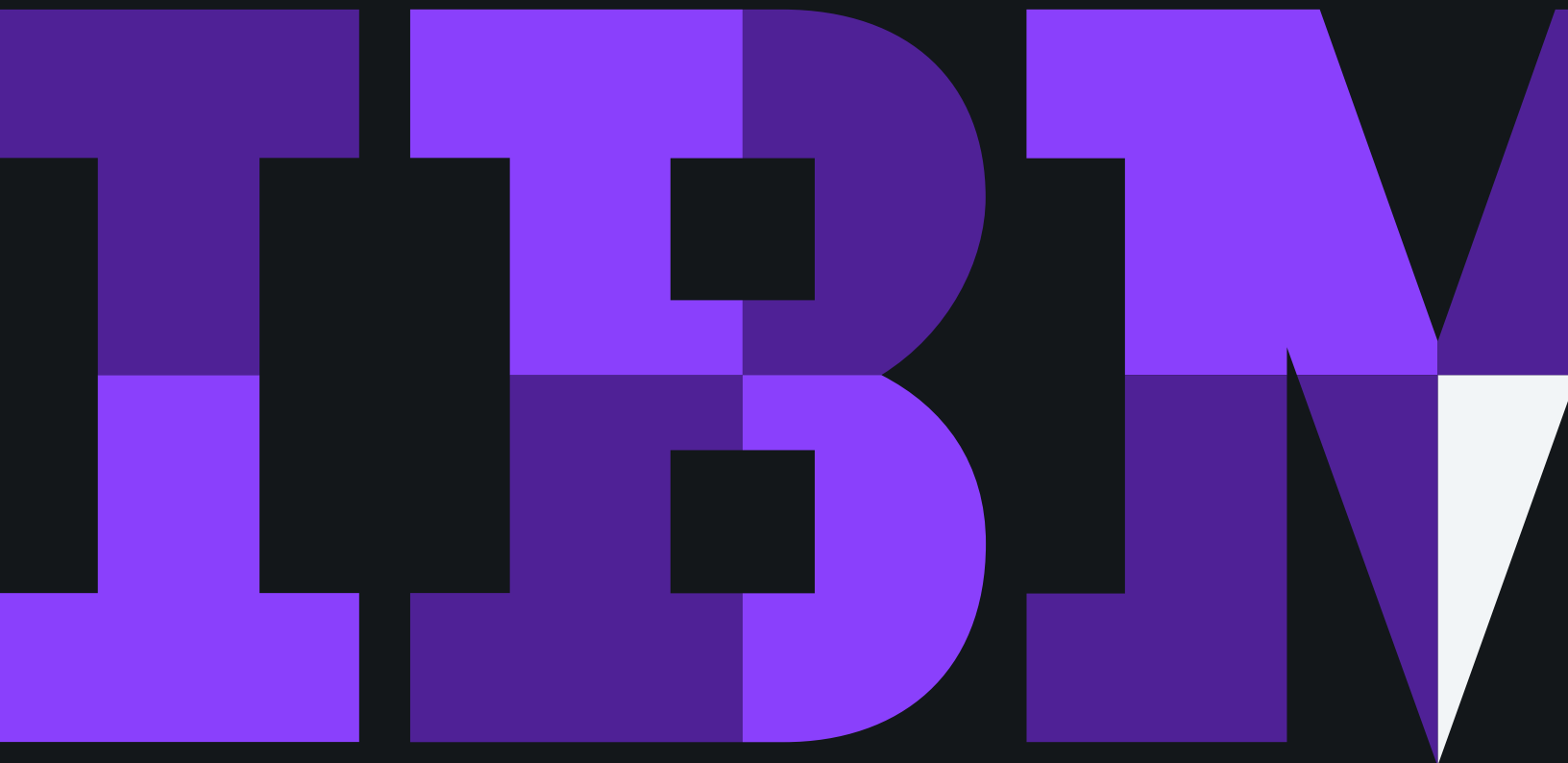


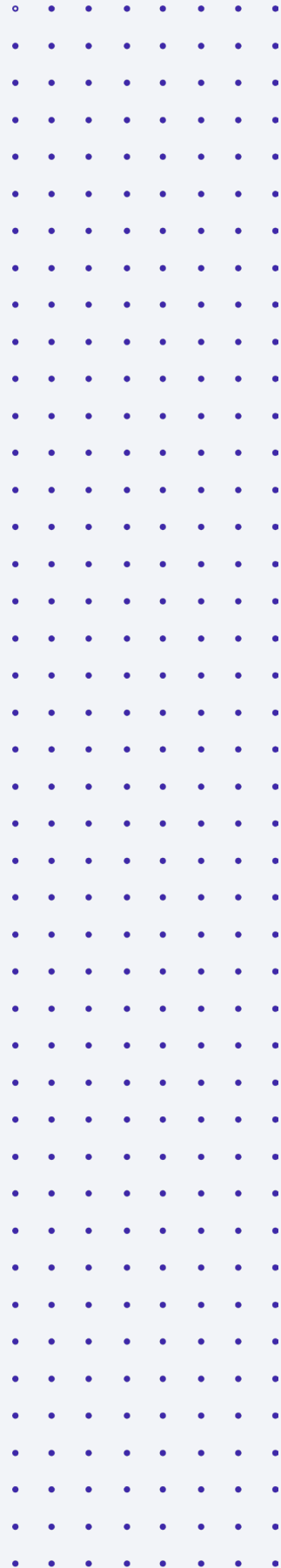
Por qué es importante la privacidad de los datos

Genera confianza para que pueda construir su negocio



Contenido

- 3 Atención... la privacidad es más importante de lo que piensa
- 4 Con la estrategia adecuada, la privacidad podría no costarle su agilidad
- 5 Comience hoy a crear un fuerte programa de privacidad de datos
- 6 Vea la inteligencia de la privacidad como inteligencia comercial
- 7 Automatice sus controles de privacidad
- 8 Privacidad: Los ingresos



Atención... la privacidad es más importante de lo que piensa

La idea de la protección de la privacidad no es algo nuevo. Sin embargo, se ha vuelto más complicada desde la llegada de los mercados globales y las tecnologías digitales. **En la actualidad, la privacidad se extiende a una amplia gama de datos personales e información que se puede almacenar en nuestros dispositivos digitales personales, en centros de datos corporativos e incluso en la nube.** Para complejizar aún más la situación contamos con la opinión del cliente sobre la privacidad, las reglamentaciones de la industria e incluso las pautas geopolíticas que cambian constantemente. Las empresas deben alinearse y cumplir con todo esto si desean evitar sanciones por mal manejo de la privacidad, que van desde multas importantes hasta clientes furiosos.

Así como las sanciones por falta de cumplimiento y el abandono de clientes representan el lado punitivo de la privacidad, también hay un lado positivo, que es el hecho de que los clientes están más dispuestos a hacer negocios, e incluso pueden hacer *más* negocios, con las empresas en las que confían. En otras palabras, la privacidad no es solo una obligación, sino una parte importante de su estrategia comercial que puede hacer mucho para ayudarle a impulsar su marca y sus ingresos. En este libro electrónico, exploraremos cómo la generación de confianza puede ayudarle a construir su negocio en un mundo que es consciente de la privacidad y centrarse en los principios que forman las bases de una estrategia de privacidad sólida.



La privacidad es una parte importante de su estrategia comercial que puede ayudar a impulsar su marca y sus ingresos.

Con la estrategia adecuada, la privacidad podría no costarle su agilidad

En ocasiones, el cumplimiento de la privacidad destaca las tendencias animales de un negocio. Ciertos negocios, al igual que las tortugas, pueden ser lentos para adoptar nuevas medidas de cumplimiento. Otros, como los avestruces, pueden ocultar su cabeza en la arena e ignorarlas. Otros incluso creen que pueden ser más listos que los reguladores con un cumplimiento parcial. Pero las empresas que no se toman en serio el cumplimiento podrían enfrentar graves consecuencias. Las nuevas presiones geográficas en la privacidad, como la Reglamentación General de Protección de Datos (GDPR, por sus siglas en inglés) de la Unión Europea y la Ley de Privacidad del Consumidor de California (CCPA, por sus siglas en inglés), tienen el poder de imponer multas importantes y bloquear la actividad comercial.

La cuestión que deben tener presentes las empresas no debería ser cómo evitar el cumplimiento, sino ¿cómo alineamos el cumplimiento con nuestra hoja de ruta comercial?

Esta cuestión, a su vez, debería llevarlas a un debate más amplio que responda:

- ¿Dónde están las sinergias o las eficiencias de las medidas de seguridad de datos que tomamos hoy y las medidas de seguridad de privacidad que tomaremos mañana?
- ¿Cómo adaptamos los nuevos requerimientos regulatorios y la creciente presión de los clientes para lograr transparencia en la privacidad?
- ¿Qué acciones nos llevarán a ser reconocidos como líderes de la privacidad en nuestra industria?
- ¿Cómo aprovechamos nuestras prácticas de privacidad para impulsar mejores resultados comerciales?

La nueva realidad es que los negocios deben anticipar el rol que puede desempeñar la privacidad para ayudarles a crear equidad en la marca y mejorar las relaciones con el cliente. Este enfoque sobre la privacidad se puede resumir en tres pasos importantes:

1. Comience hoy a crear un fuerte programa de privacidad.
2. Use la inteligencia de privacidad tal como haría con otra inteligencia de datos: para descubrir el conocimiento práctico que puede ayudar a mejorar su negocio y generar confianza con los clientes.
3. Automatice sus controles de privacidad para reducir errores y aumentar la eficiencia de costos.



El 78 % de los clientes encuestados dice que es extremadamente importante que las empresas aborden rápidamente las acciones correctas para detener una infracción de datos.¹

Comience hoy a crear un fuerte programa de privacidad de datos

El primer paso hacia el programa de cumplimiento de datos comienza cuando deja de ver la privacidad como un problema de seguridad y comienza a verlo como una ventaja estratégica. La privacidad no es una casilla de seguridad que se debe tildar, sino una parte continua de controles y balances que comprenden todos sus procesos comerciales. ¿Cómo puede intentar generar privacidad y seguridad en cada nuevo producto o proceso? Siga estas sugerencias para generar una base para su estrategia de seguridad:



Paso 1: Realice un serio examen de seguridad

Si su programa de privacidad tiene fallas, no las esconda, encuéntrelas. Realice una evaluación minuciosa y honesta de los controles de privacidad que actualmente ha implementado, incluida una evaluación del impacto de privacidad que destaque los riesgos que enfrenta en estos momentos, y use esto como punto de inicio en la creación de una hoja de ruta de disposición.



Paso 3: Comience convenciendo a los principales ejecutivos

Busque el apoyo de los ejecutivos para su estrategia de seguridad. Si los ejecutivos ven el valor de la privacidad, pueden ayudar a encontrar el presupuesto para respaldarlo. La privacidad también debería convertirse en parte de la cultura corporativa, y la cultura puede ser una iniciativa de arriba hacia abajo. Si la privacidad no es importante para el director ejecutivo, lo más probable es que tampoco lo sea para la gerencia media.



Paso 2: Mira el panorama general

Generalmente, los datos de privacidad son dominantes; no viven en una isla sino que se entremezclan en toda la organización. Por lo tanto, los negocios deberían considerar implementar medidas de privacidad que extiendan el descubrimiento, la visibilidad y la protección de datos en toda la organización.



Paso 4: Considere el cumplimiento como un objetivo

Las reglas y los requerimientos de la privacidad están constantemente cambiando y evolucionando. Apenas esté en cumplimiento, puede estar en riesgo de dejar de cumplir cuando haya un cambio de reglamentación. Por eso es importante que las empresas vean su estrategia de privacidad como un recorrido continuo: llegue hasta donde debe estar hoy para lograr el cumplimiento, y esté preparado para moverse mañana cuando se presenten los nuevos cambios en la privacidad.

La privacidad de los datos es una nueva prioridad estratégica

A medida que las firmas enfrentan una lista cada vez mayor de reglamentaciones sobre protección de datos y los clientes son cada vez más conscientes de sus derechos de privacidad, es cada vez más importante desarrollar competencia sobre la privacidad de datos. Este nuevo

estudio comisionado realizado por Forrester Consulting evalúa el estado del cumplimiento de privacidad de datos empresariales en un marco reglamentario cambiante.

→ [Más información](#)



Las organizaciones con estrategias integrales que se comprometen con la privacidad de los datos, y no se limitan apenas al cumplimiento normativo; pueden lograr muchos beneficios, incluido un aumento en la confianza del cliente.²

Vea la inteligencia de la privacidad como inteligencia comercial

Los líderes en privacidad hacen más que simplemente reaccionar lo más rápido posible a nuevos requerimientos. Buscan de manera proactiva nuevas formas de aprovechar la privacidad para afianzar las relaciones con el cliente y mejorar los ingresos comerciales. **Al otorgarle a la inteligencia de la privacidad el mismo valor que otra inteligencia comercial, las empresas pueden descubrir conocimientos prácticos que les ayuden a desarrollar estrategias de privacidad eficaces.**

Sugerencias para crear una estrategia de privacidad:

- Cree una vista unificada de seguridad y privacidad de datos que se extienda por todas sus plataformas de datos así como por las plataformas de informática en la nube;
- Gestione el acceso para empleados, socios y clientes a datos de identificación personal;
- Desarrolle reglas de política y seguridad de datos aplicables que promuevan el almacenamiento seguro de datos, el desecho de datos y todos los puntos de contacto de los datos;
- Identifique los procedimientos prácticos de reducción de riesgos y priorice los a fin de prepararse para los incidentes de privacidad que puedan surgir.

¿Cuál es el beneficio de la privacidad?

El conocimiento de privacidad impulsado por los datos puede ayudarle a desarrollar procesos y políticas a favor de la privacidad para abordar el cumplimiento y promover el crecimiento.

Un programa de privacidad puede ayudarle a abordar los requerimientos de privacidad de las reglamentaciones internacionales. Conozca cómo un conjunto común de principios en torno a la transparencia puede ayudar a que su organización aborde dichos requerimientos.

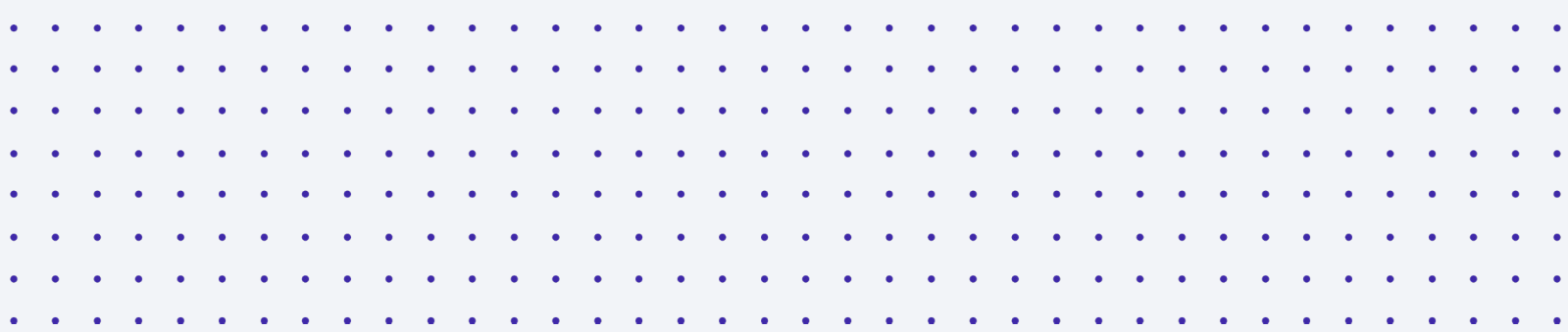
→ [Lea la publicación del blog](#)

Automatice sus controles de privacidad

Cometer un error solo lleva un instante, pero incluso un instante puede ser demasiado en un mundo donde los datos personales se mueven a la velocidad de microsegundos. **Con controles de privacidad automatizados, los negocios pueden proteger datos personales, ya sea que estén en reposo o en movimiento, antes de que ocurran los errores.** Sin embargo, solamente la automatización puede que no sea suficiente para proteger sus datos; a menos que haya implementado políticas de privacidad, tales como:

- Combinar el cifrado y el monitoreo de manera que puedan proteger datos de identificación personal ya sea que estén: en reposo, en movimiento, en las instalaciones o en la nube.
- Automatizar los informes de auditoría y las solicitudes reglamentarias de documentos para simplificar el proceso y eliminar las respuestas de “simulacro de incendio”.
- Usar controles de identidad automatizados para gestionar el acceso a datos de manera segura y consistente.
- Tener respuestas de seguridad de datos automatizadas y orquestadas, listas para poder lidiar con incidentes de privacidad y seguridad de datos o infracciones cuando estas ocurran.

¿Cuál es el beneficio de la privacidad? Los controles automatizados y ordenados de privacidad pueden reducir el riesgo real de los errores manuales, reducir la complejidad operativa y mejorar sus tiempos de respuesta a problemas esenciales de seguridad y privacidad.



Privacidad: En resumen

La privacidad no es solo una parte importante de su postura ante la seguridad de TI. Es una parte integral de su ADN corporativo. Puede ayudar a definir su marca, determinar sus relaciones con los clientes e incluso puede impulsar sus ingresos. En el futuro, la privacidad digital puede desempeñar un papel cada vez mayor para los clientes así como para los organismos gubernamentales que deben protegerlos.

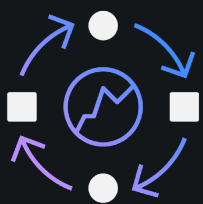
Es de público conocimiento que muchos negocios hoy tienen dificultades para navegar por el escenario cada vez más complejo de los cambios en las reglamentaciones de privacidad y el cambio en la opinión del cliente. Pero los negocios no tienen por qué enfrentar estas cuestiones de privacidad solos. En IBM podemos ayudar: con nuestra gente, nuestros productos y nuestra experiencia.



Cree un programa de privacidad de datos

Implemente las bases para la privacidad dinámica.

- IBM Security Data Privacy Services
- IBM Promontory



Obtenga información sobre la privacidad

Aumente la visibilidad de los riesgos y use la información sobre la privacidad para ayudar a generar un impacto en el negocio.

- IBM Security Guardium Insights
- IBM Security Data Risk Manager
- IBM Security Cloud Identity
- IBM Security Resilient



Automatice los controles de privacidad

Ayude a proteger los datos personales tanto en reposo como en movimiento, en las instalaciones y en la nube.

- IBM Security Guardium Data Protection
- IBM Security Data Privacy Services
- IBM Promontory

Fuentes

1. IBM Cybersecurity and Privacy Research (Investigación de privacidad y ciberseguridad de IBM), realizada por The Harris Insights & Analytics, en nombre de IBM, 13 de abril de 2018.

2. Data Privacy Is The New Strategic Priority, Forrester Opportunity Snapshot: A Custom Study Commissioned (La privacidad de datos es la nueva prioridad estratégica, instantánea de oportunidad de Forrester: Un estudio comisionado personalizado) de IBM, julio de 2019

© Copyright IBM Corporation 2019

IBM Global Services
Route 100
Somers, NY 10589
EE. UU.

Producido en Estados Unidos de América
Mayo de 2019
Todos los derechos reservados

IBM, el logotipo de IBM e ibm.com son marcas comerciales o registradas de International Business Machines Corporation en Estados Unidos, en otros países o ambos. Si estos u otros términos de marca registradas de IBM están marcados en su primera aparición en esta información con un símbolo de marca registrada (® o ™), estos símbolos indican marcas comerciales registradas o conforme al derecho común de Estados Unidos de propiedad de IBM en el momento de la publicación de esta información. Dichas marcas comerciales también pueden ser marcas comerciales registradas o utilizadas en base al derecho consuetudinario en otros países. Hay en la Web una lista actual de marcas comerciales de IBM disponible en "Copyright and trademark information" en ibm.com/legal/copytrade.shtml El resto de nombres de empresas, productos y servicios pueden ser marcas comerciales o marcas de servicio de terceros.

Las referencias hechas en esta publicación a productos o servicios de IBM no implican que IBM tenga previsto comercializarlos en todos los países en los que opera.



Por favor, recicle