

Seminario: Las políticas preventivas y de autorregulación en la implantación de la normativa de protección de datos.



SE

Las exigencias de la autorregulación

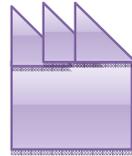
Claudia Ivette García Romero
Directora General de Comercio Interior y Economía Digital
Secretaría de Economía – México
ivette.garcia@economia.gob.mx

Cartagena de Indias, Colombia 15 de junio de 2011



Perfil de México

SE



- ❖ 11° país más poblado del mundo y el 1° entre las naciones de habla hispana
- ❖ Más de 112 millones de habitantes

- ❖ 5.1 millones unidades económicas
- ❖ 95.2% son micro empresas
- ❖ 4.3% son pequeñas
- ❖ 0.2% son grandes

- ❖ 14ª economía más grande del mundo
- ❖ El valor de las exportaciones e importaciones representa el 59.7% del PIB

- ❖ Tratados de apertura y libre comercio con más de 40 países
- ❖ EE.UU. es el destino del 80% de las exportaciones y 48% de las importaciones



Cultura de Privacidad

SE

Uno de los principales retos que enfrentan las **empresas** y los **consumidores** en nuestro país es la baja cultura de privacidad y por tanto de la protección de datos personales.



Empresas



**Cultura de
Privacidad**



Consumidores





Encuesta sobre cultura de privacidad de datos en las MiPYMES

SE

- Con el objetivo de fomentar la cultura sobre Protección de Datos Personales en las Empresas e identificar las brechas en el conocimiento actual entre las empresas la Secretaría realizó una encuesta en línea enfocada a MiPYMES
- El periodo sobre el que se reportan los respuestas comprenden del 2 de febrero al 23 de febrero de 2011
- Se establecieron sólo 9 reactivos con respuestas cerradas para facilitar el llenado y envío de información.
- Se recibieron las respuestas de 155 empresas

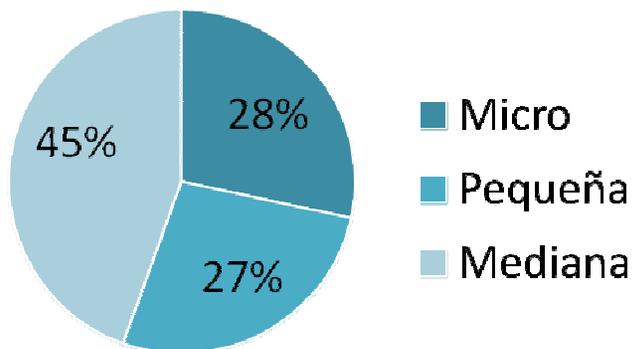




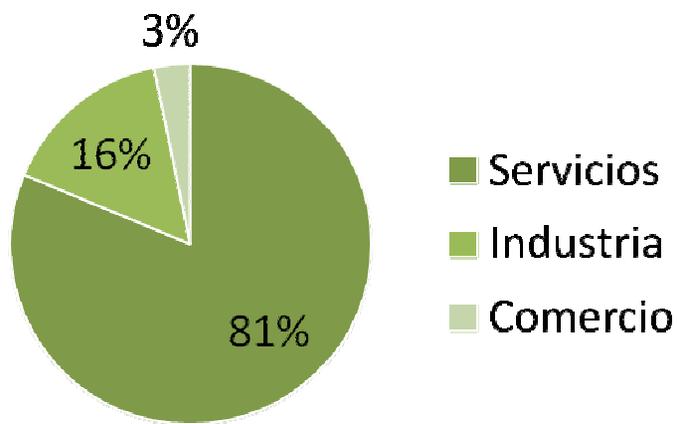
Encuesta Cultura de Privacidad: Tipo de empresa

SE

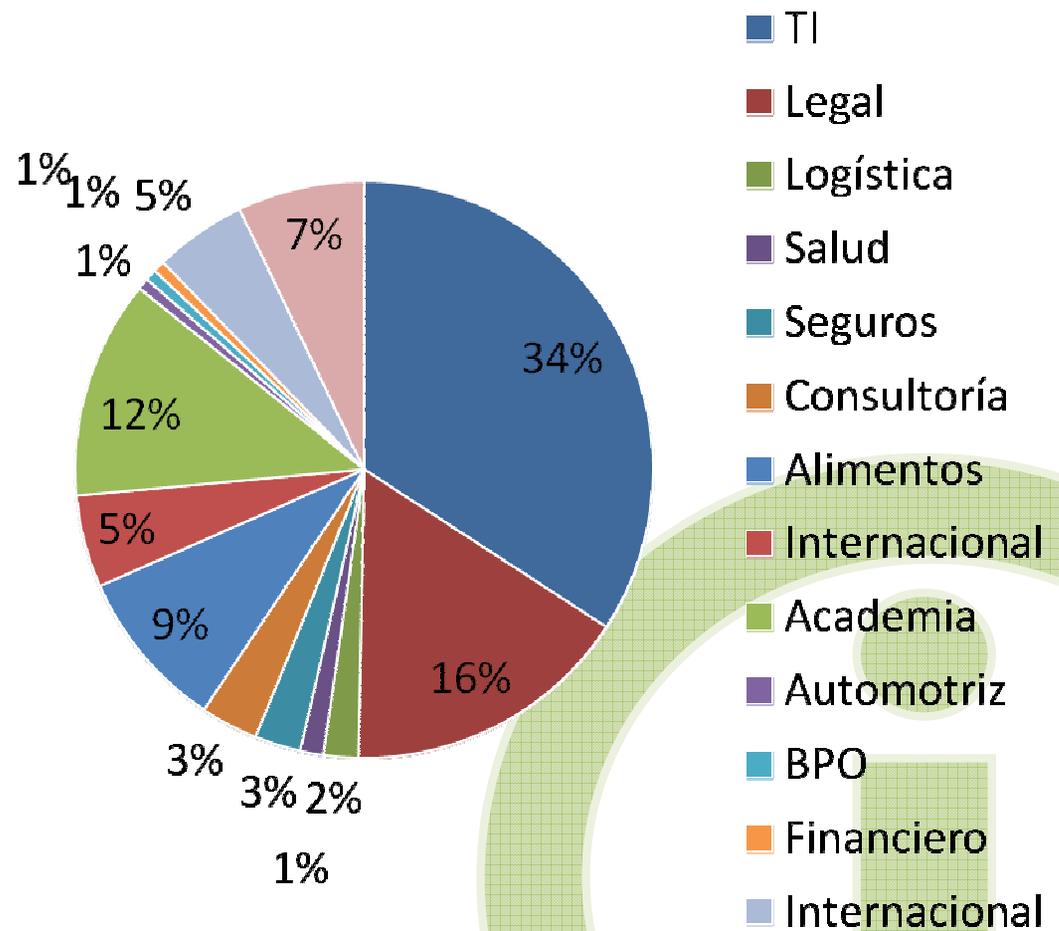
Tamaño



Sector



Giro

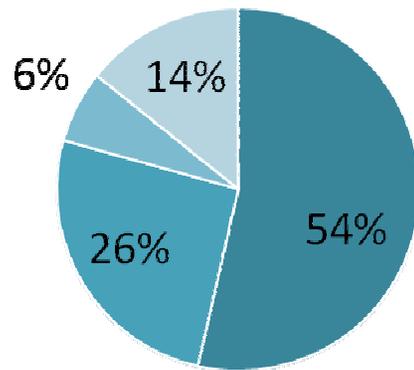




Encuesta Cultura de Privacidad: Ámbito de operación

SE

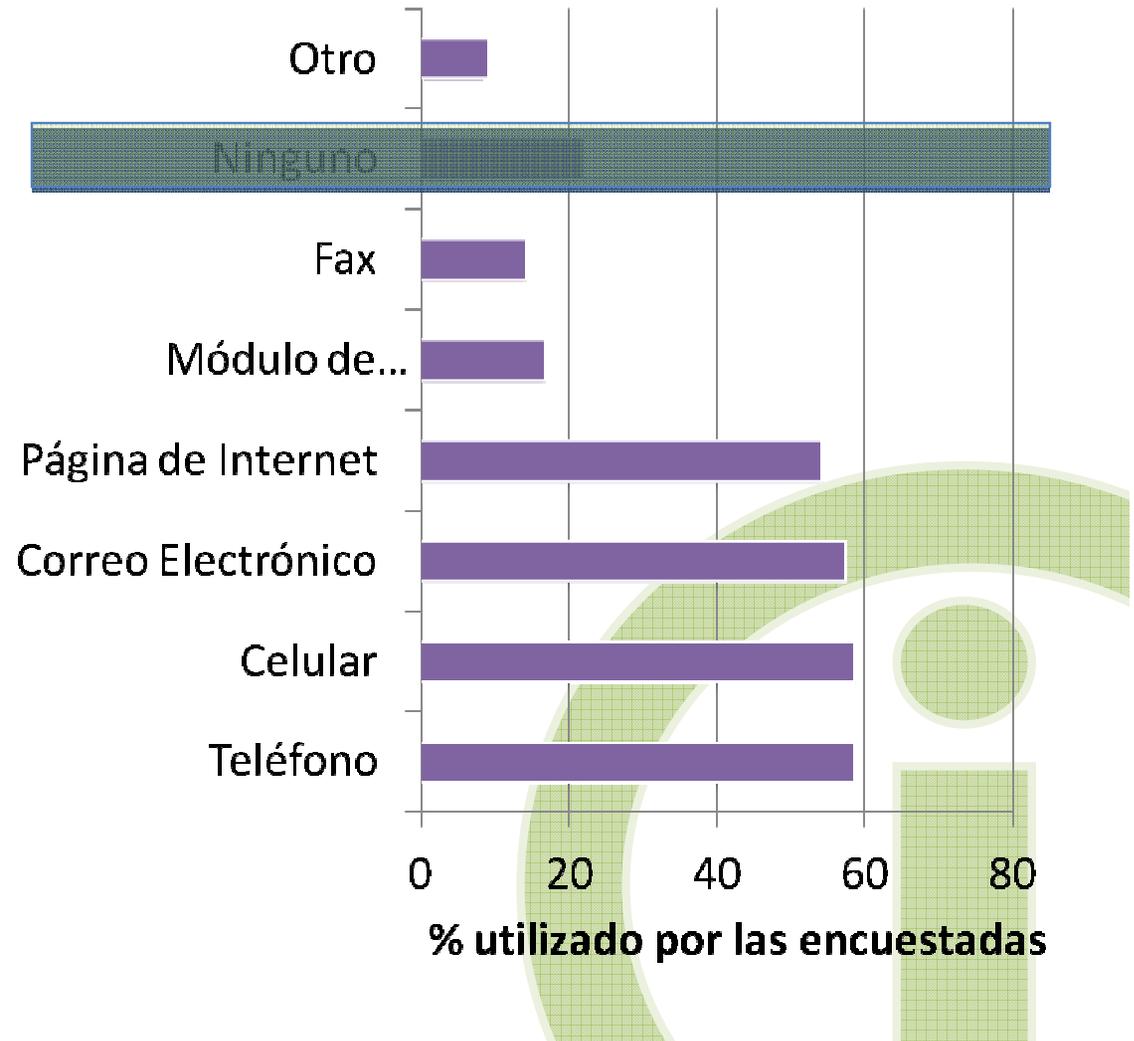
Ubicación de clientes



- Nacional
- Extranjero
- Misma ciudad
- Varios estados

Entre otros medios se señalan: chat, twitter, piezas impresas, redes sociales, vía postal

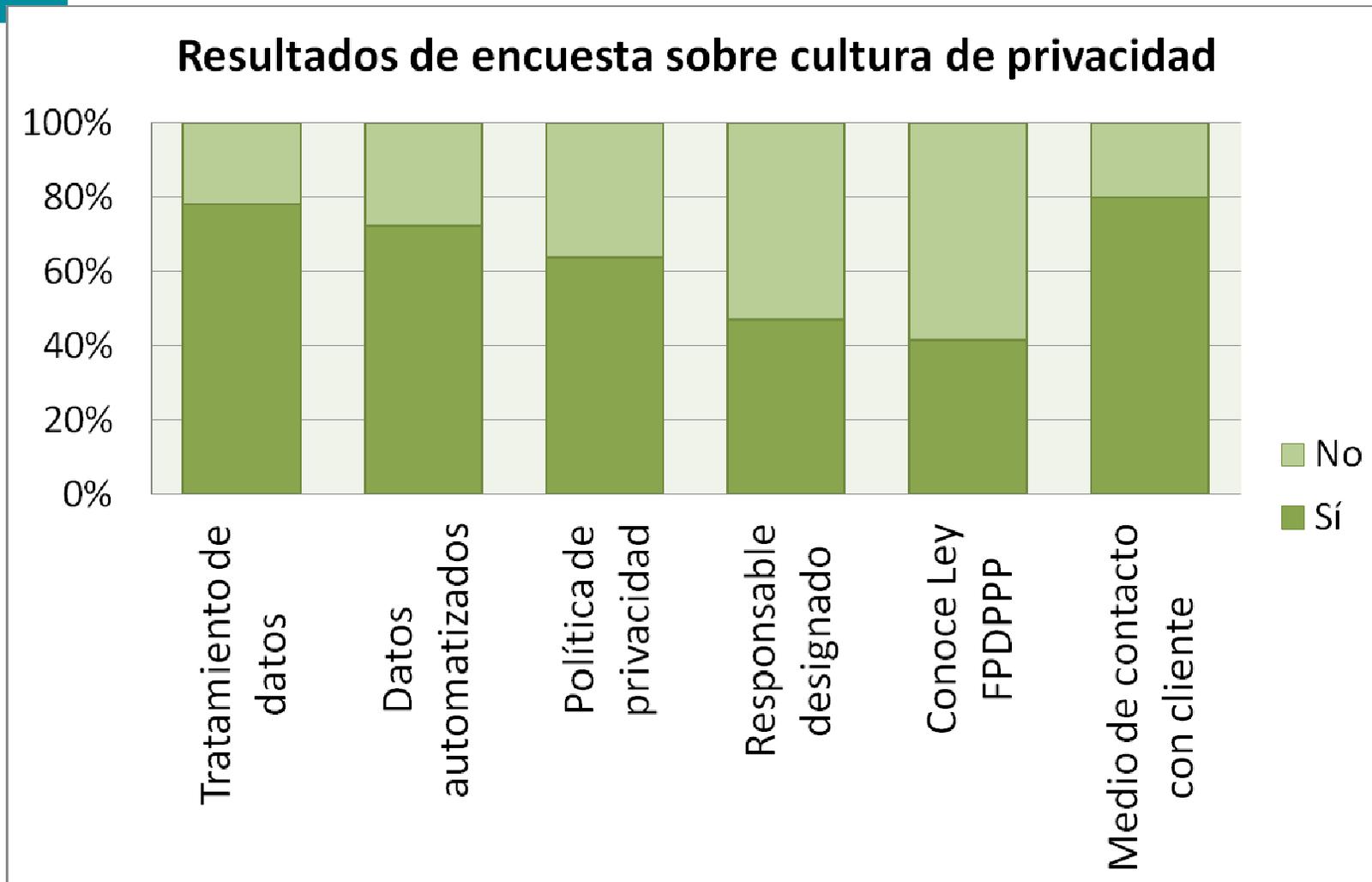
Medio de contacto con clientes





Cultura de privacidad empresarial

SE



Fuente: Encuesta realizada en línea por la DGCIED de en febrero de 2011. Participaron 155 MiPYMES



Elementos que debe considerar un Responsable

SE

Principios

- Licitud
- Consentimiento
- Información
- Calidad
- Finalidad
- Lealtad
- Proporcionalidad
- Responsabilidad

Derechos

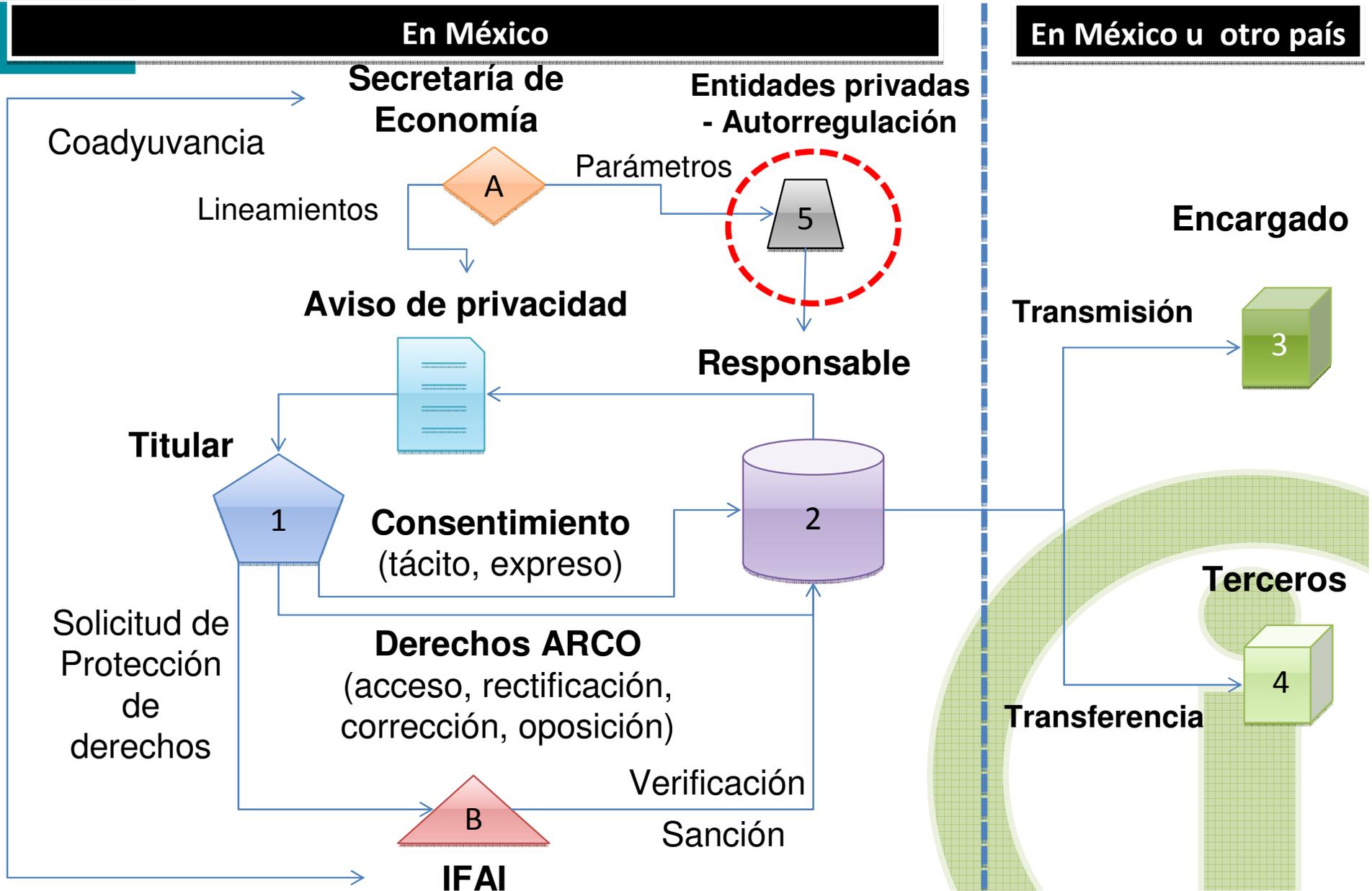
- Acceso
- Rectificación
- Cancelación
- Oposición

Deberes / Elementos

- Medidas de Seguridad
- Vulneraciones
- Confidencialidad
- Aviso de Privacidad
- Consentimiento
- Persona que fomente internamente
- Cláusulas de transferencia
- Tiempos...



Actores y Mecanismo Simplificado de aplicación de la Ley

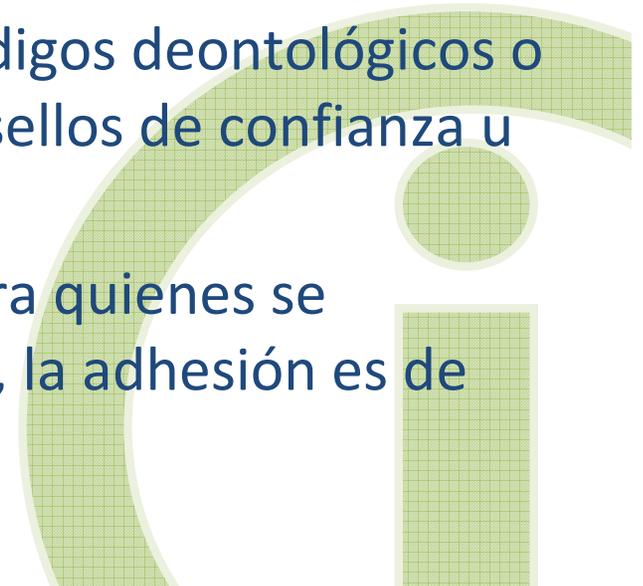




Principio de responsabilidad y autorregulación vinculante

SE

- El responsable tiene la obligación de **velar, responder**, así como de **rendir cuentas al titular** sobre el tratamiento de sus datos personales.
- Para cumplir con esta obligación, el responsable puede valerse de estándares y mejores prácticas internacionales, así como de **esquemas de autorregulación**.
- Lo anterior puede traducirse en códigos deontológicos o de buenas prácticas profesionales, sellos de confianza u otros mecanismos
- Estos esquemas son **vinculantes** para quienes se adhieran a los mismos; no obstante, la adhesión es de carácter **voluntario**





SE

Características de esquemas de autorregulación

- Contienen reglas o estándares específicos que permiten armonizar los tratamientos de datos efectuados por los adheridos y facilitar el ejercicio de los derechos de los titulares.
- Contienen mecanismos para:
 - Medir su eficacia y consecuencias
 - Medidas correctivas eficaces en caso de incumplimiento





SE

Objetivos primordiales (1/2)

- Establecer procesos y prácticas cualitativos
- Fomentar que los responsables establezcan **políticas, procesos y buenas prácticas**
- Promover que los responsables de manera voluntaria cuente con **constancias o certificaciones** sobre el cumplimiento de la Ley y mostrar su **compromiso** con la protección de datos personales
- **Identificar** a los responsables que cuenten con políticas de privacidad alineadas al cumplimiento de los principios y derechos, así como de competencia laboral

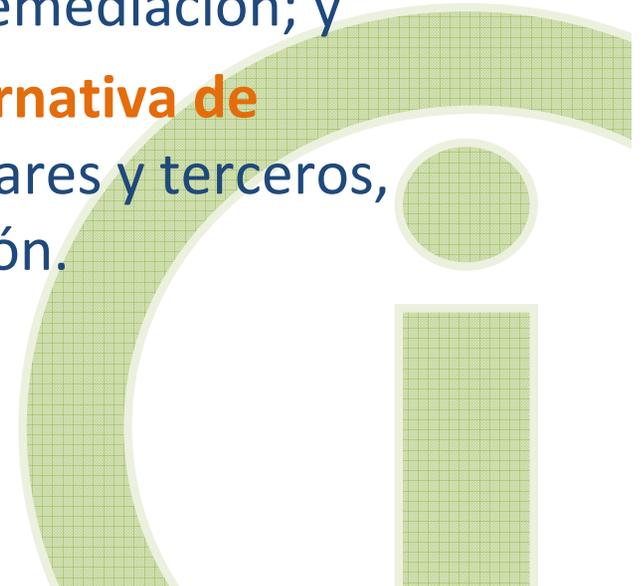




SE

Objetivos primordiales (2/2)

- Promover el compromiso de los responsables con la **rendición de cuentas** y adopción de **políticas internas** consistentes con criterios externos, así como para auspiciar mecanismos para implementar políticas de privacidad, incluyendo herramientas, transparencia, supervisión interna continua, evaluaciones de riesgo, verificaciones externas y sistemas de remediación; y
- Encauzar mecanismos de **solución alternativa de controversias** entre responsables, titulares y terceros, como son los de conciliación y mediación.

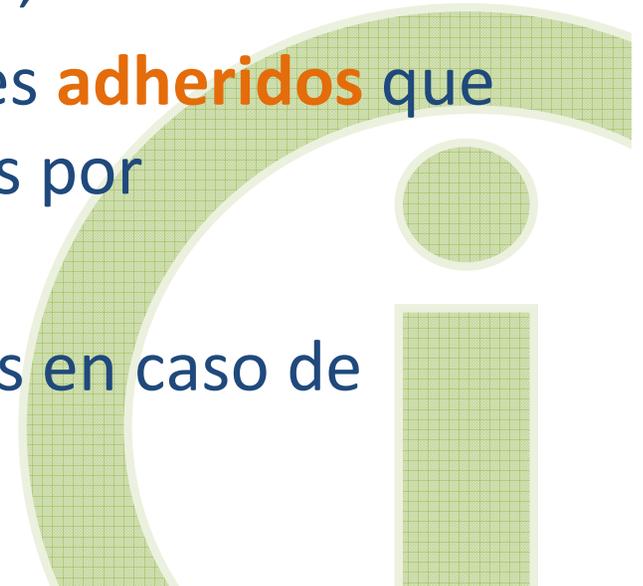




Contenido mínimo de los esquemas de autorregulación vinculante

SE

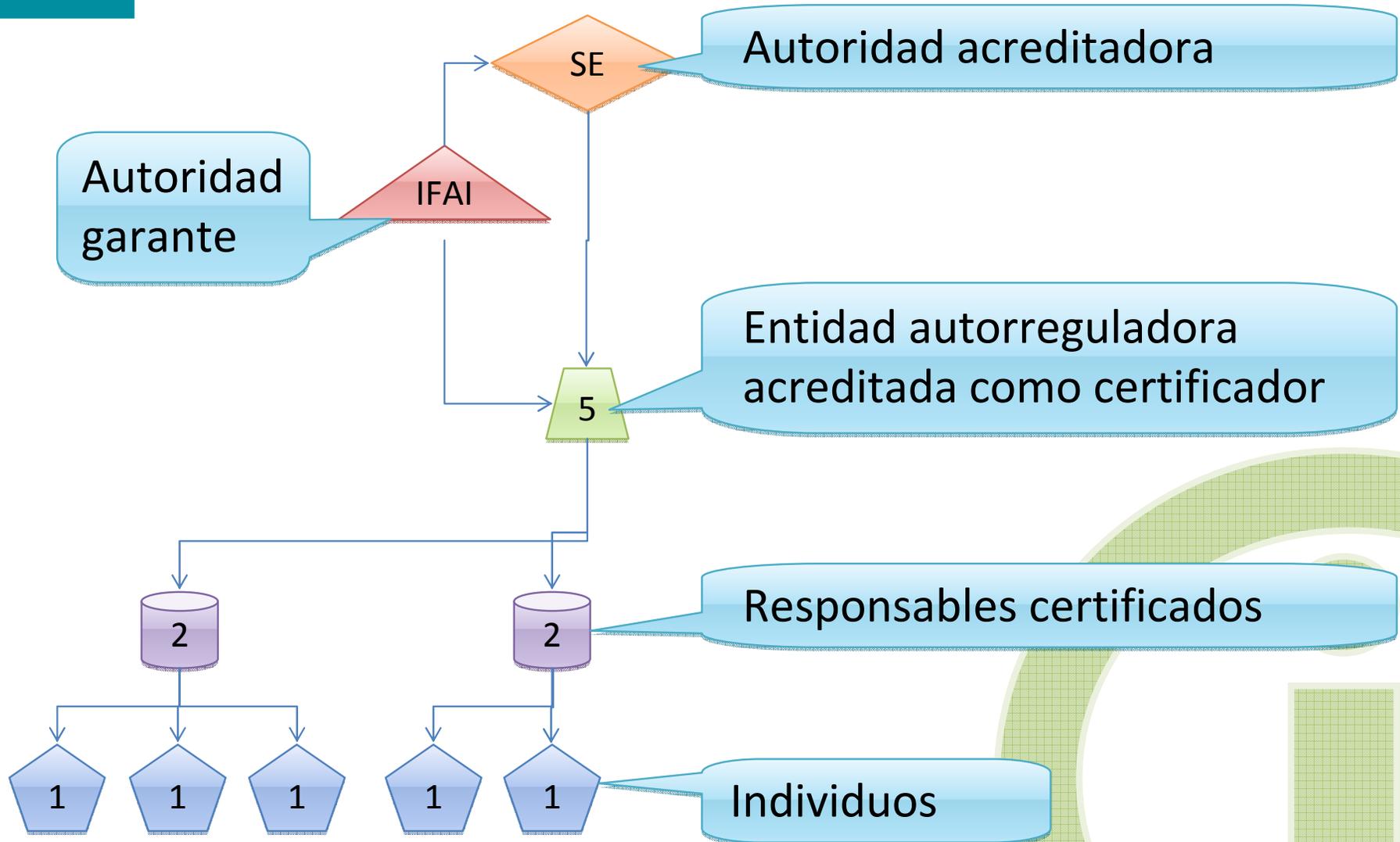
- El tipo de **esquema** convenido
- Los procedimientos o mecanismos que se emplearán para medir la **eficacia** de protección por parte de los adheridos;
- Los mecanismos para facilitar los **derechos** de los titulares de los datos personales;
- La identificación de responsables **adheridos** que satisfacen los requisitos exigidos por determinado esquema
- Las medidas **correctivas** eficaces en caso de incumplimiento.





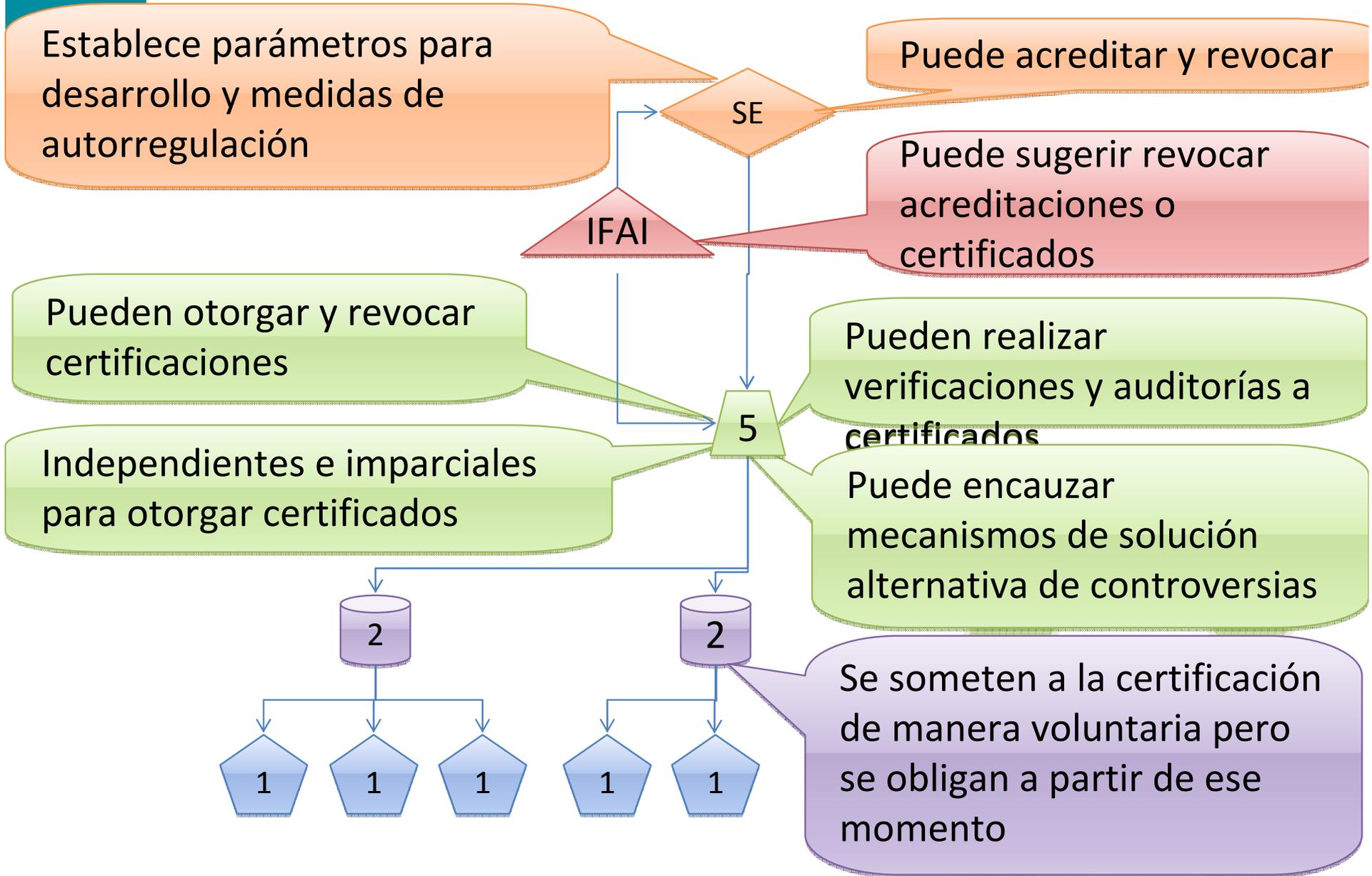
Esquemas de autorregulación reconocidos por autoridad

SE





Esquemas de autorregulación reconocidos por autoridad



Seminario: Las políticas preventivas y de autorregulación en la implantación de la normativa de protección de datos.



SE

Las exigencias de la autorregulación

Claudia Ivette García Romero
Directora General de Comercio Interior y Economía Digital
Secretaría de Economía – México
ivette.garcia@economia.gob.mx

Cartagena de Indias, Colombia 15 de junio de 2011



SE

Anexos

