



ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR.

No. Expediente: 258-2PO2-20

I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA.

1. Nombre de la Iniciativa.	Que reforma diversas disposiciones de las Leyes Federales de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, y al Consumidor.
2. Tema de la Iniciativa.	Economía y Finanzas.
3. Nombre de quien presenta la Iniciativa.	Dip. Jorge Arturo Espadas Galván e integrantes del Grupo Parlamentario del PAN.
4. Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece.	PAN.
5. Fecha de presentación ante el Pleno de la Cámara.	18 de febrero de 2020.
6. Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.	18 de febrero de 2020.
7. Turno a Comisión.	Gobernación y Población, con opinión de Economía, Comercio y Competitividad.

II.- SINOPSIS.

Prohibir a empresas, negocios, proveedores o instituciones bancarias realizar llamadas telefónicas o contactarse por cualquier medio con los consumidores, con fines mercadotécnicos o publicitarios, sin que cuenten con una autorización expresa del consumidor, la cual podrá ser revocada en cualquier momento y precisar que la transferencia de datos personales solo se podrá efectuar con consentimiento expreso del titular y por separado del aviso de privacidad.

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 siguientes fracciones del artículo 73: X y XXXI en relación con el artículo 28, párrafo tercero, para la Ley Federal de Protección al Consumidor; y XXIX-O en relación con el artículo 6, apartado A, fracción II, para la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

IV.- ANÁLISIS DE TÉCNICA LEGISLATIVA.

En la parte relativa al texto legal que se propone, se sugiere lo siguiente:

- Conforme a la terminología y desarrollo del proceso legislativo, previstos por los artículos 70 y 72 constitucionales, respectivamente, usar el término “Iniciativa con Proyecto de Decreto”, toda vez que éste aún se encuentra en proceso de aprobación.
- De conformidad con las reglas de técnica legislativa, verificar la estructura vigente de los ordenamientos que se pretenden modificar.
- De acuerdo con las reglas de técnica legislativa, así como con la integración actual de los preceptos que se buscan reformar, verificar el uso suficiente de puntos suspensivos para aquéllos apartados (párrafos, apartados, fracciones, incisos, subincisos, etc.) que componen los preceptos y cuyo texto se desea mantener.

La iniciativa cumple en general con los requisitos formales que se exigen en la práctica parlamentaria y que de conformidad con el artículo 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, son los siguientes:

Encabezado o título de la propuesta; Planteamiento del problema que la iniciativa pretenda resolver; Problemática desde la perspectiva de género, en su caso; Argumentos que la sustenten; Fundamento legal; Denominación del proyecto de ley o decreto; Ordenamientos a modificar; Texto normativo propuesto; Artículos transitorios; Lugar; Fecha, y Nombre y rúbrica del iniciador.

V.- CUADRO COMPARATIVO DEL TEXTO VIGENTE Y DEL TEXTO QUE SE PROPONE.

TEXTO VIGENTE	TEXTO QUE SE PROPONE
<p>LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR</p> <p>ARTÍCULO 16.- Los proveedores y empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios están obligados a informar gratuitamente a cualquier persona que lo solicite si mantienen información acerca de ella. De existir dicha información, deberán ponerla a su disposición si ella misma o su representante lo solicita, e informar acerca de qué información han compartido con terceros y la identidad de esos terceros, así como las recomendaciones que hayan efectuado. La respuesta a cada solicitud deberá darse dentro de los treinta días siguientes a su presentación. En caso de existir alguna ambigüedad o inexactitud en la información de un consumidor, éste se la deberá hacer notar al proveedor o a la empresa, quien deberá efectuar dentro de un plazo de treinta días contados a partir de la fecha en que se le haya hecho la solicitud, las correcciones que fundadamente indique el consumidor, e informar las correcciones a los terceros a quienes les haya entregado dicha información.</p>	<p>PROYECTO DE DECRETO QUE REFORMA LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN POSESIÓN DE PARTICULARES Y LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.</p> <p>Artículo Primero. Se reforman los artículos 16, 17, 18, 18 Bis y 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:</p> <p>Artículo 16. ...</p>

Para los efectos de esta ley, se entiende por fines mercadotécnicos o publicitarios el ofrecimiento y promoción de bienes, productos o servicios a consumidores.

ARTÍCULO 17.- En la publicidad que se envíe a los consumidores se deberá indicar el nombre, domicilio, teléfono y, en su defecto, la dirección electrónica del proveedor; de la empresa que, en su caso, envíe la publicidad a nombre del proveedor, y de la Procuraduría.

No tiene correlativo

El consumidor podrá exigir directamente a proveedores específicos y a empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios, no ser molestado en su domicilio, lugar de trabajo, dirección electrónica o por cualquier otro medio, para ofrecerle bienes, productos o servicios, y que no le envíen publicidad. Asimismo, el consumidor podrá exigir en todo momento a proveedores y a empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios, que la información relativa a él mismo no sea cedida o transmitida a terceros, salvo que dicha cesión o transmisión sea determinada por una autoridad judicial.

Las empresas, negocios, proveedores o instituciones bancarias tienen prohibido realizar llamadas telefónicas o contactarse por cualquier medio con los consumidores, con fines mercadotécnicos o publicitarios, ya sea por medios propios o a través de terceros, sin que previamente cuenten con una autorización expresa del consumidor.

Artículo 17. ...

Solo podrá otorgarse publicidad a los consumidores con su consentimiento expreso debidamente registrado conforme al artículo 18 de esta Ley.

El consumidor podrá exigir directamente a proveedores específicos y a empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios, no ser molestado en su domicilio, lugar de trabajo, dirección electrónica, **vía telefónica** o por cualquier otro medio, para ofrecerle bienes, productos o servicios, y que no le envíen publicidad. Asimismo, el consumidor podrá exigir en todo momento a proveedores y a empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios, que la información relativa a él mismo no sea cedida o transmitida a terceros, salvo que dicha cesión o transmisión sea determinada por una autoridad judicial.

ARTÍCULO 18.- La Procuraduría *podrá* llevar, en su caso, un registro público de consumidores que *no* deseen que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios. *Los consumidores podrán comunicar por escrito o por correo electrónico a la Procuraduría su solicitud de inscripción en dicho registro, el cual será gratuito.*

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

ARTÍCULO 32.- La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables, claros y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de

Artículo 18. La Procuraduría llevará, en su caso, un registro público de consumidores que **deseen** que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios. **Para tal efecto los proveedores y las empresas deberán notificar a la Procuraduría que consumidores han expresado su voluntad de recibir esta información, acompañando la autorización respectiva.**

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 **y enviarles** publicidad a los consumidores **que no hayan otorgado expresamente su consentimiento para tal efecto.** 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.

Los proveedores y las empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios deberán notificar la autorización expresa del consumidor a la Procuraduría para efectos del registro contemplado en el artículo anterior, de forma previa al envío de información.

Artículo 32. La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, **sin afectar la esfera personal del consumidor,** deberán ser veraces, comprobables, claros y exentos de textos, diálogos,

origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas.

...
...
...
...
...
...
...

sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas.

...
...
...
...
...
...
...

**LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS
PERSONALES EN POSESIÓN DE LOS PARTICULARES.**

Artículo 7.- Los datos personales deberán recabarse y tratarse de manera lícita conforme a las disposiciones establecidas por esta Ley y demás normatividad aplicable.

La obtención de datos personales no debe hacerse a través de medios engañosos o fraudulentos.

...

Artículo Segundo. Se **reforman** los artículos 7, 8, 15, 16, 19, 36, 64y se adiciona el artículo 27 Bis y una fracción IX al artículo 63, recorriendo los demás en su orden, todos de la Ley Federal de Protección de Datos en Posesión de Particulares, para quedar como sigue:

Artículo 7. ...

La obtención de datos personales no debe hacerse a través de medios engañosos o fraudulentos **y solo podrá utilizarse con fines mercadotécnicos o publicitarios mediante consentimiento expreso del titular, otorgado en instrumento por separado del Aviso de Privacidad.**

...

Artículo 8.- Todo tratamiento de datos personales estará sujeto al consentimiento de su titular, salvo las excepciones previstas por la presente Ley.

El consentimiento será expreso cuando la voluntad se manifieste verbalmente, por escrito, por medios electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, o por signos inequívocos.

...
...

El consentimiento podrá ser revocado en cualquier momento sin que se le atribuyan efectos retroactivos. Para revocar el consentimiento, el responsable deberá, en el aviso de privacidad, establecer los mecanismos y procedimientos para ello.

Artículo 15.- El responsable tendrá la obligación de informar a los titulares de los datos, la información que se recaba de ellos y con qué fines, a través del aviso de privacidad.

No tiene correlativo

Artículo 8. Todo tratamiento de datos personales estará sujeto al consentimiento **expreso** de su titular, **ya sea verbalmente, por escrito, por medios electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, o por signos inequívocos** salvo las excepciones previstas por la presente Ley.

El consentimiento **podrá ser revocado en cualquier momento sin que se le atribuyan efectos retroactivos. Para revocar el consentimiento, el responsable deberá, en el aviso de privacidad, establecer los mecanismos y procedimientos para ello.**

...
...

El responsable o a quien se hayan transferido legalmente los datos personales, podrán utilizarlos para información o ventas por cualquier medio telefónico, electrónico o físico, siempre que cuente con consentimiento expreso del titular y sea uno de los objetos fines de la empresa.

Artículo 15. ...

En ese mismo informe se deberá establecer si desea o no recibir llamadas telefónicas para la información de ventas o servicios por parte de las empresas.

Artículo 16.- El aviso de privacidad deberá contener, al menos, la siguiente información:

I al VI. ...

No tiene correlativo

...

Artículo 19.- Todo responsable que lleve a cabo tratamiento de datos personales deberá establecer y mantener medidas de seguridad administrativas, técnicas y físicas que permitan proteger los datos personales contra daño, pérdida, alteración, destrucción o el uso, acceso o tratamiento no autorizado.

Los responsables no adoptarán medidas de seguridad menores a aquellas que mantengan para el manejo de su información. Asimismo se tomará en cuenta el riesgo existente, las posibles consecuencias para los titulares, la sensibilidad de los datos y el desarrollo tecnológico.

No tiene correlativo

Artículo 16. ...

...

Las finalidades específicas del tratamiento de datos;

I. a VI. ...

VII. El derecho del titular a que sus datos no sean utilizados con fines mercadotécnicos o publicitarios, conforme el artículo 17 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Artículo 19. Todo responsable que lleve a cabo tratamiento de datos personales deberá establecer y mantener medidas de seguridad administrativas, técnicas y físicas que permitan proteger los datos personales contra daño, pérdida, alteración, destrucción, **utilización comercial indebida** o el uso, acceso o tratamiento no autorizado. Los responsables no adoptarán medidas de seguridad menores a aquellas que mantengan para el manejo de su información. Asimismo, se tomará en cuenta el riesgo existente, las posibles consecuencias para los titulares, la sensibilidad de los datos y el desarrollo tecnológico.

Artículo 27 Bis. El titular de los datos personales podrá solicitar en cualquier momento que los mismos no sean utilizados con fines mercadotécnicos o publicitarios.

Artículo 36.- Cuando el responsable pretenda transferir los datos personales a terceros nacionales o extranjeros, distintos del encargado, deberá comunicar a éstos el aviso de privacidad y las finalidades a las que el titular sujetó su tratamiento.

El tratamiento de los datos se hará conforme a lo convenido en el aviso de privacidad, *el cual contendrá una cláusula en la que se indique si el titular acepta o no la transferencia de sus datos, de igual manera*, el tercero receptor, asumirá las mismas obligaciones que correspondan al responsable que transfirió los datos.

Artículo 63.- Constituyen infracciones a esta Ley, las siguientes conductas llevadas a cabo por el responsable:

I. al VIII. ...

No tiene correlativo

IX al XIX ...

Artículo 36. La transferencia de datos personales solo se podrá efectuar con consentimiento expreso y por separado del aviso de privacidad por parte del titular con las excepciones que establece esta ley.

...

El tratamiento de los datos se hará conforme a lo convenido en el aviso de privacidad, el tercero receptor, asumirá las mismas obligaciones que correspondan al responsable que transfirió los datos.

Artículo 63. ..

I a VIII. ...

IX. Utilizar los datos con fines mercadotécnicos o publicitarios no autorizados expresamente por el titular;

X. Cambiar sustancialmente la finalidad originaria del tratamiento de los datos, sin observar lo dispuesto por el artículo 12;

XI. Transferir datos a terceros sin comunicar a éstos el aviso de privacidad que contiene las limitaciones a que el titular sujetó la divulgación de los mismos;

XII. Vulnerar la seguridad de bases de datos, locales, programas o equipos, cuando resulte imputable al responsable;

XIII. Llevar a cabo la transferencia o cesión de los datos personales, fuera de los casos en que esté permitida por la Ley;

XIV. Recabar o transferir datos personales sin el consentimiento expreso del titular, en los casos en que éste sea exigible;

XV. Obstruir los actos de verificación de la autoridad;

XVI. Recabar datos en forma engañosa y fraudulenta;

XVII. Continuar con el uso ilegítimo de los datos personales cuando se ha solicitado el cese del mismo por el Instituto o los titulares;

XVIII. Tratar los datos personales de manera que se afecte o impida el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición establecidos en el artículo 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;

XIX. Crear bases de datos en contravención a lo dispuesto por el artículo 9, segundo párrafo de esta Ley, y

XX. Cualquier incumplimiento del responsable a las obligaciones establecidas a su cargo en términos de lo previsto en la presente Ley.



<p>Artículo 64.- Las infracciones a la presente Ley serán sancionadas por el Instituto con:</p> <p>I y II. ...</p> <p>III. Multa de 200 a 320,000 días de salario mínimo vigente en el Distrito Federal, en los casos previstos en las fracciones VIII a XVIII del artículo anterior, y</p> <p>IV. ...</p>	<p>Artículo 64. ...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>Multa de 200 a 320,000 días de salario mínimo vigente en el Distrito Federal, en los casos previstos en las fracciones VIII a XIX del artículo anterior, y</p> <p>...</p>
	<p style="text-align: center;">TRANSITORIO.</p> <p>Único. El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.</p>

MISG