo que duran en el empleo? *

* Se muestra el porcentaje de quienes respondieron Sí

Base: 41 entrevistas

Los datos sensibles son más frecuentemente solicitados a empleados que a clientes (parte 2)



De los datos que le voy a ir mencionado dígame ¿cuáles son los que usualmente le solicitan a sus **clientes** como parte de los procedimientos de la empresa, ya sea para otorgar un servicio o realizar una venta? *

¿Cuáles son los datos personales que usualmente registran de sus **empleados** para contratarlos o durante el tiempo que duran en el empleo? *

* Se muestra el porcentaje de quienes respondieron Sí

Base: 41 entrevistas

(*) Datos sensibles

Los datos personales se obtienen principalmente mediante la entrega de documentos o a través de medios electrónicos

Medio de obtención *	%
Por medio de entrega de documentos	78%
Por medios electrónicos	71%
Llenan a mano algún formato preestablecido por la empresa	61%
Referencias de terceros	22%
De fuentes de acceso público	10%

Cuando su empresa recaba datos personales, ¿cuál de estos medios utiliza?

* Se muestra el porcentaje de quienes respondieron Sí a cada medio

Adicionalmente a las de clientes y empleados, casi la mitad de las empresas recolecta bases de datos de visitantes

Visitantes



Base: 41 entrevistas



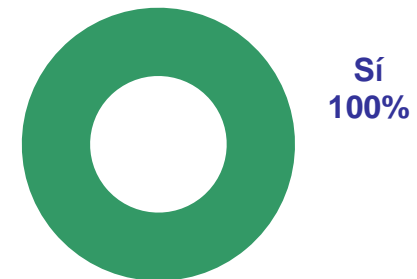
Base: 19 entrevistas, quienes recaban datos de visitantes

Terceros

(proporcionados por el cliente, empleados o proveedores)



Base: 41 entrevistas



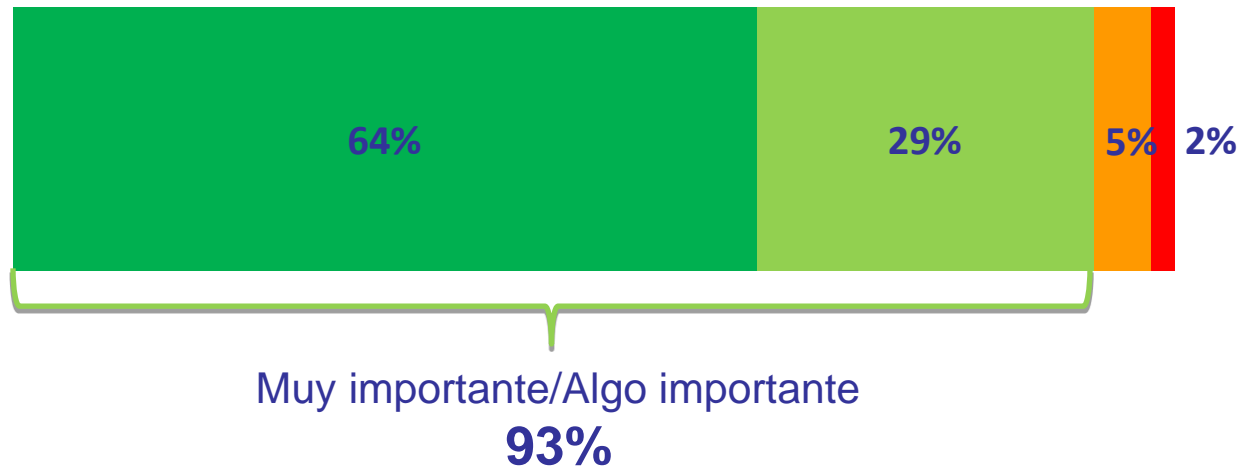
Base: 9 entrevistas, quienes recaban datos de terceros

Además de las bases de datos de sus clientes y empleados, de las siguientes opciones que voy a mencionar, dígame si la recaba o no.

Si la recaba, dígame si la guarda como base de datos.

Las empresas consideran muy importante tener datos personales para sus actividades

■ Muy importante ■ Algo importante ■ Poco importante ■ Nada importante



¿Qué tan importante es la obtención de datos personales para las actividades comerciales que realiza su empresa?



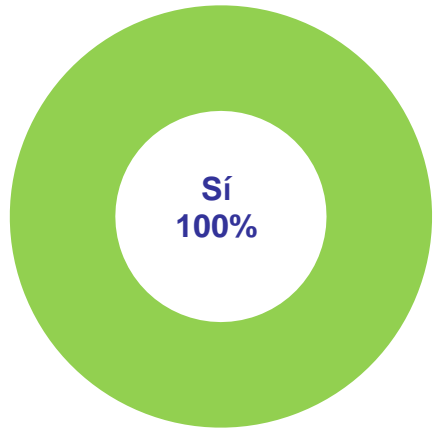
Aviso de privacidad



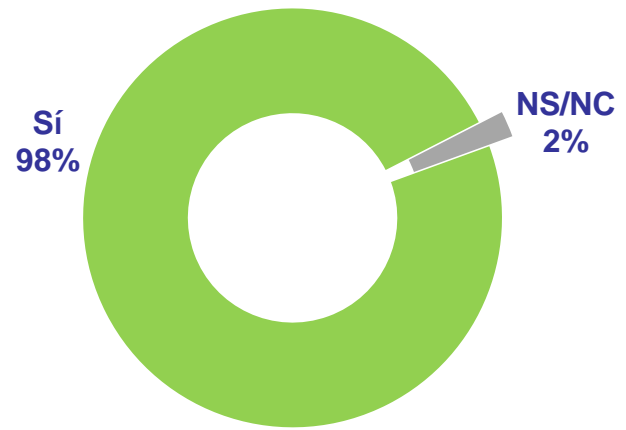
NOBODY'S UNPREDICTABLE

- El total de las empresas encuestadas de comercio electrónico, medianas y grandes, conoce o ha escuchado sobre el aviso de privacidad. 98% tiene aviso de privacidad.
- Las formas más comunes de darlo a conocer son por medios físicos y electrónicos.
- Con respecto al contenido de los avisos de privacidad:
 - 9 de cada 10 señalan el nombre y domicilio de la empresa que recaba los datos.
 - 8 de cada 10 mencionan cómo limita la empresa el uso o la divulgación de los datos; y para qué son utilizados los datos personales que solicitan.
 - 7 de cada 10 indican cómo puede revocar el titular el consentimiento otorgado para tratar sus datos personales, cómo ejercer sus derechos ARCO, cómo se comunicarán los cambios en el aviso de privacidad, y mencionan que la información puede ser transferida a un tercero y con qué propósito.
 - 6 de cada 10 mencionan dónde encontrar el aviso completo (si es simplificado) y el listado de los datos que se recaban.
 - 5 de cada 10 contienen la cláusula para aceptar o no las transferencias realizadas a un tercero y establecen si se recaban o no datos sensibles.

Todas las encuestadas conocen del aviso de privacidad, el 98% lo tiene

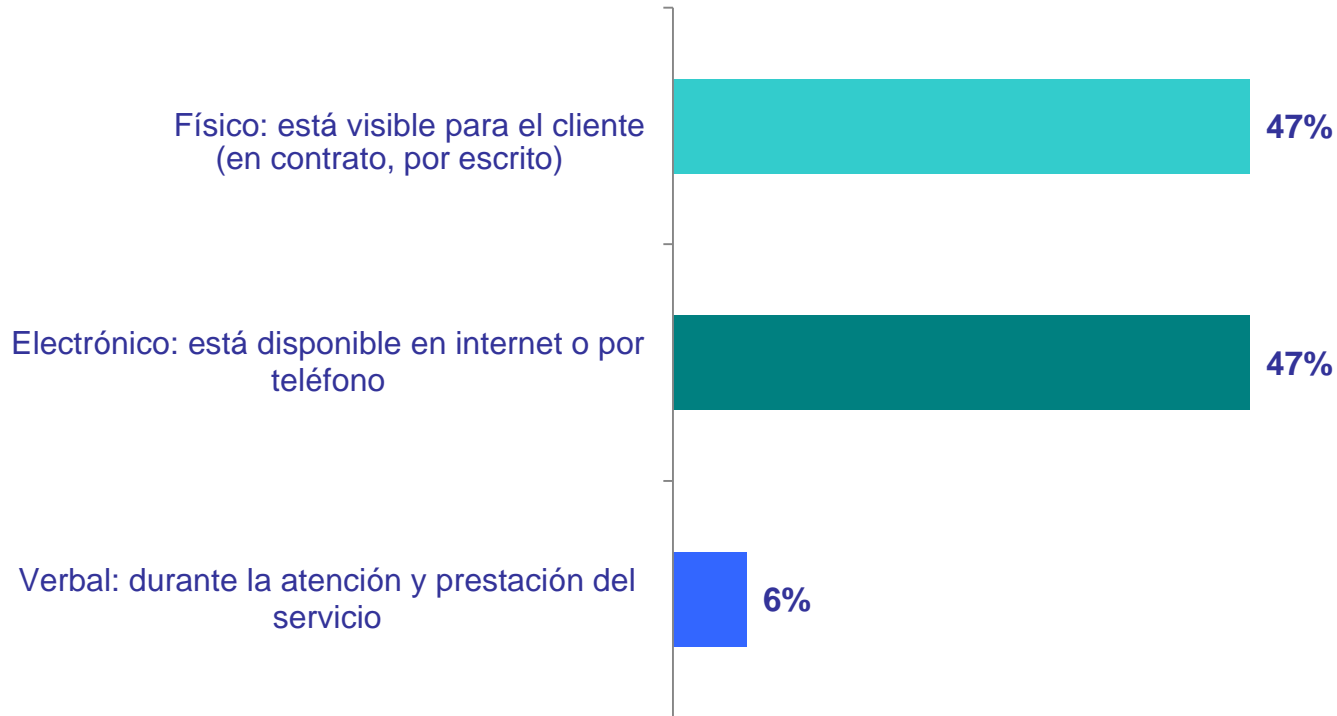


¿Conoce o ha oído hablar del aviso de privacidad?



¿La empresa cuenta con aviso de privacidad?

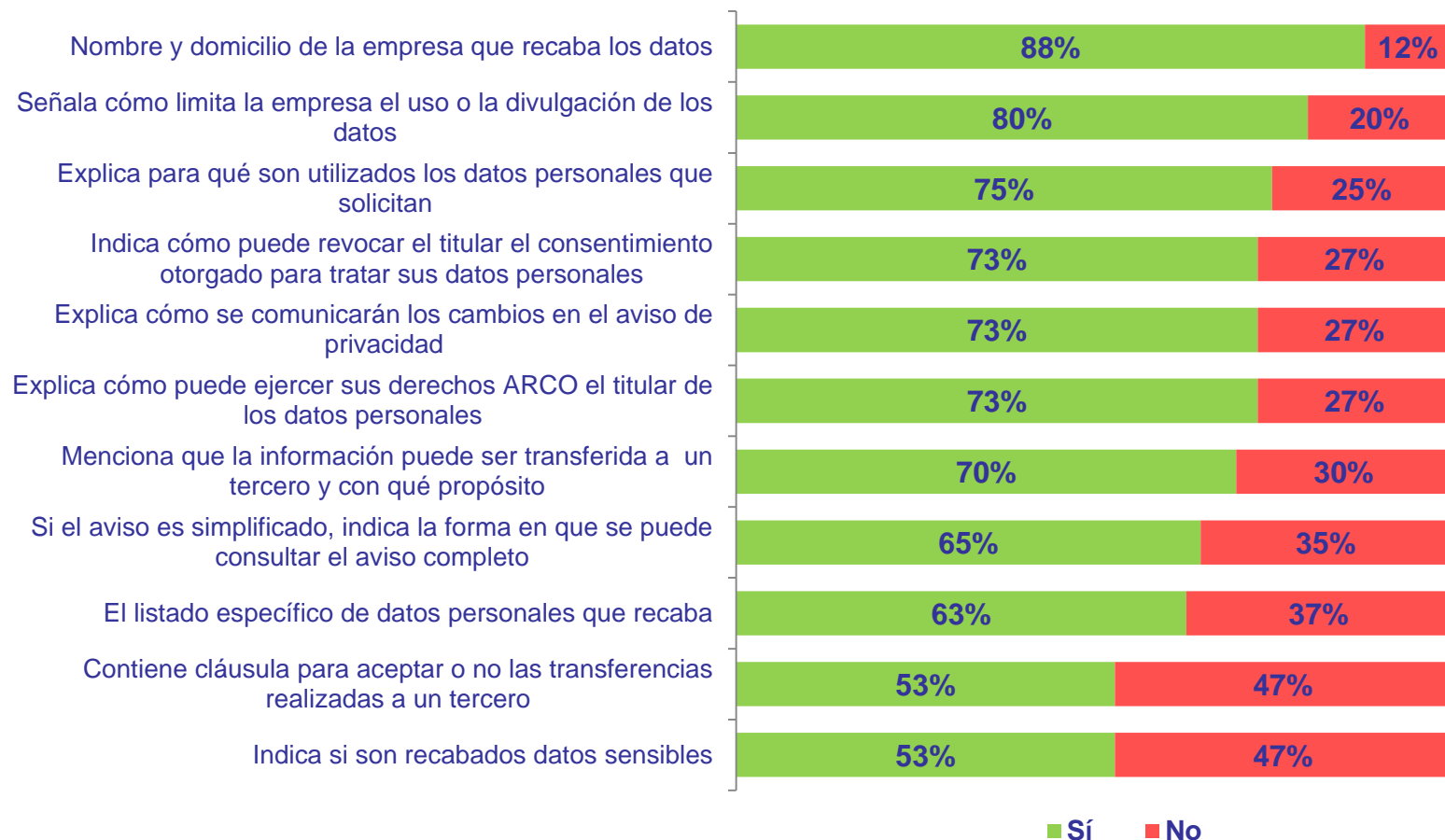
Las formas más comunes para dar a conocer el aviso de privacidad son de forma física y electrónica



¿Cuál es el medio por el cual se da conocer el aviso de privacidad de la empresa?

Base: 40 entrevistas, empresas que cuentan con aviso de privacidad

La mayor parte de los avisos de privacidad contiene nombre y domicilio de quién recaba los datos, así como la forma en cómo se limita el uso o la divulgación de la información



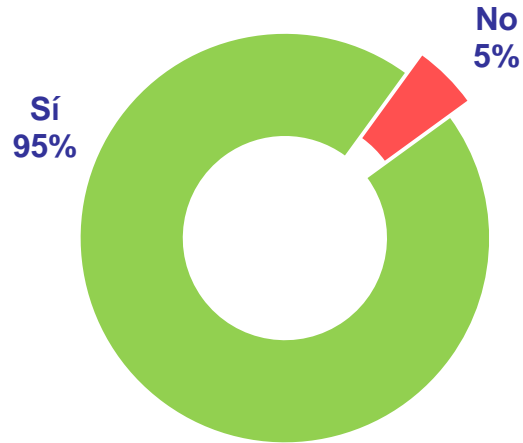
¿De los siguientes elementos que le voy a mencionar, me puede decir si su aviso de privacidad cuenta con alguno de ellos o no?

Base: 40 entrevistas, empresas que cuentan con aviso de privacidad

Seguridad de las bases de datos personales

- 95% de las empresas de comercio electrónico entrevistadas tiene algún programa o política de protección de datos personales.
- 83% cuenta con al menos un mecanismo de autorregulación. Los mecanismos de autorregulación más comunes son: código de conducta y sello de seguridad o confianza.
- 37% de las empresas distribuye las bases de datos al interior de la organización. En lo que se refiere a las transferencias, 17% las realiza a empresas con quienes tiene alianzas comerciales y 12% a subsidiarias y/o afiliadas. Otro 12% las remite a empresas que subcontratan.
- 4 de cada 10 unidades económicas pide autorización a los titulares para transferir sus datos personales a terceros. La forma más común de conseguirla es por escrito, seguida de medios electrónicos y vía verbal.
- 73% de los entrevistados asegura que nunca ha utilizado los datos personales para fines distintos a los que fueron recabados originalmente.
- Sólo 2% refiere haber sufrido algún incidente de seguridad con sus bases de datos personales.

La mayoría de las empresas cuenta con algún programa o política de protección de datos personales y con algún mecanismo de autorregulación

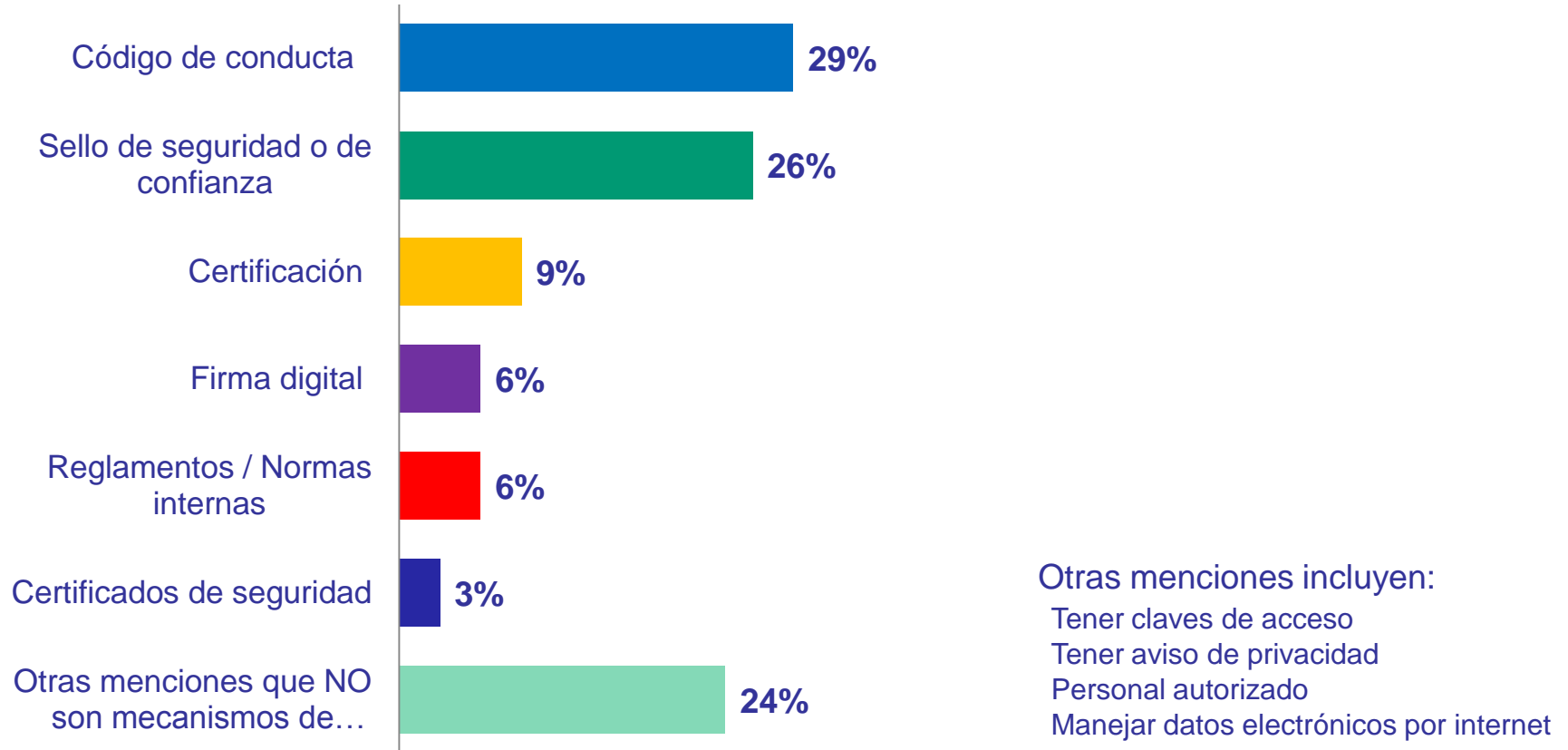


¿Su empresa cuenta con algún programa o política de protección de datos personales?



¿Su empresa cuenta con algún mecanismo de autorregulación como: código de conducta, sello de seguridad, certificación, firma digital o algún otro en materia de protección de datos personales?

Los mecanismos de autorregulación más frecuentes son código de conducta y sello de seguridad/confianza (respuesta espontánea del encuestado)



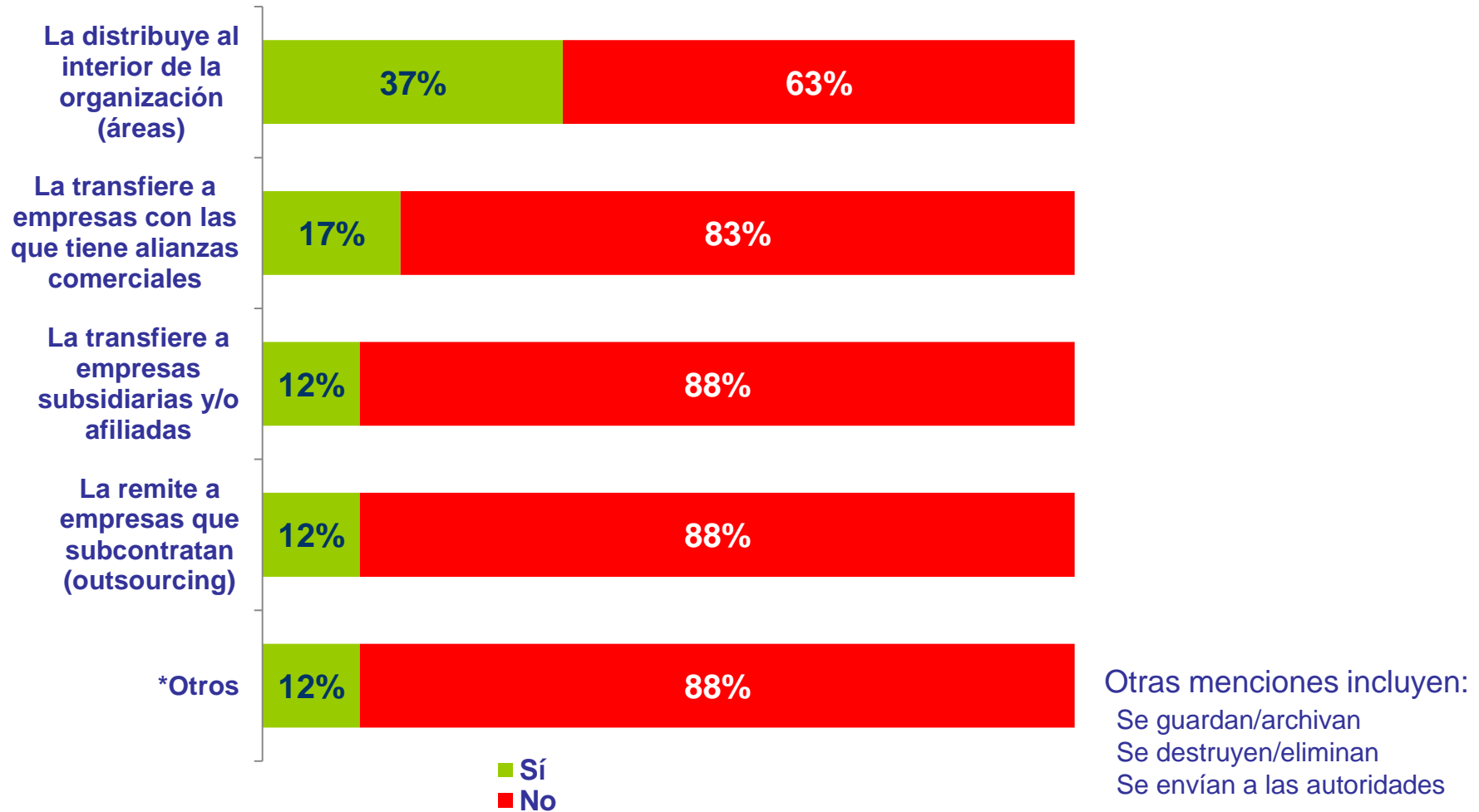
¿Su empresa cuenta con algún mecanismo de autorregulación?

¿Cuál?

Base de empresas que sí cuentan con algún mecanismo de autorregulación: 34 entrevistas

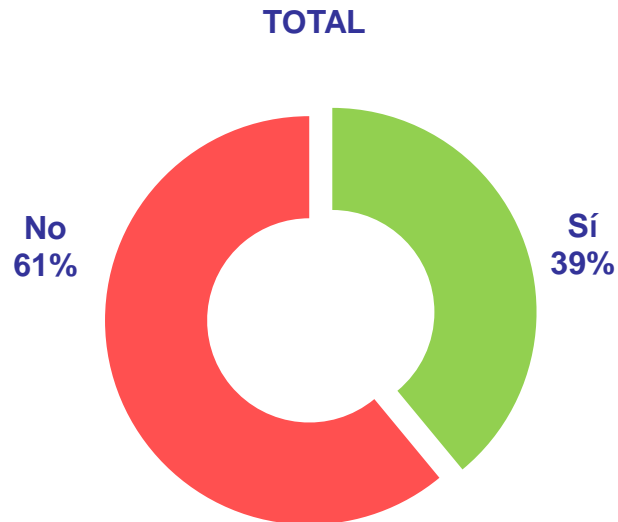
Respuesta múltiple, no suma 100%

Transferencias y remisiones de datos personales



Una vez que su empresa recaba la información personal de sus clientes, empleados y otros, ¿qué hace con estas bases de datos?

4 de cada 10 empresas pide autorización para transferir datos personales a terceros, principalmente por escrito



Formulario / por escrito / formato interno	31%
Internet / medios electrónicos	25%
Verbal / directamente al cliente	25%
Llamada telefónica	7%
No sabe	12%

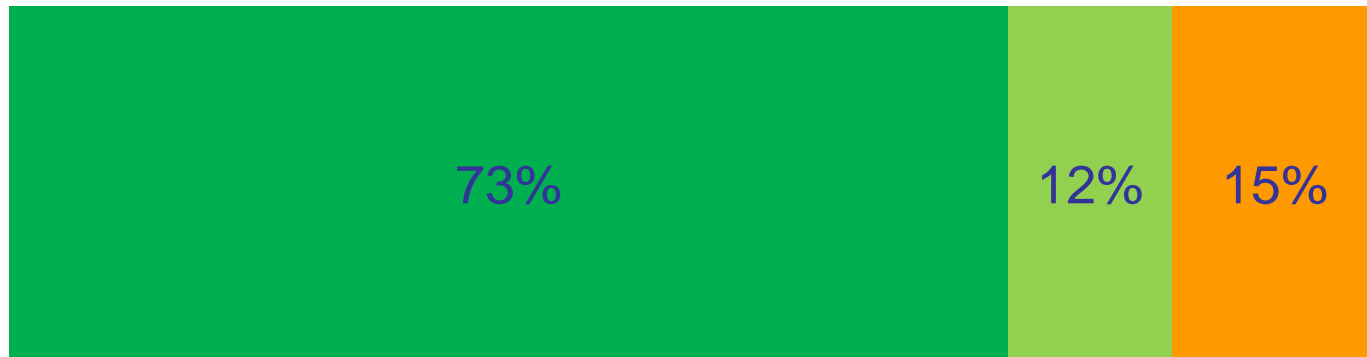
Cuando su empresa transfiere los datos personales a un tercero, ¿obtiene previamente la autorización de sus clientes y, en su caso, de sus empleados para transferir esta información?

¿Cómo obtiene la autorización?

Base de empresas que obtienen autorización: 16 entrevistas

73% de los entrevistados asegura nunca haber usado datos personales con fines distintos para los que fueron recabados

■ Nunca ■ Rara vez ■ Regularmente ■ Casi siempre ■ NS/NC



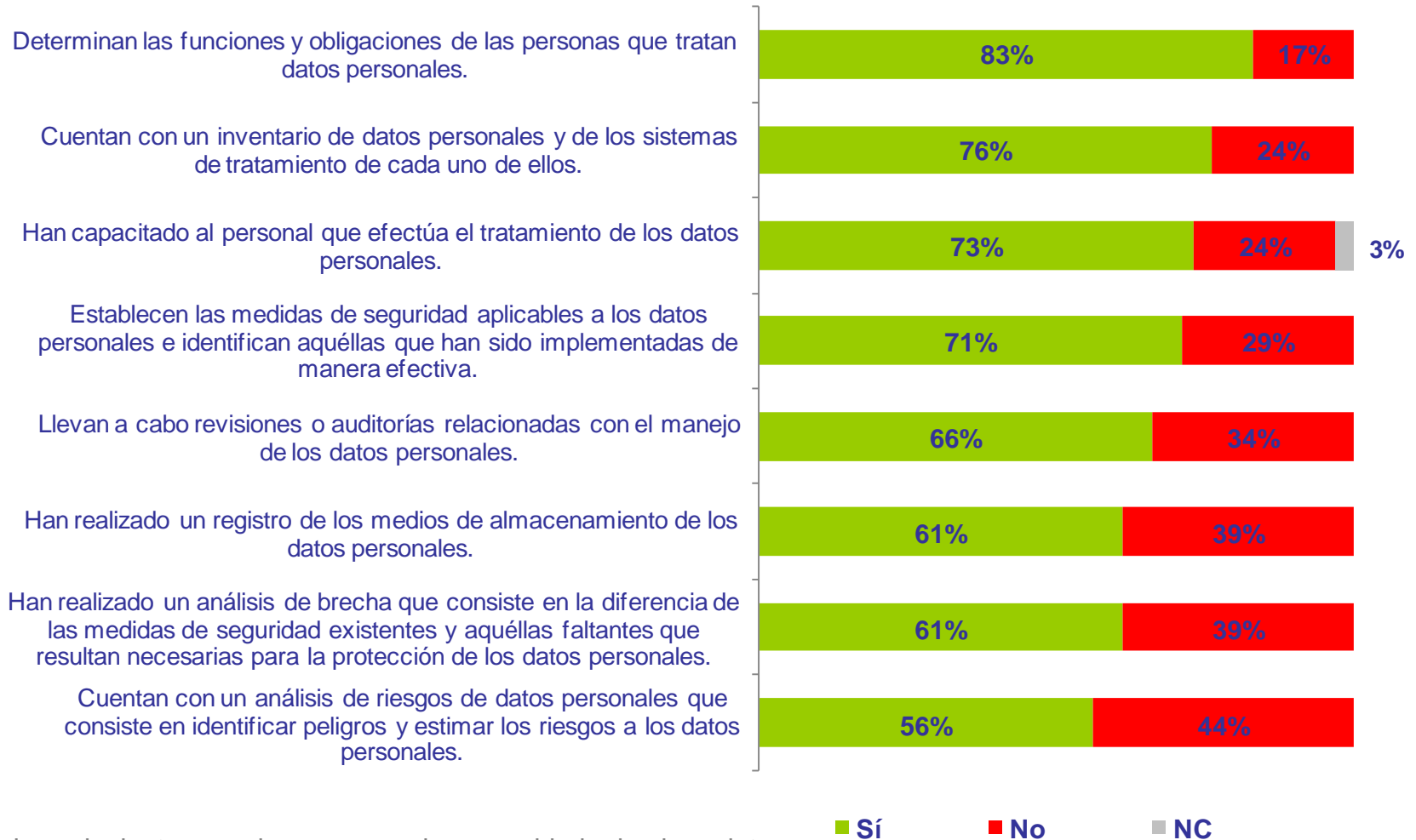
En su práctica cotidiana, ¿con que frecuencia cree que estos datos son utilizados para otros fines distintos para los que fueron recabados originalmente?

Capacitación y protección de datos son las principales acciones en materia de seguridad (respuesta espontánea del encuestado)



Como parte de los procedimientos de la empresa, ¿puede decirme alguna de las acciones específicas que han realizado en materia de seguridad, tratamiento y protección de datos?

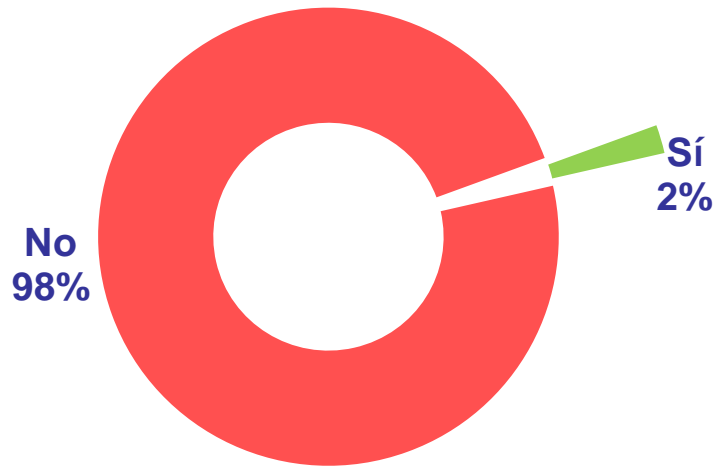
Medidas de seguridad para proteger las bases de datos personales (respuesta a opción múltiple ofrecida por el entrevistador)



De las siguientes acciones para la seguridad de los datos personales, dígame ¿cuáles conoce que han implementado en su empresa?

Sólo 2% manifiesta haber tenido incidentes en la seguridad de los datos personales (robo de información). Este incidente se notificó a los titulares a través de llamada telefónica

En su experiencia dentro de la empresa, ¿alguna vez le ha ocurrido algún incidente en relación a la seguridad de los datos personales como alteración, daño, pérdida, divulgación, destrucción, acceso, uso o tratamiento no autorizado?



Base: 41 entrevistas

¿En qué consistió?*

Robo de información	100%*
---------------------	-------

¿Cómo solucionó su empresa este problema?*

Sanción al infractor	100%*
----------------------	-------

¿Su empresa avisó a los titulares de los datos personales el incidente ocurrido?*

Sí	100%*
----	-------

¿Cómo avisó su empresa a los titulares de los datos personales el incidente ocurrido?*

Vía telefónica	100%*
----------------	-------

*Base de empresas que notificaron a los titulares de datos personales sobre el incidente: 1 entrevista



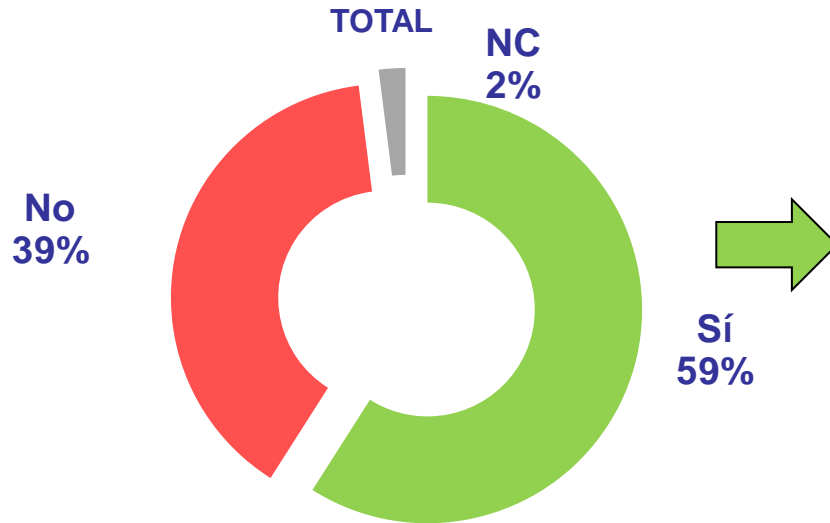
Atención al cliente



NOBODY'S UNPREDICTABLE

- 6 de cada 10 unidades económicas cuenta con algún procedimiento para obtener la autorización de las personas para recabar, tratar, transferir o cancelar sus datos personales. Las formas más frecuentes para obtener dicha autorización son por escrito y por medios electrónicos.
- 24% de los entrevistados ha recibido alguna solicitud de acceso, rectificación, cancelación y oposición (ARCO) respecto de los datos personales que manejan.
- 66% tiene un área específica o persona designada para la atención de las solicitudes ARCO.
- Los medios que han habilitado las empresas para la recepción de las solicitudes ARCO son, en mayor proporción, correo electrónico y llamada telefónica.

6 de cada 10 empresas tienen procedimientos de autorización para manejo de datos personales, principalmente vía formato interno



Formato interno / escrito	25%
Medio electrónico / internet	21%
Aviso de privacidad	17%
Sistema de cómputo	17%
Directamente de la persona	8%
Contrato	8%
Vía telefónica	4%
Firma del cliente	4%

¿La empresa cuenta con algún procedimiento para obtener la autorización de las personas para recabar, tratar, transferir o cancelar sus datos personales?

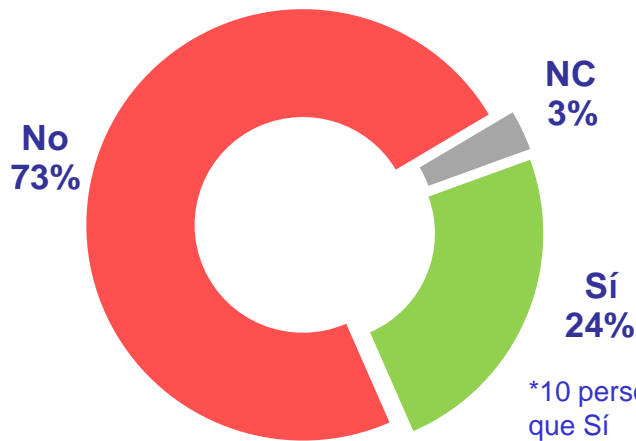
Base: 41 entrevistas

¿Cuál es?

Respuesta múltiple, no suman 100%

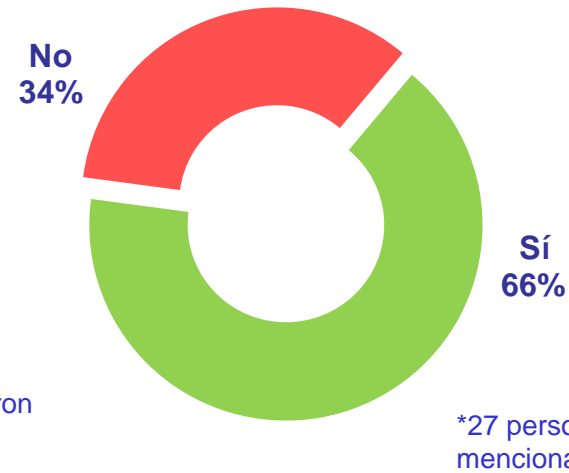
Base de empresas que cuentan con procedimientos para obtener autorización: 24 entrevistas

Casi una cuarta parte de las empresas han recibido solicitudes ARCO. El 66% cuenta con un área o persona a cargo de su atención



*10 personas de 41 mencionaron que Sí

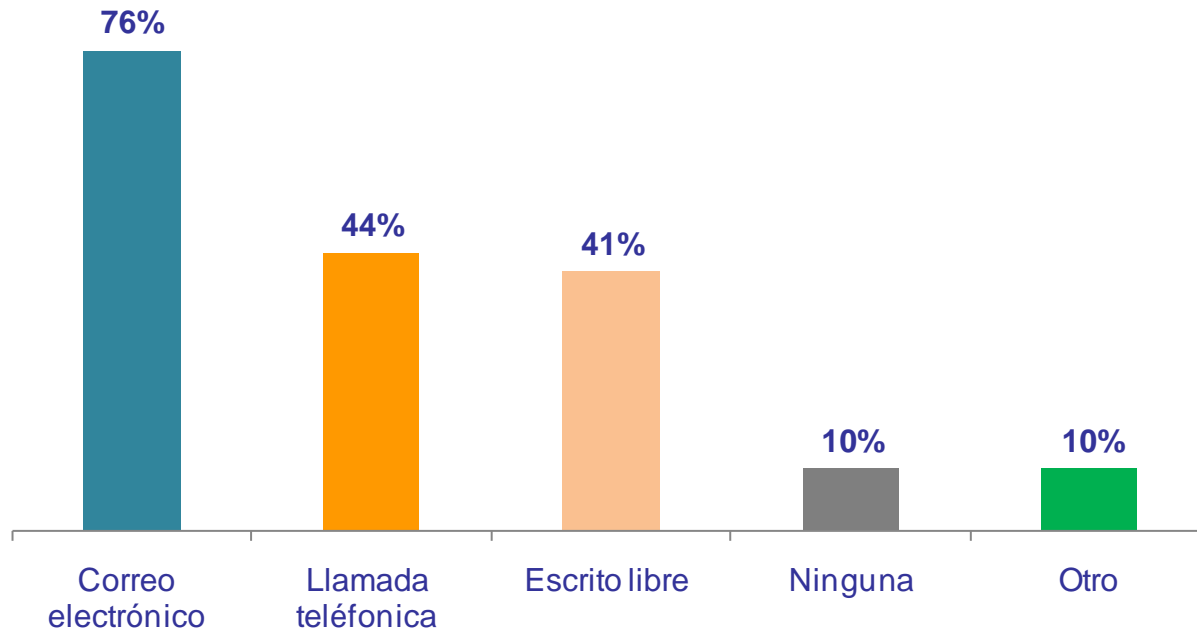
¿Ha recibido alguna solicitud de acceso, rectificación, cancelación y oposición en materia de datos personales?



*27 personas de 41 mencionaron que Sí

¿La empresa cuenta con un área específica o persona encargada para la atención a las solicitudes de acceso, rectificación y cancelación de datos personales, así como de oposición al tratamiento o uso de los mismos?

Las solicitudes ARCO se han recibido principalmente mediante correo electrónico y llamada telefónica



¿Cuáles son los medios que ha habilitado su empresa para la recepción de las solicitudes de acceso, rectificación, cancelación y oposición en materia de datos personales?

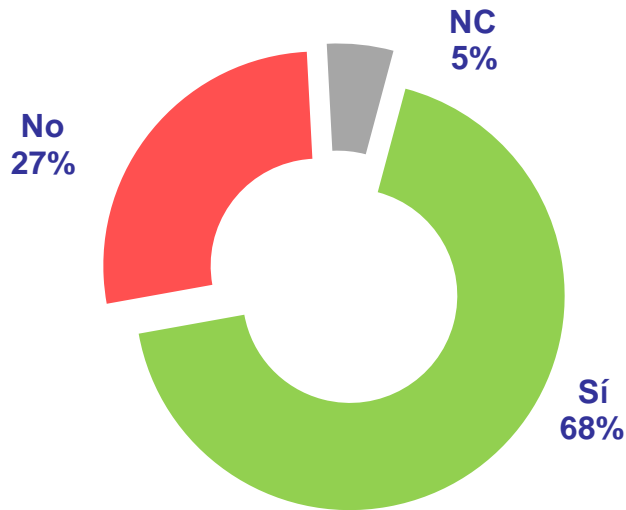
Obligaciones derivadas de la LFPDPPP

Obligaciones derivadas de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP)

- Resultados principales -

- 68% de las empresas conocen las obligaciones derivadas de la entrada en vigor de la LFPDPPP.
- De los entrevistados que afirmaron conocer las obligaciones de la Ley, las menciones más frecuentes son: dar a conocer anuncio de privacidad y resguardo de datos.
- La acción más mencionada por las empresas para atender lo dispuesto en la Ley es contar con aviso de privacidad, así como cursos y capacitaciones; en menor medida, los entrevistados señalaron la restricción de base de datos.
- En promedio, 93% de los entrevistados considera que la LFPDPPP tiene muchísima o mucha utilidad.
- Para 93% de los encuestados es muy importante que sus empresas atiendan las solicitudes ARCO de sus clientes.
- Más de la mitad (54%) de los sujetos regulados conoce las consecuencias de no cumplir con las disposiciones de la Ley.

68% de las empresas conocen las obligaciones de la LFPDPPP



¿Conoce usted cuáles son las obligaciones de la empresa con la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

Base: 41 entrevistas



¿Cuáles son?

Base conoce las obligaciones derivadas: 28 entrevistas

Principales menciones. Respuesta múltiple, no suma 100%

Contar con aviso de privacidad y capacitar son las principales acciones tomadas para atender la Ley



¿Qué acciones ha tomado la empresa para atender lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

Base conoce las obligaciones derivadas: 28 entrevistas

Principales menciones. Respuesta múltiple, no suma 100%

En general, la LFPDPPP se considera útil y se cree que es muy importante atender las solicitudes ARCO



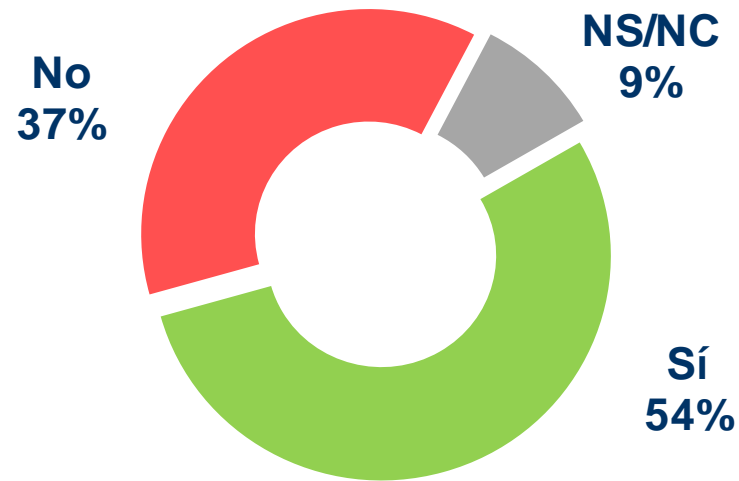
La Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares le da derecho a las personas, entre otras cosas, a que los datos que decidan entregar al solicitar algún servicio, realizar un trámite o hacer una compra sean resguardados y no sean compartidos con alguien más, a menos que lo autoricen

¿Qué tanta utilidad tiene para usted y su empresa esta Ley: muchísima, mucha, algo, poca o nada?



¿Qué tan importante es para su empresa atender las solicitudes de acceso, rectificación, cancelación y oposición de los datos personales de sus clientes? ¿Es muy importante, algo importante, poco importante o nada importante?

37% de los entrevistados ignora las consecuencias de no cumplir con las disposiciones de la Ley



¿Conoce cuáles son las implicaciones de que su empresa no cumpla con las disposiciones de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

Costos y beneficios del cumplimiento de la LFPDPPP

- Por lo general, las empresas mostraron mayor proclividad a adoptar medidas físicas y técnicas para el cumplimiento de la Ley. De éstas sobresalen, dentro de las medidas físicas, prevenir el acceso no autorizado y el daño o interferencia a las instalaciones físicas y a los equipos o información; entre las técnicas, accesos a bases de datos mediante usuarios identificados y autorizados.
- En promedio, 37% de los entrevistados considera que es difícil cumplir con lo dispuesto en la LFPDPPP.
- Entre los beneficios que la LFPDPPP representa para las empresas, los más valorados son mayor confianza de sus clientes y proveedores, así como mejor posicionamiento de mercado.
- Para casi un 30% de las empresas, la contratación de asesores externos y el aumento de costos de operación son los principales costos generados por la entrada en vigor de la Ley.
- 93% de los entrevistados identificó al IFAI como la institución que garantiza el derecho a la protección de los datos personales.
- 88% de los sujetos regulados están dispuestos a colaborar y ser capacitados por el IFAI para implementar las acciones necesarias para la protección de los datos personales que manejan.

La medida administrativa para cumplir con la Ley más mencionada fue la asignación de un área especializada para atender solicitudes ARCO



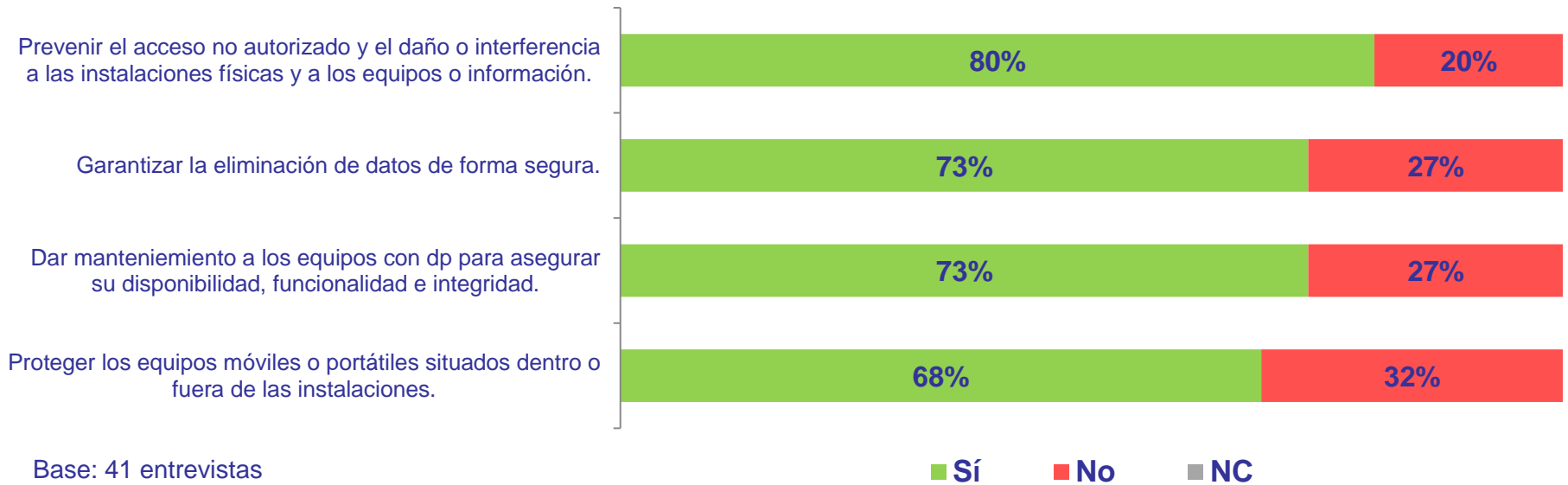
¿Qué medidas **administrativas** ha realizado su empresa a partir de la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares? Diga sí o no a las siguientes afirmaciones.

7% No ha tenido que modificar nada, ¿por qué?

Ya habían modificado el sistema	34%
No es necesario	33%
Ya realizaba esas medidas	33%

Base de empresas que respondieron que no han tenido que modificar nada: 3 entrevistas

Se han tomado más medidas físicas que administrativas para garantizar el debido tratamiento de los datos personales



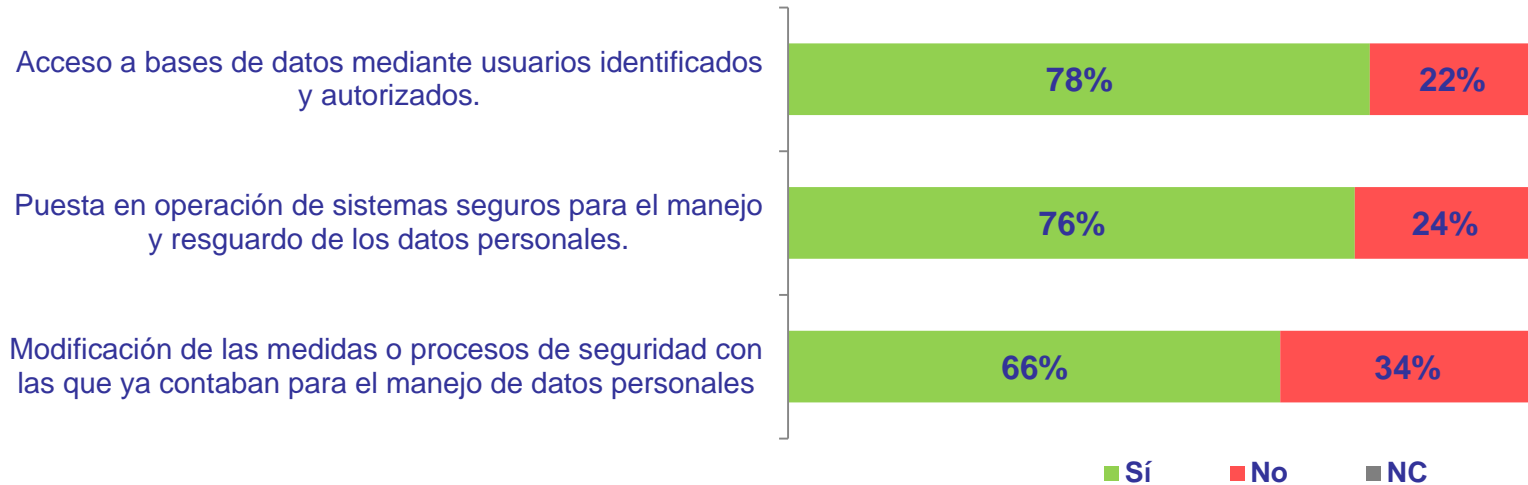
¿Qué medidas **físicas** ha tenido que implementar su empresa a partir de la entrada en vigor de la misma Ley?

7% No ha tenido que modificar nada, ¿por qué?

No es necesario	67%
Esas medidas ya se llevaban a cabo	33%

Base de empresas que no han tenido que modificar nada: 3 entrevistas.

Más de la mitad de los encuestados ha adoptado al menos una medida técnica para el cumplimiento de la LFPDPPP



Base: 41 entrevistas

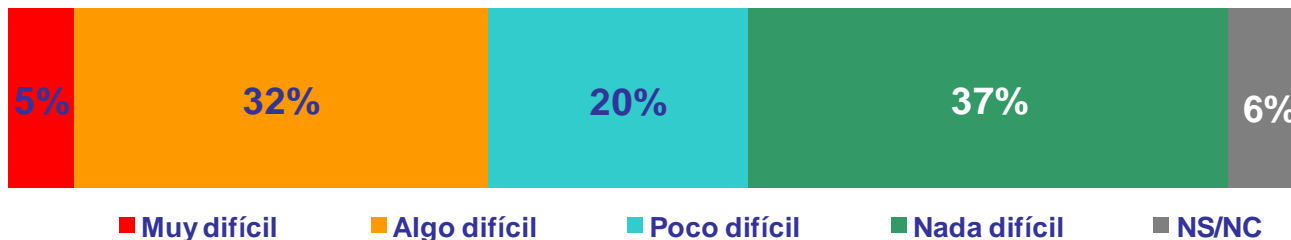
¿Qué medidas **técnicas** ha tenido que implementar su empresa a partir de la entrada en vigor de la misma Ley?

2% No ha tenido que modificar nada, ¿por qué?

No hay necesidad / no se requiere	100%
-----------------------------------	------

Base de empresas que respondieron no ha tenido que modificar nada: 1 entrevista

De los que consideran que es muy o algo difícil cumplir con la Ley señalan, principalmente, que es por falta de costumbre



Base: 41 entrevistas

En su experiencia, ¿qué tan difícil ha sido para la empresa, en general, cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?

Muy o algo difícil

Falta de costumbre	27
No conozco muy bien la Ley	13
Mala organización	13
El cliente nos da información falsa	7
No cuenta con dinero para implementarla	7
Las personas no firman contratos	7
Es más responsabilidad	7
Es complicado	7
Por los largos periodos de tiempo	7
Por tardar en entenderlo	7

Poco o nada difícil

Ya se realizaba desde antes	43
Cumplimos la Ley	30
Estamos capacitados	13
Se contrató asesoría de abogados	9
Seguimos los pasos de la Ley	9
Sólo personal autorizado tiene acceso	4
Es sencillo	4
Protegen los datos	4
Por acceso a la información del IFAI	4
No lucrar con la información	4

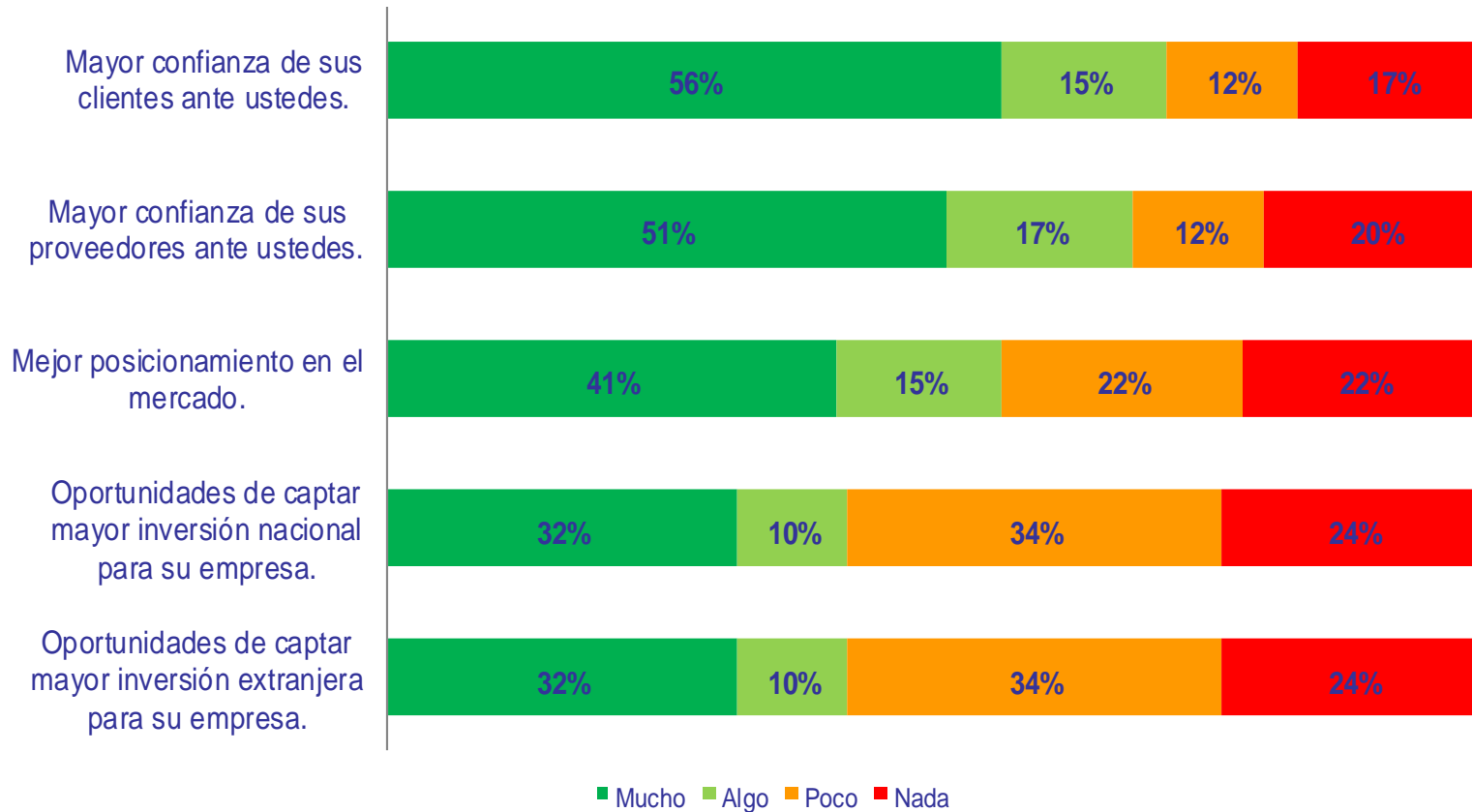
Base de empresas que consideran muy y algo difícil: 15 entrevistas

Base de empresas que consideran poco y nada difícil: 23 entrevistas

¿Por qué considera que ha sido así de difícil?

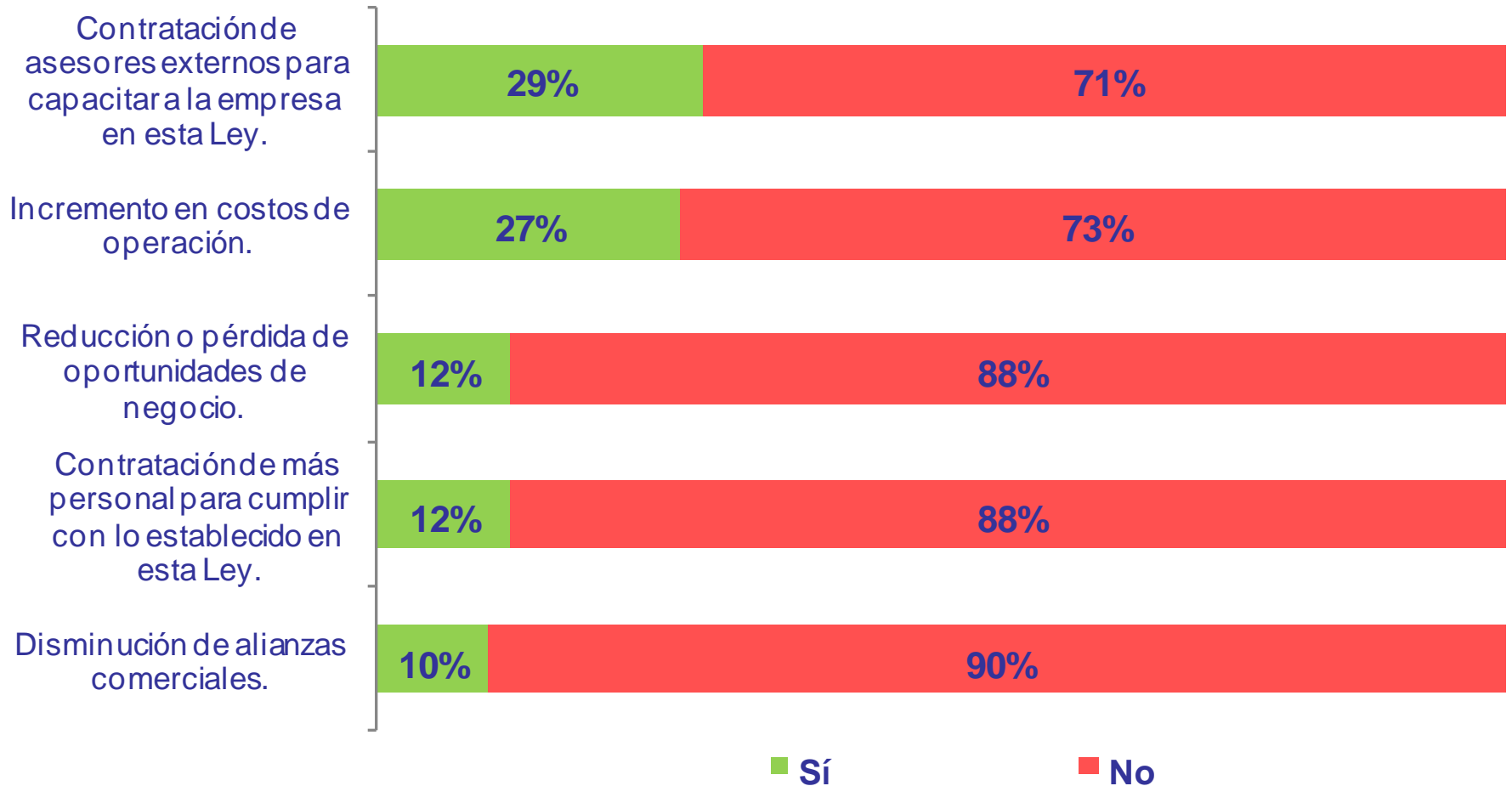
Respuesta múltiple, no suman 100%

Beneficios más valorados de la Ley



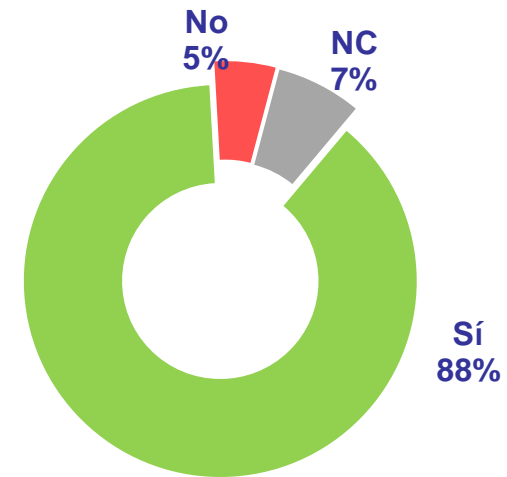
De las siguientes opciones que le voy a mencionar, dígame ¿qué tanto cree usted que le beneficia a la empresa el cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares?, usted diría que le beneficia mucho, algo, poco o nada.

La contratación de asesores externos y el incremento en costos de operación son los principales gastos en que han incurrido las empresas por la entrada en vigor de la Ley



En su experiencia, dígame si con la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares se ha presentado en su empresa alguna de las siguientes situaciones.

93% de las empresas reconoce al IFAI como la institución que garantiza el derecho a la protección de los datos personales



¿Cuál es la institución que garantiza el derecho a que los datos personales que recaba de sus clientes y empleados sean resguardados y no se haga un mal uso de ellos?

Importante: El nivel de asociación correcta del IFAI como el garante de la protección de datos personales puede haberse incrementado debido a que se mencionó al Instituto en preguntas previas a ésta.

¿En su empresa estarían dispuestos a colaborar y ser capacitados por el IFAI para implementar las acciones necesarias para la protección de los datos personales que manejan?



Ipsos Public Affairs
Av. Santa Fe 94, Torre A, Piso 7,
Col. Zedec Santa Fe, C.P. 01210, México D.F.
Tels. +52 55 1101 0000
+52 55 1101 1865
+52 55 1101 1057
Fax + 52 55 1101 0008
www.ipsos.com