Cisco 2021
Estudio de parámetros de privacidad de datos

cisco SECURE

Forjado por la pandemia: La era de la privacidad

Contenido

Introducción 3

Hallazgos clave. 4

Metodología 5

Cotizaciones de respaldo 6

Forjados por la pandemia: la era de la privacidad 7

1. Cómo ayudar a las organizaciones a superar los desafíos de la pandemia 7
2. Mayor inversión en privacidad y ROI atractivo 9
3. Reacción muy favorable a la legislación sobre privacidad 11
4. Certificaciones externas de privacidad como factor de compra crítico 13
5. La madurez de la privacidad y su impacto en el valor. 13
6. Privacidad: una competencia fundamental para los profesionales de seguridad 15
7. Informe de métricas de privacidad a la Junta. 17

Conclusión 18

Acerca de la serie de informes sobre ciberseguridad 19

Apéndice 20

Introducción

La pandemia de la COVID-19 condujo a cambios radicales en 2020, muchos de los cuales implicaron compartir nuestra vida personal, rutinas, círculos sociales, estado de salud y datos con gobiernos, empleadores y extraños mientras aprendíamos a interactuar de manera remota y de maneras nuevas y digitales. También ejerció presión sobre la privacidad, ya que la necesidad de proteger los datos de las personas a menudo entraba en conflicto con la necesidad de proteger la salud pública. Afortunadamente, las protecciones de privacidad establecidas durante la última década ayudaron a los responsables de la toma de decisiones a encontrar el equilibrio adecuado entre las preocupaciones individuales y las necesidades de la comunidad.

En el **Estudio de parámetros de privacidad de datos** de este año, hemos encontrado pruebas sólidas de que la privacidad se ha convertido en una prioridad aún más importante durante la pandemia. Los presupuestos de privacidad han aumentado en el último año, las organizaciones tienen más recursos centrados en la privacidad y las inversiones en privacidad que van más allá de la ley se traducen en valor comercial real. La legislación sobre privacidad y las certificaciones externas brindan garantía en un entorno comercial donde es difícil saber en quién confiar. Los consumidores están ejerciendo sus derechos de privacidad y exigen la aplicación de las protecciones de privacidad existentes. La reafirmación del valor de la privacidad incluso durante la pandemia es una prioridad para los años próximos. La privacidad ya no es un elemento secundario; es fundamental para la forma en que trabajamos e interactuamos entre nosotros. La era de la privacidad ha llegado.

Hallazgos clave

En este estudio, continuamos explorando las prácticas de privacidad y los niveles de madurez en las organizaciones de todo el mundo, sus inversiones financieras en privacidad, los beneficios comerciales de estas inversiones y las fuerzas que impulsan estos comportamientos. En la investigación de este año, también incluimos varias preguntas relacionadas con la pandemia y su impacto.

Algunas de los hallazgos clave incluyen:

- El 93 % de las organizaciones recurrió a sus equipos de privacidad para ayudarlas a navegar y guiar su respuesta ante una pandemia.
- Los presupuestos de privacidad se duplicaron en 2020 a un promedio de USD 2,4 millones.
- El ROI disminuyó levemente en comparación con 2019, pero sigue siendo atractivo, ya que el 35 % informa beneficios al menos 2 veces sus inversiones.
- Las leyes de privacidad se ven muy favorablemente en todo el mundo: el 79 % de las organizaciones indica que está teniendo un impacto positivo (y solo un 5 % negativo).
- Las certificaciones de privacidad externas (p. ej., ISO 27701, las reglas de privacidad transfronterizas de APEC y las reglas corporativas vinculantes de la UE) son un factor de compra importante para el 90 % de las organizaciones al elegir un producto o proveedor.
- Las organizaciones con prácticas de privacidad más maduras obtienen mayores beneficios comerciales que el promedio y están mucho mejor preparadas para manejar nuevas y cambiantes normas de privacidad en todo el mundo.
- La privacidad de los datos se ha convertido en un área de responsabilidad superior para los profesionales de seguridad, ya que el 34 % de los encuestados indicó que la privacidad es una de sus competencias y responsabilidades principales.
- El 93 % de las organizaciones informa métricas de privacidad (por ejemplo, conclusiones de auditorías de programas de privacidad, evaluaciones de impacto en la privacidad y violaciones de datos) a sus juntas directivas.

Estos resultados proporcionan pruebas sólidas de que el compromiso con la privacidad se ha fortalecido durante la pandemia. Las organizaciones que tienen derecho a la privacidad mejoran las relaciones con los clientes, la eficiencia operativa y los resultados netos.

Metodología

Los datos de este estudio se derivan del Estudio anual de resultados de seguridad de Cisco, en el que los encuestados eran anónimos de los investigadores y no estaban informados sobre quién realizaba el estudio. Con la misma metodología que años anteriores, más de 4700 profesionales de seguridad de 25 regiones geográficas[1] completaron la encuesta en el verano de 2020. Los encuestados representan todos los sectores principales y una combinación de empresas de diferentes tamaños (consulte el Apéndice 1).

Dirigimos preguntas específicas sobre privacidad a los más de 4400 encuestados, quienes afirmaron que están familiarizados con los procesos de privacidad de sus organizaciones. También hemos incluido resultados relevantes de la Encuesta de privacidad del consumidor 2020 de Cisco, que se completó en el verano de 2020 entre 2600 adultos en 12 países[2].

[1] *Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, Canadá, China, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Filipinas, Francia, Hong Kong, India, Indonesia, Italia, Japón, Malasia, México, Países Bajos, Reino Unido, Rusia, Singapur, Tailandia, Taiwán y Vietnam.*

[2] *Para obtener información adicional sobre esta encuesta, consulte "Protección de la privacidad de los datos para mantener la confianza": https://www.cisco.com/c/dam/en_us/about/doing_business/trust-center/docs/cybersecurity-series-2020-cps.pdf*

"Es gratificante ver que los equipos y principios de privacidad se centran en cómo las empresas han respondido a los desafíos de la pandemia".

— Jules Polonetsky, CEO, Foro El futuro de la privacidad

"Como muestra esta última investigación de Cisco, muchas organizaciones no estaban preparadas para el cambio al trabajo remoto durante la pandemia. Las sólidas protecciones de privacidad y seguridad se han vuelto aún más importantes para permitir que las personas trabajen e interactúen de manera segura desde cualquier lugar".

— Jeetu Patel, vicepresidente sénior y gerente general, Seguridad y aplicaciones, Cisco

"Me entusiasma que las inversiones en privacidad se traduzcan en un mayor valor comercial y una mejor preparación en un panorama normativo en rápida evolución. El diseño y la creación de protecciones de privacidad en los productos no obstaculizan la innovación, sino que la mejoran".

— Ruby Zefo, director de privacidad, Uber

Forjado por la pandemia:
La era de la privacidad

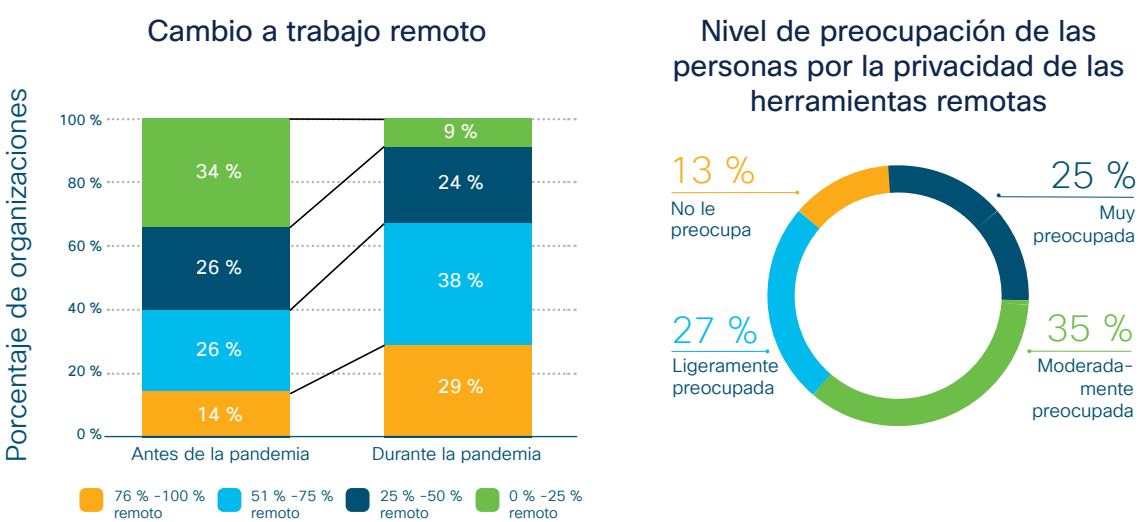
1. Cómo ayudar a las organizaciones a superar los desafíos de la pandemia

La pandemia de la COVID-19 forzó muchos cambios en la sociedad en 2020, incluido un cambio rápido al trabajo remoto y una necesidad a menudo urgente de información de salud personal para apoyar iniciativas de salud pública. En lugar de dejarse de lado, los equipos de privacidad y los principios de privacidad han alcanzado mayor protagonismo, ya que han ayudado a las organizaciones a administrar este cambio y a equilibrar los intereses en competencia de los derechos individuales y la seguridad pública.

El 93 % de las organizaciones dijo que sus equipos de privacidad desempeñaron un papel importante en ayudarlos a navegar y responder a los desafíos que planteó la COVID-19. Estos desafíos incluyeron el cambio al trabajo remoto, determinar cuándo y cómo compartir información personal e implementar controles para limitar el acceso y el uso de los datos personales compartidos.

Durante la pandemia, el porcentaje de organizaciones donde la mayoría de los empleados trabajaban de forma remota aumentó del 40 % al 67 %, y el 91 % de las organizaciones tenía al menos una cuarta parte de sus empleados trabajando de forma remota. Lamentablemente, muchos no estaban preparados para esta transición. Solo el 41 % de las organizaciones se describió como totalmente preparada para este cambio desde una perspectiva de privacidad y seguridad, y el 87 % de las personas expresó preocupación por las protecciones de privacidad involucradas en las herramientas que necesitaban para trabajar e interactuar de forma remota. (Consulte la Figura 1).

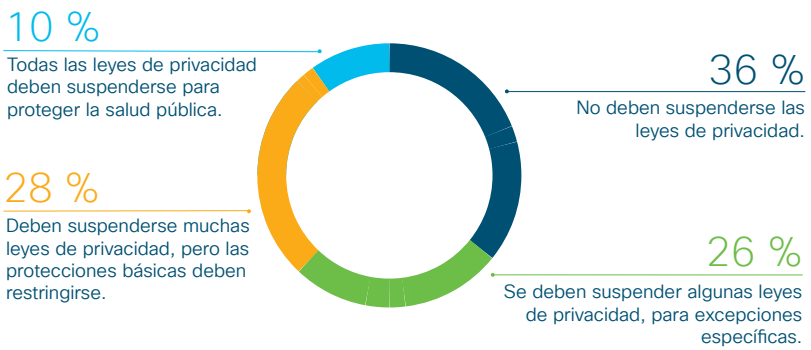
Figura 1. Cambio a trabajo remoto y preocupaciones de privacidad asociadas (N = 4673, 2115)



Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021; Estudio de privacidad del consumidor de Cisco - 2020

En respuesta a la pandemia, los gobiernos y las organizaciones necesitaban datos personales relacionados con la salud para comprender los factores de comorbilidad y el riesgo de exposición para mantener sus comunidades y lugares de trabajo seguros. A pesar de la necesidad, los consumidores generalmente respaldaron pocas excepciones, o ninguna, a las protecciones de privacidad de sus datos. El 36 % de los encuestados en la Encuesta al consumidor no deseaba modificar las leyes de privacidad existentes, y otro 26 % solo respaldaba excepciones limitadas. Solo el 10 % cree que la privacidad debe quedar en segundo plano ante la seguridad durante la pandemia. (Consulte la Figura 2).

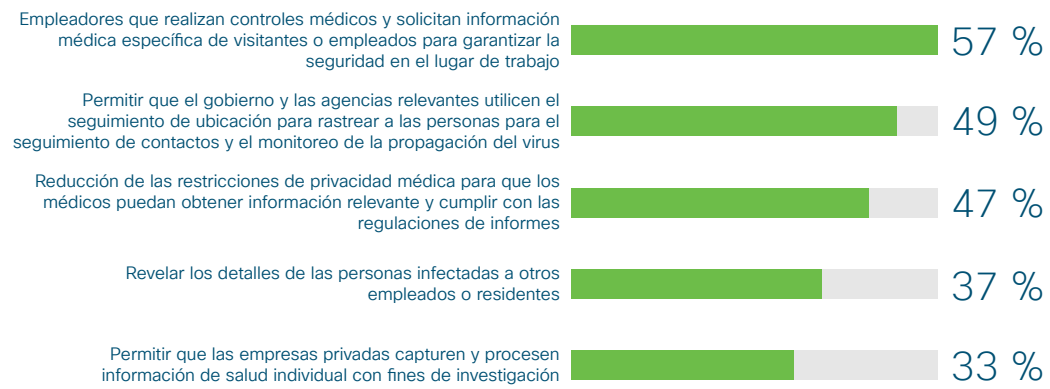
Figura 2. Conservación de las leyes de privacidad durante la pandemia (N = 2602)



Fuente: Estudio de privacidad del consumidor de Cisco - 2020

Al considerar casos de uso específicos, el 57 % apoyó la necesidad de los empleadores de información de salud para mantener sus lugares de trabajo seguros, pero la mayoría de los demás casos de uso solo fueron respaldados por una minoría de encuestados. Estos incluían el seguimiento de la ubicación, el seguimiento de contactos, la reducción de restricciones médicas, la divulgación de información sobre personas infectadas y el uso de información individual para la investigación. (Consulte la Figura 3).

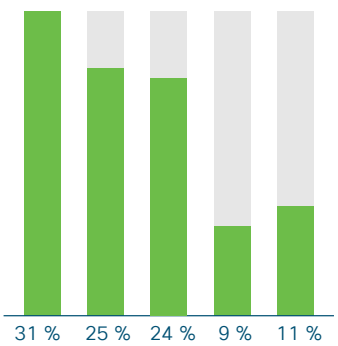
Figura 3. Respaldo limitado para casos de uso específicos de intercambio de datos (N = 2602)



Fuente: Estudio de privacidad del consumidor de Cisco - 2020

Las personas seguían queriendo que cualquier uso de sus datos personales fuera muy limitado y estrictamente controlado. Sus principales preocupaciones eran coherentes con los principios fundamentales de privacidad: transparencia, equidad y responsabilidad. Específicamente, les preocupaba que sus datos se utilizaran para fines no revelados y no relacionados, que se vendieran o compartieran con terceros con fines de marketing, o que no se eliminen cuando ya no sean necesarios (consulte la Figura 4).

Figura 4. Principales preocupaciones por la privacidad sobre el intercambio de datos durante una pandemia (N = 2602)



31 % Que los datos se utilicen para fines no relacionados

25 % Que los datos se compartan ampliamente con terceros

24 % Que los datos no se eliminen ni se anonimicen cuando ya no sean necesarios para combatir la COVID-19

9 % Que los datos se utilicen de manera discriminatoria

11 % Ninguna de las anteriores

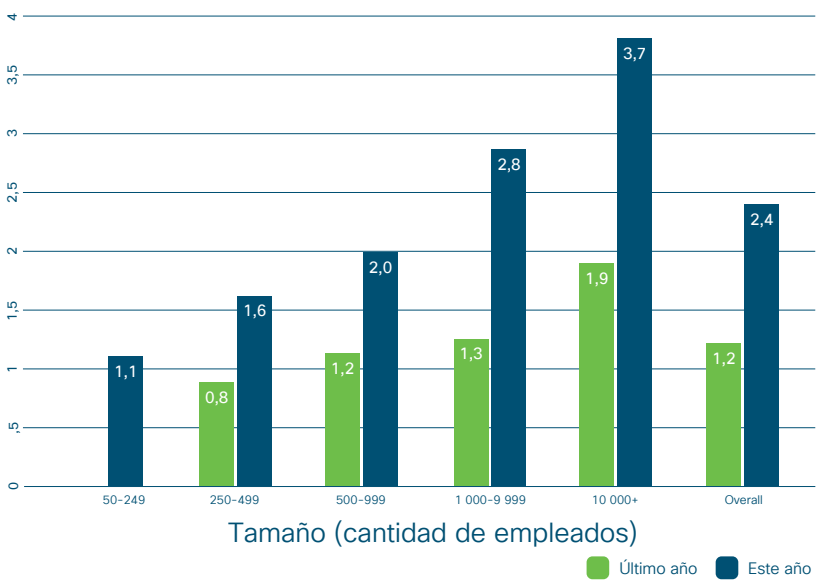
Fuente: Estudio de privacidad del consumidor de Cisco - 2020

Los principios y las protecciones de privacidad ayudaron a los gobiernos, las organizaciones y los consumidores a navegar por los usos adecuados de los datos durante la pandemia, y muchos ven el impacto positivo a largo plazo. El 40 % de las personas consideró que la pandemia fortalecería aún más la importancia de respetar la privacidad de los datos una vez que la pandemia hubiera terminado.

2. Mayor inversión en privacidad y ROI atractivo

Con el rol cada vez más importante de la privacidad, uno esperaría que aumenten los presupuestos de privacidad. De hecho, el presupuesto promedio de privacidad se duplicó de USD 1,2 millones entre los encuestados del año pasado a USD 2,4 millones este año. El aumento fue bastante uniforme en organizaciones de diferentes tamaños. Para las organizaciones más pequeñas (250-499 empleados), el presupuesto promedio aumentó de USD 0,8 millones a USD 1,6 millones, y para las organizaciones más grandes (más de 10 000 empleados), el presupuesto promedio aumentó de USD 1,9 millones a USD 3,7 millones. (Consulte la Figura 5).

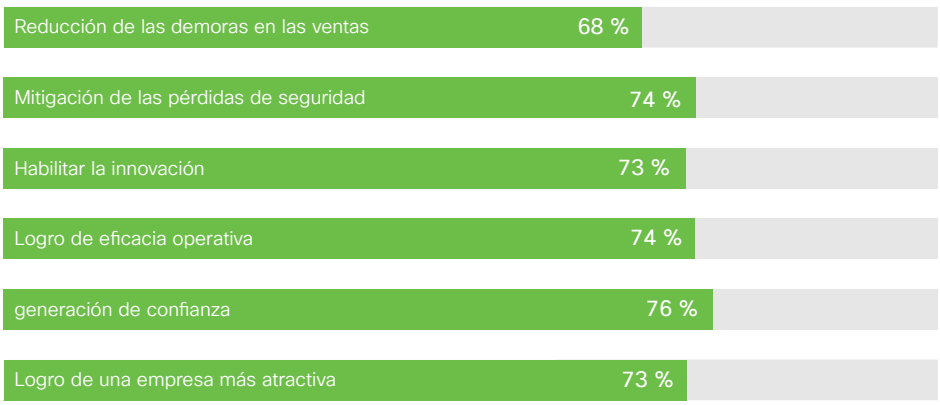
Figura 5. Gastos de privacidad, por tamaño de la organización (N = 3815)



Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021
Nota: El segmento de 50 a 249 empleados no se encuestó el año pasado.

El valor comercial asociado con estas inversiones también se mantuvo alto. Les preguntamos a los encuestados sobre los posibles beneficios en 6 áreas: reducción de las demoras en las ventas, mitigación de las pérdidas por vulneraciones de datos, habilitación de la innovación, logro de eficacia operativa, generación de confianza con los clientes y logro de una empresa más atractiva. En cada una de estas áreas, más de dos tercios de los encuestados sintieron que estaban obteniendo un beneficio significativo, lo que es consistente con los resultados del año pasado y aumentó significativamente en torno al 40 % del año anterior. (Consulte la Figura 6).

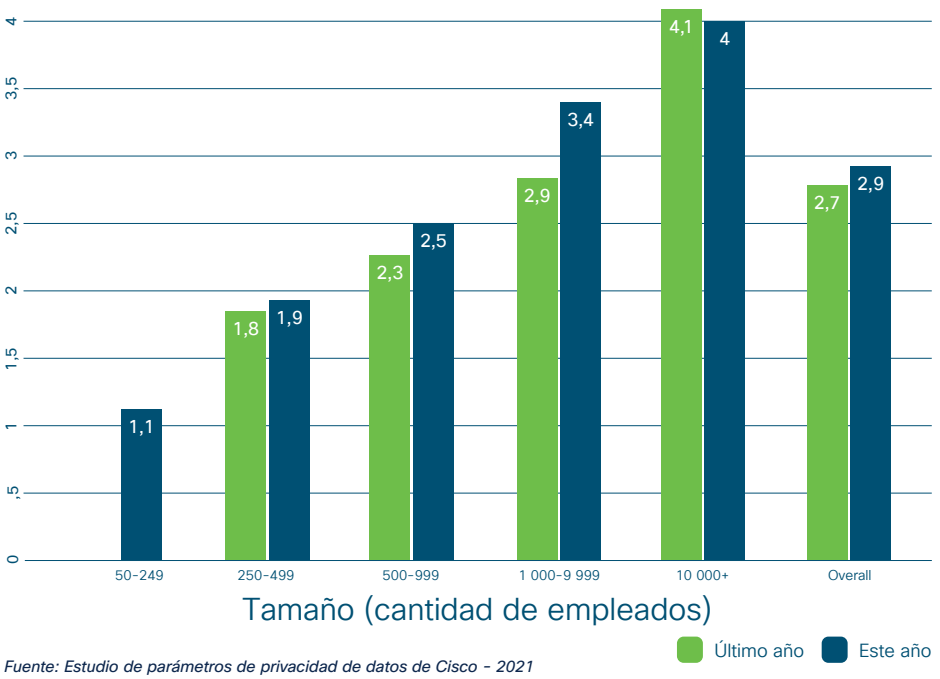
Figura 6. Porcentaje de obtención de beneficio significativos en cada área (N = 4446)



Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

El valor general de estos beneficios, según las estimaciones de los encuestados, aumentó un 10 % en promedio a USD 2,9 millones. Una vez más, los aumentos fueron bastante consistentes para las organizaciones de diferentes tamaños, excepto por una ligera disminución entre las organizaciones más grandes. (Consulte la Figura 7).

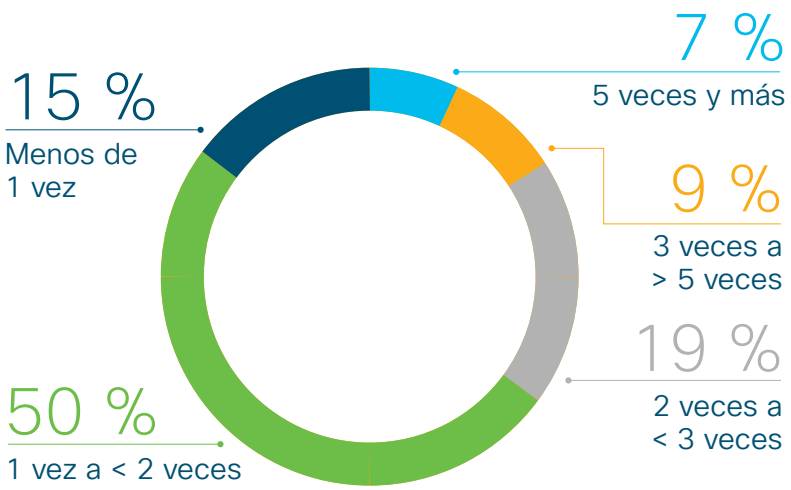
Figura 7. Beneficios estimados de privacidad, por tamaño de la organización (N = 3815)



Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021
Nota: El segmento de 50 a 249 empleados no se encuestó el año pasado.

Desde el punto de vista del retorno de la inversión, la organización promedio estaba obteniendo beneficios 1,9 veces el gasto, cifra inferior a los 2,7 de la encuesta del año pasado. Creemos que el mayor crecimiento de los presupuestos se debe, al menos en parte, a necesidades imprevistas para responder a la pandemia, adaptarse a una legislación de privacidad nueva y en evolución, responder a un número cada vez mayor de solicitudes de acceso de sujetos de datos (DSAR) y satisfacer los crecientes requisitos de los clientes relacionados con localización de datos. (En futuras investigaciones, planeamos explorar y validar estas hipótesis). No obstante, la mayoría de las empresas continúan viendo un retorno muy atractivo de sus inversiones en privacidad. El 35 % de las organizaciones obtiene beneficios con al menos el doble del gasto y solo el 15 % considera que no alcanza el punto de equilibrio. (Consulte la Figura 8).

Figura 8. Relación entre los beneficios de privacidad y la inversión (N = 3796)



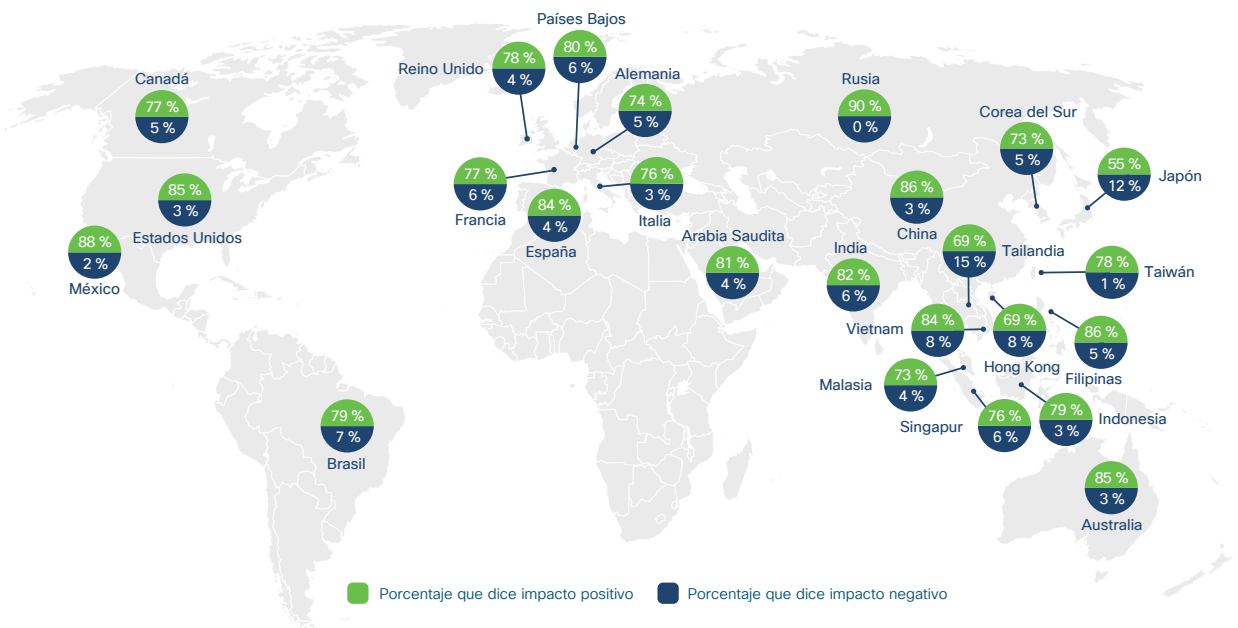
Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

3. Reacción muy favorable a la legislación sobre privacidad

Una de las principales preocupaciones de las personas en los últimos años ha sido la falta de transparencia en lo que respecta a qué datos se recopilan y cómo se utilizan. Las empresas y los gobiernos no han sido tan claros como podrían ser, e incluso cuando intentan ser transparentes, la complejidad del análisis, los algoritmos, los conocimientos y las inferencias a menudo es demasiado complicada para que el público en general comprenda. Muchos consumidores ahora están tomando el asunto en sus propias manos, y casi un tercio de ellos, lo que llamamos "activos de privacidad", ya han dejado de comprar a una empresa por sus políticas o prácticas de datos. Consulte la **Encuesta de privacidad del consumidor de Cisco**. Las organizaciones reconocen cada vez más este desafío, y en la Encuesta de parámetros de este año, el 90 % de ellas afirmó que sus clientes no les comprarán si no tienen en claro las prácticas y la protección de datos.

En este contexto, la legislación sobre privacidad ha desempeñado un papel importante en la garantía de que los gobiernos y las organizaciones son responsables de cómo administran sus datos. Más de 130 países tienen ahora una legislación independiente sobre privacidad y muchos de ellos aprobaron en los últimos años. Estas leyes están ancladas en torno a los principios básicos de transparencia, equidad y responsabilidad y, en su mayor parte, se alinean con las Pautas de privacidad de la OCDE[1]. La mayoría de las empresas y los consumidores considera que la regulación de la privacidad es una forma eficaz de establecer una línea de base estándar uniforme para la protección de datos y aumentar la confianza en que los datos personales se traten correctamente. Entre los encuestados en esta encuesta de parámetros, el 79 % cree que las regulaciones de privacidad han tenido un impacto positivo, el 16 % fue neutral y solo el 5 % dijo que las leyes de privacidad han tenido un impacto negativo. Curiosamente, esta reacción positiva es bastante uniforme en todo el mundo e incluyó entre el 70 % y el 90 % de los encuestados de casi todos los países representados en la encuesta. (Consulte la Figura 9).

Figura 9. Impacto percibido de las regulaciones de privacidad en las organizaciones, por país (N = 4446)

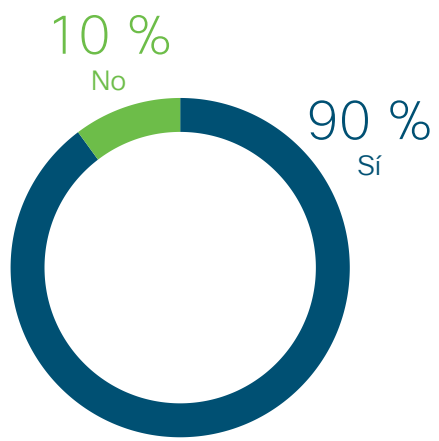


Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

4. Certificaciones externas de privacidad como factor de compra crítico

Una forma importante para que las organizaciones validen que están manejando los datos personales correctamente es mediante la obtención de certificaciones externas e independientes para sus prácticas y programas de privacidad. Esto incluye ISO 27701 (una extensión de la privacidad de ISO 27001), las Reglas transfronterizas de privacidad del APEC (que demuestran el cumplimiento del marco de privacidad del APEC y la habilitación de transferencias de datos internacionales) y las Reglas corporativas vinculantes de la UE (que demuestran el cumplimiento de las normas de la UE y la habilitación de transferencias de datos globales). Contar con estas certificaciones puede ahorrar tiempo y esfuerzo en las negociaciones de contratos, y se han vuelto cada vez más importantes en el entorno comercial actual. Cuando se les preguntó si estas certificaciones representaban un factor de compra al seleccionar un proveedor o un producto, la gran mayoría (90 %) respondió afirmativamente. (Consulte la Figura 10).

Figura 10. Certificaciones externas de privacidad* como factor al seleccionar un producto o proveedor (N = 4446)



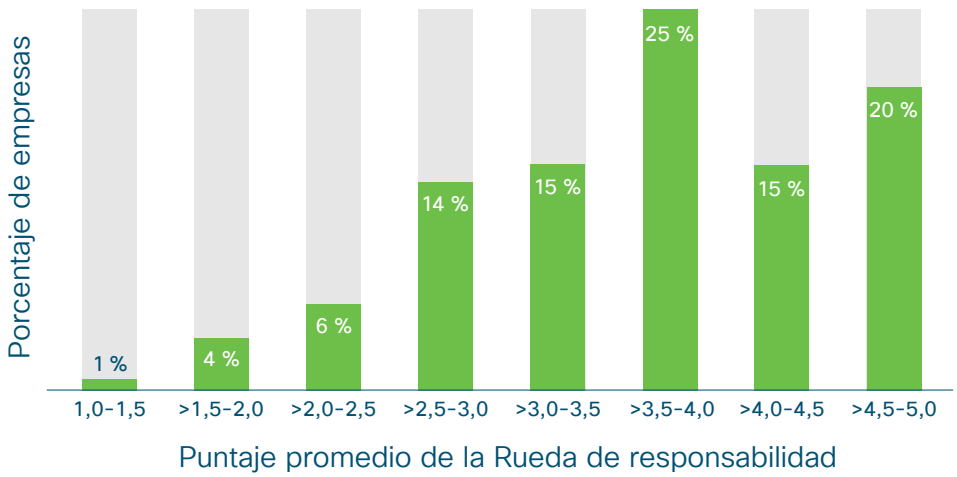
**Por ejemplo, ISO 27701, Reglas transfronterizas de privacidad del APEC, Reglas corporativas vinculantes de la UE*
Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

5. La madurez de la privacidad y su impacto en el valor

Al igual que en la encuesta del año pasado, les pedimos a los encuestados que evaluaran su nivel de madurez actual en las siete dimensiones de la "Rueda de responsabilidad" desarrollada por el Centro para el liderazgo en políticas de información (CIPL)3. Este año, el puntaje promedio general de madurez fue de 3,68, un poco más que los 3,65 del año pasado. Las organizaciones continúan estando ampliamente extendidas en su madurez de privacidad. Un 25 % tiene un puntaje de 3,0 o inferior, un 40 % tiene un puntaje de más de 3,0 a 4,0 y un 35 % tiene un puntaje de más de 4,0. (Consulte la Figura 11). Además de realizar un seguimiento de los aumentos de madurez a lo largo del tiempo, es útil que las organizaciones comprendan el valor comercial asociado con una mayor madurez de la privacidad al considerar sus propias inversiones.

[3] Consulte el Apéndice 2 para ver el diagrama y la metodología de puntuación.

Figura 11. Distribución de los puntajes de la Rueda de responsabilidad (N=4446)

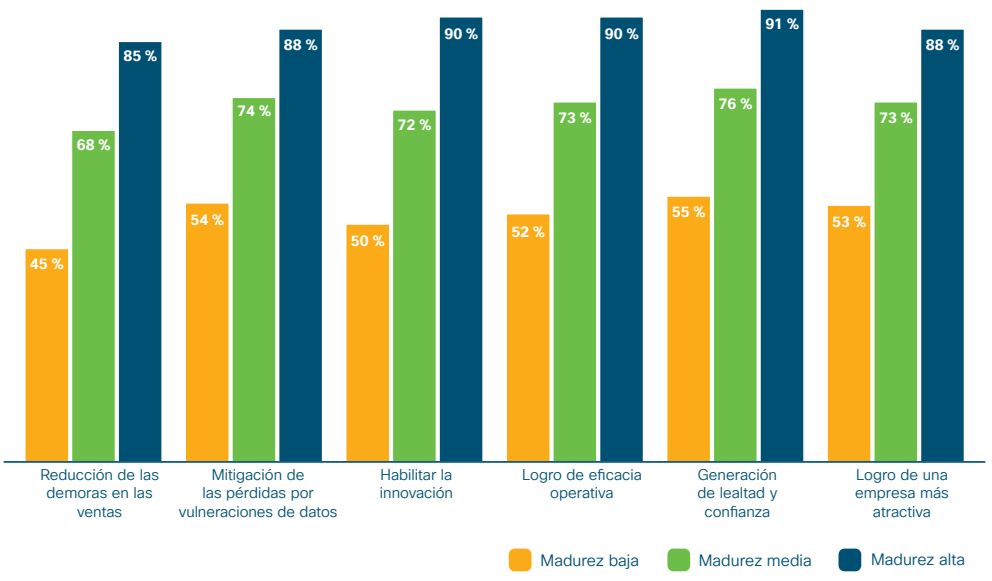


Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2020

Cabe destacar dos de estos beneficios en particular:

(1) Las organizaciones con prácticas de privacidad más maduras están obteniendo beneficios comerciales mucho mayores de la privacidad que aquellas menos maduras. En las seis áreas de beneficios que medimos, del 85 % al 91 % de las organizaciones maduras está obteniendo estos beneficios, en comparación con el 68 % al 74 % de las organizaciones de madurez media, y solo del 45 % al 55 % de las organizaciones con madurez baja (consulte la Figura 12.). La consecuencia es que la inversión en privacidad continúa devolviendo un valor significativo y esperamos que la inversión en privacidad continúe durante algún tiempo.

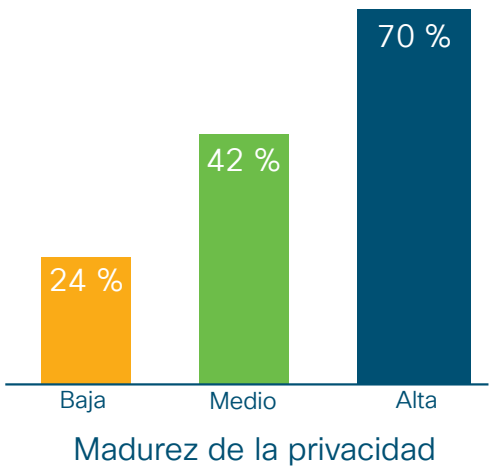
Figura 12. Porcentaje de organizaciones que experimentan diversos beneficios comerciales de las inversiones en privacidad, por nivel de madurez (N = 4431)



Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

(2) Las organizaciones de privacidad madura están mucho mejor preparadas para manejar los cambiantes requisitos de privacidad en todo el mundo. El 70 % de las organizaciones de madurez alta dijo que puede manejar estos cambios sin estrés excesivo, en comparación con el 42 % de las organizaciones de madurez media y solo el 24 % de las organizaciones de madurez baja. En un entorno de privacidad en constante evolución con muchas leyes y regulaciones nuevas cada año, esto es un beneficio significativo. (Consulte la Figura 13).

Figura 13. Porcentaje de organizaciones que sienten que pueden manejar los cambiantes requisitos de privacidad sin estrés excesivo, por nivel de madurez (N = 4431)

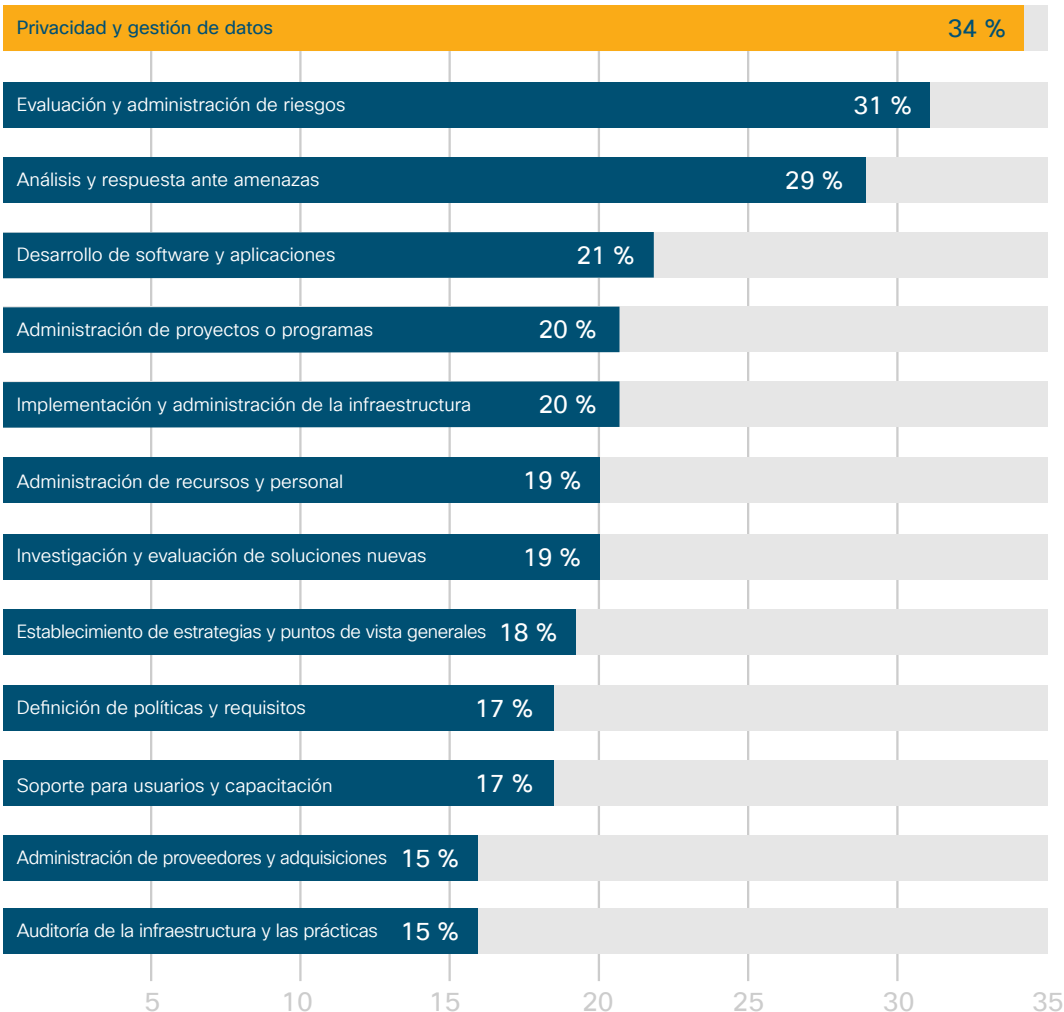


Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

6. Privacidad: una competencia fundamental para los profesionales de seguridad

Las organizaciones están trabajando para garantizar que más empleados estén capacitados y tengan conocimientos sobre los riesgos y requisitos de privacidad, especialmente, aquellos que son directamente responsables de los datos de una organización y de mantenerlos seguros. A los profesionales de seguridad que completaron la encuesta de parámetros se les pidió que definieran sus 3 áreas principales de responsabilidad. Cabe destacar que estos encuestados seleccionaron con mayor frecuencia "Privacidad y gestión de datos" (32 %) antes de "Evaluación y administración de riesgos" y "Análisis y respuesta ante amenazas". (Consulte la Figura 14). Junto con todas las funciones de seguridad habituales, la privacidad de datos se ha convertido en una competencia fundamental para estos equipos. Los equipos de seguridad son responsables no solo de mantener alejadas a las personas no autorizadas, sino que también se asocian cada vez más con los equipos de privacidad para garantizar que las personas autorizadas a tener acceso a los datos los manejen correctamente.

Figura 14. Principales áreas de responsabilidad entre los profesionales de seguridad (se podía elegir hasta tres) (N = 4738)

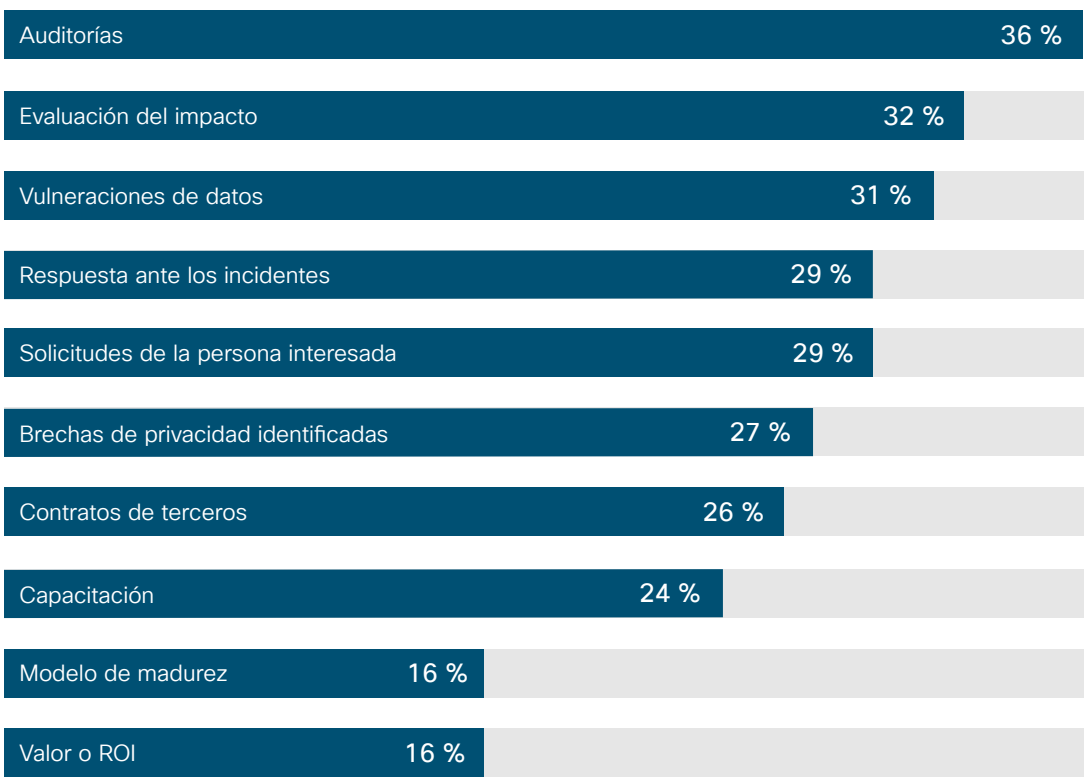


Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

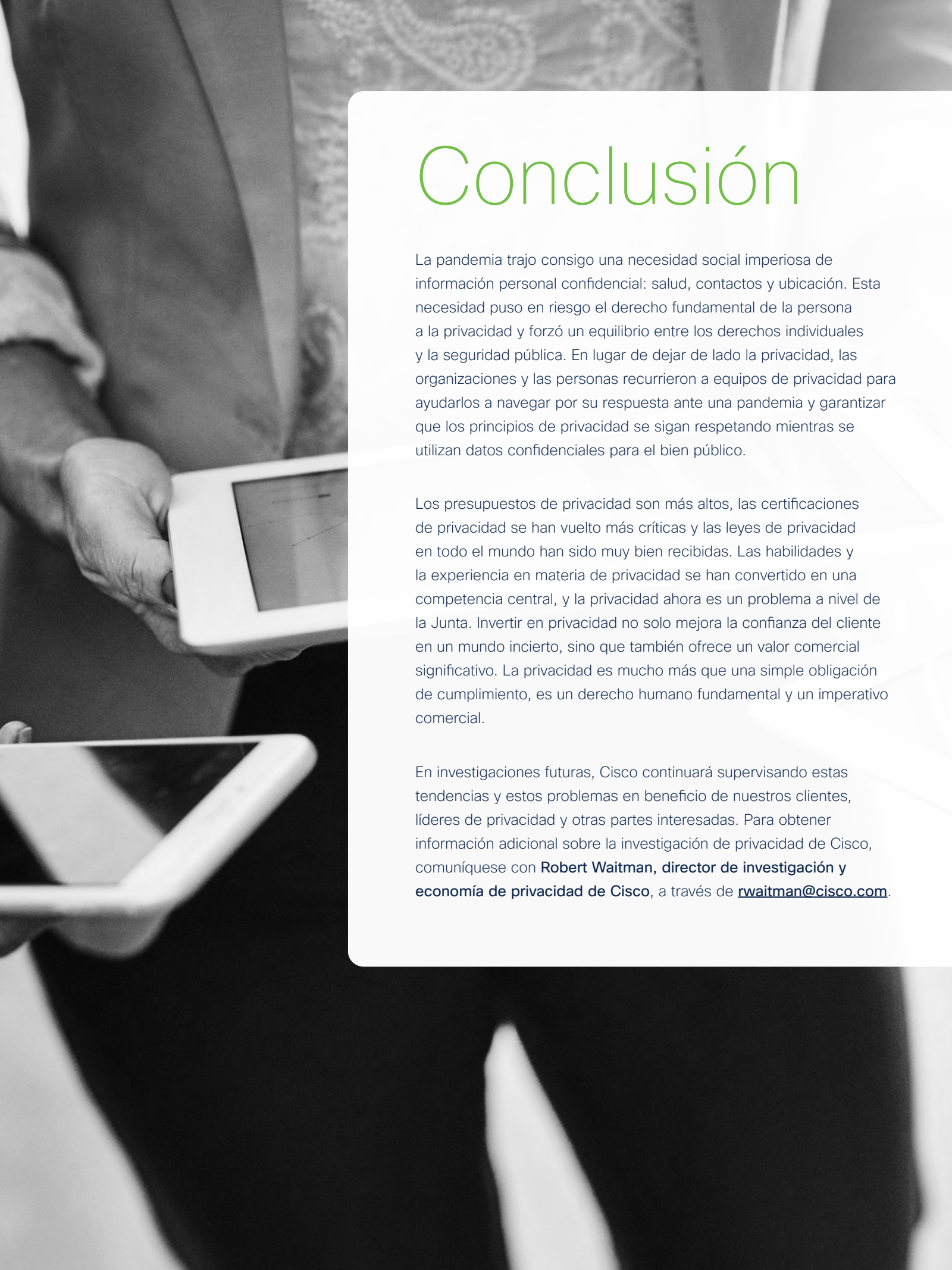
7. Informe de métricas de privacidad a la Junta

Por último, una nueva área en nuestra investigación de este año es explorar las métricas de privacidad, especialmente, si las métricas de privacidad se informan a la dirección ejecutiva y a la Junta Directiva de las empresas, y de ser así, cuáles. El establecimiento de una cadencia regular de informes de métricas es otra indicación de la importancia que las organizaciones otorgan a la privacidad y los costos, beneficios y riesgos que conlleva. Entre los encuestados de este año, el 93 % de las organizaciones ahora informa al menos una métrica de privacidad a la Junta, mientras que el 14 % informa cinco o más métricas de privacidad. Entre las métricas más informadas, se encuentran los hallazgos de la auditoría del programa de privacidad (36 %), las evaluaciones del impacto en la privacidad (32 %) y las vulneraciones de datos (31 %). (Consulte la Figura 15).

Figura 15. Métricas de privacidad informadas a la Junta Directiva (N = 4446)



Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021



Conclusión

La pandemia trajo consigo una necesidad social imperiosa de información personal confidencial: salud, contactos y ubicación. Esta necesidad puso en riesgo el derecho fundamental de la persona a la privacidad y forzó un equilibrio entre los derechos individuales y la seguridad pública. En lugar de dejar de lado la privacidad, las organizaciones y las personas recurrieron a equipos de privacidad para ayudarlos a navegar por su respuesta ante una pandemia y garantizar que los principios de privacidad se sigan respetando mientras se utilizan datos confidenciales para el bien público.

Los presupuestos de privacidad son más altos, las certificaciones de privacidad se han vuelto más críticas y las leyes de privacidad en todo el mundo han sido muy bien recibidas. Las habilidades y la experiencia en materia de privacidad se han convertido en una competencia central, y la privacidad ahora es un problema a nivel de la Junta. Invertir en privacidad no solo mejora la confianza del cliente en un mundo incierto, sino que también ofrece un valor comercial significativo. La privacidad es mucho más que una simple obligación de cumplimiento, es un derecho humano fundamental y un imperativo comercial.

En investigaciones futuras, Cisco continuará supervisando estas tendencias y estos problemas en beneficio de nuestros clientes, líderes de privacidad y otras partes interesadas. Para obtener información adicional sobre la investigación de privacidad de Cisco, comuníquese con **Robert Waitman, director de investigación y economía de privacidad de Cisco**, a través de rwaitman@cisco.com.

Acerca de la serie de informes sobre ciberseguridad

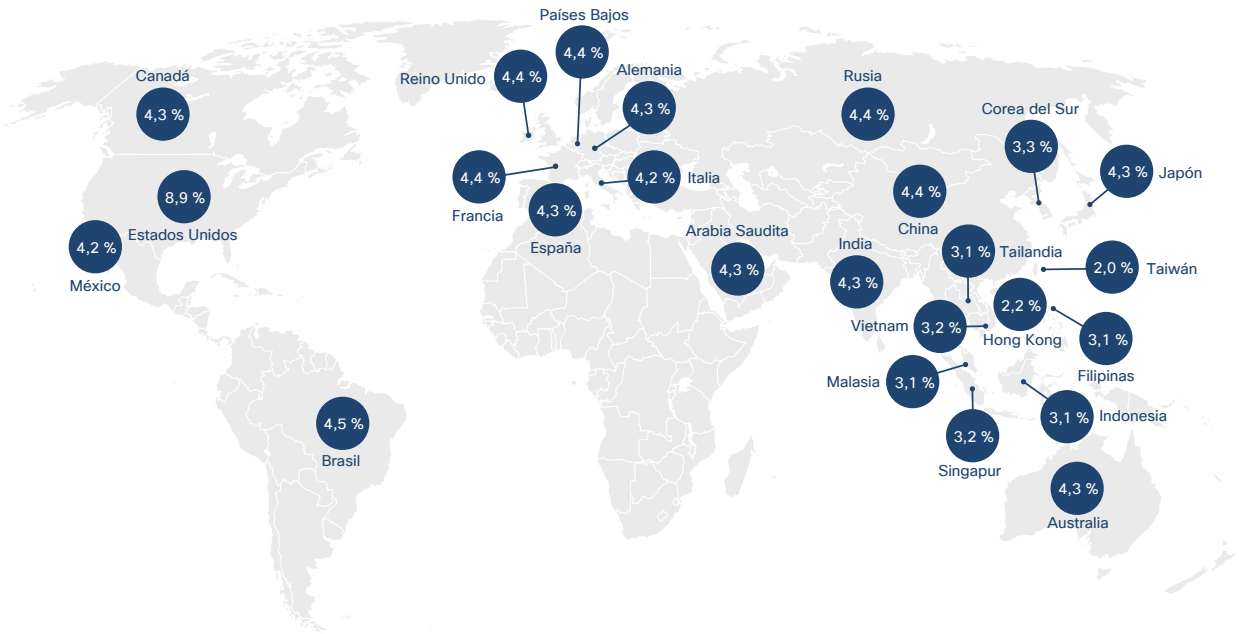
Durante la última década, Cisco ha publicado una gran cantidad de información crucial de seguridad e inteligencia de amenazas para profesionales de seguridad interesados en el estado de la ciberseguridad global. Estos informes exhaustivos proporcionaron explicaciones detalladas de los panoramas de amenazas y las consecuencias para las organizaciones, así como los procedimientos recomendados para defenderse frente a los efectos adversos de vulneraciones de datos.

En nuestro nuevo enfoque del liderazgo intelectual, el departamento de seguridad de Cisco está realizando una serie de publicaciones basadas en investigaciones e impulsadas por datos bajo el banner Serie de ciberseguridad de Cisco. Hemos ampliado la cantidad de títulos para incluir diversos informes para profesionales de seguridad y privacidad con intereses diferentes.

Recurriendo a la amplia y vasta experiencia de los investigadores de amenazas e innovadores en el sector de seguridad, los informes de la serie 2020 incluyeron el Estudio de resultados de seguridad, el Informe sobre el futuro del trabajo remoto seguro, el Informe de simplificación para proteger la ciberseguridad y el Informe de parámetros del CISO. Para obtener más información y para acceder a todos los informes y las copias archivadas, visite www.cisco.com/go/securityreports.

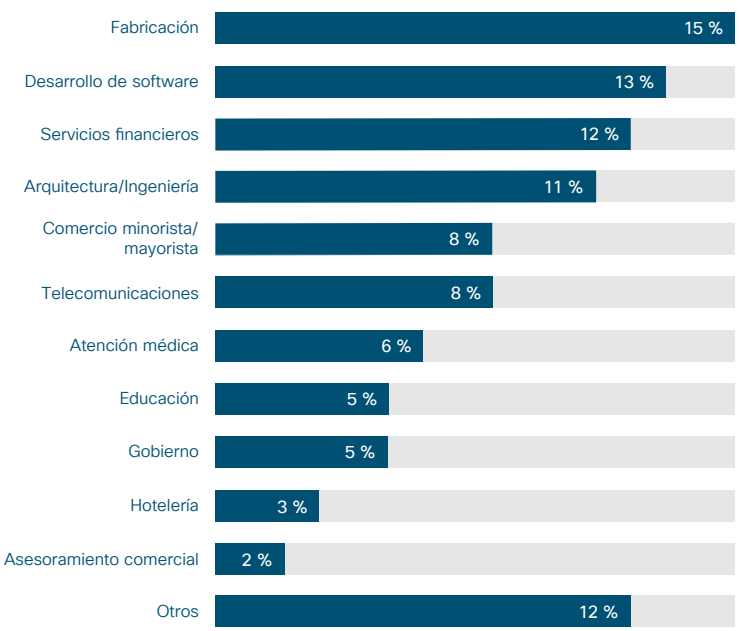
Apéndice 1:
Información demográfica de los encuestados

Por país/geografía



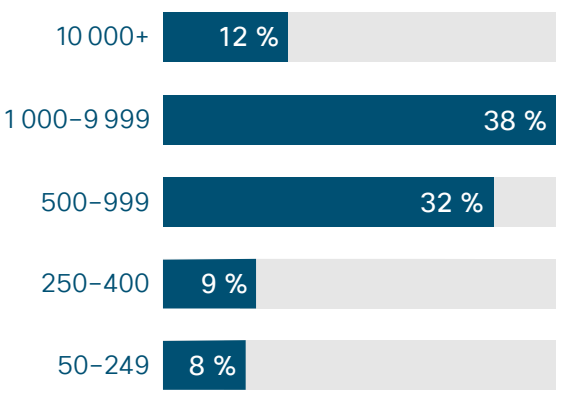
Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

Por sector



Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

Por tamaño de la empresa (cantidad de empleados)



Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021

Apéndice 2:
Rueda de responsabilidad del CIPL y escala de puntuación

Escala de puntuación:

1. Estamos poco preparados
2. Estamos trabajando en ello y hemos realizado algunos progresos
3. Hemos logrado avances significativos, pero aún tenemos un largo trecho que recorrer
4. Hemos implementado la mayor parte
5. Tenemos todo o casi todo en su lugar

Fuente: Estudio de parámetros de privacidad de datos de Cisco - 2021
Centro para el liderazgo en políticas de información (CIPL)

Sede central en América
Cisco Systems Inc.
San José, CA

Sede central en Asia-Pacífico
Cisco Systems (USA), Pte. Ltd.
Singapur

Sede central en Europa
Cisco Systems International BV
Ámsterdam, Países Bajos

Publicado en enero de 2021 RPT_01_2021

© 2021 Cisco o sus filiales. Todos los derechos reservados.

Cisco y el logotipo de Cisco son marcas registradas o marcas comerciales de Cisco y/o de sus filiales en los Estados Unidos y otros países. Para ver una lista de las marcas registradas de Cisco, visite la siguiente URL: www.cisco.com/go/trademarks. Las marcas comerciales de terceros mencionadas en este documento pertenecen a sus respectivos propietarios. El uso de la palabra partner no implica una relación de asociación entre Cisco y cualquier otra empresa. (2062922)

cisco SECURE

cisco
SECURE