



Ley Federal Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares



Objetivo General

Conocer los conceptos y principios de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, así como el Sistema de Gestión de Datos Personales de MEDMarketing.

¿Qué es la LFDPPPP?

El objeto de esta Ley es: “la protección de los datos personales en posesión de los particulares, con la finalidad de regular su tratamiento legítimo, controlado e informado, a efecto de garantizar la privacidad y el derecho a la autodeterminación informativa de las personas ”.

Sus disposiciones son aplicables a todas las personas físicas o morales, del sector privado que lleven a cabo el tratamiento de datos personales en el ejercicio de sus actividades, por lo tanto empresas como bancos, hospitales, escuelas, asociaciones religiosas, y profesionistas como abogados, médicos, entre otros, se encuentran obligados a cumplir con lo que establece la Ley Federal de Protección de Datos en Posesión de los Particulares.

Esta Ley fue publicada el 5 de julio de 2010 en el Diario Oficial de la Federación y entró en vigor el 6 de julio de 2010.

Alcance del sistema de SGDP

MEDMarketing ha establecido que el alcance del SGDP comprende los procesos de reclutamiento y selección, contratación, capacitación y operativos que intervienen en la entrega del servicio de Telemarketing, específicamente en el caso donde el cliente nos hace la entrega de la Base de Datos personales (BD); el servicio de Telemarketing incluye procesar, almacenar y transmitir dicha información.

Sistema de Gestión de Datos Personales

El Sistema de Gestión de Datos Personales (SGDP) en MED Marketing tiene como objetivo:

- 1. Asegurar la protección de los activos de información que intervengan en el tratamiento de datos personales a través de la implantación y mejora continua de un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) en periodos de un año.**
- 2. Atender y dar respuesta en tiempo y forma al 100% de las quejas, aclaraciones, apelaciones y solicitud de derechos ARCO que realicen a MEDMarketing todas las partes interesadas apegándose a los tiempos establecidos en el Reglamento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares, en periodos de un año.**

Sistema de Gestión de Datos Personales

3. Lograr la capacitación y concientización al menos del 90% de todo el personal que labora en MEDMarketing en un lapso de un año calendario.

La aplicación de un SGDP se convierte en una estrategia para hacer frente a los riesgos de seguridad y las amenazas informáticas que pueden atentar contra la confidencialidad, integridad o disponibilidad de los datos personales, además de otras propiedades de la información que deban cumplirse.



Implementar medidas de
seguridad



Cumplimiento
cotidiano con las
medidas de
seguridad

Política de Datos Personales

MEDMarketing, comprometido con el cumplimiento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares (LFPDPPP) establece el Sistema de Gestión de Datos Personales (SGDP), alcanzando totalmente sus objetivos establecidos y aplicando activamente los principios de licitud, finalidad, lealtad, consentimiento, calidad, proporcionalidad, información y responsabilidad de los datos personales.

Siempre a través del compromiso de la Dirección General que brinda los recursos para operar este SGDP para los clientes del servicio de Telemarketing.

Principios en materia de protección de datos personales

(Art. 6 a 18 de la LFPDPPP y 9 a 48 de su Reglamento)



LICITUD

Tratamiento conforme a la normatividad.



FINALIDAD

Objeto para el que se tratan datos personales.



LEALTAD

Protección de los intereses del titular y su expectativa razonable de privacidad.



CONSENTIMIENTO

Acto en el que el titular aprueba el tratamiento.
Características.
Mecanismos de Manifestación.



CALIDAD

Tratamiento solamente de datos exactos, completos, correctos y actualizados.



PROPORCIONALIDAD

Tratamiento solamente de datos adecuados relevantes y estrictamente necesarios.



INFORMACIÓN

AVISO DE PRIVACIDAD
A)Tipos: Integral, corto y simplificado.
B)Requisitos.



RESPONSABILIDAD

Implementación de mecanismos para cumplimiento de principios, deberes y obligaciones.

Qué son los datos personales?

Artículo 3 fracción V

Cualquier información concerniente a una persona física identificada o identificable.

Entre los datos se encuentran los que identifican a la persona o aquellos que permiten comunicación con su titular, así como datos de empleo, características físicas y patrimoniales.



Datos personales sensibles

Artículo 3 fracción VI.-

Aquellos datos personales que afecten a la esfera más íntima de su titular, o cuya utilización indebida pueda dar origen a discriminación o conlleve un riesgo grave para éste.

Se consideran sensibles aquellos que puedan revelar aspectos como origen racial o étnico, estado de salud presente y futuro, información genética, creencias religiosas, filosóficas y morales, afiliación sindical, opiniones políticas, preferencia sexual.





Actores

1. Titular de la Información

La persona física a quien corresponden los datos personales.

2. Responsable de la información

Persona física o moral de carácter privado que decide sobre el tratamiento de datos personales..

3. Encargado

La persona física o jurídica que sola o conjuntamente con otras trate datos personales por cuenta del responsable.

4. Tercero

La persona física o moral, nacional o extranjera, distinta del titular o del responsable de los datos

Titulares de los datos personales



De manera general, las empresas tratan datos personales de los siguientes titulares:

- Candidato a empleado / Empleados
- Clientes
- Proveedores
- Público en general

Los datos personales pertenecen a su titular, no a las organizaciones y empresas que los usen.

Ciclo de vida de los datos personales

El ciclo de vida de los datos personales considera todas las etapas por las pasa un dato personal desde que es recabado hasta su cancelación





PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES CONOCE CUÁLES SON TUS DERECHOS

DERECHO DE ACCESO

El titular tendrá el derecho de solicitar el acceso a sus datos personales que obren en posesión del responsable, así como a conocer cualquier información relacionada con las condiciones generales y específicas de su tratamiento.

DERECHO DE OPOSICIÓN

El titular podrá oponerse al tratamiento de sus datos cuando:

- a. Tenga una razón legítima derivada de su situación particular.
- b. El tratamiento de sus datos personales tenga por objeto la mercadotecnia directa, incluida la elaboración de perfiles, en la medida que esté relacionada con dicha actividad.

DERECHO DE RECTIFICACIÓN

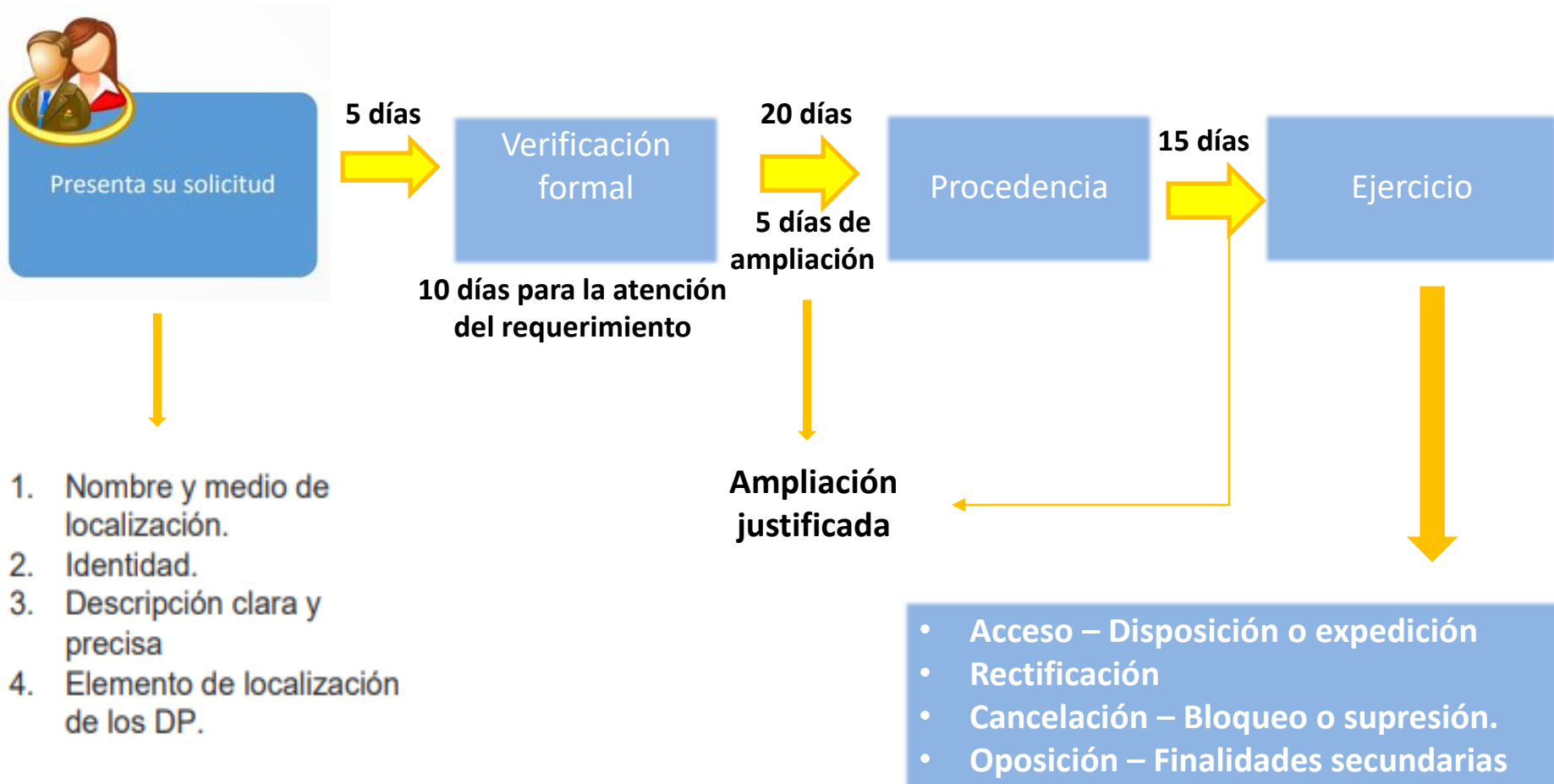
El titular tendrá el derecho a obtener del responsable la rectificación o corrección de sus datos personales, cuando éstos resulten ser inexactos, incompletos o no se encuentren actualizados.

DERECHO DE CANCELACIÓN

El titular tendrá derecho a solicitar la cancelación o supresión de sus datos personales de los archivos, registros, expedientes y sistemas del responsable, a fin de que los mismos ya no estén en su posesión y dejen de ser tratados por este último.



Ejercicio del los derechos ARCO



Autoridad



Instituto Nacional de Transparencia. Acceso a la Información y Protección de Datos Personales

Difundir el conocimiento del derecho a la protección de datos personales

Promover el ejercicio de la protección de datos personales

Vigilar el cumplimiento de la ley

AVISO DE PRIVACIDAD

Es un **documento físico, electrónico o sonoro**, a través del cual, el responsable informa al titular sobre la existencia y características principales del tratamiento al que serán sometidos sus datos personales.

El aviso de privacidad tiene como **propósito principal** establecer y delimitar el alcance, términos y condiciones del manejo de los datos personales.

De esta forma, el titular puede tomar decisiones con relación a sus datos personales y mantener el control y disposición de su información.

Puedes consultar el aviso de privacidad en:
<http://www.medc.com.mx>



Departamento de Datos Personales

Dentro de nuestra organización contamos con un Departamento de datos personales, algunas de sus funciones son:

- Dar tratamiento a las solicitudes de los titulares para el ejercicio de los derechos que refiere la Ley,
 - Fomentar la protección de datos personales al interior de la organización.
-
- **CISO (Chief Information Security Officer)**
 - **Gerente de Calidad**
 - **Coordinadora de response**
 - **Documentador**
 - **Directora de Proyectos**



SANCIONES E INFRACCIONES

C. Procedimiento de Imposición de Sanciones

| Días de SMV | Cantidad en pesos(1) | Número de infracciones | Total. | Total, tratándose de datos personales sensibles. |
|-------------|----------------------|------------------------|------------------|--|
| 100 | \$12,000.00 | 19 | \$228,000.00 | \$456,000.00 |
| 320,000 | \$38,400,000.00 | 19 | \$729,600,000.00 | \$1,559,200,000,000.00 |

Para la imposición de multas, el INAI toma en cuenta:

PRIMERO: La naturaleza del dato.

SEGUNDO: La notoria improcedencia de la negativa del responsable, para realizar los actos solicitados por el titular.

TERCERO: El carácter intencional o no, de la acción u omisión constitutiva de la infracción.

CUARTO: La capacidad económica del responsable, y

QUINTO: La reincidencia.

Art. 63 a 66 de LFPDPPP

SANCIONES E INFRACCIONES

Penas privativas de la libertad.

| Tipo penal | Mínima | Máxima | Datos sensibles |
|---|---------|--------|---------------------|
| Provocar vulneración de seguridad con ánimo de lucro | 3 meses | 3 años | X2 Hasta 6 años |
| Tratamiento de datos mediante engaño, aprovechando error. | 6 meses | 5 años | X2 Hasta 10 años |

Art. 63 a 66 de LFPDPPP

GRACIAS

MEDMarketing

Hablamos bien de sus productos y servicios
Promotoría y Call Center

Manuel J. Othón No. 186, Col.Tránsito
C.P. 06820, Delegación Cuauhtémoc.
www.med-marketing.com.mx