

## Nota de prensa

Madrid, 3 de febrero de 2011

### La mayoría de los consumidores españoles piensa que es imposible controlar la circulación de sus datos personales

El estudio sobre privacidad elaborado por Nokia Siemens Networks revela que el 81% de los consumidores españoles están preocupados por las infracciones relacionadas con la privacidad

La privacidad es un tema que genera polémica y preocupación en todo el mundo. La incomodidad de los usuarios finales en torno a este asunto ha aumentado de manera considerable en el último año, y así se desprende de los datos obtenidos en el estudio sobre Privacidad, elaborado por Nokia Siemens Networks en 2010.

"El estudio pone de manifiesto que los usuarios españoles cada día están más preocupados por la seguridad de sus datos", afirma Agustín Menchén, Country Director de Nokia Siemens Networks en España. "Los resultados obtenidos no dejan lugar a dudas, sin embargo, esto es una nueva oportunidad para los proveedores de servicios de comunicaciones, quienes pueden tomar la delantera en este asunto al disponer de las mejores herramientas para abordar la cuestión de la privacidad de datos", concluye Menchén.

La mayor parte de los usuarios españoles (85%) considera la privacidad como un factor de vital importancia, y muchos de ellos (81%) afirman estar preocupados por las posibles infracciones que puedan relacionarse con este tema.

Más de la mitad de los españoles encuestados (62%) piensa que es imposible controlar la circulación de sus datos personales, si bien, casi el mismo porcentaje (61%) confía sus datos preferiblemente a empresas con las que ya mantiene una relación.

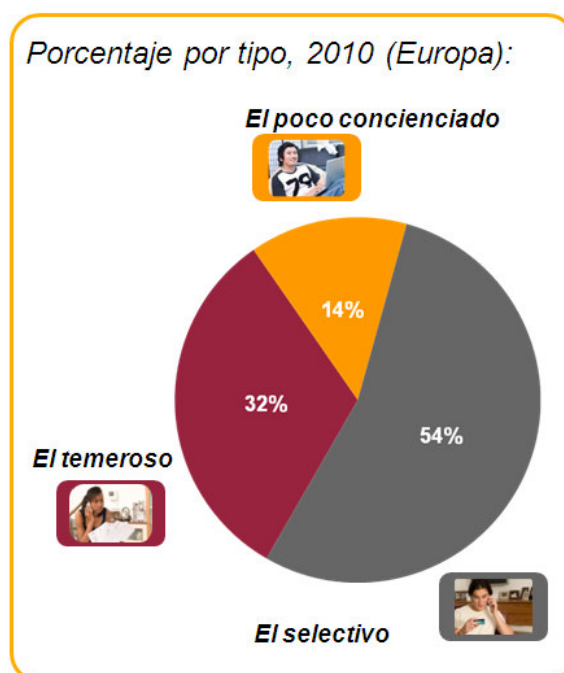
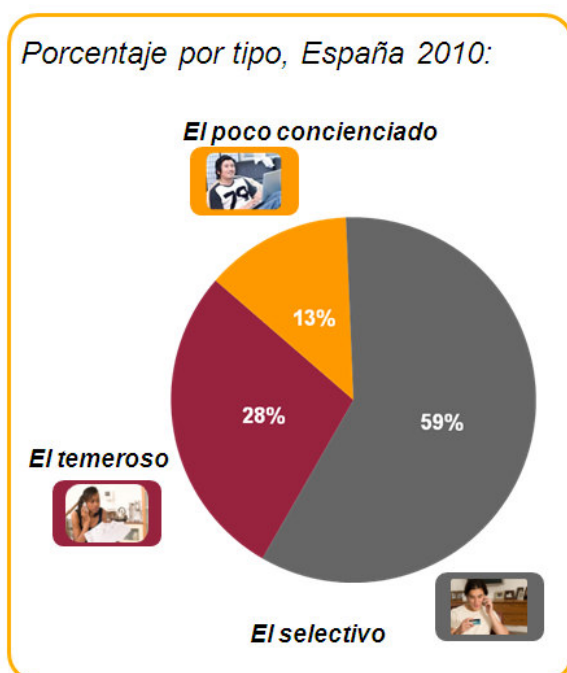
La importancia que los españoles dan a los datos de tarjetas de crédito (90%), información sobre direcciones (80%) e incluso fotos personales (84%), resalta aún más y se consideran información estrictamente confidencial.

Según Pentti Tolonen, Director de Ventas de Soluciones Empresariales en el Equipo de Negocios con Telefónica en Nokia Siemens Networks, "Un servicio excelente al cliente, que transmita seguridad y experiencias positivas, será la clave del éxito en los próximos años y una de las pocas vías posibles para que los operadores se conviertan en socios de confianza de los consumidores".

Asimismo, mediante el presente estudio, hemos podido dividir a los usuarios españoles en tres diferentes grupos, atendiendo a su actitud con respecto a la privacidad de datos.

- El usuario **TEMEROSO**: consumidor que ya dejó atrás la adolescencia y, por lo común, con un alto nivel de estudios y sin embargo un bajo nivel adquisitivo. Utiliza servicios de Internet a través de la red móvil en escasas ocasiones.

- El usuario **SELECTIVO**: en líneas generales, este grupo tiene un nivel medio de estudios, y dispone de un mayor nivel adquisitivo. Está familiarizado con las funciones multimedia de los móviles (MMS, Internet móvil, etc.) y utiliza su tarjeta de crédito en línea con bastante frecuencia. Es un miembro asiduo de las redes sociales.
- El usuario **POCO CONCIENCIADO**: los miembros de este grupo suelen ser algo más jóvenes, con un nivel medio de estudios y capacidad adquisitiva suficiente. Cuenta con conocimientos tecnológicos avanzados y utiliza con frecuencia su tarjeta de crédito en Internet. También suele ser un usuario muy activo en redes sociales.



Por todo esto, la seguridad que consiga ofrecer el proveedor de servicios es un impulsor clave a la hora de calmar las preocupaciones relacionadas con la privacidad. Los proveedores de comunicaciones son aspirantes legítimos a convertirse en socios de confianza a la hora de proteger y gestionar datos privados.

### El valor añadido de Nokia Siemens Networks

Como respuesta, Nokia Siemens Networks ofrece una propuesta de valor, ayudando a los operadores a gestionar el equilibrio entre la personalización de los servicios y la protección de los datos de sus clientes, haciendo posible una relación en la que todos salen beneficiados:

- ✓ Por un lado, **los consumidores** consiguen una experiencia sencilla y segura cuando acceden a los servicios y contenidos multimedia.
- ✓ A su vez, **los proveedores de servicios en Internet** aumentan su visibilidad a través del portal, obteniendo la posibilidad de orientar la información y servicios con mayor precisión.

- ✓ Por último, **los operadores** pueden aprovechar nuevas fuentes de ingresos al consolidarse como un proveedor de confianza para los usuarios.

#### **Acerca de Nokia Siemens Networks**

Nokia Siemens Networks es una de las empresas líderes en la prestación de servicios de comunicación. Con la innovación y la sostenibilidad como base, la compañía ofrece una cartera completa de tecnologías de red móvil, fija y convergente, así como servicios profesionales, entre los que se incluyen consultoría e integración de sistemas, despliegues, mantenimiento y servicios gestionados. Nokia Siemens Networks es una de las compañías más grandes del mundo en el ámbito del hardware de telecomunicaciones, software y servicios profesionales. Nokia Siemens Networks opera en 150 países y tiene su sede en Espoo (Finlandia).

<http://www.nokiasiemensnetworks.com/>

Para más información sobre las noticias de Nokia Siemens Networks, visite

<http://blogs.nokiasiemensnetworks.com/>

Descubra si su país está obteniendo el máximo potencial de la conectividad en <http://connectivityscorecard.org/>

#### **Preguntas de los medios:**

##### **Nokia Siemens Networks**

Vitaliano Vitale

Marketing and Communications South Europe

Mobile: +39 335 8215046

Email: [vitaliano.vitale@nsn.com](mailto:vitaliano.vitale@nsn.com)

KetchumPleon

Gustavo Higes

Phone : + 34 628992662

e-mail: [gustavo.higes@ketchumpleon.com](mailto:gustavo.higes@ketchumpleon.com)

Jose Manuel Rodriguez

Phone : +34616209264

e-mail : [josemanuel.rodriguez@ketchumpleon.com](mailto:josemanuel.rodriguez@ketchumpleon.com)

#### **Notas para los editores:**

\* La Encuesta sobre Privacidad forma parte del Estudio de 2010 sobre la Conduca del Consumidor (Consumer Behavior Study, CBS) de Nokia Siemens Networks, que fue llevada a cabo en 18 países de todo el mundo, incluyendo Francia, Alemania, Rumania, España y Reino Unido entre octubre y diciembre de 2010. El CBS de 2010 se realizó para obtener un conocimiento general del uso por parte de los consumidores finales de todo tipo de servicios de telecomunicaciones. Los resultados de la Encuesta sobre Privacidad tienen una gran importancia estadística para el grupo de usuarios propietarios de dispositivos móviles y para los principales usuarios de teléfonos móviles comprendidos en el rango de edad entre 14 y 64 años.

\*\* La solución para Gestión de la Identidad (Identity Management, IDM) puede ofrecer autenticación segura mediante modos diferentes de autenticación, incluyendo la "autenticación de dos factores".

Por ejemplo, el usuario se puede autenticar basándose en la sesión de datos / IP o en el dispositivo móvil (factor 1- algo que tiene el usuario) además del nombre de usuario y la contraseña (factor 2- algo que el usuario conoce).

La vinculación entre cuenta e identidad se puede realizar mediante la incorporación de las identidades específicas al área de las comunicaciones. La solución para IDM de Nokia Siemens Networks actúa como un “traductor” de identidades en todo el operador, tanto de identidades conocidas por las partes que intervienen en Internet como por las utilizadas por los proveedores de servicio (CSP). De esta forma, cada una de las aplicaciones online puede obtener exactamente la identidad que conoce y entiende.

El acceso al perfil del usuario final y la capacidad para compartir atributos con terceras partes ofrecen a las aplicaciones online la información necesaria para funcionar correctamente para cada usuario. Por ejemplo, una aplicación de IPTV puede precisar la resolución de pantalla del dispositivo del usuario. La solución para IDM de Nokia Siemens Networks permite el acceso controlado a dichos atributos del usuario, protegiendo la privacidad del usuario y la base de abonados del CSP frente a aplicaciones indeseadas de terceras partes.

\*\*\* Nokia Siemens Networks ofrece lo siguiente a los CSP que se ocupan de las mayores preocupaciones para los usuarios finales relacionadas con la privacidad y la seguridad de los datos:

- Servicios de consultoría, para crear un plan de implementación para las soluciones con el objetivo de ayudar a los usuarios finales a proteger sus activos e ingresos y para cumplir con los estándares en los mercados regulados.
- Gestión de datos de los abonados, para crear una visualización única y coherente de la información del cliente en diversas redes que se pueda utilizar para mejorar el conocimiento y la experiencia del cliente.
- Gestión de la identidad de tipo Telco, para eliminar los numerosos procesos de contraseñas y seguridad y permitir a los CSP convertirse en proveedores de identidad de confianza, además de tener un papel de importancia en el suministro de servicios Web 2.0.
- Automatización de la atención al cliente, para ayudar a los CSP a resolver problemas con mayor rapidez sin necesidad de necesitar la ayuda del personal técnico.
- Gestión de dispositivos, para ofrecer la configuración y la gestión remotas de los ajustes del dispositivo, aplicaciones, seguridad y actualizaciones de firmware para, de esta forma, simplificar la experiencia del cliente.
- Gestión de fraudes, para evitar el riesgo del uso no autorizado de los servicios de voz, de IP/datos y de Redes de la Siguiete Generación (Next Generation Network, NGN), además de ofrecer seguridad SDM (HLR) para proteger dichos datos del robo o la manipulación.
- La seguridad de la Gestión de Datos del Abonado (Subscriber Data Management Security) minimiza los riesgos asociados a la introducción de nuevos servicios y protege los datos del abonado contra robos o manipulación.