



Estudio Global

Privacidad de la información digital

Día Mundial del Internet 2021

18 de mayo de 2021



WIN Worldwide
Independent Network
of Market Research

ANTECEDENTES

Privacidad de la información digital

En un mundo donde el acceso a internet es cada vez más un derecho básico, y en el marco del Día Mundial del Internet, **Activa Research** en sociedad con **WIN (Worldwide Independent Network of Market Research)**, han realizado un estudio de manera conjunta, con el objetivo de caracterizar las opiniones y prácticas sobre seguridad de datos y uso de internet.

Esta investigación cuenta con **26.433 entrevistas** realizadas en **34 países** alrededor del mundo, ofreciendo una mirada global y general sobre una problemática que, dado el contexto global, es más importante que nunca.



01

Presentación



Este estudio se ha realizado en cumplimiento de la **norma ISO 20.252**, norma internacional que establece los términos y definiciones así como los requisitos de servicio para organizaciones y profesionales que llevan a cabo investigaciones de mercado, social y opinión.



Activa declara toda información y/o materiales recibidos por el cliente es confidencial, de su propiedad y en ningún caso usada para algún propósito que el permitido o requerido por el encargo que le ha sido conferido. Activa mantendrá los registros primarios y secundarios de forma indefinida en sus servidores de respaldos, aplicando todas las medidas de seguridad y confidencialidad activas a menos que el cliente indique lo contrario.



WIN: Worldwide Independent Network of Market Research



WIN es una red global que realiza investigaciones de mercado y sondeos de opinión en todos los continentes.

Los 75 socios de WIN son las mayores empresas de investigación de mercado y encuestas independientes en cada uno de sus respectivos países.

WIN se caracteriza por:

Liderazgo de pensamiento: acceso a un grupo de los expertos más destacados y empresarios en Investigación de mercado, encuestas y consultoría

Flexibilidad: soluciones globales y locales a medida para satisfacer las necesidades de los clientes

Innovación: acceso a la última consultoría estratégica, desarrollo de herramientas y soluciones de marca

Expertos locales: acceso a una red de expertos que realmente entienden la cultura local, el mercado y las necesidades comerciales

Confianza: la más alta calidad de miembros talentosos en todos los países cubiertos

02

Metodología



Metodología

Un total de 26.433 personas fueron encuestadas globalmente en 34 países. El levantamiento de la información se realizó entre el 21 Octubre y el 15 Diciembre del 2020.

La muestra de Chile fue ponderada de acuerdo con el peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo. El margen de Error Muestral es de un +/- 3,1%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.



Alemania, Argentina, Brasil, Canadá, Chile, China, Corea del Sur, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Filipinas, Francia, Hong Kong, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Japón, Líbano, Malasia, México, Nigeria, Pakistán, Palestina, Paraguay, Perú, Polonia, Serbia, Reino Unido, Vietnam

Metodología

Diseño de investigación	Estudio cuantitativo, sobre la base de 1.000 entrevistas a través de un panel online.																				
Población en estudio	Mujeres y hombres mayores de 18 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos (GSE) C1, C2, C3 y DE. Residentes de Santiago y Regiones.																				
Diseño Muestral	Se realizó un total de 1.000 entrevistas, estratificas aporporcionalmente por GSE, sexo y edad. <table><tr><th>NSE</th><th>Tamaño Muestral</th><th>Error Muestral</th></tr><tr><td>C1</td><td>268</td><td>5,9%</td></tr><tr><td>C2</td><td>266</td><td>6,0%</td></tr><tr><td>C3</td><td>242</td><td>6,3%</td></tr><tr><td>D</td><td>224</td><td>6,5%</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>1.000</td><td>3,1%</td></tr></table>			NSE	Tamaño Muestral	Error Muestral	C1	268	5,9%	C2	266	6,0%	C3	242	6,3%	D	224	6,5%	TOTAL	1.000	3,1%
NSE	Tamaño Muestral	Error Muestral																			
C1	268	5,9%																			
C2	266	6,0%																			
C3	242	6,3%																			
D	224	6,5%																			
TOTAL	1.000	3,1%																			
Instrumento de medición	Cuestionario de 15 minutos de duración promedio.																				
Fecha de campo	06 al 11 de Noviembre del 2020.																				
Ponderación	La muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo 2002. El margen de Error Muestral es de un +/- 3,1%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.																				

Empresas y muestra países 1/2

PAÍS	EMPRESA	MUESTRA	COBERTURA
ARGENTINA	Voices!	1016	Nationwide
BRAZIL	Market Analysis Brasil	1120	Nationwide
CANADA	Legér 360	1000	Nationwide
CHILE	ACTIVA RESEARCH	1000	Nationwide
CHINA	WisdomAsia Marketing & Research Consulting	1000	Nationwide
CROATIA	MEDIANA FIDES	520	Nationwide
DENMARK	DMA Research A/S	500	Nationwide
ECUADOR	CEDATOS	700	Quito-Guayaquil
FINLAND	TALOUSTUTKIMUS Oy	651	Nationwide
FRANCE	BVA	1000	Nationwide
GERMANY	Produkt + Markt	1000	Nationwide
HONG KONG	CSG	509	Nationwide
INDIA	DataPrompt International Pvt. Ltd.	500	Nationwide
INDONESIA	DEKA Insight Indonesia	1000	Nationwide
IRELAND	REDC	1001	Nationwide
ITALY	BVA Doxa	1000	Nationwide
JAPAN	NIPPON RESEARCH CENTER, LTD.	1137	Nationwide

Empresas y muestra países 2/2

PAIS	EMPRESA	MUESTRA	COBERTURA
LEBANON	REACH SAL	500	Nationwide
MALAYSIA	Compass Insights Sdn. Bhd.	500	Nationwide
MEXICO	BRAIN RESEARCH	500	Nationwide
NIGERIA	Market Trends International	1000	Nationwide
PAKISTAN	Gallup Pakistan	1103	Nationwide
PARAGUAY	ICA Consultoria Estratégica	500	Nationwide
PALESTINIAN TERRITORIES	PSRC (Philippines Survey & Research Center Inc.)	1000	Nationwide
PERU	Datum Internacional	1210	Nationwide
PHILIPPINES	PCPO Palestinian Centre for Public Opinion	1489	Nationwide
POLAND	Mareco Polska	587	Nationwide
SLOVENIA	MEDIANA	798	Nationwide
SOUTH KOREA	Gallup Korea	1500	Nationwide
SERBIA	MEDIANA ADRIA	500	Nationwide
SPAIN	Istituto DYM	1006	Nationwide
UK	ORB INTERNATIONAL	1000	Nationwide
USA	SSRS	800	Nationwide
VIETNAM	Indochina Research	600	Ha Noi and Ho Chi Minh City

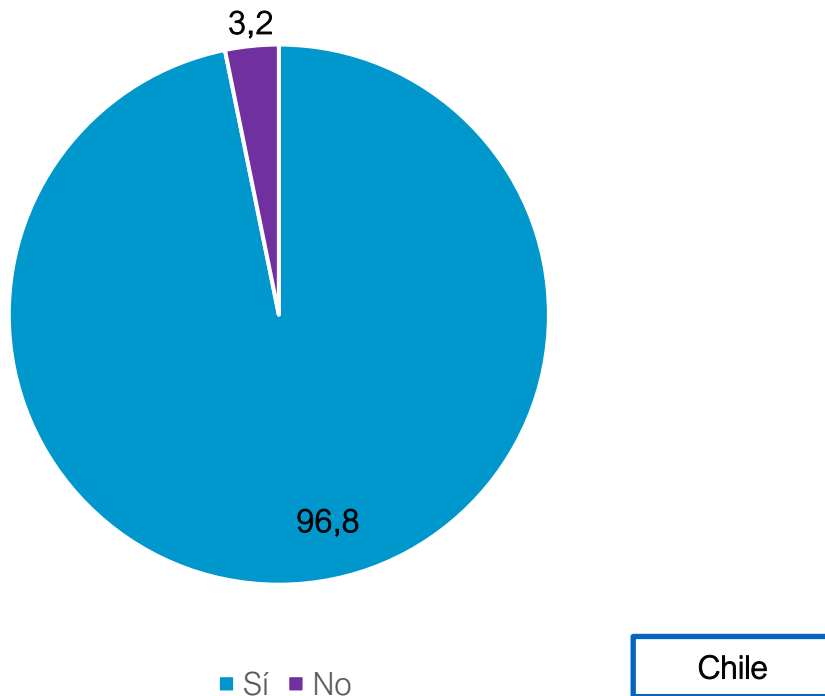
Uso de teléfono inteligente



Uso de teléfono inteligente con regularidad

¿Posee y utiliza un teléfono inteligente con regularidad?

Hoy en día, el teléfono inteligente es más que un artículo para hacer llamados. En Chile, el 96,8% de la población usa su teléfono inteligente con regularidad, mientras que solamente un 3,2% no posee uno.





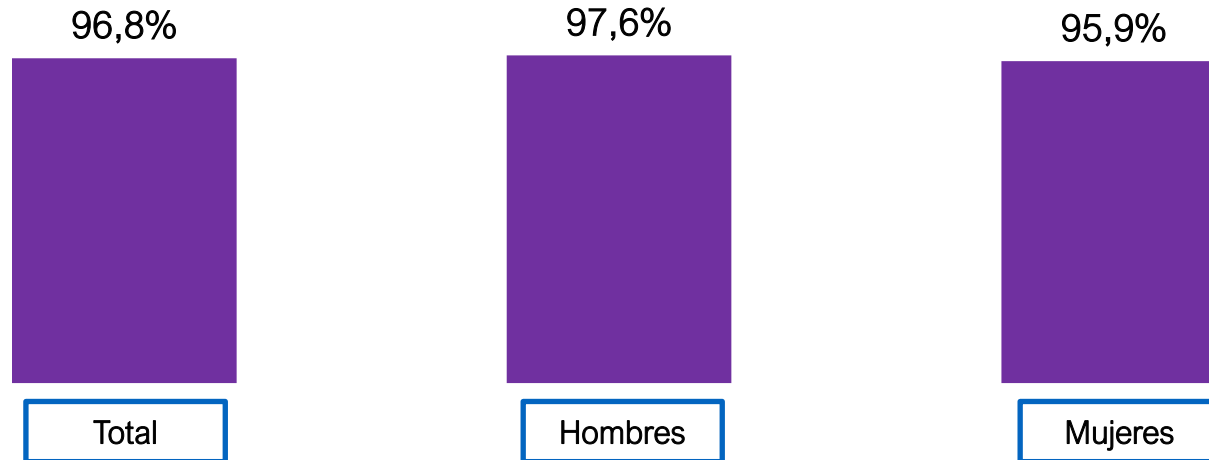
Uso de teléfono inteligente con regularidad

¿Posee y utiliza un teléfono inteligente con regularidad?



Esta tecnología no es cosa de hombres: tanto hombres como mujeres usan su smartphone con regularidad, y las diferencias porcentuales observadas no representan una variación significativa en la población

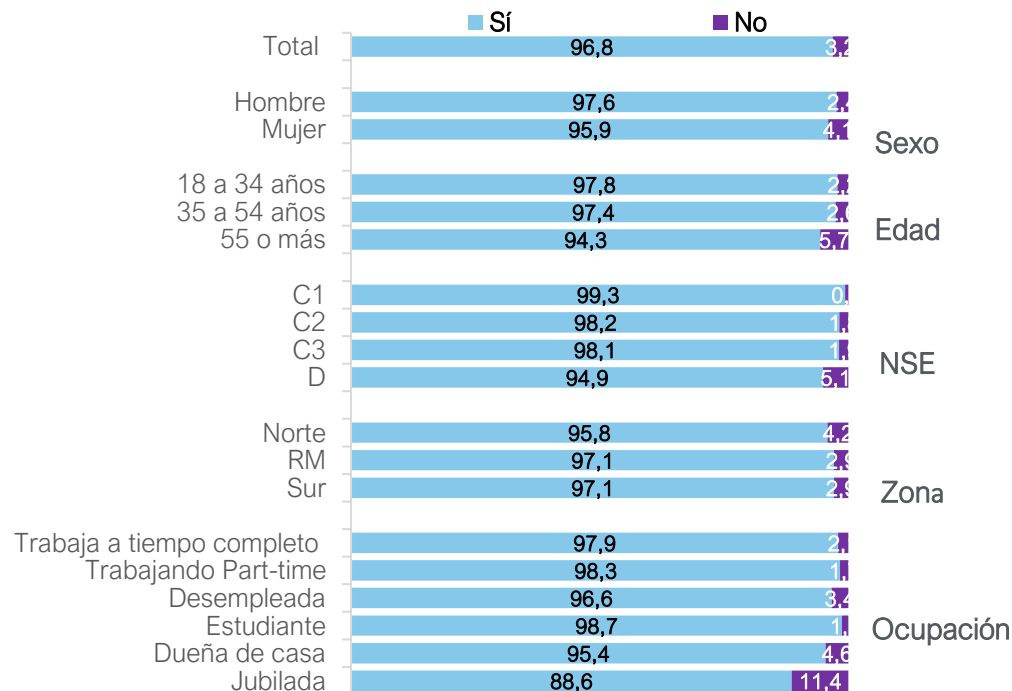
% Uso de teléfono inteligente



Uso de teléfono inteligente con regularidad

¿Posee y utiliza un teléfono inteligente con regularidad?

Las personas jubiladas son las que menos familiarizadas están con el uso de teléfonos inteligentes, seguidas por las personas dueñas de casa. En oposición, casi la totalidad de la población de estratos medios-altos, tiene y usa un smartphone.



Privacidad e información personal digital



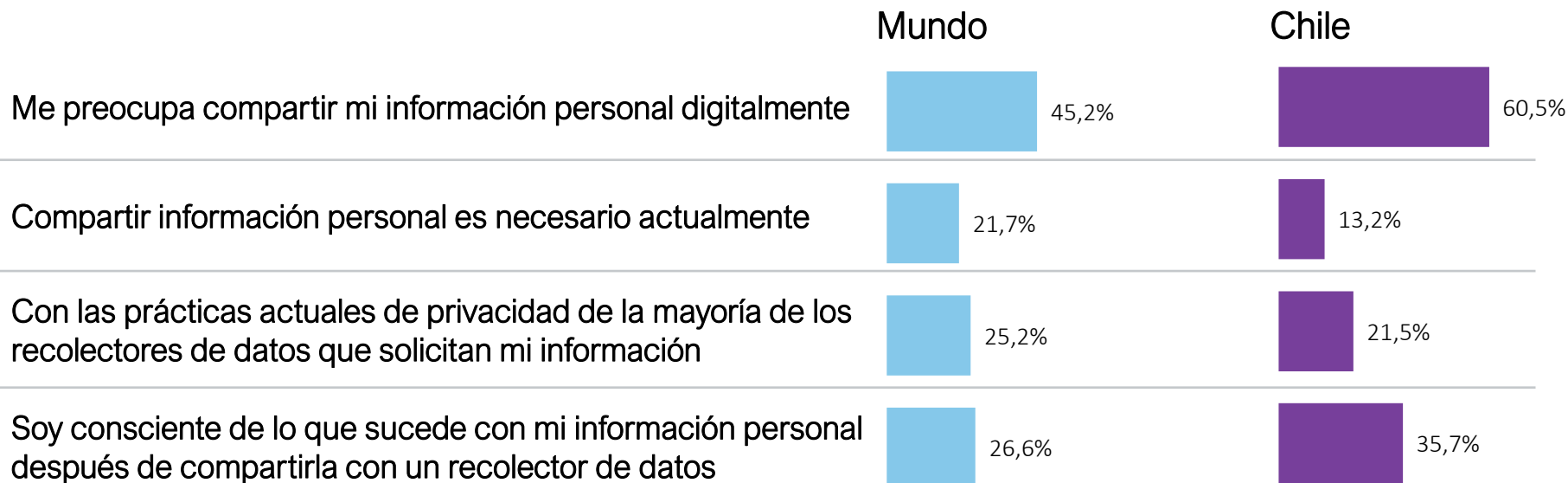
Privacidad e información personal digital

Grado de acuerdo con.. (escala de 1 a 10)

Tanto en Chile como en el mundo, a las personas les preocupa compartir su información personal y no lo consideran necesario. Sin embargo, un tercio de las personas en Chile y sólo un 26,6% del mundo está consciente de lo que le sucede a esta información personal una vez compartida con un recolector de datos. Los datos muestran que todavía nos queda mucho que aprender en cuanto a resguardo de datos personales

% 8+9+10 “completamente de acuerdo”

activasite.com





Me preocupa compartir mi información personal
digitalmente

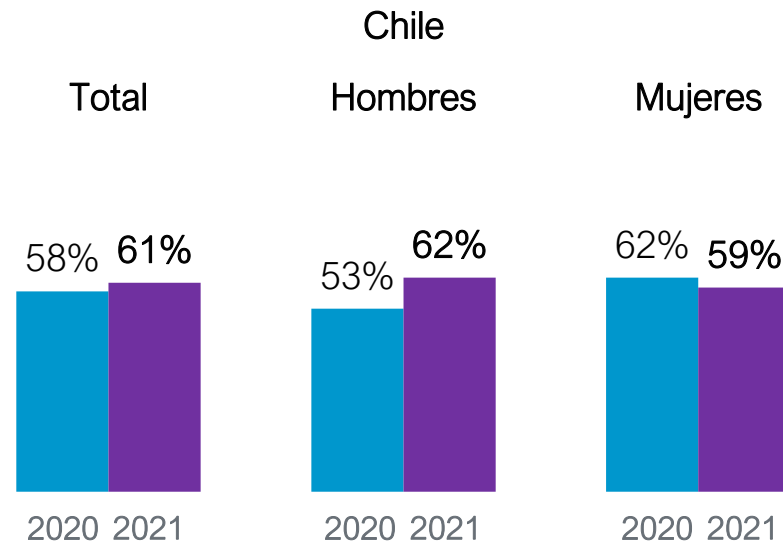
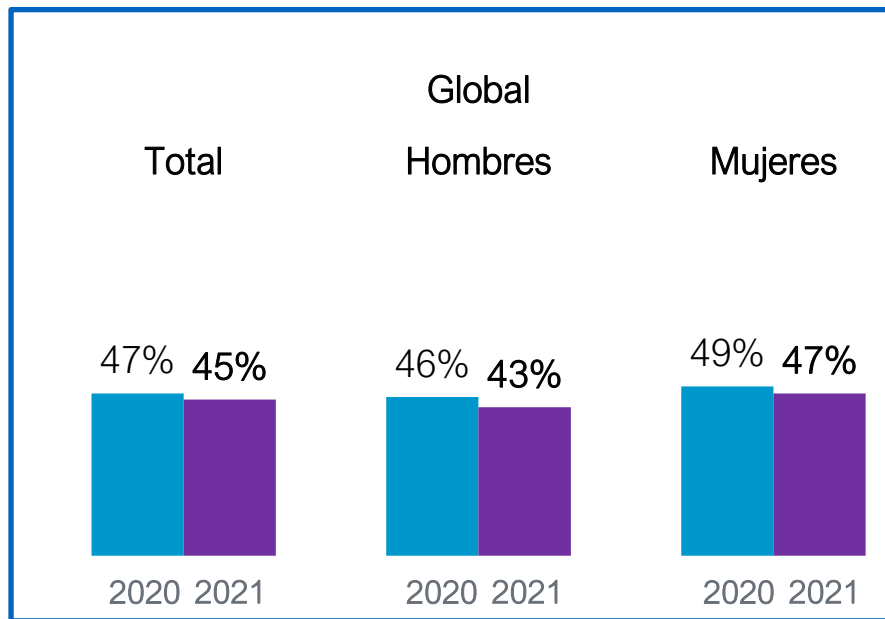
Me preocupa compartir mi información personal digitalmente

Chile y el Mundo

En el mundo, se observa una disminución en la proporción de personas preocupadas por compartir su información digitalmente, baja que se observa tanto en hombres como mujeres. En cambio, para el caso de Chile se observa un alza de la preocupación entre hombres. Para el caso de las mujeres como a nivel global, las diferencias no son significativas.

% “completamente de acuerdo” (8+9+10)

activasite.com



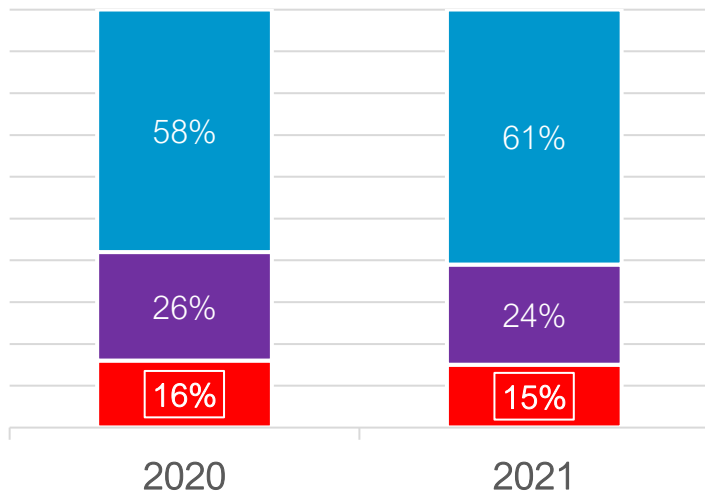
Me preocupa compartir mi información personal digitalmente



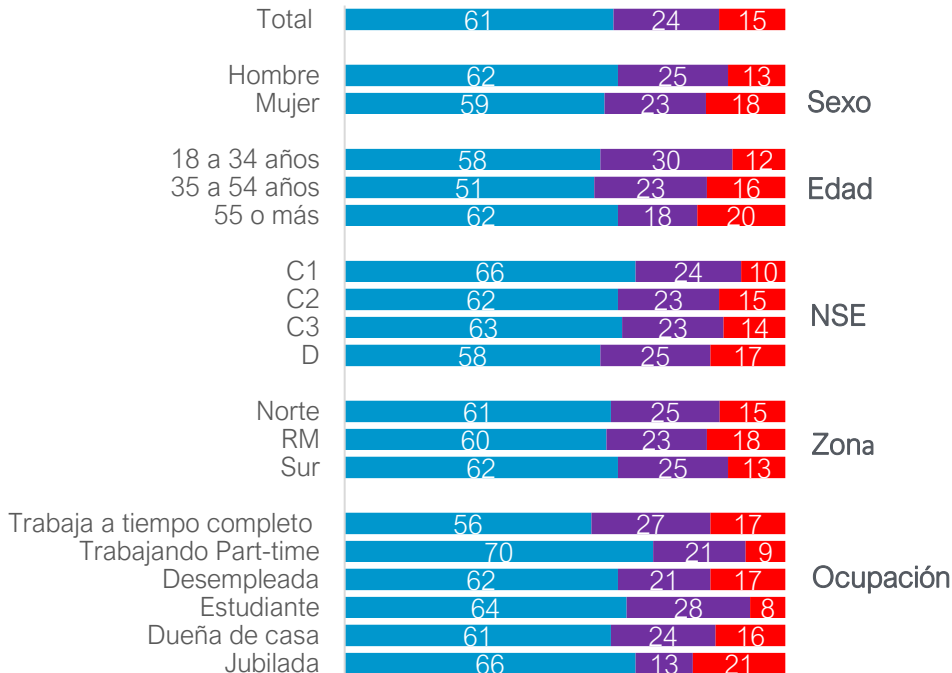
Observando el caso particular de Chile, se ve que son las personas dueñas de casa y trabajadoras part-time quienes más se preocupan de compartir su información personal. Quienes menos se preocupan son personas adultas de entre 35 y 54 años, de estratos medio-bajo, y trabajando a tiempo completo

CHILE

■ 1 a 3 muy en desacuerdo
■ 4 a 7
■ 8 a 10 muy de acuerdo



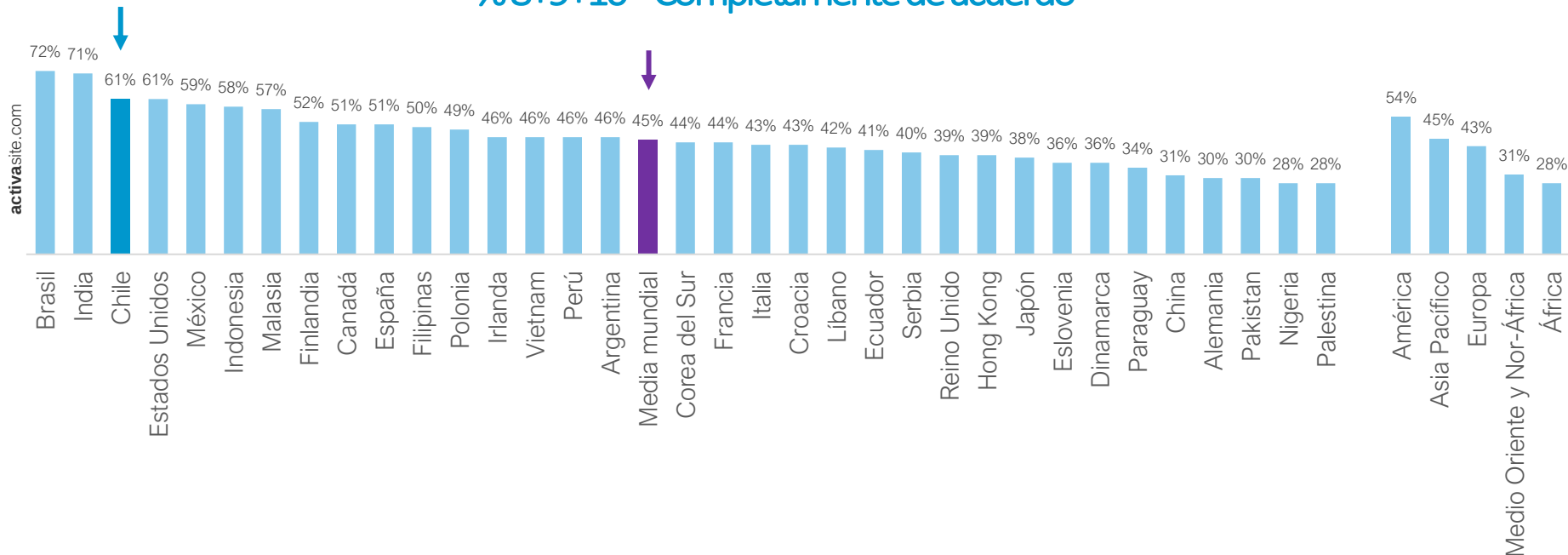
■ 8 a 10 muy de acuerdo ■ 4 a 7 ■ 1 a 3 muy en desacuerdo



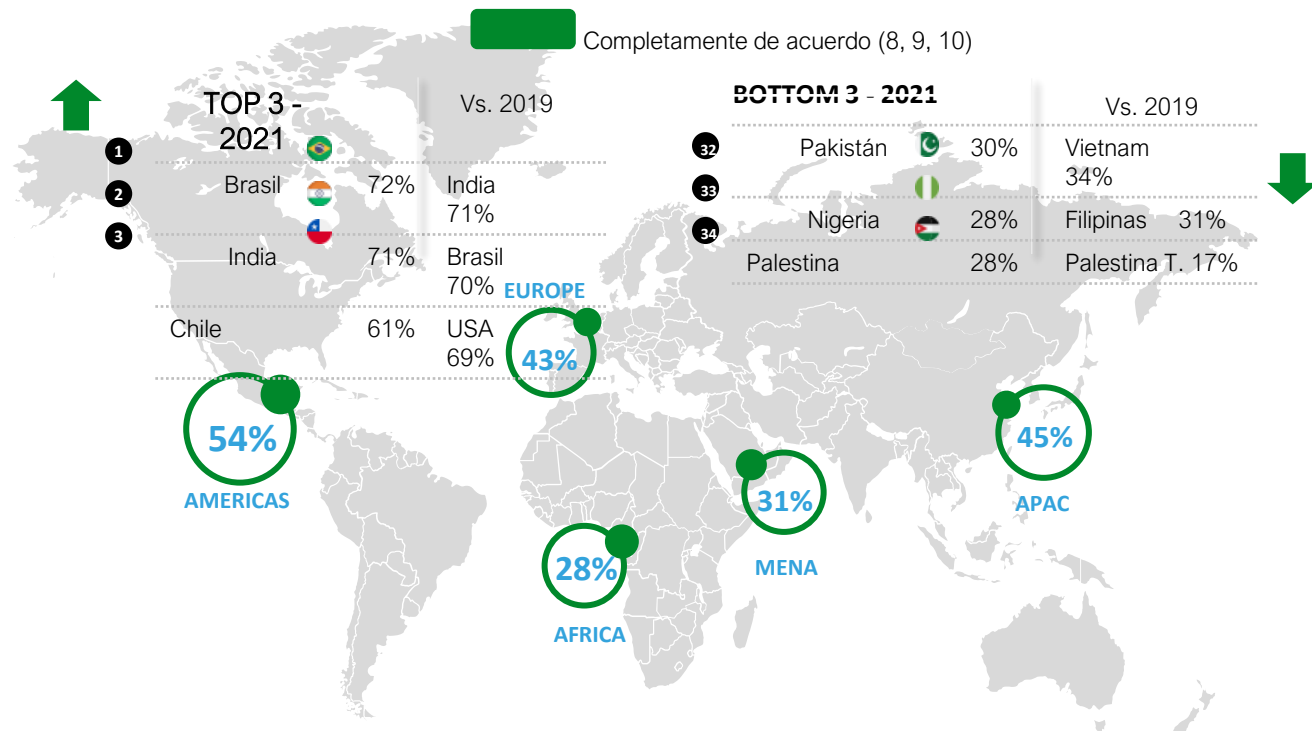
Me preocupa compartir mi información personal digitalmente

En el mundo, Chile ocupa el tercer lugar entre quienes más se preocupan por este tema, por debajo de Brasil e India, y por sobre la media del continente americano. Las personas de África y medio oriente son quienes menos preocupados están por esta temática, mientras que los y las americanas (EE.UU. Incluido) presentan mayor preocupación.

%8+9+10 “Completamente de acuerdo”



Privacidad de información digital – Preocupación sobre compartir información personal digitalmente



P6. Please indicate how much you agree or disagree with the following statements:
"I am concerned about sharing my personal information digitally"

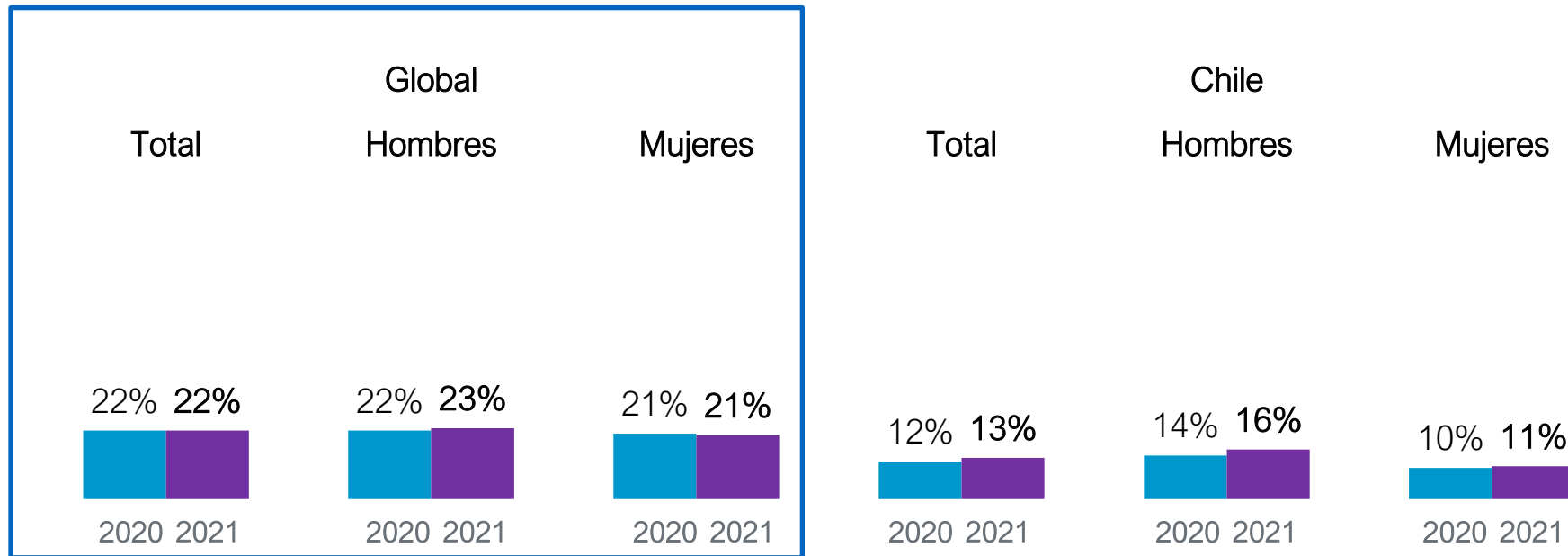
Compartir información personal es necesario actualmente

Compartir información personal es necesario actualmente Chile y el Mundo

Las personas tanto en Chile como a nivel mundial, no consideran necesario compartir información personal en un mundo conectado. En el mundo, solo un 22% así lo cree, misma cifra observada en la medición anterior. En Chile, la pandemia pareció no afectar esta opinión, pues también se mantienen las proporciones del año anterior, donde los hombres están más dispuestos a compartir información que las mujeres.

% "completamente de acuerdo" (8+9+10)

activasite.com

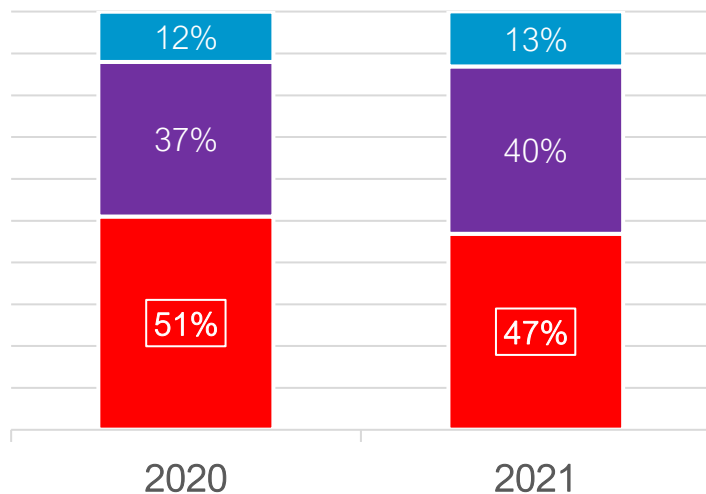


Compartir información personal es necesario actualmente

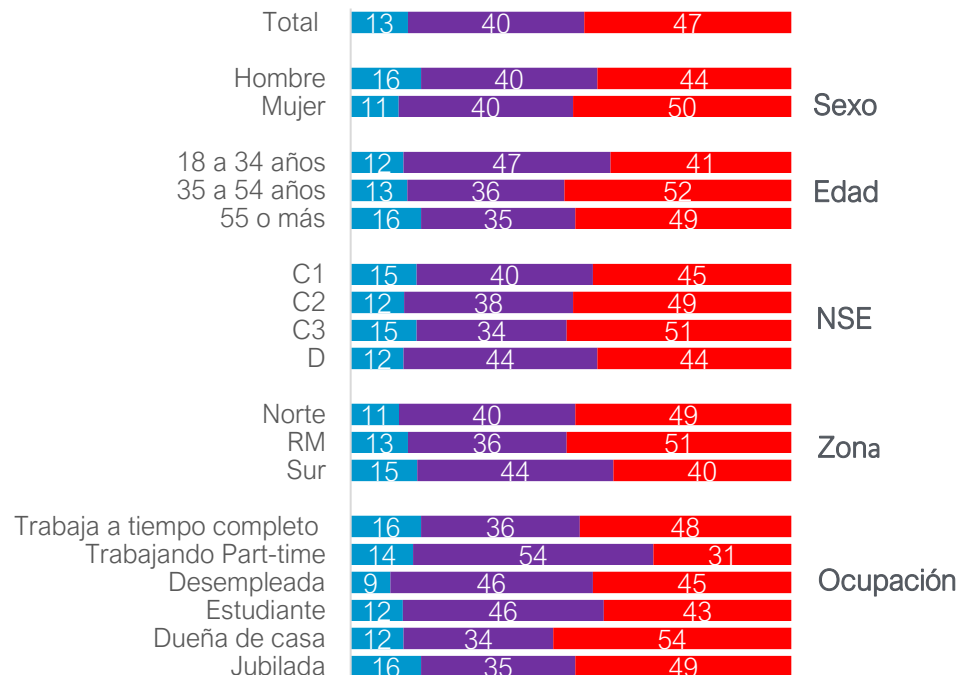
Para el caso Chileno, se observan similares valores a la medición anterior, donde hay baja disposición a compartir información personal. Quienes están más abiertos a esta posibilidad son hombres, mayores de 55 años, y trabajadores a tiempo completo o jubilados/as. La mayor oposición, por su parte, la presentan personas dueñas de casa.

CHILE

- 1 a 3 muy en desacuerdo
- 4 a 7
- 8 a 10 muy de acuerdo



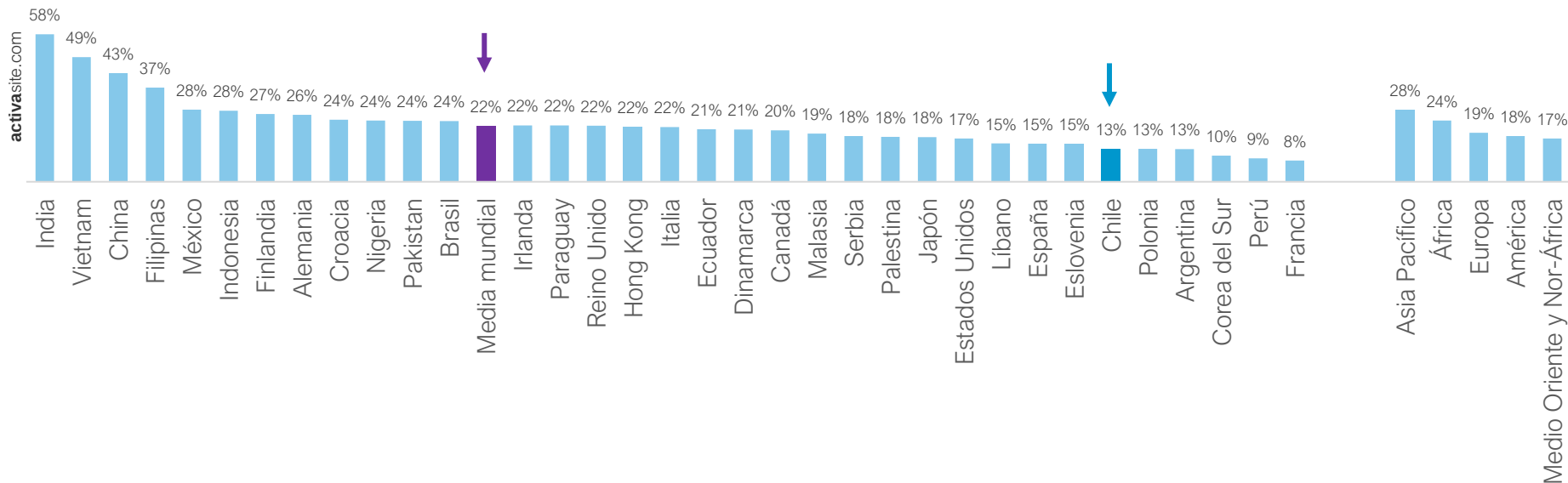
■ 8 a 10 muy de acuerdo ■ 4 a 7 ■ 1 a 3 muy en desacuerdo



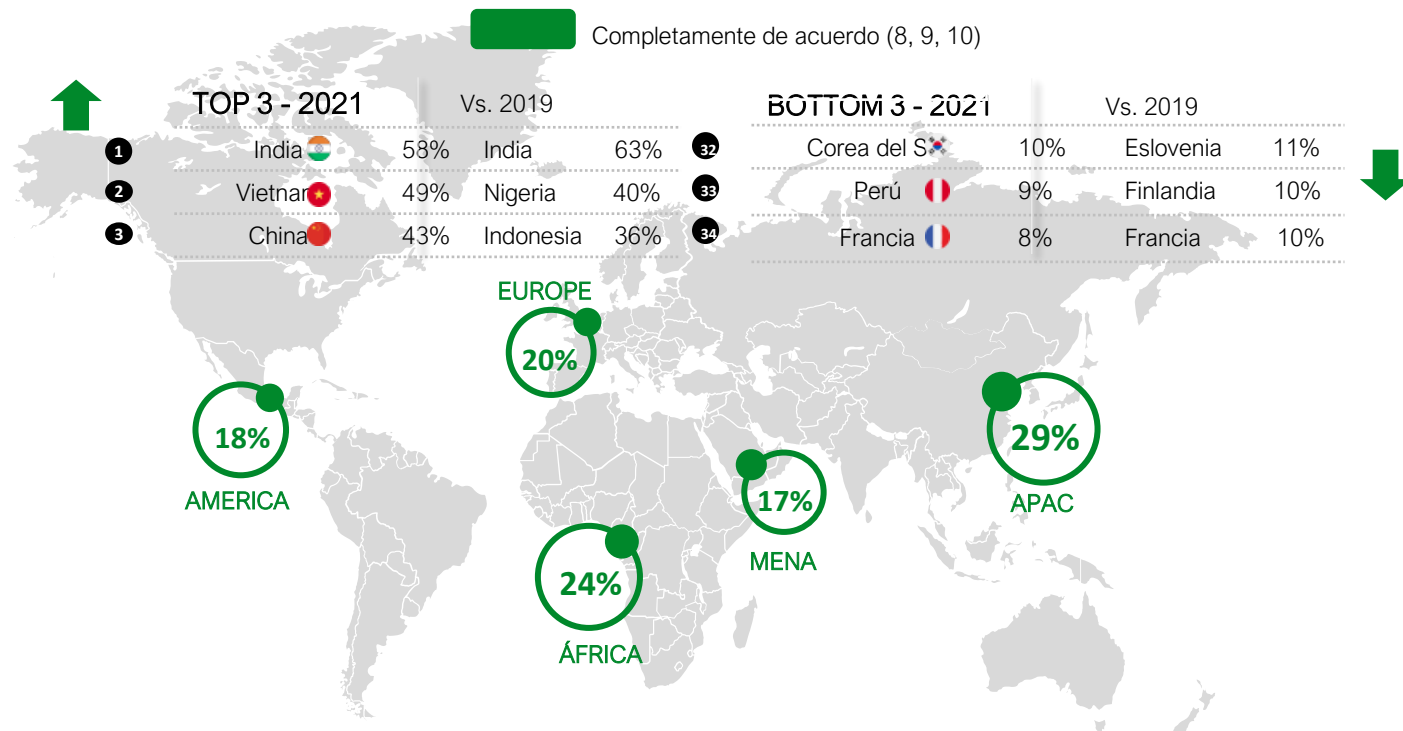
Compartir información personal es necesario actualmente

Quienes están más dispuestos/as a compartir su información personal residen en India, Vietnam y China. De esta manera, un 28% de los países de Asia Pacífico consideraron que es necesario compartir datos personales. Chile está entre los países que menor grado de acuerdo presenta con esta idea, muy por debajo del promedio mundial.

%8+9+10 “Completamente de acuerdo”



Privacidad de la información digital – Compartir información personal es necesario hoy en día



P6. Please indicate how much you agree or disagree with the following statements:
“Sharing personal information is necessary nowadays”

* Statement 2019 was: Sharing personal information is vital and necessary in our digitalized and connected world

Prácticas actuales de privacidad de la mayoría de los recolectores de datos que solicitan mi información personal

Nivel de acuerdo prácticas actuales de privacidad de los recolectores de datos que solicitan información personal

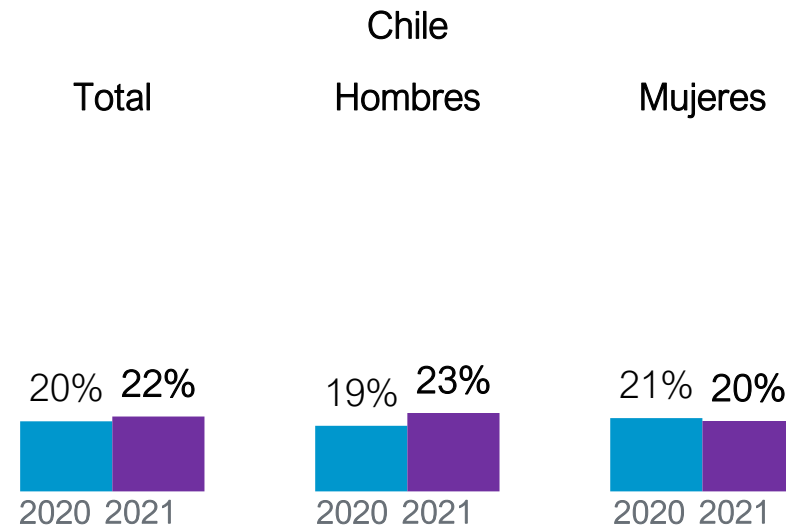
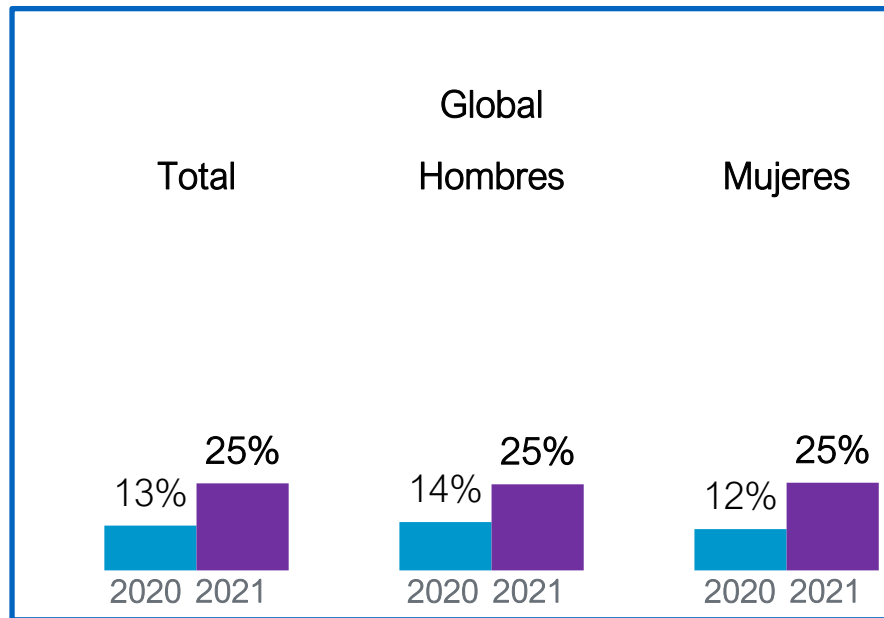
Chile y el Mundo



Las prácticas de privacidad de los recolectores de datos son ampliamente rechazadas tanto en Chile como en el mundo. Sin embargo, y en el contexto de la pandemia, a nivel mundial se observa un importante aumento con el nivel de acuerdo ante estas prácticas, tanto en hombres como en mujeres. En Chile, solamente se observa un aumento para el caso de los hombres

% "completamente de acuerdo" (8+9+10)

activasite.com



? La redacción de la pregunta fue ajustada en el cuestionario 2020-2021

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 26.433; E.M +/- 0,6%)

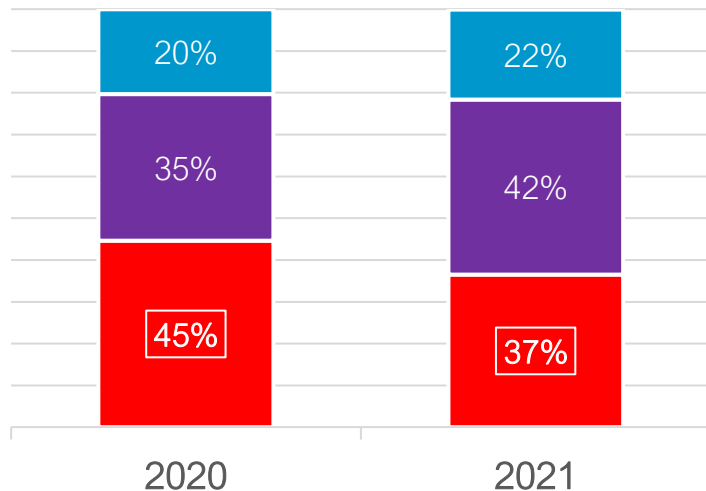
ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

Nivel de acuerdo prácticas actuales de privacidad de los recolectores de datos que solicitan información personal

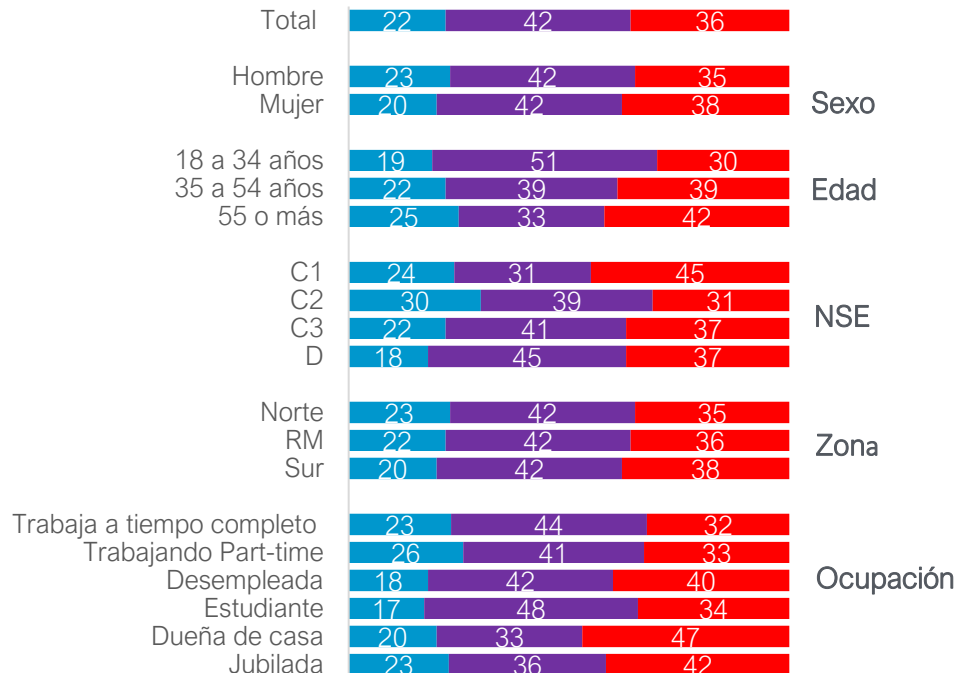
El mayor rechazo ante las prácticas de privacidad de los recolectores de datos en Chile, se observa nuevamente entre personas dueñas de casa. Al contrario, las personas de estratos medio-altos y trabajadores part-time, son quienes mayor grado de acuerdo presentan con estas políticas de privacidad.

CHILE

- 1 a 3 muy en desacuerdo
- 4 a 7
- 8 a 10 muy de acuerdo



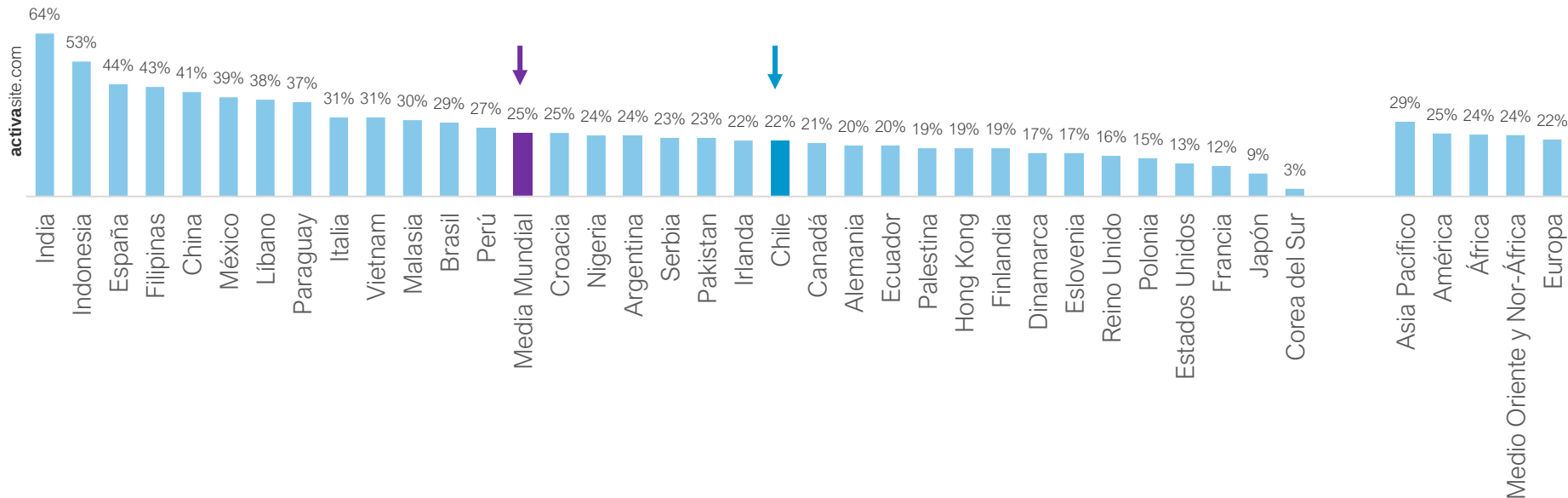
8 a 10 muy de acuerdo 4 a 7 1 a 3 muy en desacuerdo



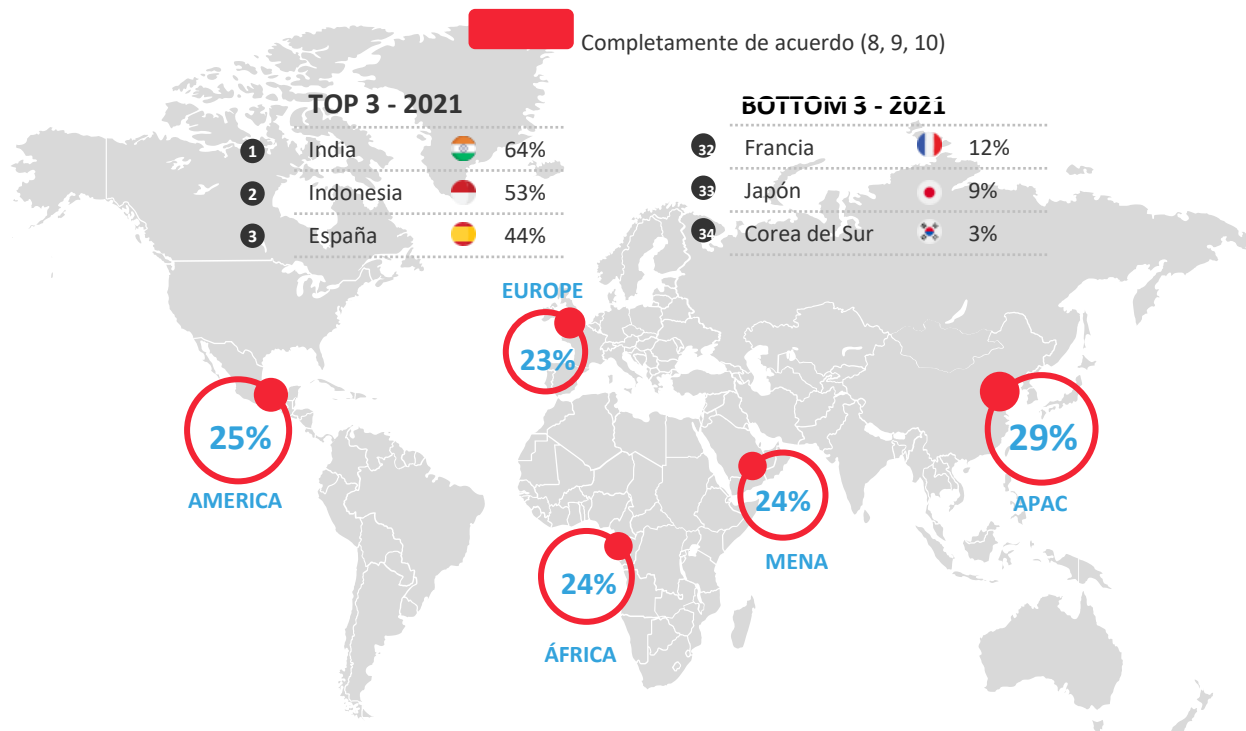
Nivel de acuerdo prácticas actuales de privacidad de los recolectores de datos que solicitan información personal

En el mundo, las personas de Corea del Sur y Japón son quienes menor aceptación por estas políticas presentan, seguidos por Francia y EE.UU. Chile se ubica bajo la media global y bajo la media del continente. Los países que mayor acuerdo tienen con estas políticas son de India e Indonesia.

%8+9+10 “Completamente de acuerdo”



Privacidad de información digital – Estoy de acuerdo con las practicas de privacidad de los recolectores de datos



P6. Please indicate how much you agree or disagree with the following statements:
"I'm fine with the privacy practices of most data collectors (e.g. service providers, advertisers, retailers, insurers, municipalities, etc.) asking for my personal information"

Soy consciente de lo que sucede con mi información personal después de compartirla con un recolector de datos

Soy consciente de lo que sucede con mi información personal después de compartirla con un recolector de datos

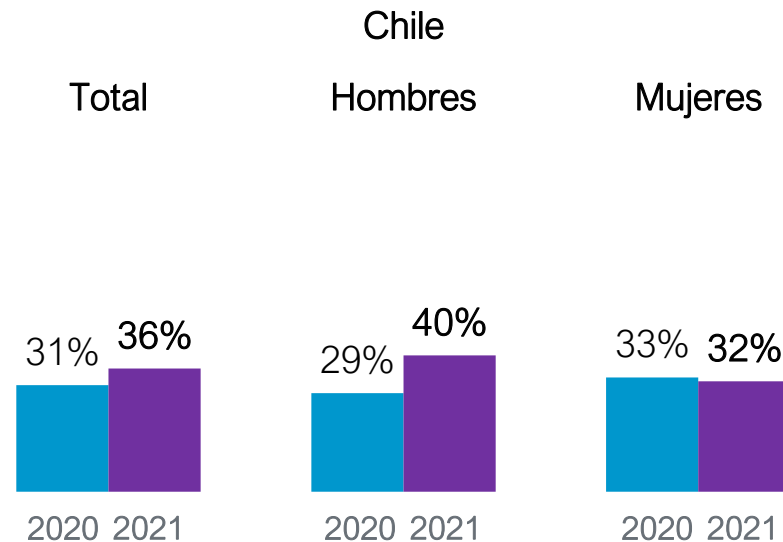
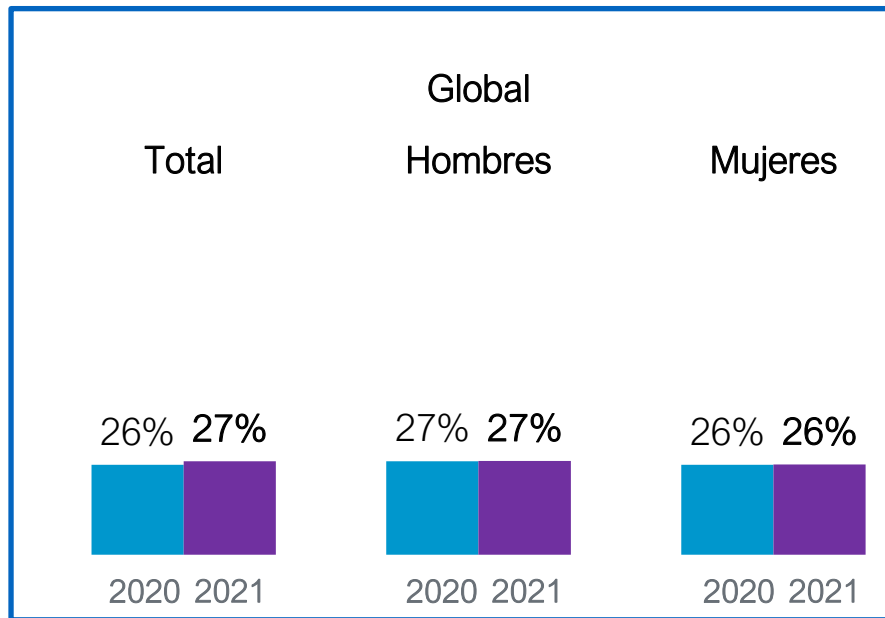
Chile y el Mundo



La mayoría de las personas no sabe bien lo que sucede con su información. A nivel mundial, solamente un 27% lo tiene claro, proporción equivalente a la observada en la medición anterior. Para el caso de Chile, se observa un aumento de este conocimiento en hombres y a nivel general en la población, pero no en mujeres.

% "completamente de acuerdo" (8+9+10)

activasite.com



? La redacción de la pregunta fue ajustada en el cuestionario 2020-2021

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 26.433; E.M +/- 0,6%)

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

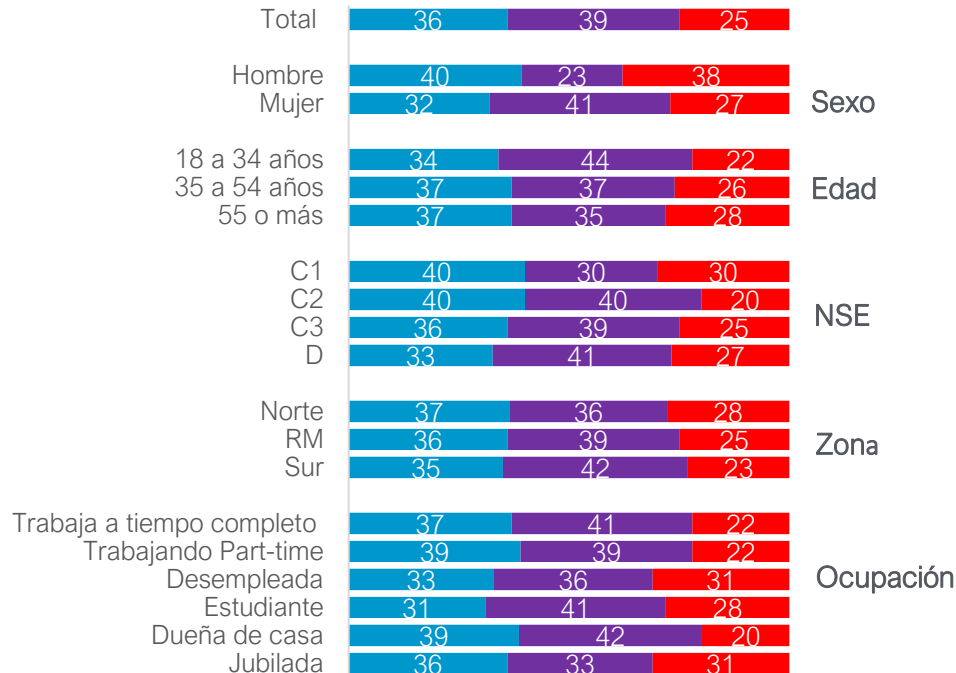
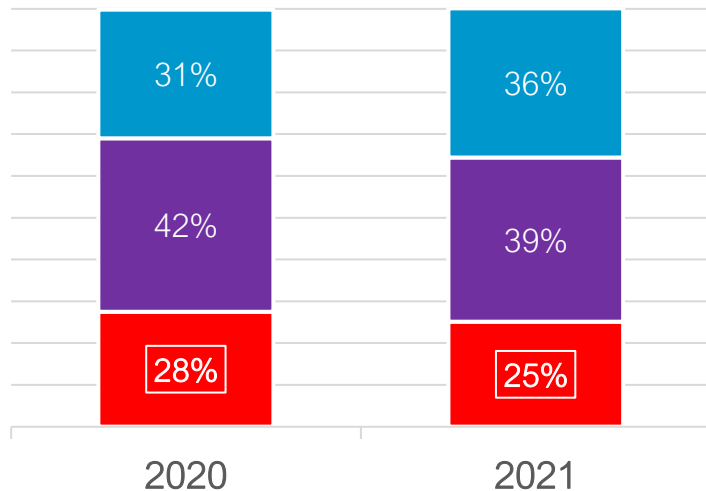
Soy consciente de lo que sucede con mi información personal después de compartirla con un recolector de datos

Más personas están conscientes de lo que sucede con su información personal en Chile, en comparación con el año anterior. Las personas de estratos medios-altos y hombres son quienes más saben de este tema; sin embargo, la proporción de hombres que se encuentra muy en desacuerdo con esta idea, también está entre los más altos.

CHILE

■ 8 a 10 muy de acuerdo ■ 4 a 7 ■ 1 a 3 muy en desacuerdo

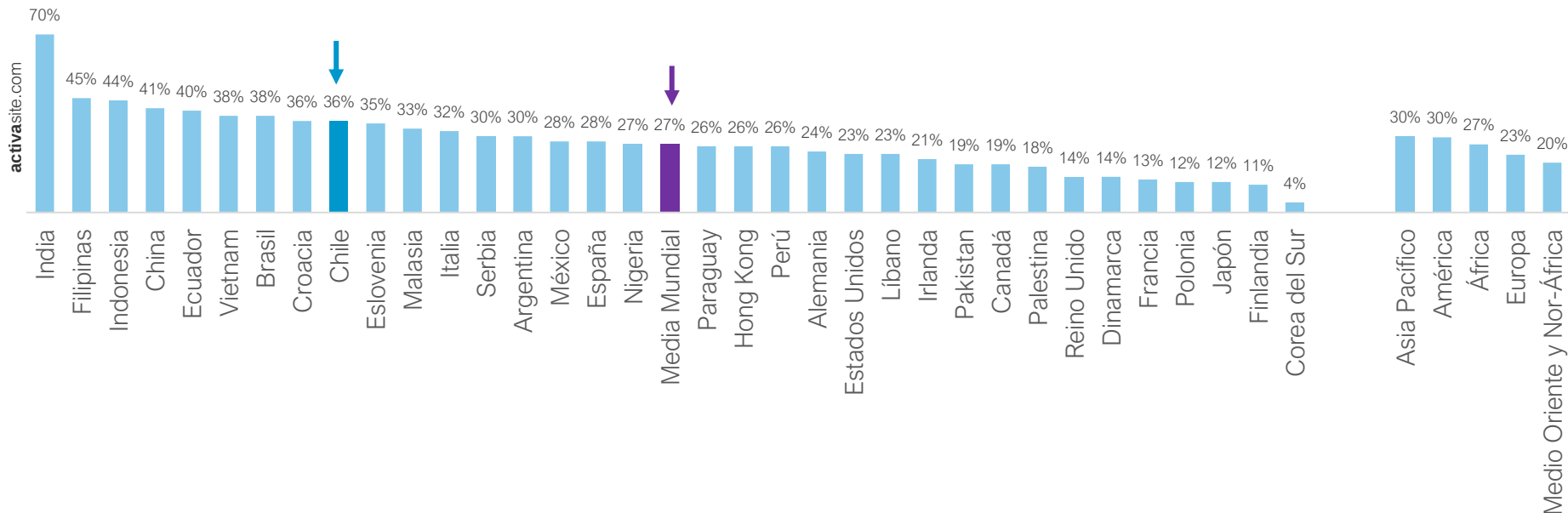
■ 1 a 3 muy en desacuerdo
■ 4 a 7
■ 8 a 10 muy de acuerdo



Soy consciente de lo que sucede con mi información personal después de compartirla con un recolector de datos

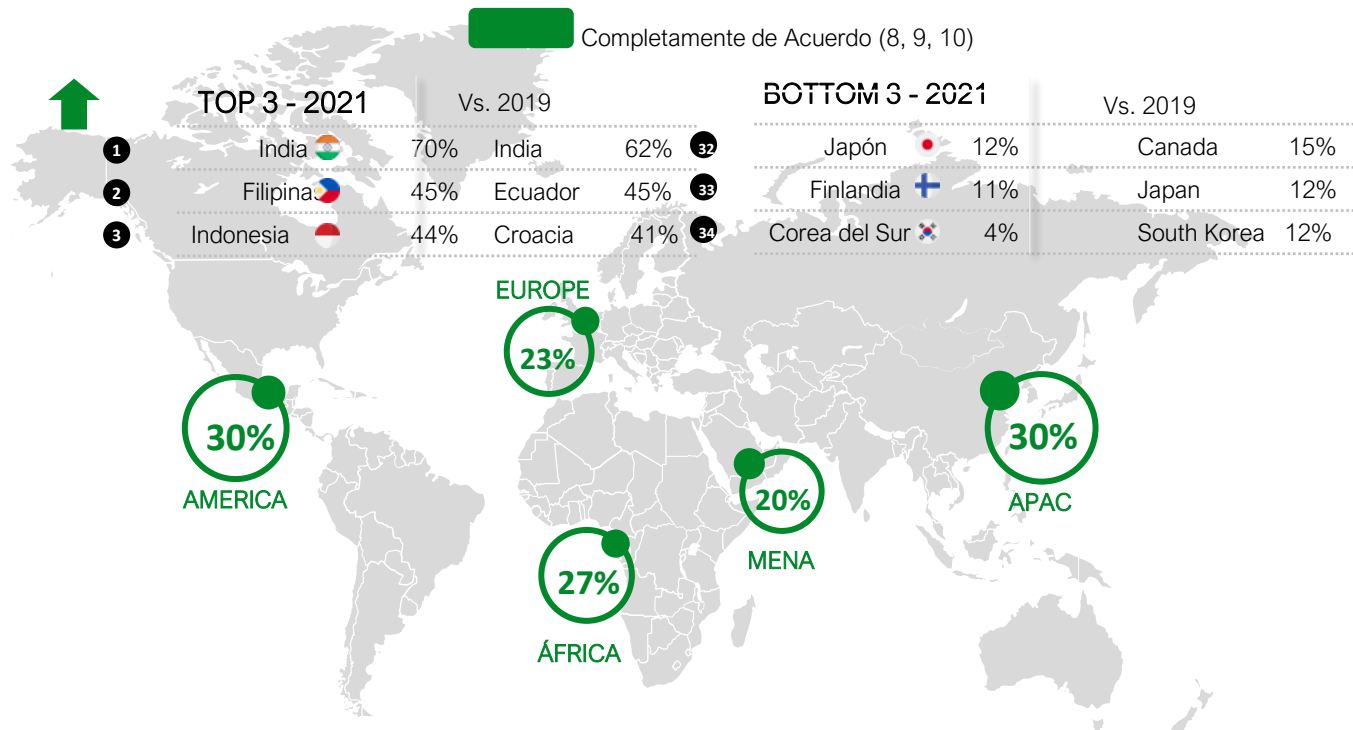
En el mundo, Chile se encuentra por sobre la media global, es decir más personas entienden lo que sucede con sus datos después de compartirlas con un recolector de datos. Las personas de la India parecen saber mucho acerca de este tema, mientras que las personas de Corea del Sur son quienes menos manejan esta información.

%8+9+10 “Completamente de acuerdo”



Privacidad de la información digital– Estoy consciente de lo que pasa con mi información personal una vez que la comparto con un recolector de datos

% within total population - Completely agree



6. Please indicate how much you agree or disagree with the following statements:

"I am aware what happens with my personal information after I shared it with a data collector (e.g. service providers, advertisers, retailers, insurers, municipalities, etc.)"

#Gracias

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION