



## ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR

No. Expediente: 2000-2PO2-14

### I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA

<b>1. Nombre de la Iniciativa.</b>	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 Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.
<b>2. Tema de la Iniciativa.</b>	
<b>3. Nombre de quien presenta la Iniciativa.</b>	Dip. Raymundo King de la Rosa.
<b>4. Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece.</b>	PRI.
<b>5. Fecha de presentación ante el Pleno de la Cámara.</b>	22 de abril de 2014.
<b>6. Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.</b>	08 de abril de 2014.
<b>7. Turno a Comisión.</b>	Unidas de Gobernación y de Hacienda y Crédito Público.

### II.- SINOPSIS

**En la Ley Federal de Protección al Consumidor:** Establecer que el consentimiento de los consumidores a las empresas para que puedan utilizar sus datos personales deberá recabarse por separado y no podrá asociarse o comprenderse en cláusulas o disposiciones con objeto diverso y en ningún caso se entenderá otorgado a personas físicas o morales diversas, aun cuando pertenezcan a un mismo grupo comercial o financiero al de la institución expresamente autorizada.



**En la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros:** Prohibir a las instituciones financieras utilizar información relativa a la base de datos de sus clientes con fines mercadotécnicos o publicitarios, así como enviar publicidad a los clientes que no hubieren manifestado expresamente su voluntad de recibirla 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.

**En la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares:** Apuntar que en ningún caso los datos transferidos podrán usarse con fines mercadotécnicos o publicitarios, salvo que medie autorización expresa de los titulares, en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor o de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, según corresponda.

### 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 y XXX del artículo 73, en relación con el artículo 28 (Ley Federal de Protección al Consumidor; la fracción X del artículo 73 (Ley de Protección y Defensa al Usuario de los Servicios Financieros) y fracción XXIX-O del artículo 73, en relación con el artículo 6, apartado A, fracción II y el artículo 16 (Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de 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:

- Incluir el fundamento legal en que se sustenta la facultad del Congreso para legislar en la materia de que se trata.
- De conformidad con la integración actual del precepto y con las reglas de técnica legislativa, se sugiere valorar la conveniencia de escribir la palabra “artículo” con mayúsculas en la Ley Federal de Protección al Consumidor, toda vez que así se cita en el precepto vigente.
- De acuerdo con las reglas de técnica legislativa, así como con la integración actual de los preceptos que se buscan reformar, utilizar puntos suspensivos para aquéllos apartados cuyo contenido subsiste en forma íntegra, evitando reproducir textualmente.
- 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 que componen los preceptos cuyo texto se desea mantener.
- De conformidad con la integración actual del precepto y con las reglas de técnica legislativa, se sugiere valorar la conveniencia de escribir las palabras “instituciones” y “financieras” con mayúsculas iniciales en la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, toda vez que así se cita en el precepto vigente.
- De conformidad con la integración actual del precepto y con las reglas de técnica legislativa, se sugiere aclarar la suerte de la fracción VII en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares.

La iniciativa 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.



<b>V.- CUADRO COMPARATIVO DEL TEXTO VIGENTE Y DEL TEXTO QUE SE PROPONE</b>	
<b>TEXTO VIGENTE</b>	<b>TEXTO QUE SE PROPONE</b>
<p><b>Ley Federal de Protección al Consumidor.</b></p> <p>ARTÍCULO 18 BIS.- ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b><u>Sin correlativo vigente</u></b></li></ul>	<p>Decreto por el que se reforma el artículo 18 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor; se reforma el párrafo cuarto y se adiciona un párrafo quinto recorriendo el orden de los subsecuentes del artículo 8o. y reforma la fracción XII del artículo 94 de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros; y Se reforma la fracción III del artículo 37 de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares</p> <p>Artículo Primero. Se reforma el artículo 18 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar en los términos siguientes:</p> <p>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 no les hubieren manifestado expresamente su voluntad de 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.</p> <p><b>El consentimiento a que se refiere el párrafo anterior deberá recabarse por separado y no podrá asociarse o comprenderse en cláusulas o disposiciones con objeto diverso y en ningún caso se entenderá otorgado a personas físicas o morales</b></p>



	diversas, aun cuando pertenezcan a un mismo grupo comercial o de negocios al de la entidad expresamente autorizada.
<p style="text-align: center;"><b>Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros.</b></p> <p>Artículo 80.- ...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>Queda prohibido a las <i>Instituciones Financieras</i> utilizar información relativa a la base de datos de sus clientes con fines mercadotécnicos o publicitarios, así como enviar publicidad a los clientes que <i>expresamente les hubieren manifestado</i> su voluntad de no recibirla o que estén inscritos en el registro a que se refiere el párrafo anterior. Las <i>Instituciones Financieras</i> que sean objeto de publicidad son corresponsables del manejo de la información de sus Clientes cuando dicha publicidad la envíen a través de terceros.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b><u>Sin correlativo vigente</u></b></li> </ul> <p>...</p> <p>...</p>	<p>Artículo Segundo. Se reforma el párrafo cuarto y se adiciona uno quinto, recorriéndose el orden de los subsecuentes del artículo 80. y se reforma la fracción XII del artículo 94 de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, para quedar en los términos siguientes:</p> <p>Artículo 80. ...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>Queda prohibido a las <b>instituciones financieras</b> utilizar información relativa a la base de datos de sus clientes con fines mercadotécnicos o publicitarios, así como enviar publicidad a los clientes que <b>no les hubieren manifestado expresamente</b> su voluntad de recibirla o que estén inscritos en el registro a que se refiere el párrafo anterior. Las <b>instituciones financieras</b> que sean objeto de publicidad son corresponsables del manejo de la información de sus Clientes cuando dicha publicidad la envíen a través de terceros.</p> <p><b>El consentimiento a que se refiere el párrafo anterior deberá recabarse por separado y no podrá asociarse o comprenderse en cláusulas o disposiciones con objeto diverso y en ningún caso se entenderá otorgado a personas físicas o morales diversas, aun cuando pertenezcan a un mismo grupo comercial o financiero al de la institución expresamente autorizada.</b></p> <p>...</p> <p>...</p>



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.

XIII. a XVII. ..

...  
...

Artículo 94. ...

I. a XI. ...

XII. Multa de 250 a 2 000 días de salario a la *institución financiera* que envíe directamente o por interpósita persona cualquiera publicidad relativa a los productos y servicios que ofrezcan las mismas *instituciones financieras* a los *usuarios* que **no hayan solicitado expresamente** que 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.

**Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares.**

Artículo 37.- Las transferencias nacionales o internacionales de datos podrán llevarse a cabo sin el consentimiento del titular cuando se dé alguno de los siguientes supuestos:

I. y II. ...

III. Cuando la transferencia sea efectuada a sociedades controladoras, subsidiarias o afiliadas bajo el control común del responsable, o a una sociedad matriz o a cualquier sociedad del mismo grupo del responsable que opere bajo los mismos procesos

Artículo Tercero. Se reforma la fracción III del artículo 37 de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares, para quedar como sigue:

Artículo 37. ...

I. y II. ...

III. Cuando la transferencia sea efectuada a sociedades controladoras, subsidiarias o afiliadas bajo el control común del responsable, o a una sociedad matriz o a cualquier sociedad del mismo grupo del responsable que opere bajo los mismos procesos



<p>y políticas internas;</p> <p>IV. a VII. ...</p>	<p>y políticas internas. <b>En ningún caso los datos transferidos podrán usarse con fines mercadotécnicos o publicitarios, salvo que medie autorización expresa de los titulares, en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor o de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, según corresponda;</b></p> <p>IV. a VI. ...</p>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b><u>Sin correlativo vigente</u></b></li></ul>	<p>Transitorio</p> <p>Único. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación</p>

MRL