

ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR

No. Expediente: M031-1PO2-19

I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA MINUTA

1. Nombre de la Minuta.	Que reforma y adiciona diversas disposiciones de las Leyes Federal de Protección al Consumidor, de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, y Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.
2. Tema principal de la Minuta.	Economía y Finanzas.
3. Nombre de quien presenta la Iniciativa ante la Cámara de Senadores.	Sen. Ricardo Monreal Ávila.
4. Grupo Parlamentario al que pertenece.	Morena
5. Fecha de presentación ante la Cámara de Origen.	04 de diciembre de 2018.
6. Fecha de aprobación del dictamen en la Cámara de Senadores.	29 de octubre de 2019.
7. Fecha de presentación ante la Cámara de Diputados.	05 de noviembre de 2019.
8. Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.	05 de noviembre de 2019.
9. Turno a Comisión.	Economía, Comercio y Competitividad, con opinión de Comunicaciones y Transportes.

II.- SINOPSIS

Integrar y actualizar permanentemente el Registro Público para Evitar Publicidad, el Registro de Prestadores de Servicios Financieros y el Registro de Usuarios que no autorizan el uso de sus datos para fines mercadotécnicos o publicitarios. Prohibir a las Instituciones Financieras utilizar y compartir información de la base de datos de clientes con fines mercadotécnicos o publicitarios. Precisar el derecho de los usuarios a manifestar expresamente su consentimiento para recibir llamadas del concesionario o autorizado en cuyo caso el origen de las llamadas deberá ser plenamente identificable.

III.- ANÁLISIS DE CONSTITUCIONALIDAD.

El derecho de iniciativa se fundamenta en la fracción II del artículo 71 y la facultad del Congreso de la Unión para legislar en la materia se sustenta en las fracciones X, XVII y XXXI del artículo 73, en relación con el artículo 28 párrafo tercero, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

IV.- ANÁLISIS DE TÉCNICA LEGISLATIVA

La minuta cumple en general con los requisitos formales que se exigen en la práctica parlamentaria y que son los siguientes:

Ser formulada por escrito, tener un título, contener el nombre y firma de la persona que presenta la iniciativa, una parte expositiva de motivos, el texto legal que se propone, el artículo transitorio que señala la entrada en vigor, la fecha de elaboración y ser publicada en la Gaceta Parlamentaria.

V.- CUADRO COMPARATIVO DEL TEXTO VIGENTE Y DEL TEXTO QUE SE PROPONE	
TEXTO VIGENTE	TEXTO QUE SE PROPONE
	PROYECTO DE DECRETO CS-LXIV-II-1P-019 POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSOS ARTÍCULOS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR; DE LA LEY DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS, Y DE LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN.
LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR ARTÍCULO 18.- La Procuraduría <i>podrá llevar, en su caso,</i> un registro público de consumidores que no deseen que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios. <i>Los consumidores podrán comunicar por escrito o por correo electrónico a la Procuraduría su solicitud de inscripción en dicho registro, el cual será gratuito.</i> No tiene correlativo	Artículo Primero. Se reforman los artículos 18, primer párrafo; 18 BIS, primer párrafo; 127 y 128 y se adicionan tres párrafos al artículo 18 y cinco párrafos al artículo 18 BIS; de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue: ARTÍCULO 18. La Procuraduría integrará y mantendrá actualizado permanentemente un registro público de consumidores que no deseen que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios, denominado Registro Público para Evitar Publicidad, el cual funcionará conforme a las Reglas de Operación que expida la Procuraduría para tal efecto. El Registro Público para Evitar Publicidad, se integrará con la información que la Procuraduría recabe de los consumidores que no deseen recibir publicidad, así como con la información que los proveedores de bienes, productos y

No tiene correlativo

ARTÍCULO 18 BIS.- Queda prohibido a los proveedores y a las empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios y a sus clientes, utilizar la información relativa a los consumidores con fines diferentes a los mercadotécnicos o publicitarios, así como enviar publicidad a los consumidores que *expresamente* les hubieren manifestado su voluntad de no recibirla o que estén inscritos en el registro a que se refiere el artículo anterior. *Los proveedores que sean objeto de publicidad son corresponsables del manejo de la información de consumidores cuando dicha publicidad la envíen a través de terceros.*

No tiene correlativo

servicios remitirán a la Procuraduría, a más tardar el último día de cada mes, referida específicamente a los números telefónicos y correos electrónicos de los consumidores que les hayan manifestado su voluntad para no recibir publicidad.

La información remitida por los proveedores será cotejada con la existente en el Registro Público para Evitar Publicidad, a efecto de adicionar únicamente los números telefónicos y los correos electrónicos de las personas que no obren en el mismo.

Los consumidores podrán solicitar a la Procuraduría, su inscripción en el Registro por escrito o por correo electrónico. Dicha inscripción será gratuita.

ARTÍCULO 18 BIS.- Queda prohibido a los proveedores y a las empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios y a sus clientes, utilizar la información relativa a los consumidores con fines diferentes a los mercadotécnicos o publicitarios, así como enviar publicidad a los consumidores que les hubieren manifestado **por escrito y de manera expresa** su voluntad de no recibirla o que estén inscritos en el registro a que se refiere el artículo anterior. **Los proveedores comunicarán a la Procuraduría, la lista de aquellos usuarios que no desean recibir publicidad, con la finalidad de coadyuvar a que el registro se mantenga actualizado.**

Los terceros contratados por los proveedores no podrán enviar, distribuir o hacer del conocimiento información con fines mercadotécnicos o publicitarios, a los consumidores que hubieren manifestado al proveedor de que se trate, por escrito

No tiene correlativo

y de manera expresa, su voluntad de no recibirla o que estén inscritos en el registro a que se refiere el Artículo 18 de la presente Ley. Los proveedores serán corresponsables del uso y manejo de la información de los consumidores que faciliten a terceros, en los términos del artículo 9 de esta Ley. Los terceros no podrán utilizar la información de los consumidores para cualquier otro fin.

Los proveedores deberán consultar las listas del Registro Público para Evitar Publicidad, previo pago de la tarifa que anualmente establezca la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a fin de cumplir con lo previsto en el párrafo que antecede.

En caso de que los proveedores obtengan por escrito el consentimiento del consumidor para recibir publicidad en fecha posterior a la inscripción de este en el Registro Público para Evitar Publicidad, podrán enviarle publicidad en los términos de la presente Ley.

El origen de las llamadas con fines mercadotécnicos o publicitarios por parte de los proveedores deberá ser plenamente identificable; no podrán realizarse llamadas cuyo origen aparezca como “número privado, oculto, o confidencial” u otro similar que no permita su plena identificación. Serán vinculantes y al inicio de la llamada se deberá hacer mención del nombre completo del proveedor que la efectúa indicando que es una llamada publicitaria. Las llamadas sólo podrán realizarse en el horario comprendido entre las 08:00 horas y las 19:00 horas de lunes a viernes. En los días de descanso obligatorio contemplados en el Artículo

ARTÍCULO 127.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 7 BIS, 13, 17, 18 BIS, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 67, 68, 69, 70, 72, 75, 77, 78, 79, 81, 82, 85, 86 QUATER, 87 BIS, 90, 91, 93, 95 y 113 serán sancionadas con multa de \$545.74 a \$1'746,360.37.

ARTÍCULO 128.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 7, 8, 10, 10 BIS, 12, 44, 63, 63 Bis, 63 Ter, 63 Quintus, 65, 65 Bis, 65 Bis 1, 65 Bis 2, 65 Bis 3, 65 Bis 4, 65 Bis 5, 65 Bis 6, 65 Bis 7, 66, 73, 73 Bis, 73 Ter, 73 Quáter, 73 Quintus, 74, 76 Bis, 80, 86 Bis, 87, 87 Ter, 92, 92 Ter, 98 Bis, y 121 serán sancionadas con multa de \$783.95 a \$3'066,155.98.

LEY DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS

Artículo 80.- *Corresponde a la Comisión Nacional adoptar todas aquellas medidas necesarias para el cumplimiento de los laudos dictados por la misma, para lo cual mandará, en su caso, que se pague a la persona en cuyo favor se hubiere emitido el laudo, o se le restituya el servicio financiero que demande.*

74 de la Ley Federal del Trabajo, las llamadas a cualquier usuario con fines mercadotécnicos o publicitarios estarán prohibidas.

El incumplimiento a lo señalado en los artículos anteriores dará lugar al inicio de los procedimientos previstos en esta Ley.

ARTÍCULO 127. Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 7 BIS, 13, 17, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 67, 68, 69, 70, 72, 75, 77, 78, 79, 81, 82, 85, 86 QUATER, 87 BIS, 90, 91, 93, 95, y 113 serán sancionados con multa de \$545.74 a \$1'746,360.37.

ARTÍCULO 128. Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 7, 8, 10, 10 BIS, 12, **18 BIS**, 44, 63, 63 Bis, 63 Ter, 63 Quintus, 65, 65 Bis, 65 Bis 1, 65 Bis 2, 65 Bis 3, 65 Bis 4, 65 Bis 5, 65 Bis 6, 65 Bis 7, 66, 73, 73 Bis, 73 Ter, 73 Quáter, 73 Quintus, 74, 76 Bis, 80, 86 Bis, 87, 87 Ter, 92, 92 Ter, 98 Bis, y 121 serán sancionadas con multa de \$783.95 a \$3'066,155.98.

Artículo Segundo. Se reforman los artículos 80. y 94 fracción XII de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, para quedar como sigue:

Artículo 80. La Comisión Nacional, con la información que le proporcionen las autoridades competentes y las Instituciones Financieras, establecerá y mantendrá actualizado un Registro de Prestadores de Servicios Financieros, en los términos y condiciones que señala esta Ley. Lo anterior, sin perjuicio de

Los convenios celebrados ante la Comisión Nacional tendrán el carácter de una sentencia ejecutoria.

No tiene correlativo

No tiene correlativo

los demás registros que corresponda llevar a otras autoridades.

Asimismo, la Comisión Nacional establecerá y mantendrá actualizada una Base de Datos de comisiones que le sean reportadas y que comprenderá sólo las comisiones vigentes que efectivamente cobren, misma que se dará a conocer al público en general, por el medio de difusión que la Comisión Nacional considere pertinente.

La Comisión Nacional integrará y mantendrá actualizado permanentemente un Registro de Usuarios que no autorizan que sus datos personales sean utilizados para fines mercadotécnicos o publicitarios.

Los usuarios podrán comunicar a la Comisión Nacional, por escrito, por correo electrónico o a través del portal electrónico de la Comisión Nacional, su solicitud de inscripción en dicho Registro, la cual será gratuita.

Las instituciones financieras comunicarán a la Comisión Nacional, la lista de los usuarios que autorizan y de los que no autorizan el uso de sus datos personales para fines mercadotécnicos o publicitarios, con la finalidad de coadyuvar a que el Registro se mantenga actualizado.

Queda prohibido a las Instituciones Financieras utilizar y compartir información relativa a la base de datos de sus clientes con fines mercadotécnicos o publicitarios, así como enviar publicidad a los clientes que expresamente les hubieren manifestado su voluntad de no recibirla o que estén inscritos

No tiene correlativo

en el registro a que se refiere el párrafo tercero del presente artículo. Las Instituciones Financieras que sean objeto de publicidad son corresponsables del manejo de la información de sus Clientes cuando dicha publicidad la envíen a través de terceros.

Las Instituciones Financieras no podrán condicionar el uso de los servicios o productos que ofrecen, a la autorización del usuario para recibir información con fines publicitarios o mercadotécnicos.

El origen de las llamadas con fines mercadotécnicos o publicitarios por parte de las Instituciones Financieras deberá ser plenamente identificable; no podrán realizarse llamadas cuyo origen aparezca como “número privado, oculto, o confidencial” u otro similar que no permita su plena identificación. Serán vinculadas y al inicio de la llamada se deberá hacer mención del nombre completo de la Institución Financiera que la efectúa indicando que es una llamada publicitaria. Las llamadas sólo podrán realizarse en el horario comprendido entre las 08:00 horas y las 19:00 horas de lunes a viernes. En los días de descanso obligatorio contemplados en el Artículo 74 de la Ley Federal del Trabajo, las llamadas a cualquier usuario con fines mercadotécnicos o publicitarios estarán prohibidas.

El Registro de Usuarios deberá ser consultado por las Instituciones Financieras previo pago de la tarifa que se establezca en las disposiciones de carácter general que al efecto emita la Comisión Nacional, a fin de que conozcan los números de todos aquellos usuarios que no autorizan que sus

No tiene correlativo

Artículo 94.- La Comisión Nacional estará facultada para imponer las siguientes sanciones:

I. a XI. ...

XII. Multa de 250 a 2000 días de salario, a la Institución Financiera que envíe directamente o por interpósita persona cualesquiera publicidad relativa a los productos y servicios que ofrezcan las mismas Instituciones Financieras a aquellos Usuarios que expresamente hayan solicitado que no se les envíe dicha publicidad, que asimismo hayan pedido no ser molestados en su domicilio, lugar de trabajo, dirección electrónica o por cualquier otro medio, para ofrecerles bienes, productos o servicios financieros o que estén inscritos en el Registro Público de Usuarios que no Deseen que su Información sea Utilizada para Fines Mercadotécnicos o Publicitarios, previsto en esta Ley.

datos personales sean utilizados con fines mercadotécnicos y publicitarios.

Las Instituciones Financieras deberán informar de manera trimestral a la Comisión Nacional, todas las actividades publicitarias o mercadológicas realizadas, por sí mismas o a través de terceros, en el trimestre inmediato anterior a la fecha de informe, conforme a las disposiciones de carácter general que al efecto emita de acuerdo con las Reglas de Operación del Registro.

Las Instituciones Financieras que incumplan lo dispuesto por el presente artículo, se harán acreedoras a las sanciones que establece esta Ley.

Artículo 94. ...

I. a XI. ...

XII. Multa de 2 mil a 60 mil veces el valor de la Unidad de Medida y Actualización, a la Institución Financiera que envíe directamente o por interpósita persona cualquier publicidad relativa a los productos y servicios que ofrezcan las mismas Instituciones Financieras a aquellos Usuarios que expresamente hayan solicitado que no se les envíe dicha publicidad, que asimismo hayan pedido no ser molestados en su domicilio, lugar de trabajo, dirección electrónica o por cualquier otro medio, para ofrecerles bienes, productos o servicios financieros o que estén inscritos en el Registro Público de Usuarios que no deseen que sus datos personales sean utilizados para fines mercadotécnicos o

XIII. a XVII.	publicitarios, previsto en esta Ley. XIII. a XVII.
LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN Artículo 191. Los usuarios gozarán de los derechos previstos en esta Ley y en la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como en las demás disposiciones aplicables. Son derechos de los usuarios: I. a XVIII. ... XIX. A no recibir llamadas del concesionario o autorizado sobre la promoción de servicios o paquetes a menos que expresamente manifieste su consentimiento a través de medios electrónicos;	Artículo Tercero.- Se reforma el artículo 191, fracción XIX de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, para quedar como sigue: Artículo 191. I. a XVIII. ... XIX . A no recibir llamadas del concesionario o autorizado sobre la promoción de servicios o paquetes a menos que expresamente manifieste su consentimiento a través de medios electrónicos; en cuyo caso, el origen de las llamadas con fines mercadotécnicos o publicitarios por parte del concesionario o autorizado deberá ser plenamente identificable; no podrán realizarse llamadas cuyo origen aparezca como “número privado, oculto, o confidencial” u otro similar que no permita su plena identificación. Serán vinculantes y al inicio de la llamada se deberá hacer mención del nombre completo del concesionario o autorizado que la efectúa indicando que es una llamada publicitaria. Las llamadas sólo podrán realizarse en el horario

XX. a XXI.	comprendido entre las 08:00 horas y las 19:00 horas de lunes a viernes. En los días de descanso obligatorio contemplados en el Artículo 74 de la Ley Federal del Trabajo, las llamadas a cualquier usuario con fines mercadotécnicos o publicitarios estarán prohibidas. XX y XXI.
	Transitorios Primero. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación. Segundo. Los proveedores remitirán a la Procuraduría Federal del Consumidor la información de los consumidores que les hayan manifestado su voluntad para no recibir publicidad, dentro de un plazo de seis meses, contados a partir de la publicación del presente decreto. Tercero. La Procuraduría Federal del Consumidor deberá integrar los datos remitidos por los proveedores, dentro de un plazo de seis meses posteriores a los seis meses señalados en el segundo transitorio.

Cuarto. La Procuraduría Federal del Consumidor emitirá el Acuerdo de las Reglas de Operación del Registro Público para Evitar Publicidad dentro de un plazo de seis meses, contados a partir de la publicación en el Diario Oficial de la Federación del presente Decreto.

Quinto. La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros emitirá las disposiciones de carácter general a que se refiere este decreto, en un plazo no mayor a 100 días hábiles, siguientes a la entrada en vigor del presente decreto.

Sexto. Las erogaciones que se generen con motivo de la entrada en vigor del presente decreto se cubrirán con cargo a los presupuestos aprobados a los ejecutores de gasto responsables para el presente ejercicio fiscal y los subsecuentes, por lo que no se autorizarán recursos adicionales para tales efectos.

BMP