

LA PROTECCIÓN DE LOS DATOS PERSONALES DE LOS CONSUMIDORES EN MÉXICO

**Claridad y control sobre su privacidad en el entorno
digital**

Ernesto Nemer Alvarez
Procurador Federal del Consumidor de
México

Berlín, Alemania – Marzo 15, 2017

Introducción

- Para México es muy relevante participar en este importante foro al que acudo a nombre de mi país y de sus 120 millones de consumidores.
- Participo como titular de la **Procuraduría Federal del Consumidor**, institución del Gobierno de la República que recientemente cumplió 41 años de existencia.
- La presencia de México en Berlín es un testimonio **del interés del gobierno del Presidente Enrique Peña Nieto** para construir estrategias que nos permitan **enfrentar los grandes retos globales** en temas tan importantes como la economía digital.
- Da realce a esta conmemoración la adhesión del **G 20** y mucha expectativa el tema que nos convoca: **construir un mundo digital en el que los consumidores puedan confiar**.
- Ser parte de este importante panel que aborda el tema de la **privacidad** resulta de la mayor importancia para México, que ha ido a la vanguardia en la **protección de los datos personales**.

Contexto

Para dimensionar el **dinamismo** de la **economía digital** en México, y el **reto de la protección al consumidor en el entorno digital**, les comparto **datos significativos**:

1. Somos la **décimo quinta economía más importante del mundo**.
2. México se encuentra en el **lugar 17 de los países más atractivos en el mundo para el desarrollo del comercio electrónico**.
3. Tenemos **236.9 millones de contratos** en servicios de telecomunicaciones (internet, telefonía móvil y fija, TV de paga), cifra que duplica el número de habitantes.
4. Actualmente, existen **87.3 millones de suscripciones de Internet**, de los cuales la **Banda Ancha Fija representa el 18%** y la **Banda Ancha Móvil el 82%**.
5. El **monto de las operaciones del comercio en línea en México** en 2015, fue de **16.22 billones de dólares**, mostrando un crecimiento del 59% respecto a las cifras de 2014, cuando su valor fue de 12.2 billones de dólares.

México ha dado **cuatro pasos relevantes** en la protección de los datos personales de los consumidores:

Primero: La Ley Federal de Protección al Consumidor del año 1992, fue reformada en el año 2000 para establecer como uno de sus fines:

“La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología **y la adecuada utilización de los datos aportados**”

Segundo: También se adicionó un capítulo a la misma Ley sobre “Los Derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología”, determinándose que:

“El **proveedor utilizará la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial**, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del propio consumidor o por requerimiento de autoridad competente”.

Tercero: El 4 de febrero de 2004 en una nueva reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor, se implementó el **Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP)**, mecanismo de protección a los consumidores para **no ser molestados con publicidad no deseada**, mediante llamadas telefónicas y mensajes de texto o que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios. A la fecha hay 1.4 millones de registros.

Cuarto: Este mismo año se crea en la PROFECO el “**monitoreo de tiendas virtuales**”. De 10 cuestiones que revisamos, la número 1 es la relativa a **política o aviso de privacidad**; es decir, revisamos que los sitios especifiquen qué información personal recopilan y cuál es el uso que se le da. Se han monitoreado, 1605 tiendas virtuales de 2014 a la fecha.

Retos y nuevas acciones:

Si bien, **nuestra Ley ya establece la protección real y efectiva** de los consumidores en las transacciones electrónicas o de cualquier otra tecnología y la protección de los datos personales de los usuarios, el 15 de octubre de 2015 se presentó ante el Senado Mexicano una iniciativa de reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor, para **dar mayor fuerza a la misma y ampliar los derechos** en esta materia, misma que sigue siendo analizada en el Congreso Mexicano.

Trabajamos para dar más efecto a las “Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor”, sobre la **PROTECCIÓN DE LA PRIVACIDAD DE LOS CONSUMIDORES**

Además de lo que nuestra Ley reconoce sobre el derecho de los consumidores a la **privacidad**, el 22 de agosto de 2016 se suscribió un acuerdo entre la Profeco y **el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI)**, para fortalecer la protección de los ciudadanos en las transacciones comerciales.

Este acuerdo también refuerza la protección ante casos de **robo de identidad** y fomenta **cláusulas de privacidad** más claras en los contratos de adhesión.

Nos importa generar **mecanismos que ordenen los correos, mensajes y toda publicidad en línea no deseada (SPAM)**, desde el punto de vista de las violaciones a la privacidad, pero ante todo que el **consumidor mexicano tenga control sobre sus datos** en el entorno digital.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Ernesto Nemer Alvarez
Procurador Federal del Consumidor/México
Berlín, Alemania - Marzo 2017