

Pesquisa da GSMA sobre comportamento de usuários móveis com relação à privacidade

Descobertas-chave do Brasil



Conduzida por *uturesight* em Novembro de 2012

Informações

- A GSMA representa os interesses da indústria de comunicações móveis do mundo inteiro. Abrangendo 219 países, a GSMA reúne aproximadamente 800 operadoras móveis e cerca de 200 empresas no ecossistema móvel mais amplo, composto por fabricantes de aparelhos, empresas de software, fornecedores de equipamentos, empresas de internet e organizações de mídia e entretenimento
- A GSMA lançou uma iniciativa de privacidade móvel em janeiro de 2011, que relaciona alternativas a serem exploradas para fornecer aos usuários formas amigáveis, e contextualmente relevantes, para que eles gerenciem sua privacidade e informações nos dispositivos móveis

Objetivos

- Este estudo foi encomendado para ajudar a entender quais são, se é que elas existem, as preocupações de usuários de aparelhos celulares e como isso influencia no uso de serviços de internet móvel e apps
- A pesquisa pretende ajudar a definir o escopo da política de apoio ao desenvolvimento de experiências de privacidade consistentes e eficazes, que orientam os usuários a se familiarizar com formas de administrar sua privacidade a partir de dispositivos móveis
- Até o momento, este estudo foi realizado na Espanha, Reino Unido, Cingapura, México, Brasil e Colômbia, baseado nas respostas de mais de 8,500 usuários móveis. Esta apresentação destaca as principais conclusões para o caso brasileiro (Novembro de 2012)

Método

- A pesquisa no Brasil foi realizada em duas partes em novembro de 2012:
 - Pesquisa quantitativa online com uma amostragem total de 1.505 usuários móveis no Brasil, dos quais 64% eram usuário de smartphones
 - Entrevistas pessoais com 20 usuários, de cada país, de internet e apps móveis para adicionar um diagnóstico qualitativo aos resultados quantitativos

Amostra

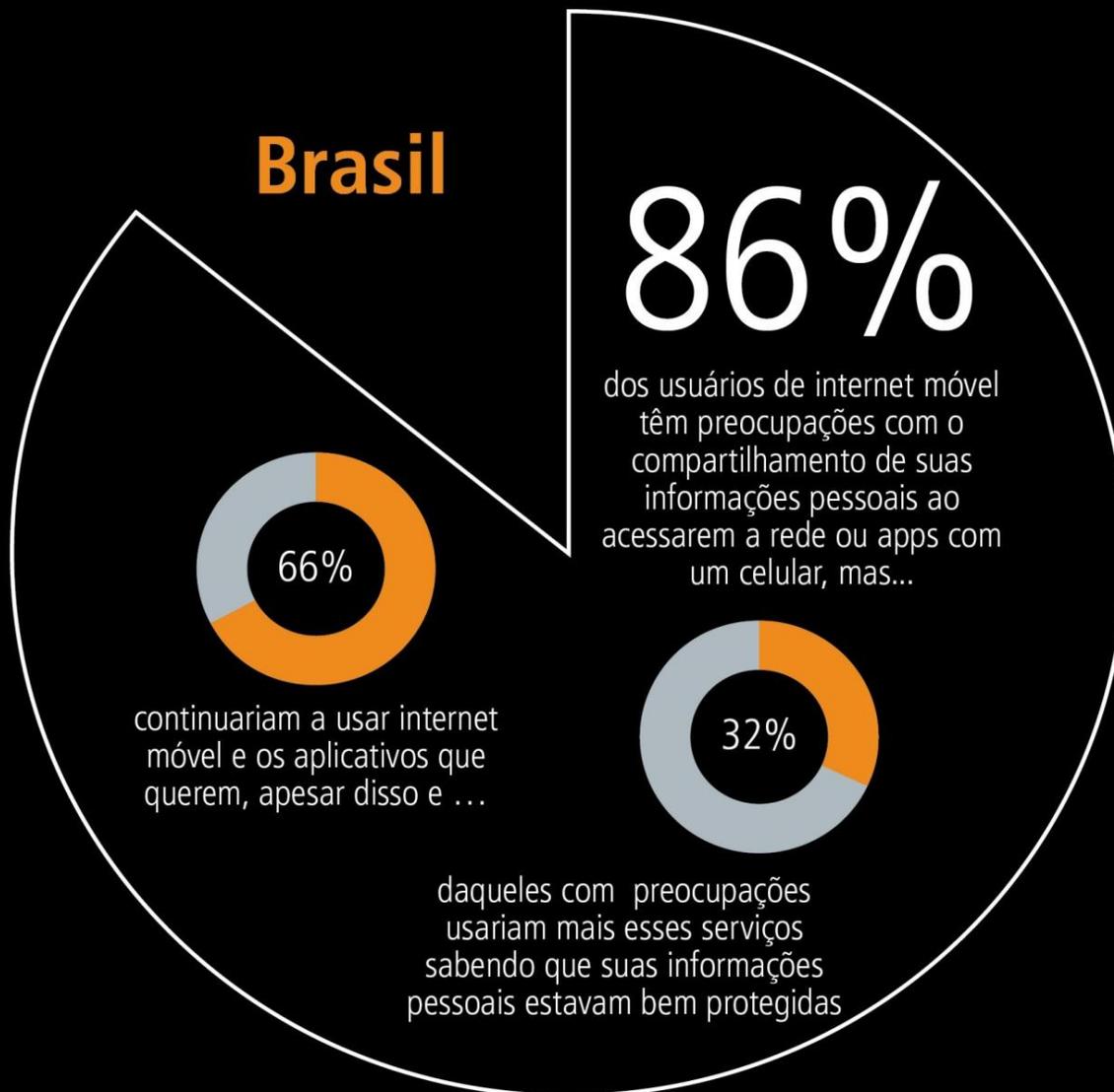
- A amostra foi amplamente representativa em termos demográficos (idade, sexo, classe social e região), embora alguns grupos de idosos tenham sido ligeiramente sub-representados, como é comum em pesquisas online
- De forma semelhante, a amostra foi também representativa em termos de marcas de fabricantes de celulares, modelos de pagamento e operadoras móveis
- Em termos de uso, no entanto, a amostra foi limitada a usuários de serviços mais sofisticados – 70% eram usuários de internet móvel e de apps, dos quais 40% eram usuários muito frequentes

Visão Geral da Amostra (Brasil)



Visão Geral da Amostra	Brasil
Total da Amostra	1.505 usuários móveis
Usuários de smartphones	64 %
Sexo	45% Masculino/ 55% Feminino
Idade	Boa representação de pessoas com 18-54 anos (pessoas com mais de 55 anos foram sub-representadas)
Operadora	Tim (34%); Vivo (24%); Oi (22%); Claro (19%)
Fabricante de aparelhos	Nokia (28%); Samsung (24%); LG (15%); Motorola (11%); Apple (4%); Sony Ericsson (3%); Blackberry (2%)
Método de Pagamento	Contrato (28%); Pré-Pago (72%)

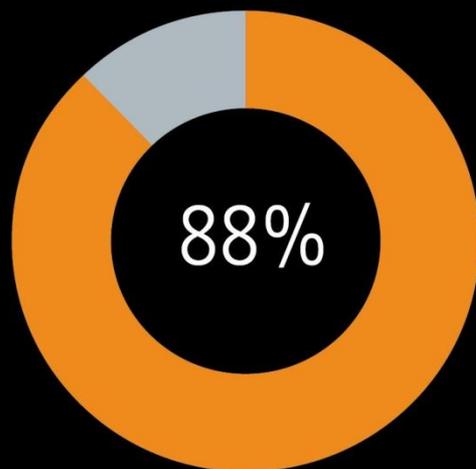
Usuários de internet móvel se preocupam com privacidade e querem saber se suas informações pessoais estão seguras



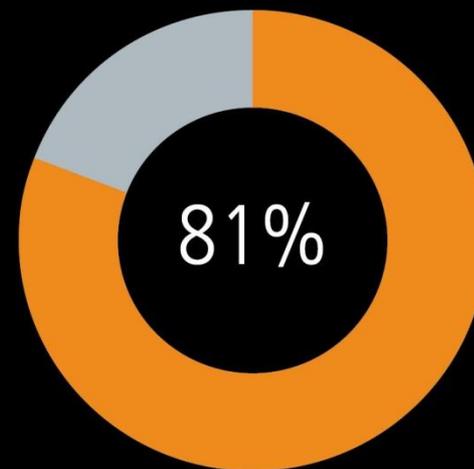
A maioria dos usuários de internet móvel no Brasil é cautelosa em relação a quem irá compartilhar suas informações pessoais



Brasil



pensam que a proteção de suas informações pessoais é muito importante

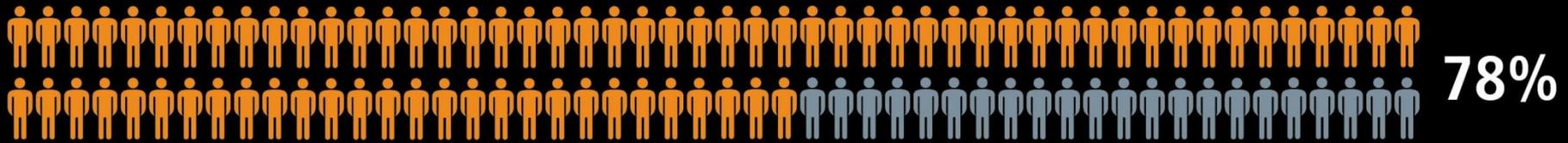


são muito seletivos em relação a quem fornecem suas informações

Usuários móveis querem escolher e controlar o tipo de publicidade e a frequência com que a recebem em seus dispositivos



Brasil



Gostaria de ajustar o tipo e frequência da propaganda que recebe no celular, segundo suas preferências

Apenas metade dos usuários acredita que as empresas protegem suas informações



Usuários móveis querem que terceiros peçam permissão antes de usar dados pessoais



Brasil



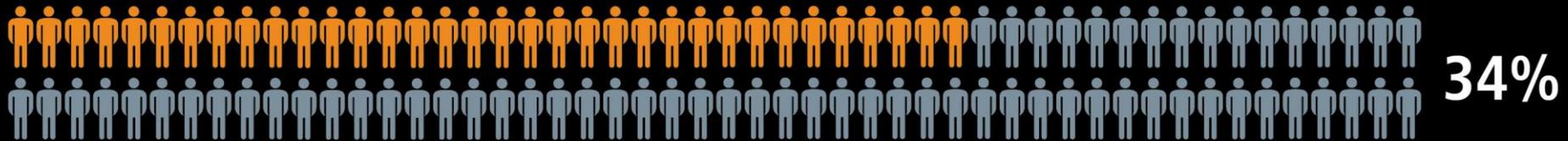
acham que terceiros devem pedir permissão para usar seus dados pessoais

83%

A maioria dos usuários acredita que as empresas continuariam coletando informações pessoais contra sua vontade



Brasil



acham que as empresas parariam de coletar dados pessoais se eles decidissem parar de compartilhá-los

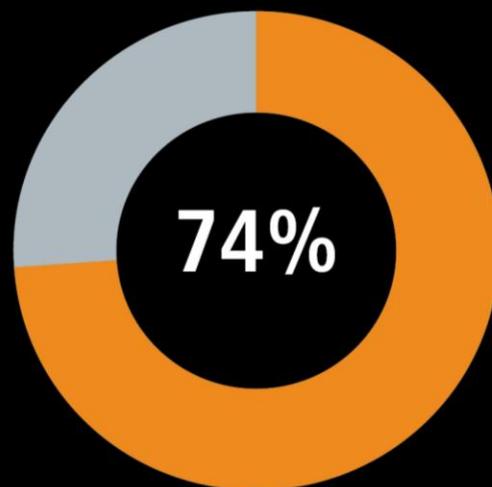
Usuários móveis de internet “concordam” com termos de privacidade sem lê-los ... pois são “muito longos”



Brasil

51%

“concordaria”



Eu concordo – “concordaria” regularmente com uma declaração de privacidade em seu seu celular sem tê-la lido

Dos que concordaram com a declaração de privacidade sem ler ... disseram que elas são “muito longas”

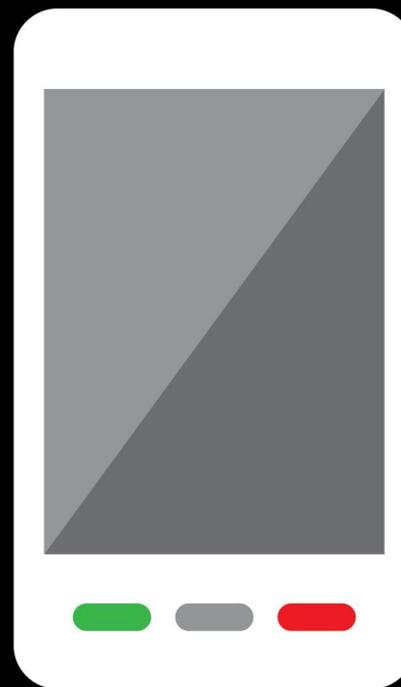
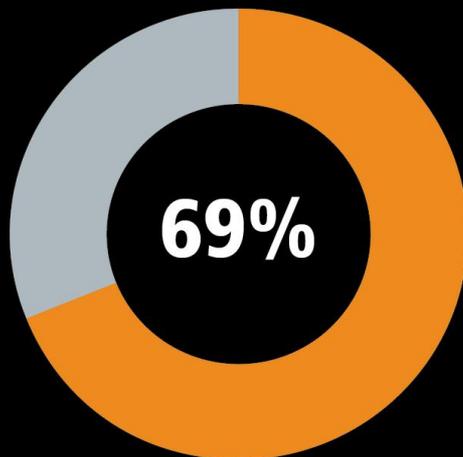
Base 1: todos os usuários de internet móvel que se inscreveram em site ou app (Brasil – 998)

Base 2: todos os usuários de internet móvel que “aceitam” declarações de privacidade mas nunca ou raramente as lêem (Brasil – 509)

Dois em cada três usuários de apps móveis verificam que tipo de informação o app pede antes de instalá-lo...



Brasil



Tenta descobrir que informações a app vai utilizar e por que antes de fazer a instalação

Quase todos os usuários móveis querem ser consultados antes que apps coletem seus dados pessoais



Brasil



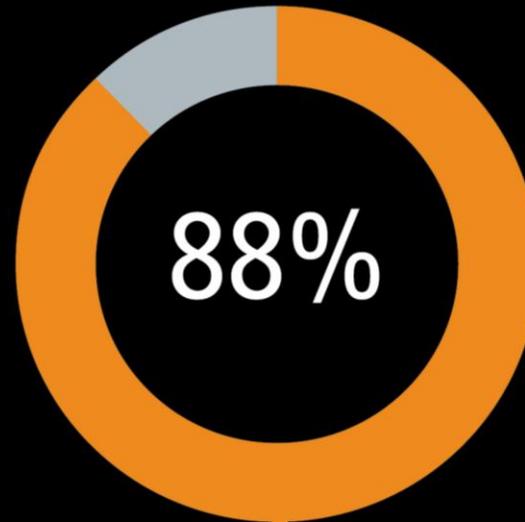
Pensam que é importante decidir se as aplicações podem coletar suas informações pessoais sem o seu consentimento

89%

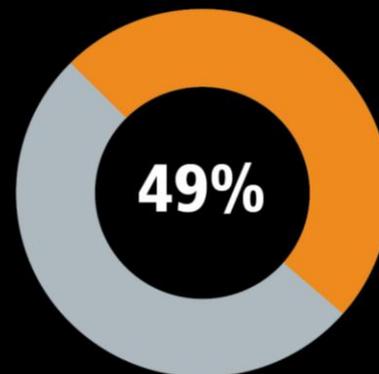
Usuários de apps móveis com preocupações sobre privacidade provavelmente vão limitar seu uso até se sentirem seguros



Brasil

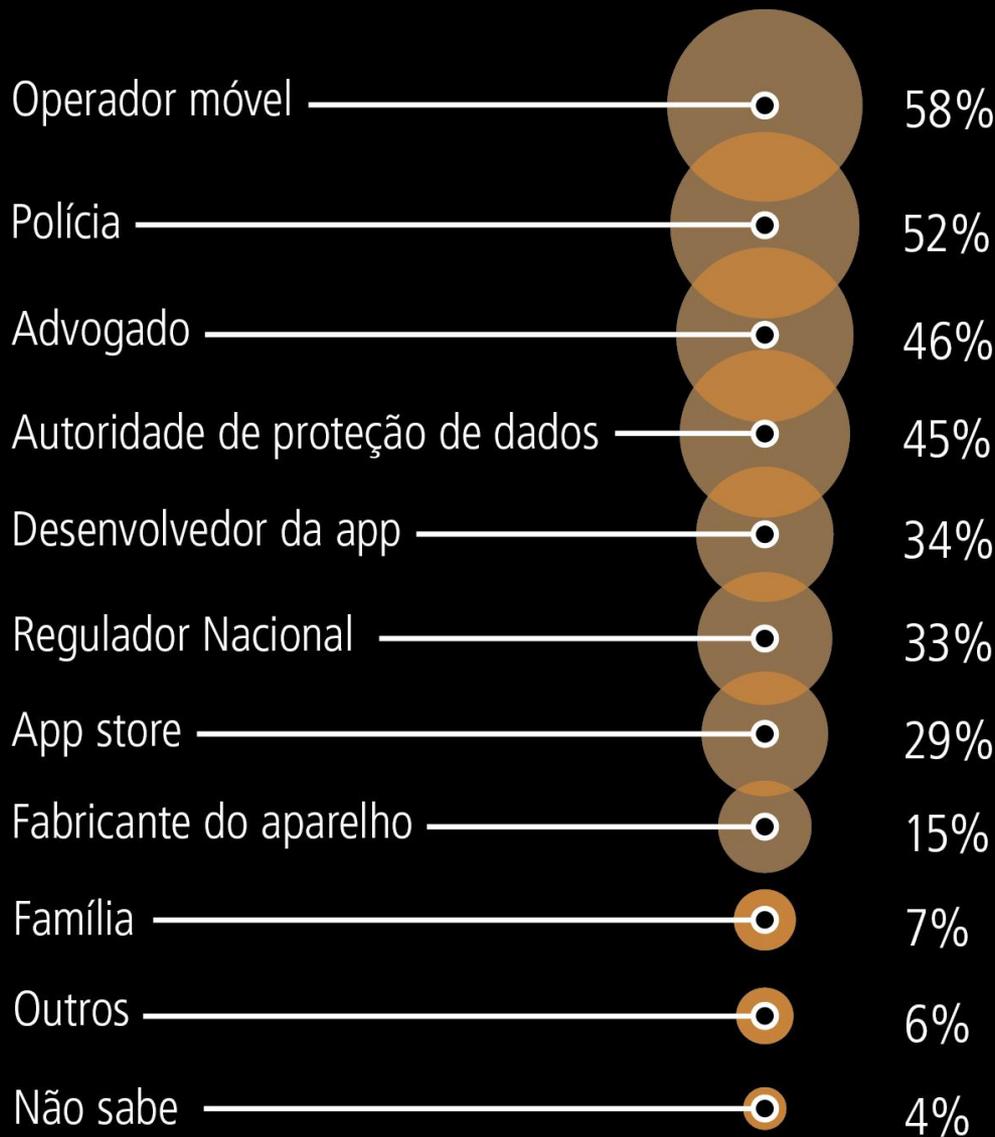


De todos os usuários de apps tinham preocupações de que as apps pudessem coletar informações pessoais sem o seu consentimento



Limitariam o seu uso, a não ser que melhores salvaguardas sejam apresentadas

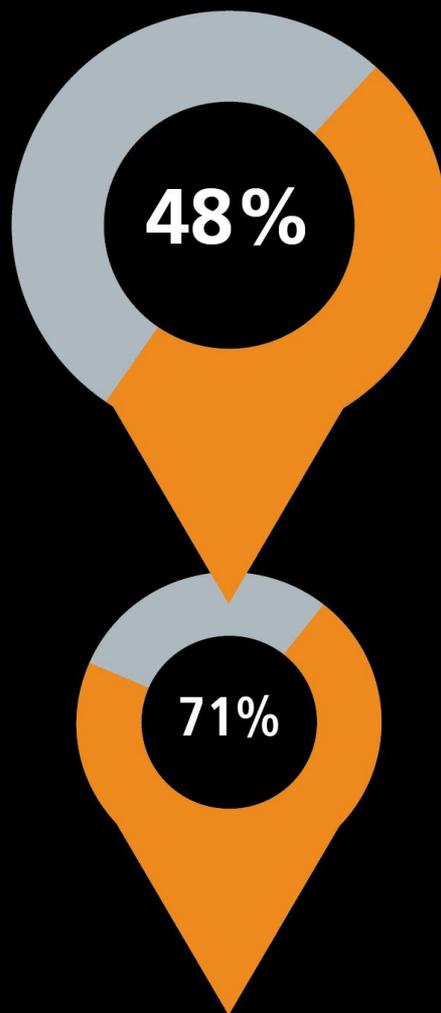
O usuário acaba responsabilizando o operador móvel caso sua privacidade seja invadida (independente de quem foi responsável)



A quem as pessoas recorreriam caso elas sofressem um séria invasão de privacidade enquanto estivessem utilizando um app?

A maioria dos usuários de promoções baseadas em locais consideram-nas valiosas...

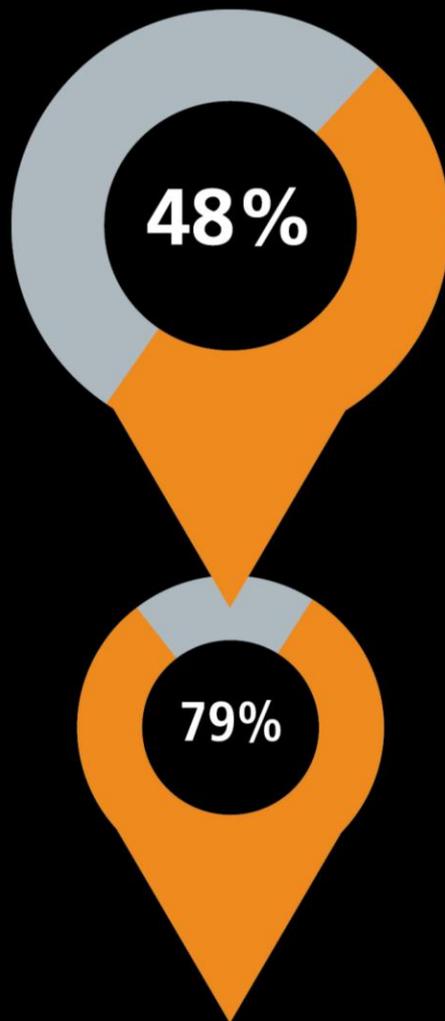
Brasil



Dos usuários de internet móvel têm familiaridade com promoções baseadas em localização

Daquelas familiarizados com as promoções baseadas em localização acham que elas têm valor

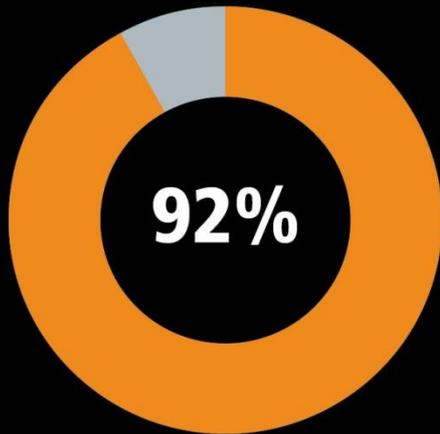
Brasil



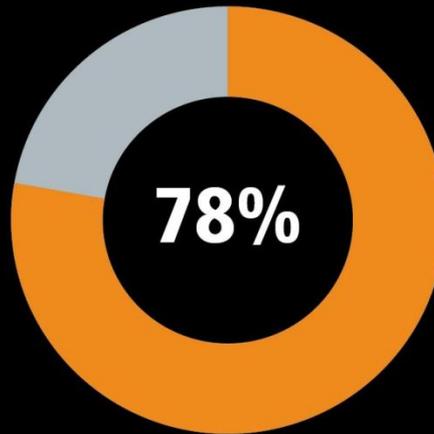
Dos usuários de internet móvel têm familiaridade com promoções baseadas em localização

Daquelas familiarizados com as promoções baseadas em localização gostariam de poder ligá-las e desligá-las

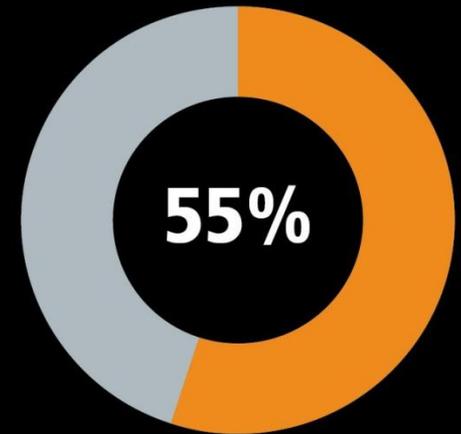
Brasil



Querem que seja solicitada permissão para o compartilhamento de sua localização com um app¹ ou um serviço



Daquelles usando LBS (serviços baseados em localização) regularmente ficam preocupados com terceiros tendo acesso à sua localização sem a sua permissão²



Dos usuários acham que um conjunto de regras consistentes deve ser aplicado a qualquer companhia que tenha acesso à sua localização³