

# Estudio de GSMA sobre las actitudes relacionadas con la privacidad de los usuarios móviles

## Resultados clave de México



Realizado por *uturesight* en Noviembre 2012

## Background

- La GSMA representa los intereses de la industria de comunicaciones móviles mundial. Cubriendo 219 países, une alrededor de 800 operadores móviles así como también más de 200 compañías que son parte del ecosistema móvil, incluyendo proveedores de terminales, empresas de software y equipamiento, empresas de Internet y organizaciones de medios y entretenimiento.
- La GSMA lanzó la iniciativa de privacidad móvil en Enero 2011 que incluye la investigación de formas de brindar a los usuarios maneras contextuales y más amigables para manejar su privacidad e información en dispositivos móviles

## Objetivos

- Esta investigación fue encargada para ayudar a entender cuáles son las preocupaciones de privacidad que tienen los usuarios de dispositivos móviles y cómo estas influyen el uso y sus actitudes hacia los servicios y apps de internet móvil
- El estudio ayudará al desarrollo de políticas públicas y ayudará a apoyar el desarrollo de experiencias de privacidad efectivas y consistentes que permitirán que los usuarios se familiaricen con las formas de gestionar su privacidad en dispositivos móviles
- Hasta la actualidad, esta investigación se ha realizado en España, Reino Unido, Singapur, México, Brasil y Colombia, y se ha basado en las respuestas de más de 8500 usuarios móviles. Esta presentación destaca los resultados principales de México (Noviembre 2012)

## Método

- El estudio en México se realizó en 2 partes, en Noviembre 2012
  - Encuesta cuantitativa en línea (con una muestra total de 1.503 usuarios móviles en México, de los cuales el 76% eran usuarios de smartphones
  - Entrevistas cara a cara de pequeña escala (n=20) con usuarios de Internet móvil y apps para agregar diagnósticos cualitativos de los resultados cuantitativos.

## Muestra

- La muestra fue ampliamente representativa en términos demográficos (edad, sexo, clase social y región), aunque los grupos de mayor edad fueron ligeramente subrepresentados, como es común con paneles online.
- Del mismo modo, la muestra también fue representativa de los proveedores de México, por ejemplo, marcas de fabricantes de equipos, modelos de pago y los operadores de redes móviles.
- En términos de uso, sin embargo, la muestra estaba sesgada fuertemente hacia los usuarios más sofisticados - 84% eran usuarios de Internet móvil y apps, de los cuales más de la mitad eran usuarios experimentados

# Visión general de la muestra (México)



Visión general	México
<b>Muestra total</b>	1,503 usuarios móviles
<b>Usuarios Smartphone</b>	76 %
<b>Género</b>	60% Masc / 40% Fem
<b>Edad</b>	Sesgo hacia los grupos más jóvenes (83% 18-44 años)
<b>Operador</b>	Claro/Telcel (78%); Movistar (10%); Iusacell (7%)
<b>Fabricante</b>	Nokia (24%); Samsung (18%); Blackberry (14%); LG (11%); Apple (10%); Sony (8%)
<b>Método de pago</b>	Contrato (44%); Prepago (56%)

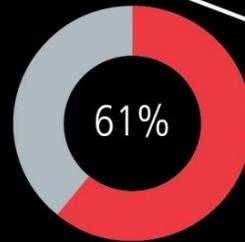
# Los usuarios de internet móvil tienen preocupaciones de privacidad y quieren saber que su información personal está segura



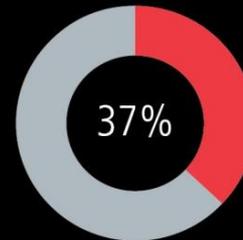
## México

81%

de los usuarios de internet móvil se preocupa acerca de compartir su información personal cuando accede a internet o aplicaciones desde un celular, pero...



a pesar de eso continuaría utilizando internet móvil y las aplicaciones que quiere, y

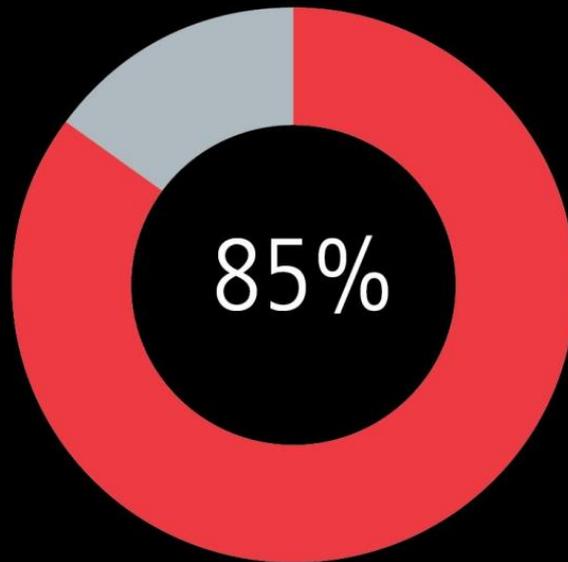


con preocupación usaría esos servicios más si sentiría que su información personal fue mejor protegida

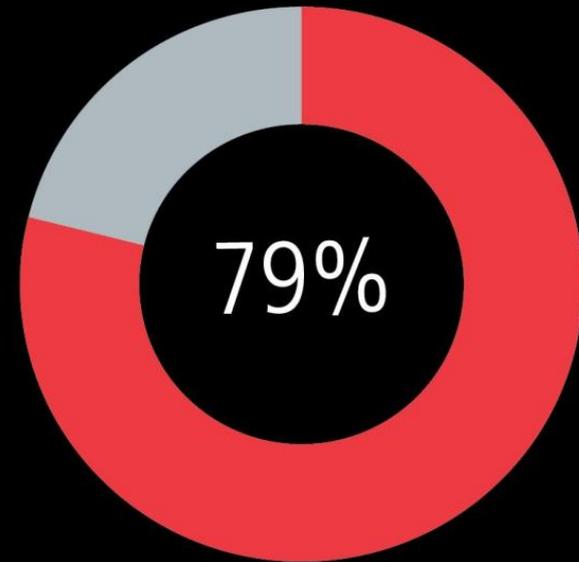
# La mayoría de los usuarios de Internet móvil son precavidos acerca de con quién comparten su información personal



## México



piensa que proteger su información personal es muy importante

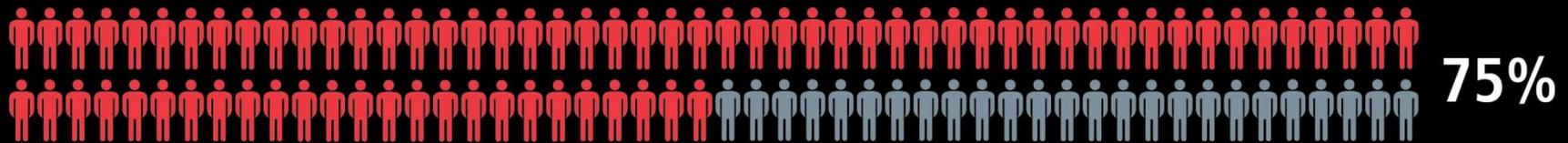


dice ser muy selectivo con a quién dan su información

# Los usuarios móviles quieren poder elegir y controlar los anuncios que reciben en sus dispositivos y cada cuanto



## México



le gustaría configurar sus propias preferencias acerca del tipo y horario de los anuncios que reciben en su móvil

# Menos de la mitad de los usuarios móviles asume que las empresas protegen su información



# Los usuarios móviles quieren que las 3ras partes soliciten permiso antes de utilizar sus datos personales



## México



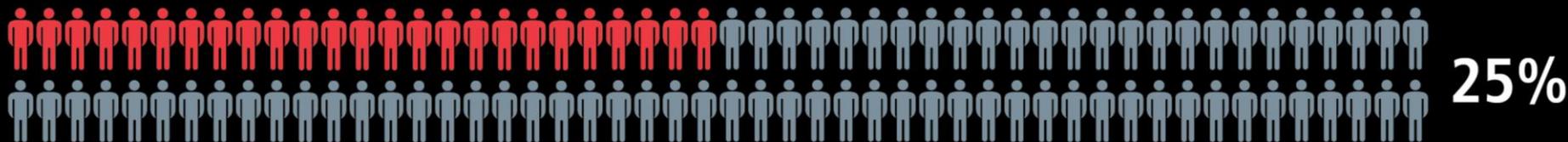
piensa que es importante que las terceras partes pidan autorización antes de usar su información personal

79%

La mayoría de los usuarios móviles piensa que las empresas continuarían recolectando información en contra de su voluntad



## México



expresaron confianza en que las empresas dejarían de recolectar información personal si decidieran dejar de compartirla

# Los usuarios de internet móvil "aceptan" los acuerdos de privacidad sin leerlos ... ya que son "demasiado largos"

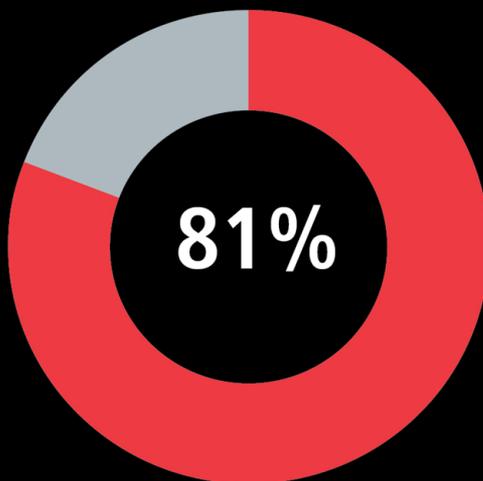


**México**

**51%**

**Acepto**

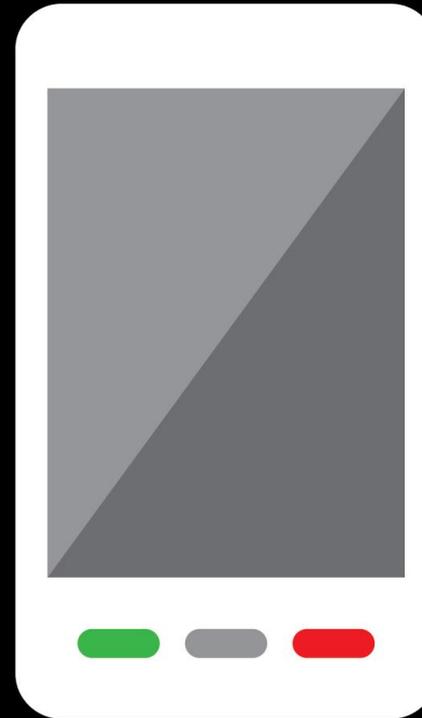
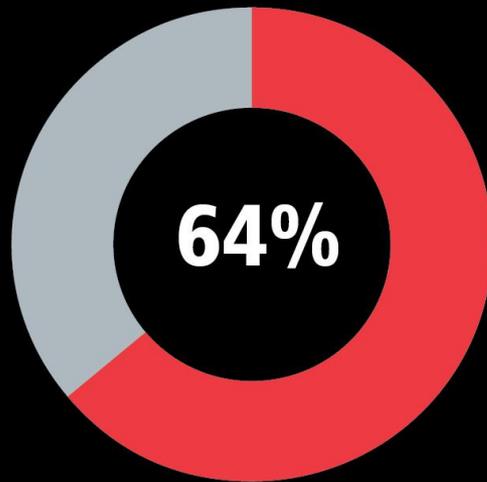
Regularmente "aceptan" acuerdos de privacidad en su dispositivo móvil sin leerlos



de los que "aceptan" acuerdos de privacidad sin leerlos... dice que es porque son "demasiado largos"

Dos de cada tres usuarios de apps móviles revisa qué información una app desea acceder antes de instalarla...

## México



trata de conocer qué información una app quiere usar y porqué antes de instalarla

# Casi todos los usuarios móviles quieren que las apps les pregunten antes de recolectar su información personal



## México



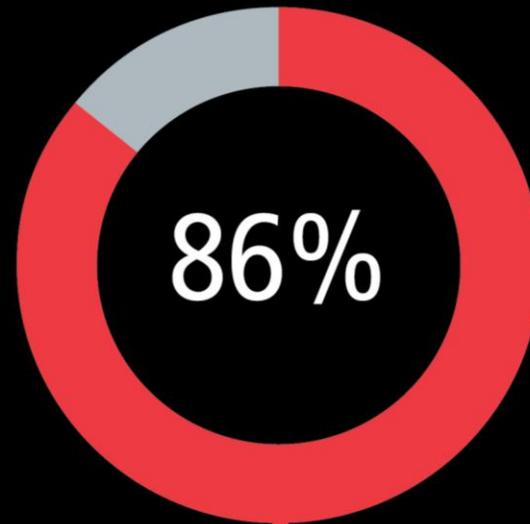
piensa que es importante elegir si las apps pueden recolectar información personal sin su consentimiento

85%

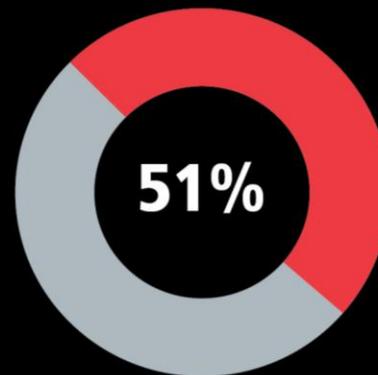
# Los usuarios de apps con preocupación por su privacidad pueden limitar su uso a menos que se sientan más protegidos



## México



de todos los usuarios de apps móviles están preocupados de que las apps puedan recolectar información personal sin su consentimiento

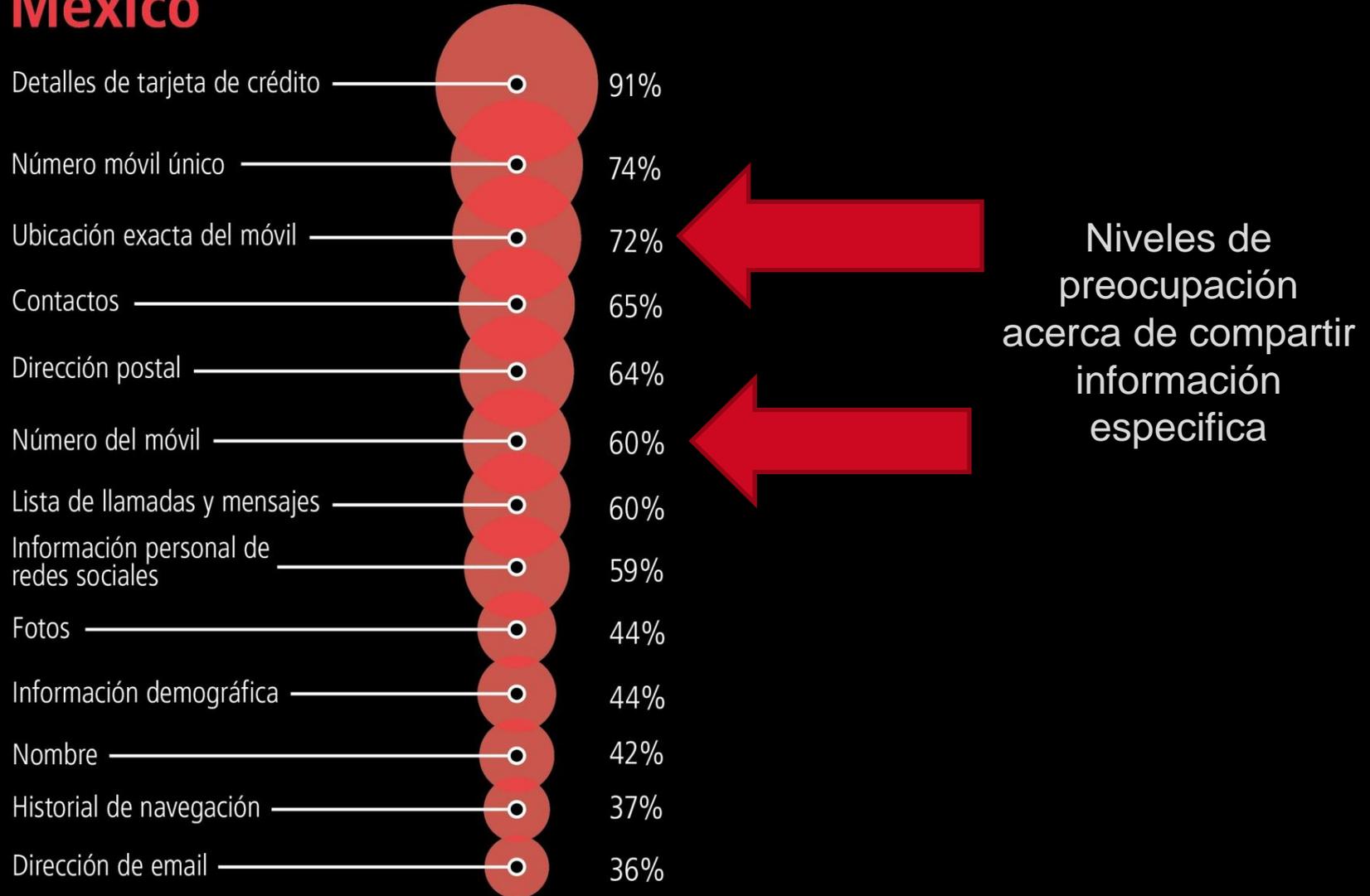


limitaría su uso a menos que se implemente una mejor protección

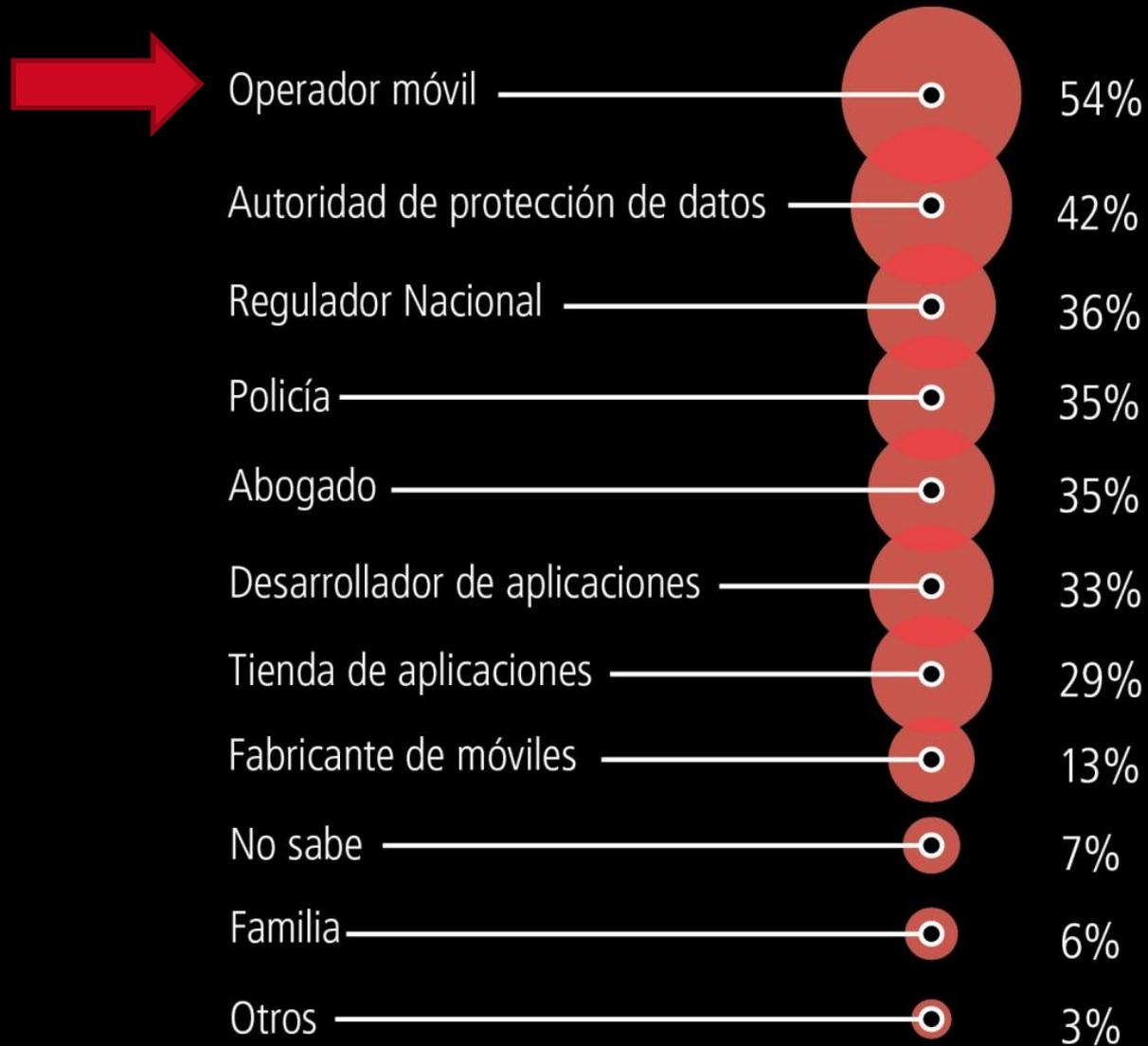
# Siete de cada diez usuarios móviles están preocupados acerca de compartir la "ubicación exacta de su móvil"



## México



# Los usuarios recurrirían a sus operadores móviles si su privacidad fuera invadida (más allá de quién fuera responsable)

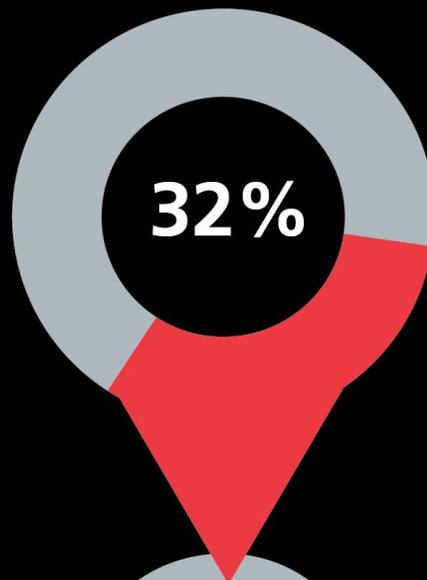


A quién acudiría la gente si sufriera una invasión grave de privacidad mientras usa una app

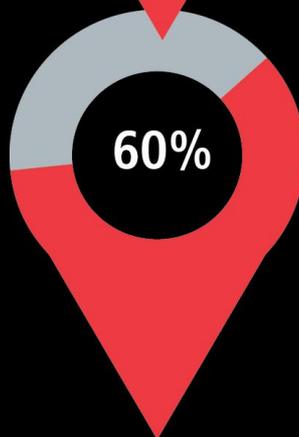
# La mayoría de los usuarios de promociones basadas en localización las consideran valiosas...



## México

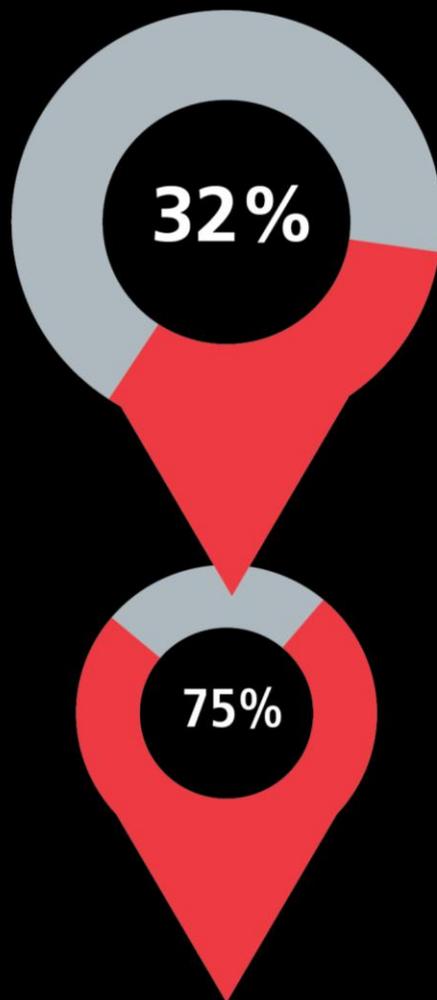


de los usuarios de internet móvil están familiarizados con promociones basadas en localización



de los usuarios familiarizados con promociones basadas en localización, consideran que esos servicios son valiosos

## México



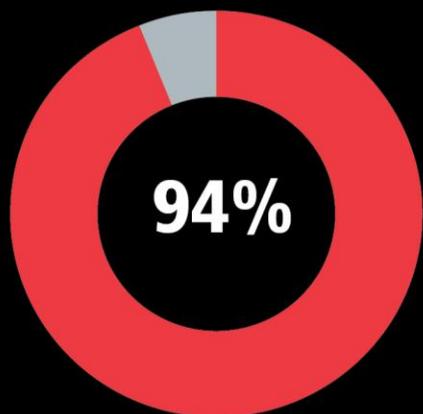
de los usuarios de internet móvil están familiarizados con promociones basadas en localización

de los usuarios familiarizados con promociones basadas en localización, les gustaría ser capaces de activarlas o desactivarlas

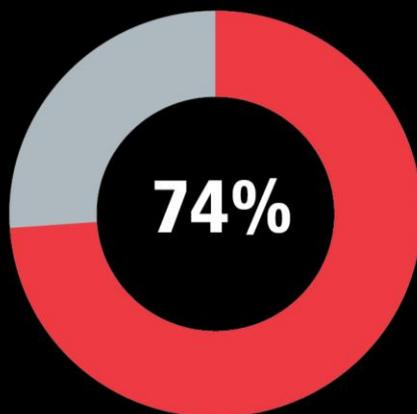
# Los usuarios móviles quieren que les pidan permiso antes de compartir su ubicación con un servicio o app



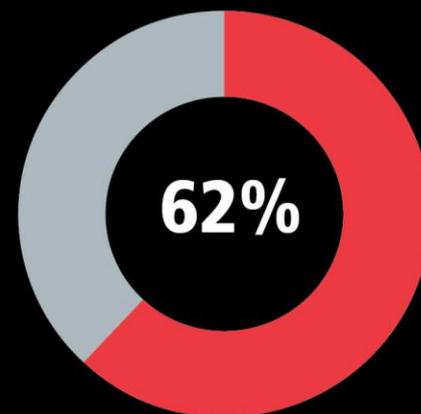
## México



quieren que se les pida permiso para compartir su localización con un servicio o apps<sup>1</sup>



de los usuarios de servicios basados en localización están preocupados por el acceso de terceros a su ubicación sin permiso<sup>2</sup>



piensa que deberían aplicarse normas uniformes a cualquier empresa que tenga acceso a su ubicación<sup>3</sup>