



RESUMEN EJECUTIVO



Contenido

Objetivos del Estudio	1
Metodología del Estudio	1
Universo.....	2
Determinación de tamaño de muestra.....	2
Distribución de la Muestra	2
Marco estadístico de referencia	2
Principales resultados.....	3
Perfil del encuestado.....	3
Tipos de datos que maneja la Empresa	4
Figuras y procedimientos definidos dentro de la Empresa.....	4
Medidas de seguridad.....	5
Aviso de privacidad	6
Principio de Calidad de Datos	7
Principio de Finalidad.....	7
Principio de Lealtad.....	8
Principio de Responsabilidad.....	8
Encargado del Tratamiento.....	8
Tratamiento de Datos Personales en la Nube.....	9
Recomendaciones para Empresas y Administraciones.....	10
1.-Concientizar a la Población Mexicana en los Derechos que les confiere la LFPDPPP y crear un mayor esfuerzo para la concientización de las obligaciones impuestas a las Empresas del sector Privado.....	10
2.-Implementación de la LFPDPPP en el sector Privado donde se enfocó el estudio (PyME´s).....	13
3.- Profesionales de la Seguridad (Consultorías)	15
Conclusiones.....	16
Análisis FODA.....	18

Objetivos del Estudio

Identificar el nivel de cultura y las prácticas actuales sobre Protección y Tratamiento de los Datos Personales en Empresas del sector Privado. Con especial enfoque en las Empresas de TI. Mediante los siguientes objetivos:

- Medir el nivel de entendimiento y cumplimiento de la LFPDPPP
- Identificar los procedimientos implementados dentro de las Empresas en materia de protección de datos personales, con base en lo expuesto por la LFPDPPP, considerando aspectos técnicos, organizacionales, operativos y legales

Metodología del Estudio

Para alcanzar los objetivos del estudio, se analizaron fuentes de información en relación a la Protección de Datos Personales.

- Se realizó una investigación minuciosa sobre la trayectoria de la Privacidad de los datos personales, en aquellos países que ya cuentan con una Ley sobre protección de datos personales. Así mismo se revisaron legislaciones en cuanto a la materia y se tomaron opiniones de expertos/profesionales en Privacidad.
- Se realizaron encuestas dirigidas a Empresas del Sector Privado para determinar el nivel de cultura, con el que cuentan.

Las encuestas se realizaron en los siguientes medios, con un tiempo estimado de respuesta de 10 minutos.

- Cuestionario a través de internet
- Por entrevista telefónica

Levantamiento de Información:
Septiembre a Octubre de 2012

Universo

El universo se tomó con base a 3,237 Empresas Mexicanas del sector Privado; relacionadas con el sector de Tecnologías de la Información a nivel nacional. (De acuerdo con los Censos Económicos 2009 del INEGI). Así mismo se consideraron otros sectores de Empresas en la encuesta, con el fin obtener un mayor grado de significación.

Determinación de tamaño de muestra

El método de selección de la muestra es estadístico, determinando el tamaño de la misma mediante la fórmula correspondiente a una población finita, en la que se ha estimado un margen de error de +/- 5% para un nivel de confianza del 95%.

Universo o unidades de muestreo = 3,237

Error tolerable = 5%

Nivel de confianza = 95%

Error esperado = 10%

Tamaño de la muestra = 191

Distribución de la Muestra

Se realizó una segmentación por Entidades Federativas, Sector, Giro, Volumen de Facturación, Número de empleados para identificar tamaño de la Empresa y localidad.

Marco estadístico de referencia

El estudio se desarrolla a través de la estadística descriptiva que tiene que ver con el diseño de planes de muestreo, procedimientos para resumir datos, elaborar gráficas y calcular medidas que ayuden a describir algunos hallazgos derivados de un conjunto de datos.

Se trazaron los objetos del análisis cuantitativo, complementado con el análisis cualitativo.

Principales resultados

Perfil del encuestado

Conforme a la participación de los encuestados por Entidad Federativa:

- Un 52% de participación por parte de Empresas del D.F.
- El 48% restante conformado por las demás entidades federativas.

Conforme al sector de Empresas que más participó:

- Servicios con un 52%,
- Un 34% del Sector Comercio
- Un 14% el Sector Industria.

Conforme al cargo que ocupan los encuestados los porcentajes más altos son:

- El 26% desempeña el cargo de Dirección General
- Un 20% pertenece a Analistas.

Conforme al tamaño de las Empresas encuestadas las que más participaron en la encuesta fue:

- Las microempresas con el 66% de participación, las cuales generan menos de \$4 millones de pesos anuales por el importe de sus ventas.

Con base al Giro de la Empresas, la que mayor participación tuvo en la encuesta fue:

- El sector de TI con un 24%, así mismo Otros servicios presentó el mismo porcentaje, sin embargo este último engloba múltiples servicios, no especificados en la encuesta, motivo por el cual no puede ser considerado de la misma magnitud que TI.

Tipos de datos que maneja la Empresa

De acuerdo a la clasificación del Tipo de Datos que establece la Ley, los datos que más se manejan en las Empresas son:

- Básicos, Patrimoniales y Financieros siendo estos un 65%.

Por tamaño de Empresa las que mayor manejo de datos tiene son:

- Las Microempresas con un 37.95% entre Básicos, Patrimoniales y Financieros.

En cuanto al almacenamiento de los datos:

- El 53% de las empresas almacena sus datos en papel
- El 45% los almacena en medios electrónicos.

Figuras y procedimientos definidos dentro de la Empresa

Dentro de las Empresas encuestadas:

- Un 69% tiene alguna figura o procedimiento definido
- Un 31% no cuenta con ninguna figura o procedimiento definido

El principal motivo por el cual el 31% no tiene ninguna figura o procedimiento definido el motivo principal es:

- Desconocimiento de la Ley y su Reglamento con un 27.1%.

El Giro de Empresas que cuenta con más figuras o procedimientos definidos, conforme a los requerimientos de Ley:

- TI con un 24.17% de cumplimiento

Medidas de seguridad

De las Empresas encuestadas que cuentan con Responsable para desarrollar medidas de seguridad para la protección de los datos:

- El 54% cuenta con Responsable, ya sea personal Interno o externo a la Empresa.
- Un 46% no cuenta con Responsable

Los factores más importantes que consideran las Empresas para desarrollar las Medidas de Seguridad son:

- ✓ El riesgo inherente por tipo de dato personal
 - 20% Responsable
 - 17% Persona Moral Externa
 - 23% Persona Interna
- ✓ El desarrollo tecnológico.
 - 19% Responsable
 - 27% Persona Moral Externa
 - 7% Persona Interna

Las Acciones principales que considera el Responsable como Medidas de Seguridad son:

- ✓ Elaborar un inventario de datos personales y de los sistemas de Tratamiento
 - 29% Responsable
 - 24% Persona Moral Externa
 - 25% Persona Interna
- ✓ Determinar las funciones y obligaciones de las personas que traten datos personales.
 - 25% Responsable

- 18% Persona Moral Externa
- 25% Persona Interna

El Responsables cuenta con Procedimiento para notificar Vulnerabilidades

- 51% Si cuenta
- 49% No cuenta con dicho procedimiento.

En cuanto al tipo de Consentimiento recabado para tratar datos personales,

- Un 80% recaba consentimiento tácito, para todo tipo de datos (básicos, patrimoniales, financieros y sensibles)

Aviso de privacidad

De las Empresas participantes:

- El 27% cuenta con Aviso de Privacidad
- El 73% no lo tiene

Con base a lo anterior, los siguientes resultados son derivados del 27% que afirma tener un Aviso de Privacidad.

En cuanto al Giro, las Empresas que cumplen con Aviso de Privacidad son:

- Tecnología de Información con un 11.76%
- Consultoría Legal y de Negocios con 3.17%

Tipo de Aviso de Privacidad que muestran las Empresas al momento de recabar datos:

- El 47% da a conocer su Aviso de Privacidad completo (sujeto a la Ley)
- El 53% da a conocer su Aviso de Privacidad incompleto (le faltan elementos)

Los medios más utilizados por las Empresas para dar a conocer su Aviso de Privacidad son:

- El 28% da a conocer su Aviso de Privacidad de manera visual

- El 25% por un medio digital

Principio de Calidad de Datos

Mecanismos que adoptan las Empresas para asegurar el Principio de Calidad de los Datos:

- El 53% se apegan a los datos que el Titular les proporcione y solo se actualizan a petición del mismo
- Un 45% obtiene evidencia objetiva (documentación oficial)
- El 2% restante utiliza otros mecanismos

Principio de Finalidad

Los siguientes resultados obtenidos son del 27% de Empresas que afirma contar con Aviso de Privacidad.

Empresas que indican claramente en su Aviso de Privacidad la Finalidad para la cual recaban la información:

- El 87% afirma indicar la finalidad en su Aviso de Privacidad
- Un 13% no indica finalidad en su Aviso de Privacidad

Empresas que indican en su Aviso de Privacidad el tratamiento de datos con fines de Publicidad, Mercadotecnia y/o fines Comerciales.

El 21% lo indica claramente en su Aviso de Privacidad

El 6% no indica fines de Publicidad, Mercadotecnia y/ Comercial

De este 6% que no tiene fines de Publicidad, Mercadotecnia y prospección Comercial:

- El 2% indica en su Aviso de Privacidad la otra finalidad para la cual recabará los datos
- El 4% no indica la finalidad de la recopilación de los datos.

Principio de Lealtad

Mecanismos utilizados por las Empresas encuestadas para garantizar el principio Lealtad:

- El 64% afirma contar con Políticas y procedimientos de control para la seguridad de datos personales
- Un 23% capacita al personal sobre la Ley
- El 13% restante utiliza otros mecanismos

Principio de Responsabilidad

De las Empresas que cuentan con un Responsable asignado:

- El 60% de los Responsables aplica alguna de las Medidas que establece el artículo 48 del Reglamento para garantizar el Principio de Responsabilidad
- El 40% No aplica ninguna de las Medidas establecidas en el artículo 48 del Reglamento

La mayoría de los Responsables que han aplicado alguna de las Medidas para garantizar el principio de Responsabilidad, refiere que su primordial actividad ha sido elaborar políticas y programas de privacidad obligatorios y exigibles al interior de la Empresa

Encargado del Tratamiento

De las Empresas encuestadas:

- Un 33% afirma contar con un Encargado (prestador de servicios) que trate datos por cuenta de la Empresa.
- Un 67% no cuenta con Encargado

Tratamiento de Datos Personales en la Nube

De las Empresas encuestadas, aquellas que cuentan con servicio en la Nube

- El 39% afirma que su proveedor de servicios en la nube cuenta con alguno de los requerimientos que establece el artículo 54 del Reglamento.
- El 61% afirma que su proveedor de servicios en la nube no cumple con ninguno de los requerimientos que establece el artículo 52 del Reglamento, para el tratamiento de datos en la nube.

Recomendaciones para Empresas y Administraciones

Considerando los resultados obtenidos del Estudio proponemos las siguientes Recomendaciones de actuación, establecidas en 3 ejes de impacto que tienen como finalidad atacar las deficiencias que enfrenta la aplicación de la LFPDPPP y su Reglamento en las Empresas del Sector Privado en México.

1.-Concientizar a la Población Mexicana en los Derechos que les confiere la LFPDPPP y crear un mayor esfuerzo para la concientización de las obligaciones impuestas a las Empresas del sector Privado.

2.-Implementación de la LFPDPPP en el sector Privado donde se enfocó el estudio (PyME's)

3.- Profesionales de la Seguridad (Consultorías)

Nota: Es importante mencionar que la Autoridad Regulatoria es la Secretaria de Economía y la Autoridad Garante es el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos

1.-Concientizar a la Población Mexicana en los Derechos que les confiere la LFPDPPP y crear un mayor esfuerzo para la concientización de las obligaciones impuestas a las Empresas del sector Privado.

Conforme a los resultados del estudio elaborado, encontramos como principal deficiencia el desconocimiento y entendimiento de la Ley, explicando que aunque nuestro estudio únicamente fue aplicado a Empresas Privadas, es claro determinar que la población en general desconoce este derecho que le confiere la Ley; a la protección de sus datos personales, y es por ello que la sociedad mexicana no ha hecho exigibles sus derechos ante las Empresas, por tal motivo estas han hecho caso omiso a las obligaciones, que tienen frente a los titulares de los que poseen datos

El IFAI ha difundido campañas a manera de obligar a las Empresas Privadas en el cumplimiento de los avisos de Privacidad, pero sus campañas carecen de carácter informativo sobre cómo deben de cumplir, de donde surge este nuevo derecho de protección hacia los datos personales, cuales son las sanciones, y lo más importante que es un aviso de privacidad etc.; difundiendo un único mensaje “sobre aviso no hay engaño” y lo único que establece es un apercibimiento de la Ley por incumplimiento de algo no establecido o definido. Por ello especulamos el

no entendimiento de la Ley entre las Empresas Privadas, debido a la falta de información por parte de la autoridad garante en su principal influencia entre la población, que son los medios de comunicación masiva.

Recomendaciones:

Nosotros recomendamos una doble vía actuación, por un lado concientizar a las Empresas y por otro lado la concientización de la población ya que a través de su conocimiento, ellos mismos serán capaces de hacer exigibles sus derechos ante las Empresas que recaban sus datos, lo que representaría la actuación inmediata por parte de las Empresas para cumplir con la aplicación de la normativa

Para la concientización en el sector Privado

Dejamos claro que no solo en la difusión de comerciales en los medios de comunicación se genera el conocimiento de esta Ley, el IFAI ha elaborado cursos en su portal de internet y guías prácticas dirigidas a las Empresas; que de manera efectiva, ayudan a cumplir con la Ley, declarando que la información si existe, lo que hace falta es acertar en la manera de propagarla, para crear un conocimiento efectivo en las Empresas para que cumplan con las obligaciones que les señala la Ley.

Se recomienda perfeccionar los comerciales en cuanto a que sean más completos en la información básica y necesaria que deben conocer las Empresas para hacerles saber con lo que deben cumplir haciendo énfasis en que todos los requerimientos ya son exigibles y que de no cumplirlos serán sancionados. Mejorar la estrategia de campaña sobre los medios de comunicación masiva.

Es tarea de las Autoridades determinar la estrategia para generar el impacto, nosotros sólo emitimos recomendaciones sobre lo que hace falta por difundir.

Para la concientización de la Población

La campaña que proponemos al IFAI, se debe establecer con el fin de concientizar a la población del valor de sus datos personales, infundiendo en los titulares el primer filtro de protección; el cual se basa en no proporcionar los mismos a cualquier Empresa, sin que antes le garantice mediante un Aviso de Privacidad que sus datos se encontrarán en las mejores manos, es por ello que se recomienda que en la campaña se abarquen los siguientes puntos como medidas para concientizar a la población:

1. Conocimiento de los Derechos que esta Ley les confiere
2. Explicar a la Población que es un dato persona
3. Establecer el valor de los datos personales de manera económica, en el cuánto vale la información personal para las Empresas
4. Instruir a la población en lo que es un Aviso de Privacidad, sus requisitos mínimos que la Ley les establece a las Empresas
5. Instruir a la población en lo que son los Derechos ARCO
6. Conocimiento de la Autoridad a las que pueden acudir los titulares en caso de que las Empresas no garanticen sus derechos.

Resaltamos que nosotros sólo emitimos recomendaciones, y será tarea de las Empresas encargadas de elaborar campañas, las formas y los medios que consideren necesarios para elaborar una campaña efectiva y que genere el impacto necesario que se busca; que es generar concienciación y conocimiento del derecho a la protección de datos personales para la Población Mexicana.

2.-Implementación de la LFPDPPP en el sector Privado donde se enfocó el estudio (PyME´s)

Las PyME´s no ha considerado que al no implementar las medidas necesarias para cumplir con lo establecido por la Ley podrían ser sancionados con multas que van desde los seis mil a los 38 millones de pesos, lo que representa un riesgo para la permanencia del negocio, incumplimiento que les puede salir muy costoso así como comprometer su libertad.

Así mismo no han hecho énfasis en que independientemente de las multas a las que puedan estar sujetos, existen otros peligros que pueden colocar a la Empresa en situaciones delicadas como el robo de información al que puedan estar sujetos por no contar con medidas de seguridad aplicables a la protección de datos, la afectación a la reputación de la Empresa por no estar sujeta a la Ley, la pérdida de contratos con otras Empresas por su incumplimiento, y la desconfianza de sus clientes.

Recomendaciones:

Capacitar a las Empresas por parte de la Autoridad Garante

Determinando que capacitar lo entendemos desde el sentido de propagar el conocimiento de esta Ley entre las Empresas. Dejamos a criterio de la Autoridad garante el medio para llevarlo a cabo pudiendo ser a través de campañas internas dentro de las Empresas, realizar campañas más profundas en los medios de comunicación masiva (más completas), a través de más guías enfocadas en los temas que aún no han abordado etc.

Se recomienda los siguientes temas para la capacitación:

1. Breve Panorama de la LFPDPPP y su Reglamento
2. Que es un dato personal, como se clasifican, como recabar los datos dependiendo del tipo de dato a tratar enfocando este punto, en el tipo de consentimiento que se debe obtener conforme a lo establecido en la ley
3. Perfil que debe cumplir el Responsable de los datos
4. Procedimiento para el Ejercicio de los Derechos ARCO
5. Medidas de seguridad mínimas que deben aplicar para el tratamiento de los datos.

6. Guía de manera general y sencilla sobre los documentos, procedimientos con que deben cumplir por Ley todas las Empresas para la protección de los datos personales
7. Explicar la diferencia entre ceder datos de carácter personal y transferencias.
8. Las sanciones a las que se hacen acreedoras las Empresas por el incumplimiento de la Ley de carácter pecuniario y privativo de libertad.

Dentro de las Empresas

No debemos olvidar lo más importante en el cumplimiento de la Ley y el Reglamento, esto es:

- Verificar que el procesos implantados se encuentren funcionando correctamente
- La concienciación de las personas que tratarán los datos personales dentro de la Empresa (Capacitar al Personal) esto es clave para el cumplimiento de la Ley.

Por tal motivo recomendamos

1. **Crear Conciencia** en el personal sobre la importancia y riesgo del manejo de datos personales en la labor de cada uno de los que laboran dentro de la empresa y también afuera como titulares, a fin de lograr tener una cultura de protección de datos personales y prever cualquier inconveniente. Recomendamos establecer esta cultura de protección de datos personales como un principio general de la Empresa.
2. **Dar Capacitación al personal**, ya sea a través de cursos, presentaciones etc. así mismo darle seguimiento a la capacitación, a través de la elaboración de cuestionarios, para conocer el nivel de comprensión que se ha sido captado en los empleados y enfocarnos en lo que no fue comprensible para corregirlo de inmediato.

3.- Profesionales de la Seguridad (Consultorías)

Conscientes de que en México la Protección de Datos Personales es un derecho de reciente creación y de carácter obligatorio para las Empresas Privadas, y su implementación es necesaria e inmediata, las Empresas que buscan apegarse a los lineamientos de la Ley pretenden encontrar en las consultorías, profesionales en la materia para ayudarlos a cumplir con la Ley.

La realidad es que existen escasos profesionales en la materia, los cuales se basan en los modelos Europeos, ya que Europa lleva más de 20 años Implantando esta ley.

Existen los falsos Mesías: Consultorías que sin contar con el mínimo conocimiento en la materia, han implementado la Ley en grandes instituciones, y lo han hecho de manera incorrecta, e incompleta, dejando al descubierto su pobreza ante el tema, y demostrando que su implementación no cuenta con el sustento, ni con la capacidad de soportar una verdadera auditoría de protección de datos, lo cual pone en peligro los datos personales de sus clientes y empleados.

Recomendaciones:

Proponemos una **Certificación** por parte de la Autoridad garante, en la cual se capacite a las Consultorías que así lo deseen, en el tema de Privacidad, capacitación que cuente con personal calificado en la materia, ya sea mediante convenios con la OCDE o con países que ya cuentan con experiencia en este tema por ejemplo la Unión Europea.

Proponemos la certificación para garantizar que los Consultores realicen bien su trabajo en las Empresas que requieran sus servicios, previo a una capacitación y así mismo se beneficien por encontrarse respaldados por la certificación de una Autoridad competente como lo es IFAI.

Conclusiones

No se puede afirmar, que todas las Empresas se encuentren en un estado similar de desconocimiento de la Ley; ya que nuestro estudio sólo abarcó 221 Empresas, y existe un amplio abanico de circunstancias entre las diferentes Empresas encuestadas; desde las que no han oído hablar de la Ley, hasta casos que si bien saben que existe, desconocen la obligatoriedad de su cumplimiento, su ámbito de aplicación, las implicaciones concretas para su negocio, las sanciones a las que se pueden enfrentar en caso de incumplimiento o los plazos de adecuación

La situación de las 221 Empresas encuestadas, refleja un bajo nivel de cultura que se tiene hoy en día sobre la LFPDPPP y su Reglamento a 2 años de su exigibilidad.

La gran mayoría de los participantes en la encuesta presenta desconocimiento de la Ley, mientras que aquellas Empresas que si tienen conocimiento de la normativa y se encuentra implementándola, la están aplicando de manera errónea.

Las Empresas actualmente, no valoran la importancia y necesidad de proteger los datos de carácter personal, siendo estos activos fijos de la Empresa, por lo cual deben ser protegidos.

Existe un **rechazo al cambio** por parte de las Empresas pues la adaptación a la LFPDPPP, supone un cambio en la organización de la información, que implica costos, capacitación de personal, adaptación de procesos etc.

Al **excesivo costo** percibido y la falta de recursos humanos calificados se une el tiempo de adecuación, que en toda lógica, se desvía de la actividad principal del negocio para destinarse al cumplimiento de la normativa sobre protección de datos. En general, se percibe como una tarea tediosa que exige desviar recursos de la actividad principal del negocio.

En el caso de las Empresas que se encuentran implementando la Ley en su organización ésta se ha llevado acabo de **forma inadecuada**, pues aunque se ha invertido en los medios necesarios para su implementación; no están en situación completamente ajustada a la Ley, la razón más significativa sería su falta de conocimiento en el tema de privacidad aunado a la escasa interpretación de la Ley, factores que influyen de manera significativa y que frenan el cumplimiento de la normativa.

Por tal motivo las Empresas perciben la implementación de esta Ley como una imposición o una carga y no como algo que aporta valor a su negocio.

Implementar la Ley por parte de las Empresas será beneficioso para su propia imagen y mostrara una manifestación de la responsabilidad social corporativa.

Incrementar la intensidad de las acciones de difusión, sensibilización, concienciación, y los beneficios que genera la implementación de la Ley para mitigar el bajo nivel de conocimiento y aplicación de la normativa sobre protección de datos, es necesario potenciar la formación y sensibilización dirigidas a las Empresas y los ciudadanos.

Generar programas de apoyo para las micro y pequeñas Empresas, generará un mayor compromiso por las Empresas, ya que muchas de ellas, no cuenta con los recursos suficientes para implementar los requerimientos de Ley, proveyendo subsidios para la implementación de los controles requeridos para la protección de datos a través de Empresas consultoras.

Análisis FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Garantiza la Protección de datos personales • Derecho a la autodeterminación informativa de las personas • Base constitucional en el artículo 16° como garantía individual. • Incremento en la confianza de la población por el resguardo de sus datos. • Reducción de costos a casusa de incidentes de seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Descuido o poca conciencia de la importancia del consentimiento. • Lagunas de la Ley, falta definir más términos de Ley, etc. (Falta de Legislación) • Mala fe por parte de los Empresarios al ofrecer productos a cambio de datos personales en población vulnerable (niños, jóvenes etc.) • Falta de regulación de internet (para los delitos informáticos)
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Existe un buen nivel de compromiso por el IFAI y la SE al difundir campañas sobre la protección de datos, en los medios de comunicación masiva. • La reciente entrada en vigor de la Ley, crea oportunidades para tomar medidas oportunas para crear un nivel de conciencia. • Aumento de calidad y precisión de la información. Mejor flujo de información sobre los ciudadanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fraude externo (pirata informático) • Costo por implementación de la Ley • Mediadas de seguridad bajas debido a la falta de interés por la Dirección. • Intercambio de información a 3ros y/o Outsorcing