

PRIVACIDAD

 **NLINE 2022**

ReputationUp



PRIVACIDAD ONLINE: LA EXPOSICIÓN MEDIÁTICA Y LA REPUTACIÓN

Desde el equipo de **ReputationUP**, empresa con más de **20 años de experiencia en la gestión de la reputación online**, queremos que sea fácil para todos aprender más sobre la **privacidad online**. Es por ello, que hemos recopilado todos los recursos sobre esta materia para que aumentes tu aprendizaje y, también, lo compartas con tu comunidad.

Con la información que manejamos online, se puede hablar de una segunda vida. Pero, lo que muchos usuarios desconocen es que esa segunda vida es pública en la red.

El **desconocimiento** es el primer paso hacia la

vulnerabilidad de la privacidad: solo el **33%** de los usuarios **conocen las políticas de privacidad** de su país. Pese a ello, el miedo por la vulneración de datos sí es patente porque el **74%** de los usuarios estadounidenses están **alarmados por su privacidad online**.

La digitalización ha concentrado todas las áreas en un mismo espacio: la web. La **exposición online**, por cuenta propia y terceros; la **filtración de datos**; el **robo de credenciales** o el **chantaje**, por ransomware o sextortion, está repercutiendo en la vida personal de los usuarios, los ingresos de las marcas y la reputación online personal y corporativa.

Con los ejemplos anteriores, se justifica que el **86% de los usuarios ha intentado eliminar su huella digital**.

La privacidad digital y la reputación online son dos conceptos totalmente unidos. La información incorrecta, obsoleta o negativa de una marca **señala inmediatamente a su reputación**. Y, reparar el daño es un proceso largo, doloroso y cruel.

Si necesitas ayuda para traducir estos datos, contacta con nosotros. Encontrarás nuestro contacto al final de este reporte.

Andrea Baggio
CEO EMEA
ReputationUP



FUENTES QUE HAN HECHO POSIBLE

EL REPORTE PRIVACIDAD ONLINE 2022



STATISTA



GOOGLE



SURFSHARK



VERIZON



IBM



PEW RESEARCH CENTER



HOOTSUITE



UNCTAD



FEDERAL TRADE COMMISSION



TERMLY



THALES



INVESP



SKILLCAST

ESTADO DE LA LEGISLACIÓN SOBRE PRIVACIDAD DE DATOS ONLINE

137 de 194

Son los países que
tienen legislación
para proteger los
datos y la privacidad

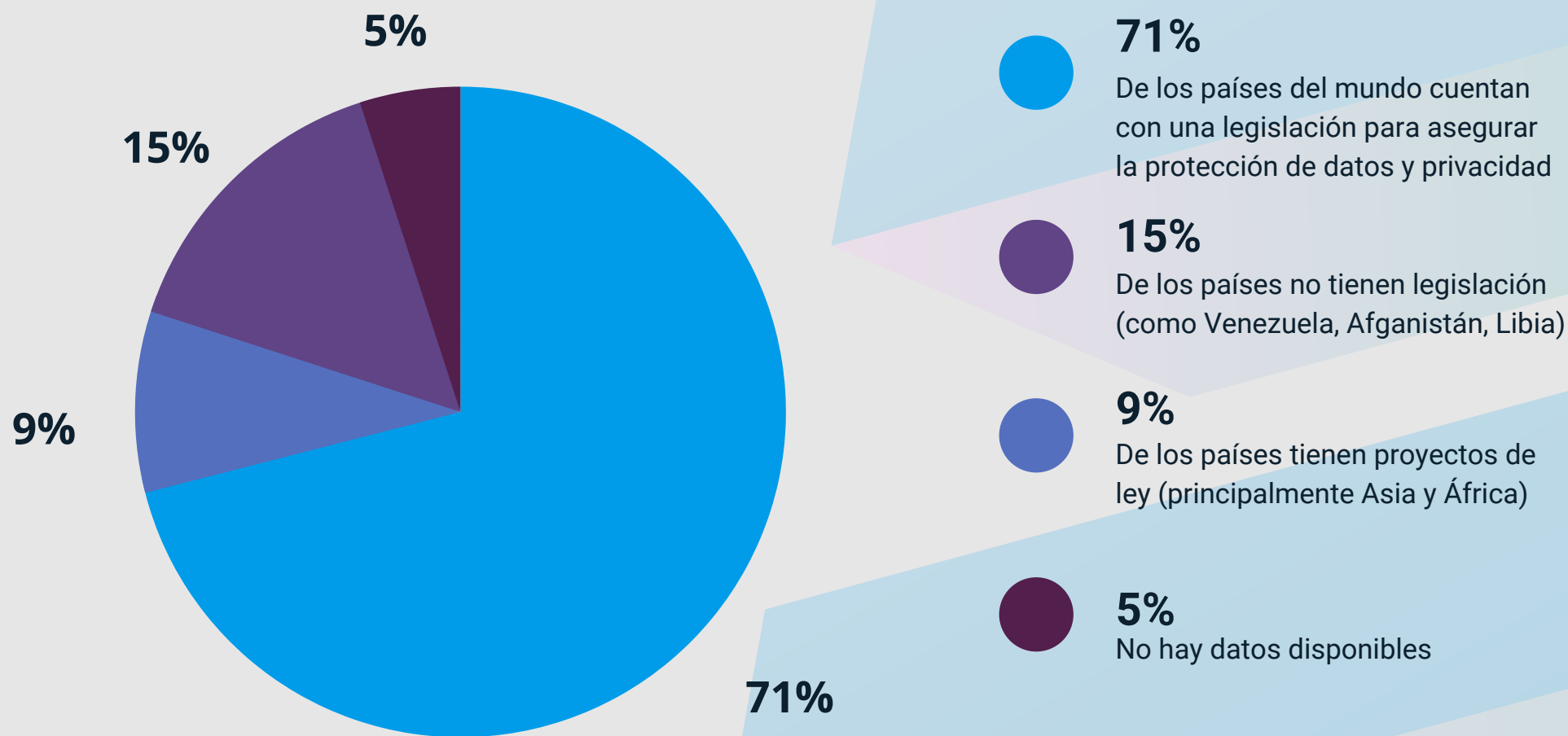


La privacidad es un
derecho humano
fundamental



El Pacto Internacional de
Derechos Civiles y Políticos
(ICCPR) es el principal
instrumento legal global para
la protección de la privacidad

LEY DE PRIVACIDAD DE DATOS ONLINE EN TODO EL MUNDO



LEY DE PRIVACIDAD DE DATOS EN LÍNEA EN EEUU

Actualmente, Estados Unidos no cuenta con una ley federal de privacidad de datos

La Comisión Europea y los Estados Unidos anuncian que han acordado en principio un nuevo Marco Transatlántico de Privacidad de Datos (TADPF)

48%

De los estadounidenses cree que no tiene control sobre su privacidad y seguridad en línea con respecto a los términos de búsqueda que utiliza

De los estadounidenses dicen que entienden cómo funcionan las leyes actuales que regulan la privacidad online en los Estados Unidos

3%

DATOS
DE
2022

**Los tres marcos
legales más críticos
para la protección de
datos que afectan a
las empresas
tecnológicas globales
en China**

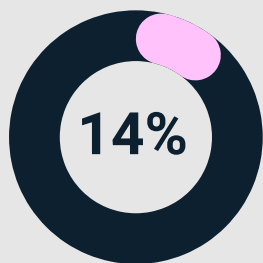
Ley de Ciberseguridad
(CSL)

Ley de Seguridad de
Datos (DSL)

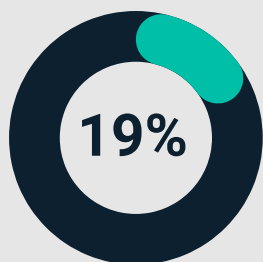
Ley de Protección de
Información Personal (PIPL)

LEY DE PRIVACIDAD DE DATOS EN LÍNEA EN CHINA

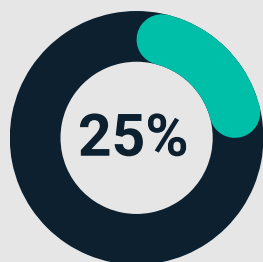
CONFIANZA EN LOS GOBIERNOS



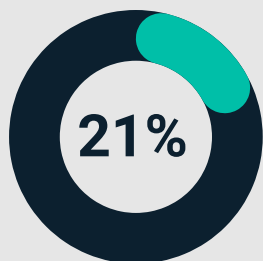
De los ciudadanos a nivel mundial tienen confianza en los gobiernos cuando se trata de proteger su información personal



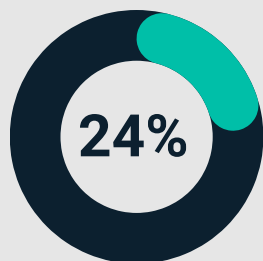
UK



Brasil



México



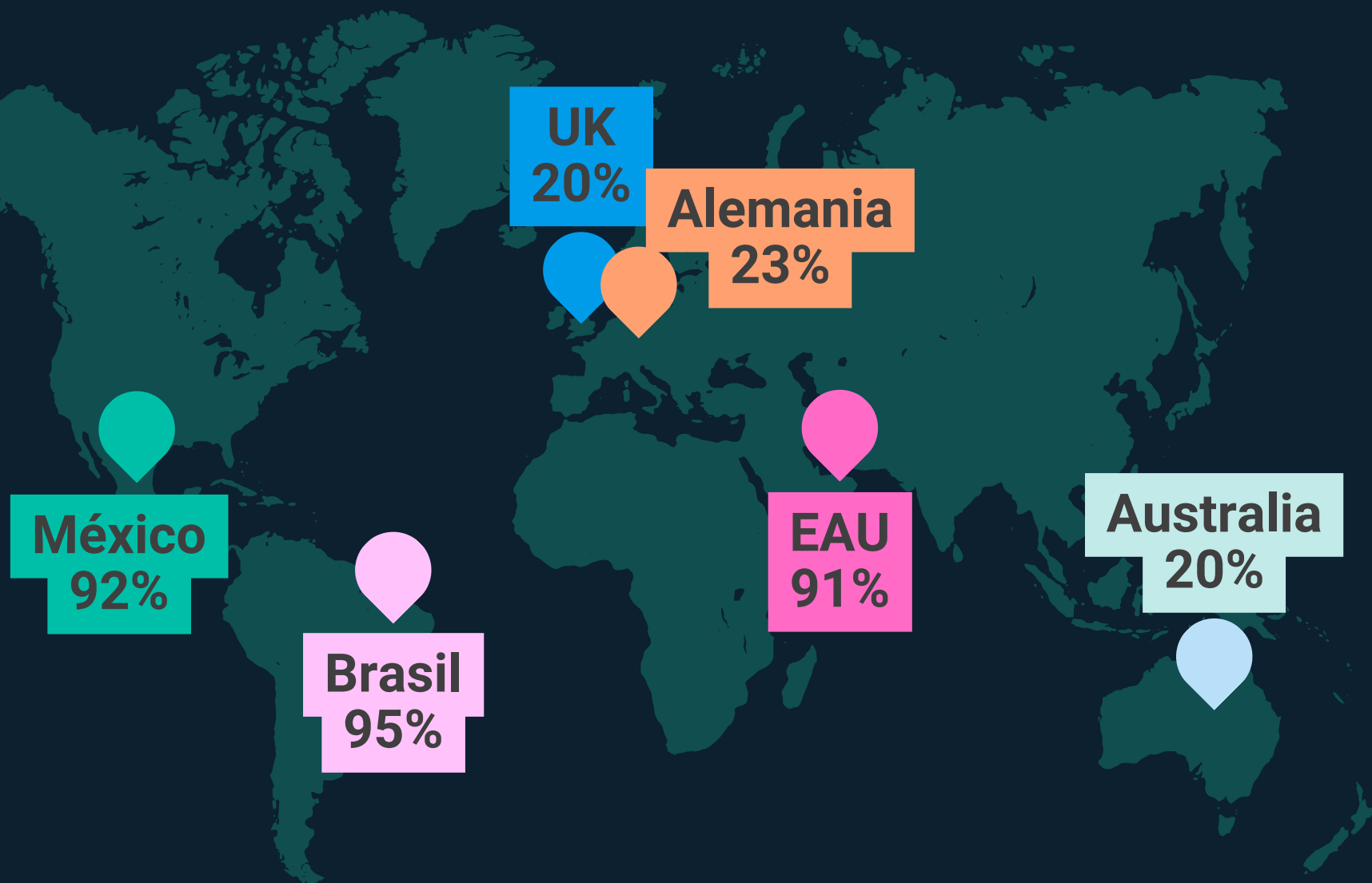
EEUU

Por otro lado, la conciencia pública sobre el RGPD ha aumentado significativamente en los mercados europeos desde 2018

En el Reino Unido, ha pasado del 32% del 2018 al 73% en 2022

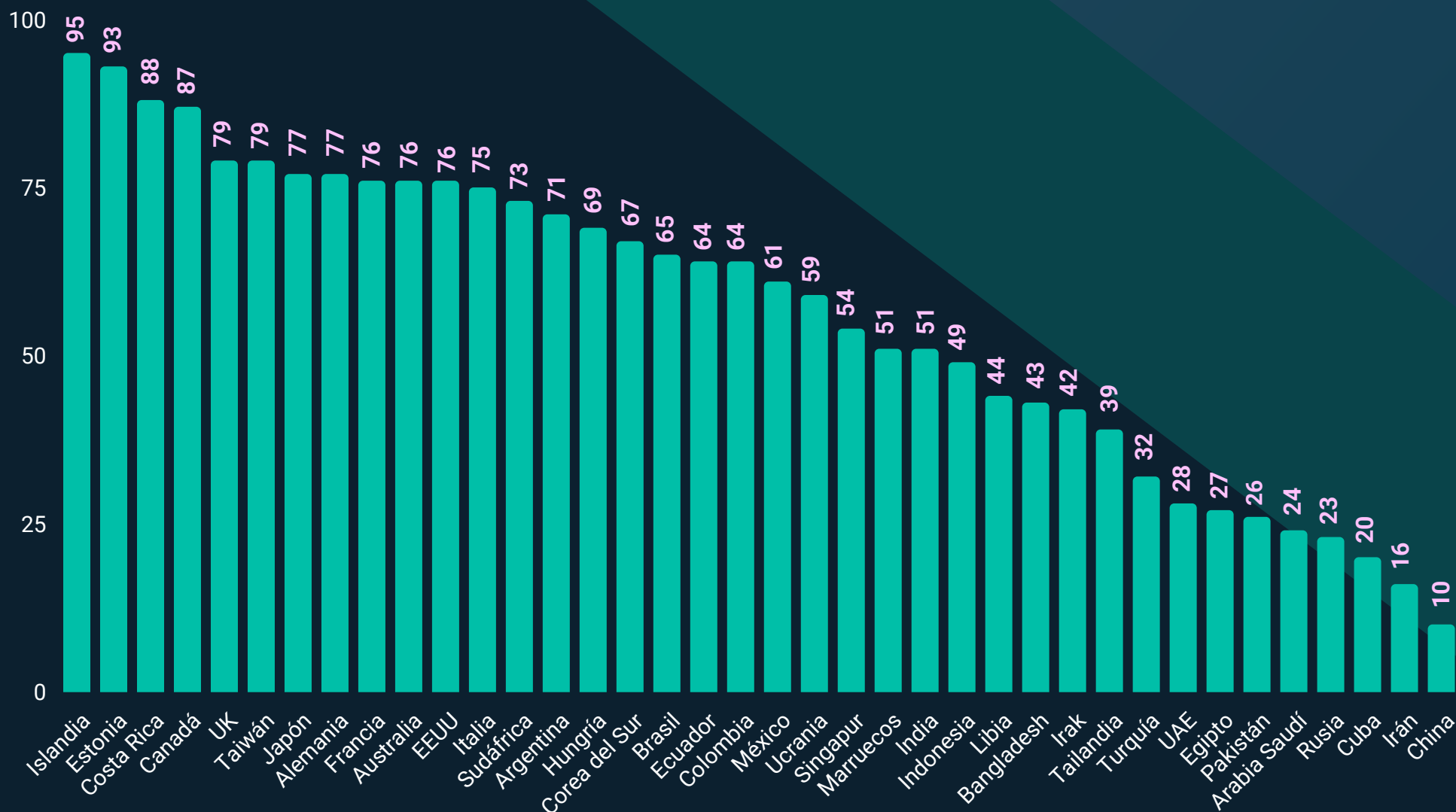
DATOS
DE
2022

PAÍSES QUE MÁS Y MENOS CONFÍAN EN LA PRIVACIDAD



GRADO DE LIBERTAD EN INTERNET

SEGÚN EL FREEDOM HOUSE INDEX 2022



DATOS
DE
2022

CONCIENCIACIÓN DE CONSUMIDORES SOBRE COMPARTIR PRIVACIDAD

Está de acuerdo en que la
privacidad es importante al
navegar online

99%

Desconocen cualquier legislación de
privacidad de datos que regule la recopilación
y el uso de sus datos personales

55%

Confía en la seguridad de sus
datos online

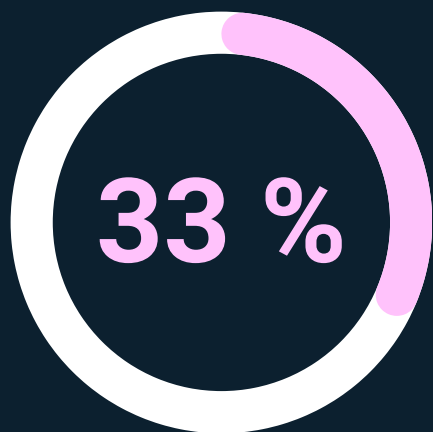
50%

Está de acuerdo en que están más
atentos que nunca a sus datos y
privacidad online

67%

DATOS PERSONALES Y CONSENTIMIENTO DEL USUARIO

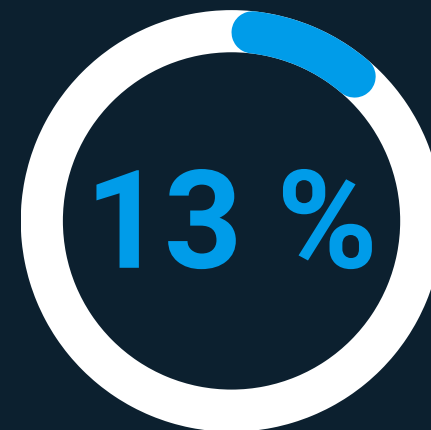
Porcentaje de usuarios de Internet de EEUU que conoce las normas de privacidad y protección de datos de su país



Porcentaje de usuarios de Internet de EEUU que cree que la privacidad digital es un mito



Porcentaje de usuarios de Internet de EEUU dispuestos a compartir datos de contacto online para evitar pagar por el contenido



CÓMO REACCIONAN LOS CONSUMIDORES AL INTERCAMBIO DE DATOS

49%

De los consumidores globales se sienten más cómodos con la noción de intercambio de datos con las empresas

Ese sentimiento ha pasado del 41% del 2018 al 49% del 2022

+19,5%

53%

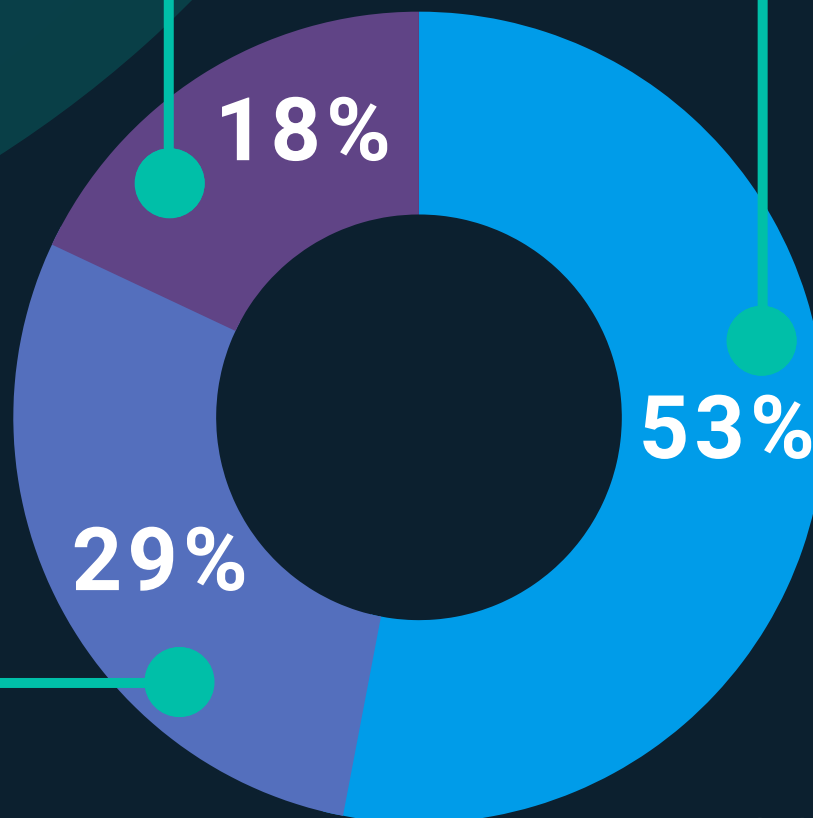
Están de acuerdo en que el intercambio de información personal es esencial para el buen funcionamiento de la sociedad moderna

CÓMO LOS CONSUMIDORES GESTIONAN LOS DATOS

Data Fundamentalist:
personas que no están
dispuestas a compartir
información personal

Data Pragmatists:
personas que son felices
por intercambiar datos con
empresas siempre que haya
un beneficio claro al hacerlo

Data Unconcerned:
personas que muestran
poca o ninguna
preocupación por la
privacidad de sus datos



LA PREOCUPACIÓN DEL USUARIO

Porcentaje de usuarios de Internet de EEUU que está más alarmado que nunca por su privacidad online

74%

Porcentaje de usuarios de Internet en todo el mundo que cambia las contraseñas regularmente

33%

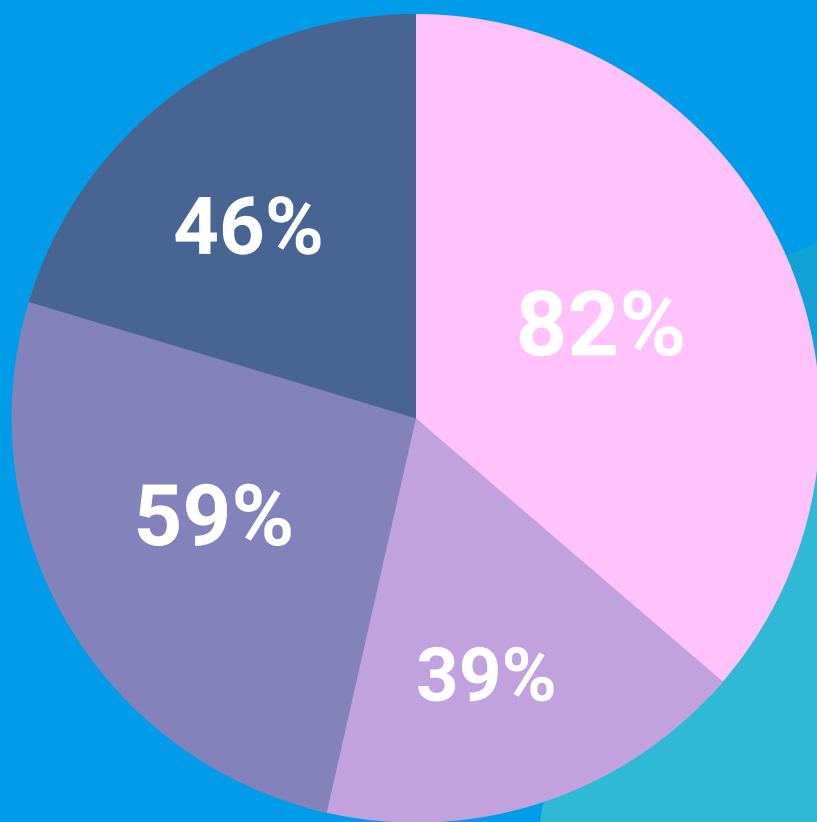
El problema más preocupante sobre la privacidad de los datos para los usuarios de Internet móvil de EEUU

ROBO DE
IDENTIDAD
Y FRAUDE

23%

Porcentaje de consumidores estadounidenses que confía en los anuncios de las redes sociales

COMPARTIR DATOS PERSONALES CON EMPRESAS



82%
Quisiera tener más control sobre la información personal que brindan a las empresas

59%
Casi 6 de cada 10 están de acuerdo en que compartir información personal puede ayudar a garantizar que las organizaciones puedan satisfacer mejor las necesidades de una sociedad diversa

39%
Califica la confianza entre 3 factores principales para compartir datos con una organización

46%
De los consumidores afirma que es más probable que comparta información personal para ayudar a proporcionar una ventaja competitiva a las empresas más pequeñas sobre las más grandes

ACUERDO SOBRE INTERCAMBIO DE DATOS B2B POR PAÍS

39%

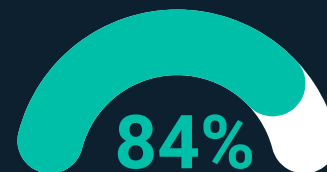


De consumidores estaría encantado de que las empresas compartiesen su información personal con otras empresas para ofrecer servicios y productos más personalizados

82%

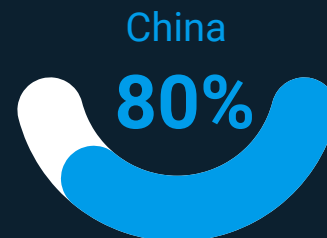


De consumidores mundiales están preparados para participar en la economía de datos en 2022



India

Algunos países muestran niveles particularmente altos de acuerdo



China

B2B DATA SHARING

53%

De los consumidores
ahora ve su
información personal
como un activo
para negociar
mejores precios y
ofertas con las
empresas



45%

De los consumidores
afirma que no tiene
control para
garantizar que las
marcas utilicen sus
datos para el
propósito
acordado



77%

De los consumidores
globales afirma que
la transparencia
sobre el uso y
recopilación de datos
es importante cuando
comparten su
información personal



DATOS
DE
2022

LAS INDUSTRIAS MÁS FIABLES

EN EL ÁMBITO DE LA PRIVACIDAD



42%
Sector
financiero



37%
Asistencia
médica



32%
Tecnología
de consumo

LAS INDUSTRIAS MENOS FIABLES

EN EL ÁMBITO DE LA PRIVACIDAD



18%
Social
Media



14%
Gobiernos



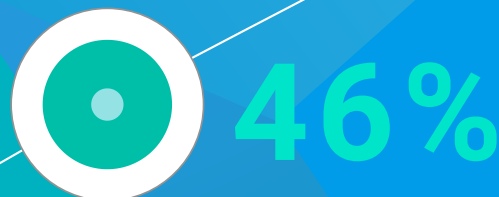
12%
Medios y
Entretenimiento

CÓMO REACCIONAN LOS MERCADOS

AL INTERCAMBIO DE DATOS



Afirman estar contentos
con la cantidad de
información personal
que comparten con las
organizaciones



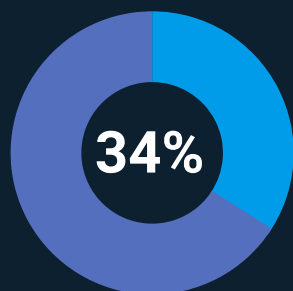
El consenso al
procesamiento de los
datos ha crecido del
40% del 2018 al 46% del
2022



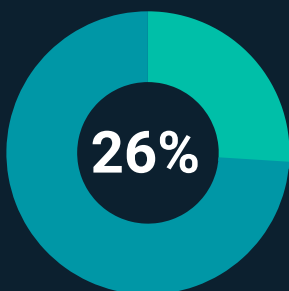
Es el aumento que las
empresas esperan ver
en el presupuesto para
la protección de datos

DATOS
DE
2022

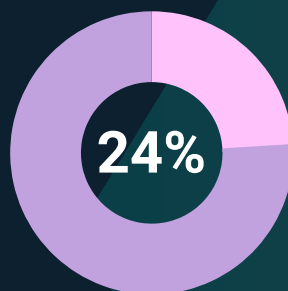
PORCENTAJE DE USUARIOS DE ACUERDO EN COMPARTIR DATOS SEGÚN EL TIPO DE WEB



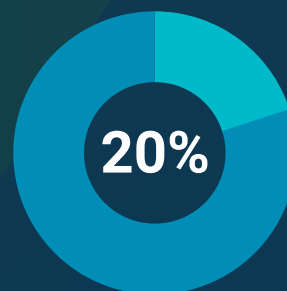
Sitios de
compras



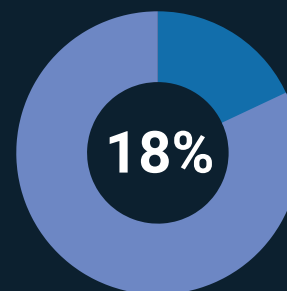
Sitios de vídeo
streaming



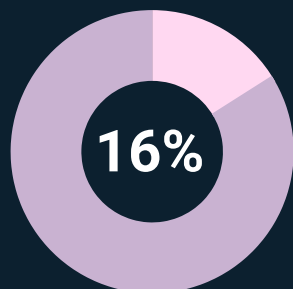
Redes
sociales



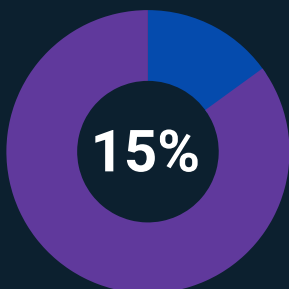
Sitios de
streaming audio



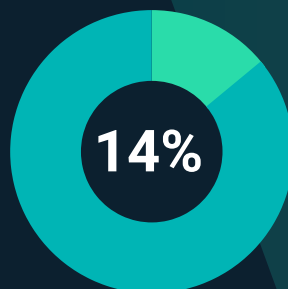
Sitios de
viajes



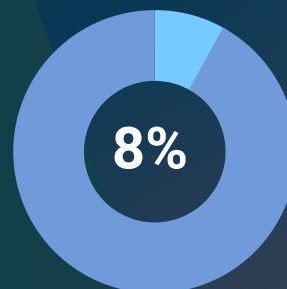
Sitios de
noticias



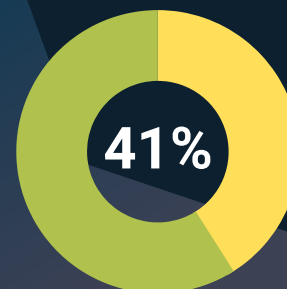
Sitios de
gaming



Sitios de
lifestyle



Blogs



No quieren compartir
sus informaciones
personales

DATOS
DE
2022

48%

De los usuarios adultos de Internet confiesan publicar información personal confidencial en las principales plataformas de redes sociales

**7 de
cada 10**

Estadounidenses se sienten menos seguros respecto a su privacidad en las redes sociales y la seguridad de sus datos personales que hace cinco años

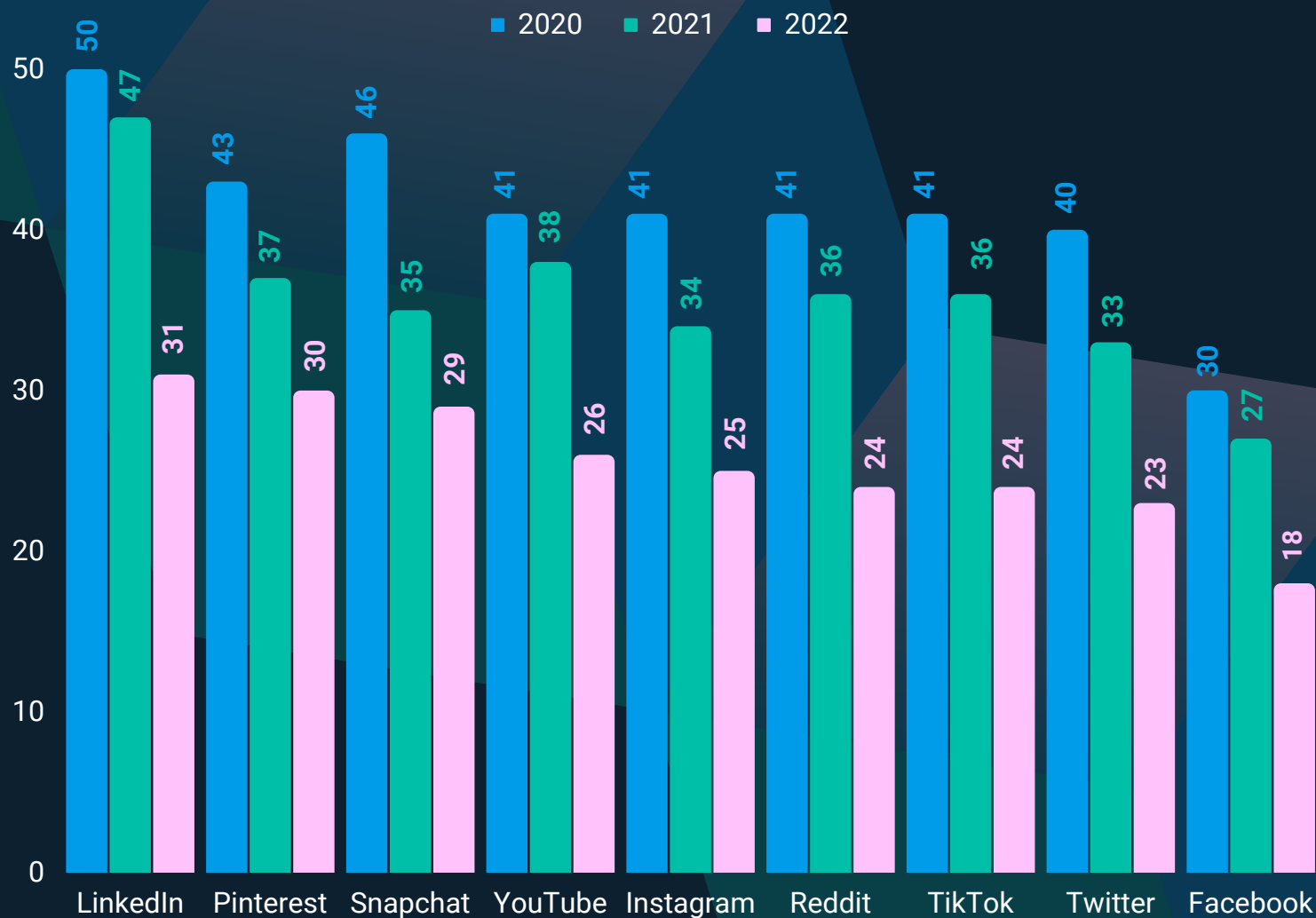
PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN PERSONAL EN LAS REDES SOCIALES

% DE USUARIOS DE SOCIAL MEDIA EN EEUU

CONFORME A QUE LAS PLATAFORMAS SOCIAL PROTEJAN SU PRIVACIDAD

Aunque LinkedIn obtuvo el nivel más alto de confianza, existe una fuerte disminución desde el 2020

Facebook se confirma como la plataforma menos fiable



LAS REDES SOCIALES COMO CANAL DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

48%

De los estadounidenses ha interactuado con empresas y/o instituciones a través de las redes sociales

33%

De los consumidores prefiere ponerse en contacto con el servicio de atención al cliente de una empresa a través de las redes sociales en lugar de teléfono

75%

De los usuarios de Internet utiliza las redes sociales para buscar productos

PRIVACIDAD Y PUBLICIDAD

De los consumidores saben que los sitios web y las aplicaciones recopilan y comparten sus datos con fines publicitarios

90%

68%

De los consumidores se sienten incómodos con el uso de sus datos online con fines publicitarios

De los consumidores se sienten incómodos al ver anuncios de una marca después de interactuar o hablar sobre la marca

57%

62%

De los expertos en medios está de acuerdo en que comprender la privacidad de los datos es una prioridad este año

POLÍTICAS DE PRIVACIDAD MÁS DIFÍCILES DE LEER

60%

De las políticas de privacidad analizadas eran casi ilegibles. Eso significa que la mayoría requería al menos un nivel de lectura de postgrado universitario

Disney+

El sitio web que tiene la política de privacidad más difícil de leer

2,83

Es la puntuación de legibilidad

20

Minutos promedio de lectura

Bumble

El sitio web que tiene la política de privacidad menos difícil de leer

32,3

Es la puntuación de legibilidad

59,8

Minutos promedio de lectura

LAS 5 PRINCIPALES MULTAS DE RGPD JAMÁS EMITIDAS

Amazon en 2021
\$823.9 millones

1

Por rastrear los datos de los usuarios sin obtener el consentimiento apropiado

Por políticas de privacidad poco claras y falta de transparencia en el uso de los datos

2

WhatsApp en 2021
\$247 millones

Google Irlanda en 2021
\$99 millones

3

Por no brindar a los usuarios una manera fácil de rechazar las cookies

Por no proporcionar a los usuarios formas simples de rechazar las cookies en YouTube

4

Google en 2021
\$66 millones

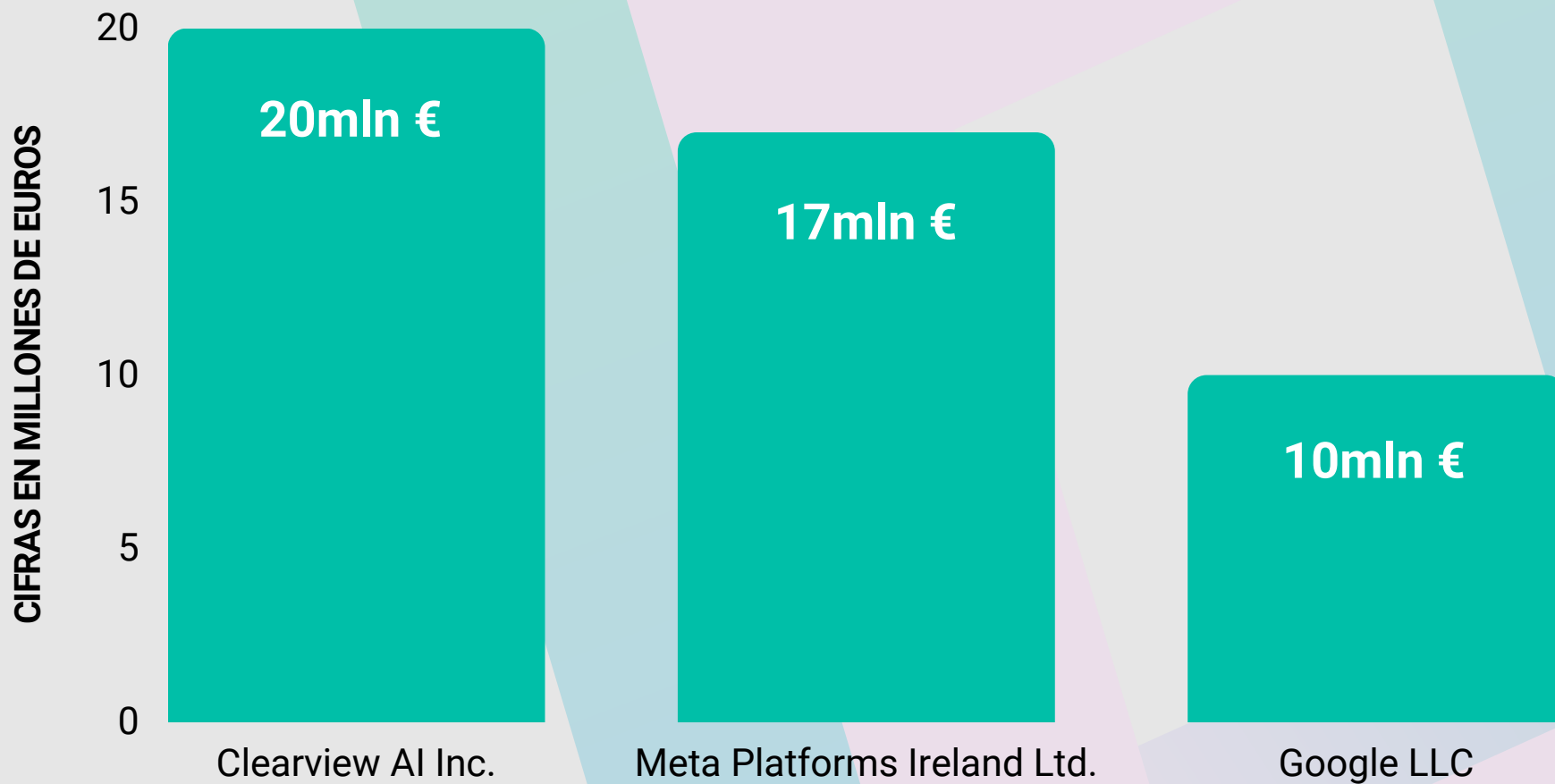
Facebook en 2021
\$66 millones

5

Por no brindar a los usuarios métodos fáciles para rechazar las cookies en la web

MAYORES MULTAS EMITIDAS POR RGPD EN 2022

DATOS DE JULIO



DATOS
DE
2022

COSTE RGPD

359.205.300€

Es lo que han reclamado las agencias de protección de datos de la UE en sanciones y multas importantes del RGPD desde la fecha de cumplimiento del reglamento

€97,29 millones

Son las multas del RGPD cobradas en la primera mitad de 2022, un aumento del +92% con respecto a la primera mitad de 2021



\$15 mil millones

Es cuanto gastarán las organizaciones para 2024 en tecnología de cumplimiento y protección de datos debido al cumplimiento de la privacidad

RETIRADA DE INFORMACIÓN EN INTERNET Y GOOGLE

86%

De los usuarios de Internet de EEUU han intentado eliminar o reducir su huella digital

Solicitudes de retirada de resultados de búsqueda a Google desde 2014 a 08/11 de 2022 es de

1.339.262

Son los usuarios de Internet de EEUU que han intentado eliminar o reducir su huella digital

5.210.591

Categoría de solicitantes de retirada a Google:

Particular: **89,9%**

Otros: **10,1%**

TOTAL URL RETIRADAS VS. TOTAL URL NO RETIRADAS DE GOOGLE

DATOS DEL 08/11

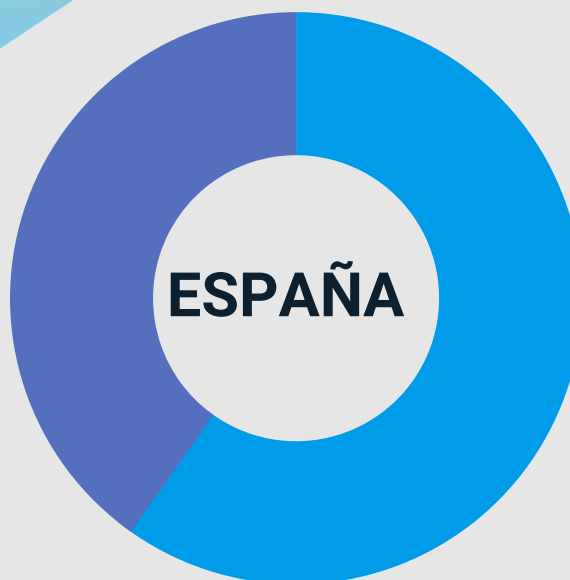
 Total URL no retirada

 Total URL retirada



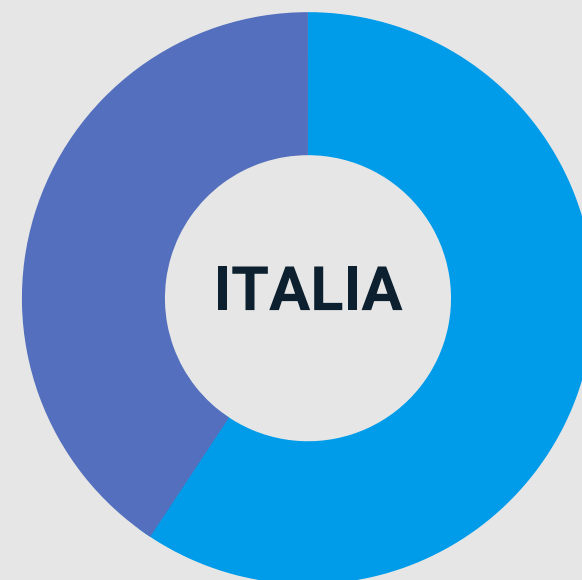
 49,2%

 50,8%



 59,8%

 40,2%



 59,3%

 40,7%

CATEGORÍAS DE SITIOS WEB

QUE ALOJAN CONTENIDO CUYA RETIRADA SE HA
SOLICITADO EN GOOGLE

53,8% VARIOS
18,4% NOTICIAS
13,1% DIRECTORIO
12,5% REDES
SOCIALES
2,2% OTROS

**EN TODO EL
MUNDO**

ESPAÑA

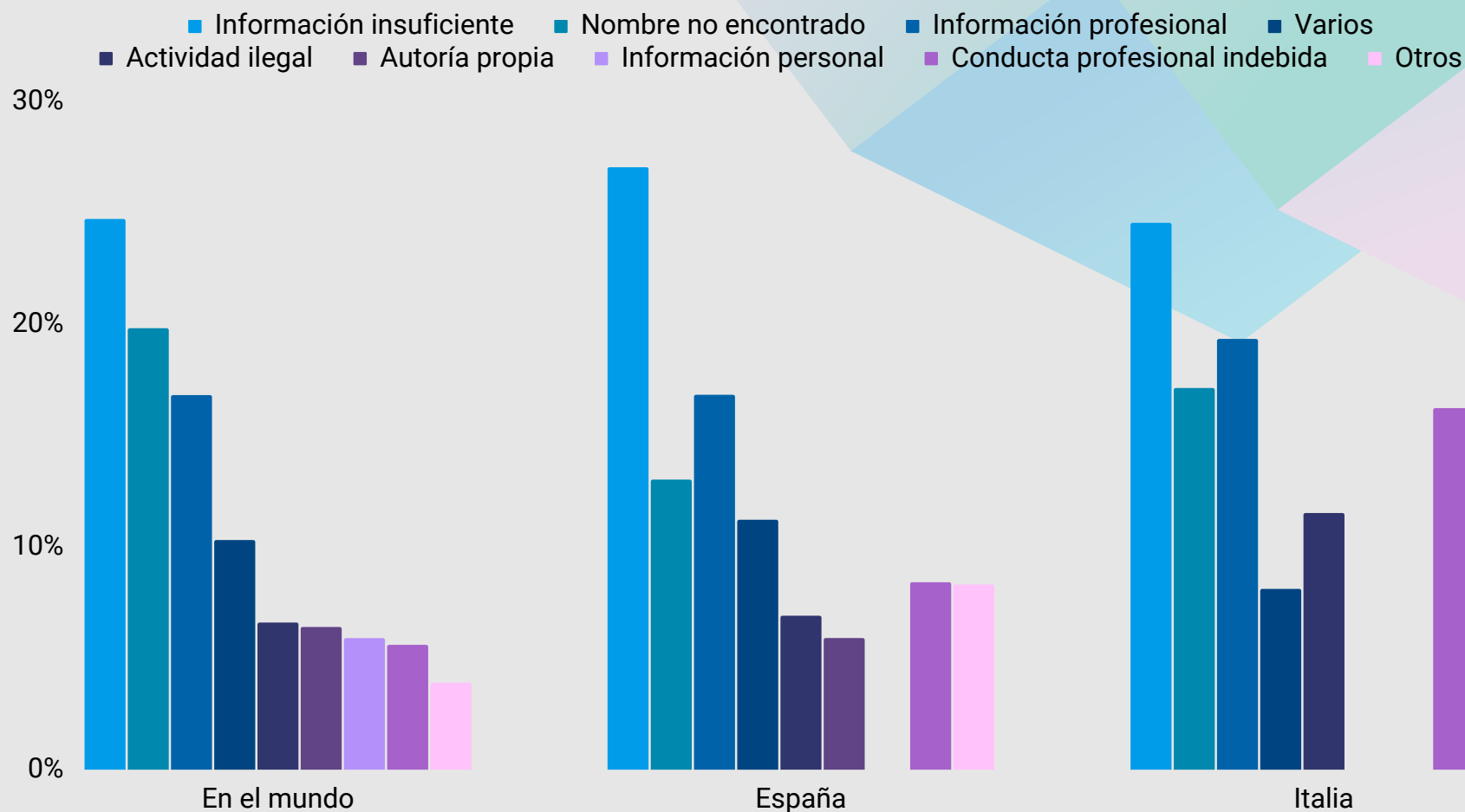
45,9% VARIOS
21,7% NOTICIAS
10,7% DIRECTORIO
11,9% REDES
SOCIALES
9,8% GOBIERNO

48% VARIOS
34,1% NOTICIAS
6,9% DIRECTORIO
8,7% REDES
SOCIALES
2,3% OTROS

ITALIA

CATEGORÍAS DE SITIOS WEB

QUE ALOJAN CONTENIDO CUYA RETIRADA SE HA
SOLICITADO EN GOOGLE



DATOS
DE
2022

LOS DATOS EN EL MUNDO:

LA GRANDEZA DEL BIG DATA

Gasto total en
sistemas de centros de
datos de TI en todo el
mundo 2012-2023:

**212 mil millones
de dólares**

En 2025, se espera
que los ingresos de
análisis de Big Data en
todo el mundo sea de:

**68 mil millones de
dólares**

ESTADOS UNIDOS:

EL PUNTO DE PARTIDA DE LA VIOLACIÓN DE DATOS ONLINE

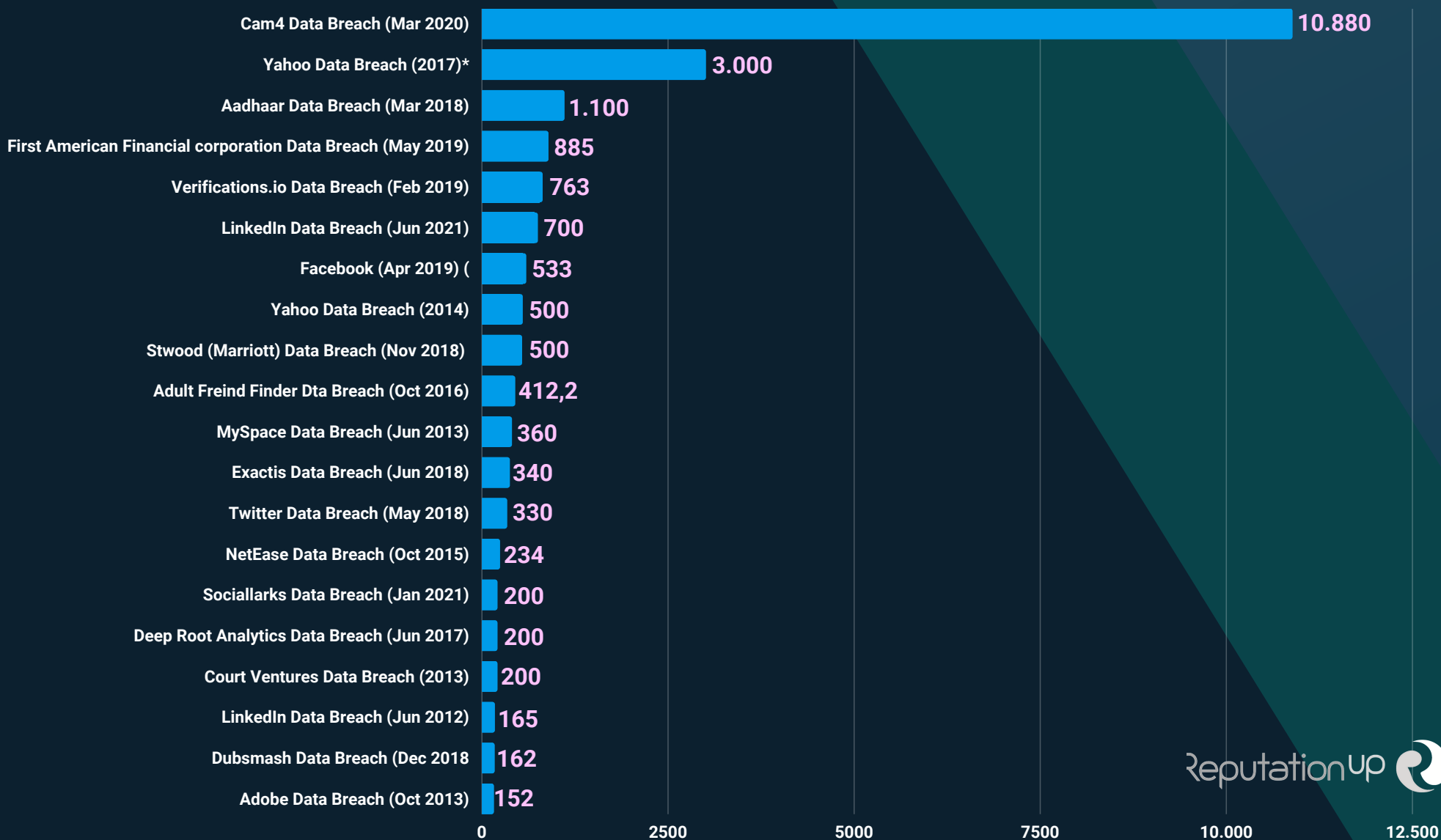
Con más de **313** millones de usuarios en Internet, EEUU se encuentra entre los principales mercados online del mundo

Número de violaciones de datos en Estados Unidos en el primer semestre de 2022: **817**

Individuos afectados por delitos cibernéticos en el primer semestre de 2022: **53,35 millones**



NÚMERO DE REGISTROS COMPROMETIDOS EN FILTRACIONES DE DATOS SELECCIONADAS HASTA AGOSTO 2022



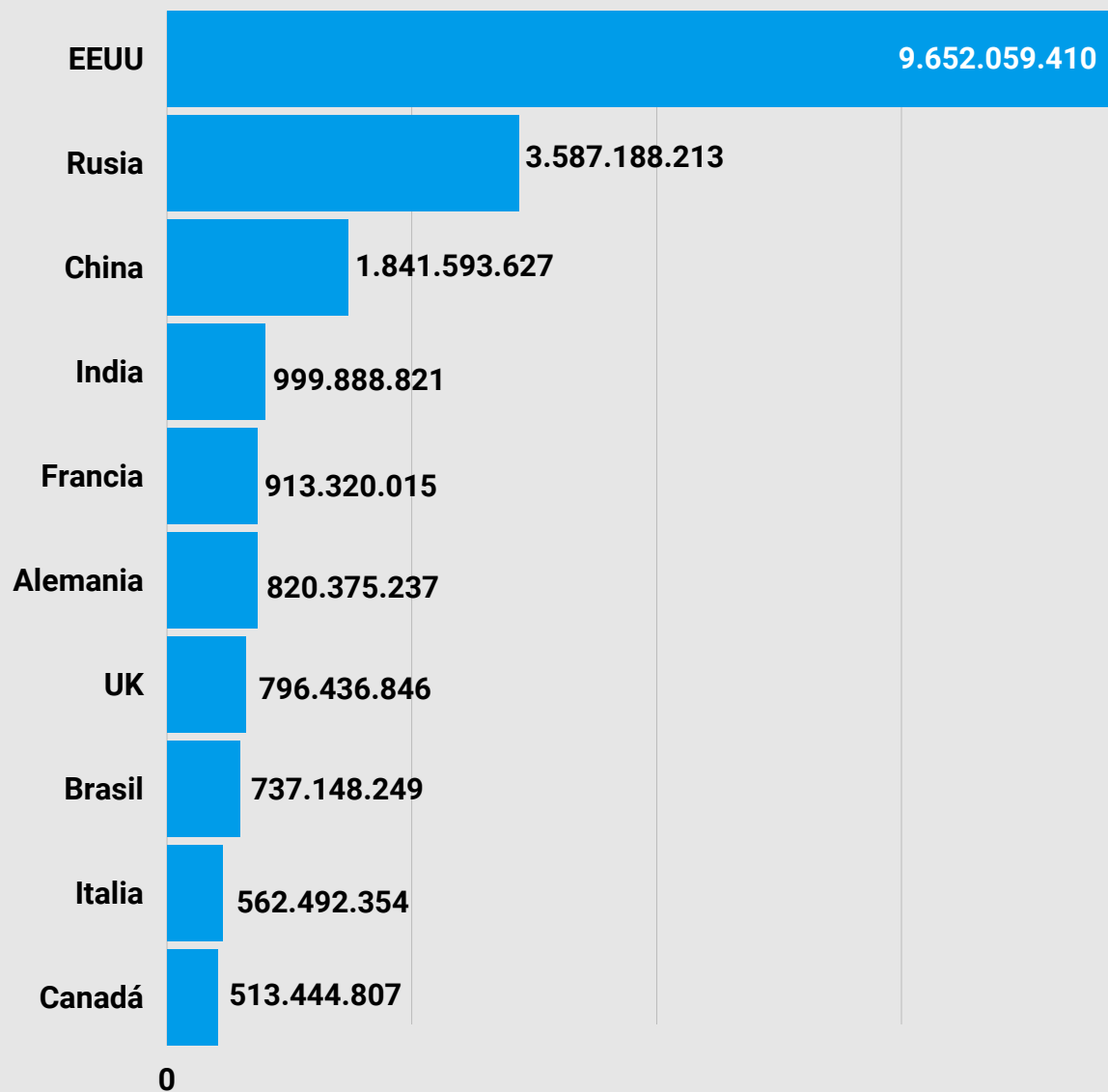
DATOS
DE
2022

82%

De las infracciones involucraron el elemento humano, incluidos los ataques sociales, los errores y el uso indebido

TOP 10 PAÍSES

POR DATOS FILTRADOS



5 PAÍSES MÁS AFECTADOS

POR FILTRACIONES DE DATOS

RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE DE 2022

1

RUSIA

Tuvo la mayor cantidad
de infracciones en
general:
22,3 millones

3

EEUU

5

INDONESIA

2

FRANCIA

Tuvo la mayor densidad de
filtraciones, con un promedio de
212 cuentas filtradas por cada
1.000 personas

4

ESPAÑA

DATOS
DE
2022

Una filtración de datos en
EEUU cuesta más del doble
del promedio mundial:

+ \$5,09 millones

Coste total promedio
global de una
violación de datos:

\$4,35 millones

VIOLACIÓN COSTO DE UNA N DE DATOS EN 2022

Coste promedio de
una violación de
datos en EEUU:

\$9,44 millones

COSTO DE UNA VIOLACIÓN DE DATOS EN EL SECTOR SANITARIO

Costo total promedio
de una brecha en la
industria de la salud

**\$10,10
MILLONES**

+ 42%

El costo de una filtración en la
industria de la atención médica
aumentó un 42% desde el año 2020

Por 12° año consecutivo, la atención
médica tuvo el costo promedio más
alto de filtración de datos de
cualquier industria

VIOLACIÓN DE DATOS Y ROBO DE IDENTIDAD

El robo de identidad es una de las preocupaciones de privacidad más populares con la tecnología en todo el mundo

**108,9
millones**

De cuentas han sido violadas en el tercer trimestre de 2022

603.591

Es el número de incidentes de robo de identidad reportado en EEUU por la FTC (Comisión Federal de Comercio) durante el período de seis meses

+70%

En comparación con el trimestre anterior

El impacto de COVID-19 ha reducido los niveles de comodidad de los usuarios con el intercambio de información personal

IMPACTO DE LA COVID EN LA PRIVACIDAD ONLINE

27%

De los jóvenes de entre 18 y 24 años afirman que la COVID-19 los ha hecho más cómodos compartiendo información personal online

5%

De los mayores de 65 años afirman lo mismo

PRIVACIDAD

 **NLINE 2022**

ReputationUp



20+

Más de 20 años operando internacionalmente a través de nuestras oficinas de Europa y América



7,500+

Clientes satisfechos. Trabajamos para empresas, profesionales, VIPs y administraciones



875,000+

Contenidos falsos, negativos o difamatorios eliminados



10M+

Nuestra herramienta de monitoreo analizó más de 10 millones de palabras clave



**Limpieza
Reputación**



**Monitoreo
Reputación**



**Protección
Reputación**



**Mejora
Reputación**



**Campaña
Política**



**Análisis de
Riesgo**



**Cyber
Intelligence**



Sala de Control



Stop Sextorsión



World Check



**Reputación
Financiera**



**Reputation
Score**



Reputation^{up}[®]
———— we can do it ————

