



*ACCIONES DE ENFORCEMENT DE LA FTC  
CONTRA EMPRESAS TECNOLÓGICAS  
GLOBALES EN EL CONTEXTO DE PRIVACIDAD*

Michael Panzera, Esq.  
Office of International Affairs  
Federal Trade Commission  
November 2019

# CUESTIONES QUE SURGEN AL DEMANDAR A LAS CORPORACIONES MULTINACIONALES

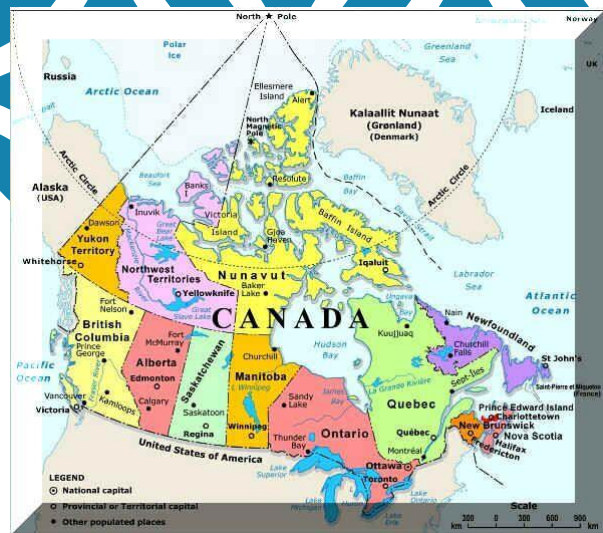
- (1) ¿Puede la FTC establecer **jurisdicción** sobre el demandado extranjero? ¿Cuáles son los **factores** relevantes?
- (2) ¿Hay una **subsidiaria en los Estados Unidos**? Si es así, ¿podemos conseguir una **reparación efectiva de conducta** a través de la subsidiaria nacional?
- (3) ¿Podemos efectuar suficiente **resarcimiento monetario** sólo de la matriz extranjera?
- (4) Si no hay una subsidiaria de EE. UU., ¿Hay alguna **forma alternativa** de efectuar un resarcimiento?
- (5) ¿Cuál es el alcance adecuado de **las órdenes derivados mediante acuerdos**?



JURISDICTION



# *FTC v. EDUCARE*



# CASE: ESTAFA POR TELEMARKETING INTERNACIONAL

En la demanda, se alegó que Educare Center Services, Inc. y Tripletel, Inc. vendieron servicios de reducción de tasas de interés de tarjetas de crédito falsas a los consumidores a través de telemarketers, incluida Prolink Vision, S.R.L., basado en la **República Dominicana**.

Se alegó que Educare y Tripletel facturaron más de \$ 11.5 millones de los consumidores a través de "órdenes de pago creadas de forma remota" (RCPO).

Cuatro **individuos canadienses en Canadá** administraron y controlaron el supuesto plan.

Dos de los demandados canadienses presentaron **peticiones de desestimación por falta de jurisdicción personal**.



# JURISDICCION SOBRE LA PERSONA: “MINIMUM CONTACTS”



“There are two types of ‘**minimum contacts**’: those that give rise to specific personal jurisdiction and those that give rise to general personal jurisdiction.” Where the plaintiff alleges specific jurisdiction, the Fifth Circuit applies a **three-step analysis**:

- (1) “minimum contacts by the defendant **purposefully directed** at the forum state”;
- (2) “**nexus** between the defendant’s contacts and the plaintiff’s claims”; and
- (3) “that the exercise of jurisdiction over the defendant be **fair and reasonable**.”

Specific jurisdiction is appropriate only where the defendant “purposefully availed itself of the privilege of conducting activities in-state, thereby invoking the benefits and protections of the forum state’s laws,” though it “**may arise incident** to the commission of a single act directed at the forum.”

Even in such a case, the litigation must “result[] from alleged **injuries that arise out of or relate to those activities**.”

# ORDER DENYING DEFENDANTS' MOTION TO DISMISS

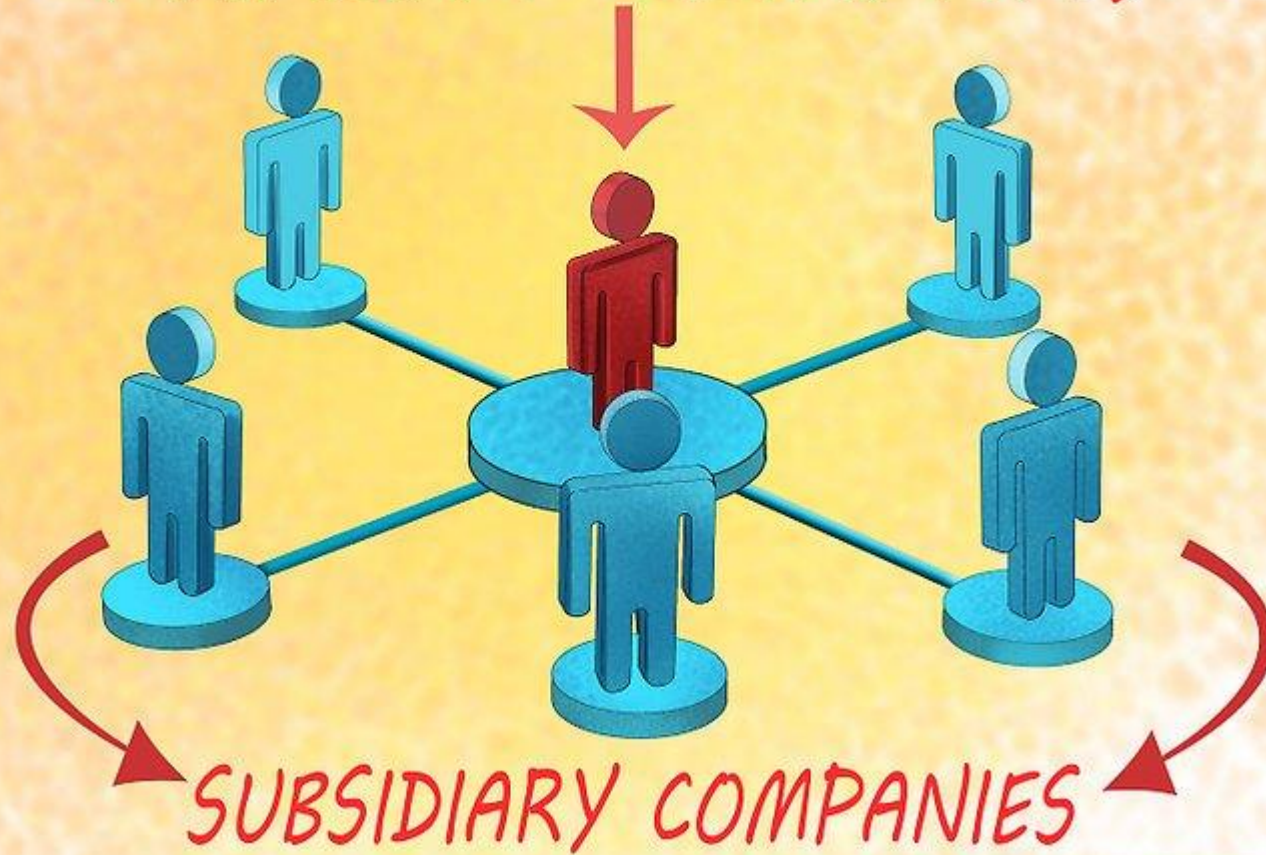
“There should be little question that targeting U.S. consumers with unlawfully deceptive telemarketing calls amounts to **purposeful availment** of the forum United States and creates a **reasonably foreseeable consequence of litigation in the forum.**

...

Indeed, the Fifth Circuit has repeatedly held that **intentionally directing misrepresentations over the phone to recipients in the forum gives rise to sufficient minimum contacts for specific personal jurisdiction. . . .**”

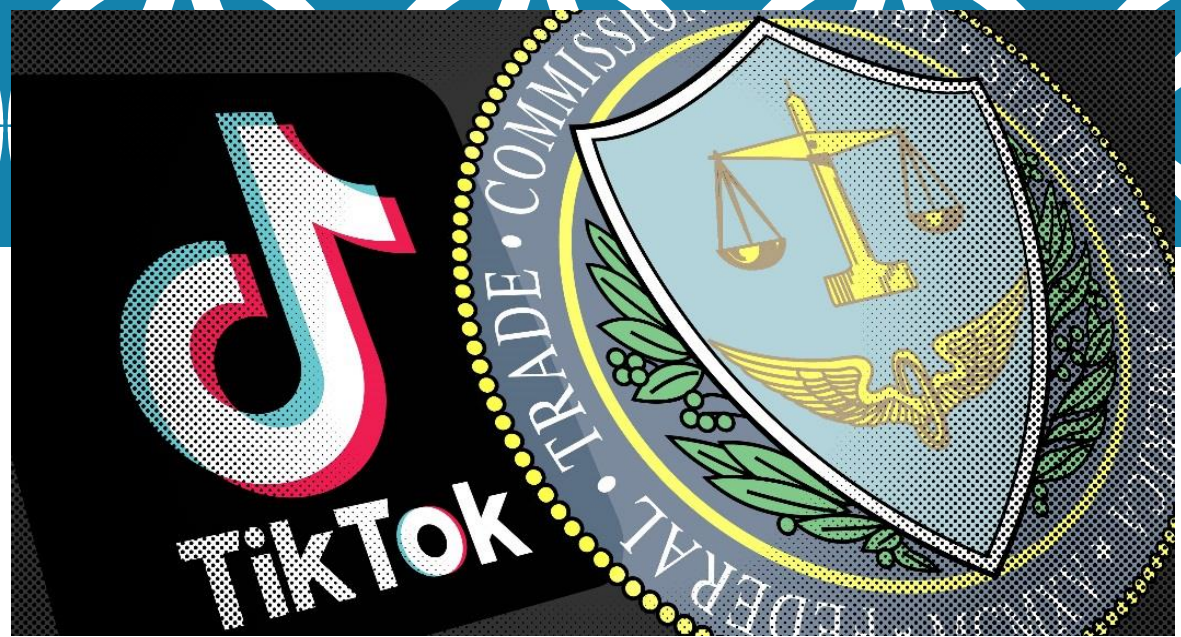


*PARENT COMPANY*





# *FTC V. MUSICAL.LY (TIK TOK)*



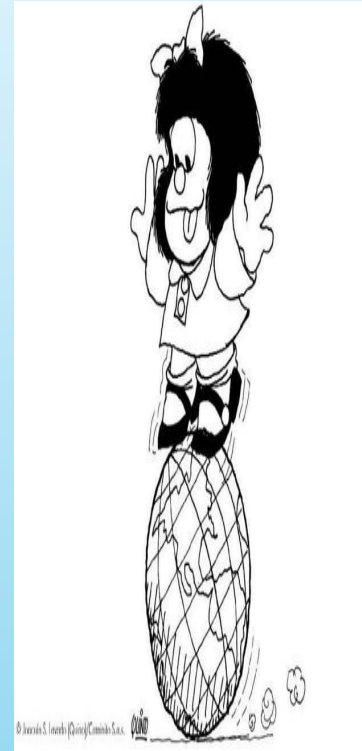
# COPPA

La definición de COPPA de "operador" incluye sitios web **con sede en el extranjero** y servicios en línea que participan en el comercio en los Estados Unidos o sus territorios.

En consecuencia, los sitios web y servicios en línea con sede en el extranjero deben cumplir con COPPA si:

- **están dirigidos a niños en los Estados Unidos, o**
- **si a sabiendas recopilan información personal de niños en los EE. UU.**

Los sitios y servicios con sede en los EE.UU. que recopilan información de **niños extranjeros** también están sujetos a COPPA.



# JURISDICCIÓN

- El demandado Musical.ly es una corporación de las Islas Caimán, con su sede principal en Shanghai.
- El otro demandado Musical.ly, Inc. es una corporación de California y es una subsidiaria de propiedad absoluta.
- Musical.ly dirigió sus actividades a los EE. UU. mediante la publicidad, el marketing y la distribución de aplicaciones móviles destinadas a los consumidores de todo Estados Unidos.
- Más de 200 millones de personas (65 millones en los EE. UU.) descargaron la aplicación.



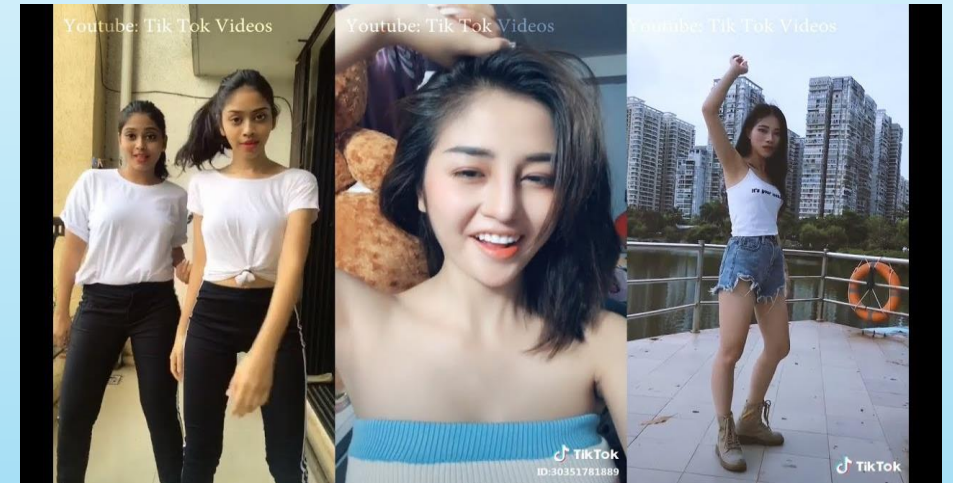
# ANTECEDENTES

**PLATAFORMA:** La aplicación ofrece a los usuarios una plataforma para crear videos y sincronizarlos con canciones populares.

**RED SOCIAL:** Una vez que los usuarios crean videos, pueden compartir sus videos públicamente. Otros usuarios pueden comentarlos y "seguirlos" para ver más de sus videos.

De forma preseleccionada, las cuentas de los usuarios estaban configuradas como "públicas", lo que significa que otros podían ver su biografía (que puede incluir su edad o grado en la escuela), su foto de perfil y nombre de usuario.

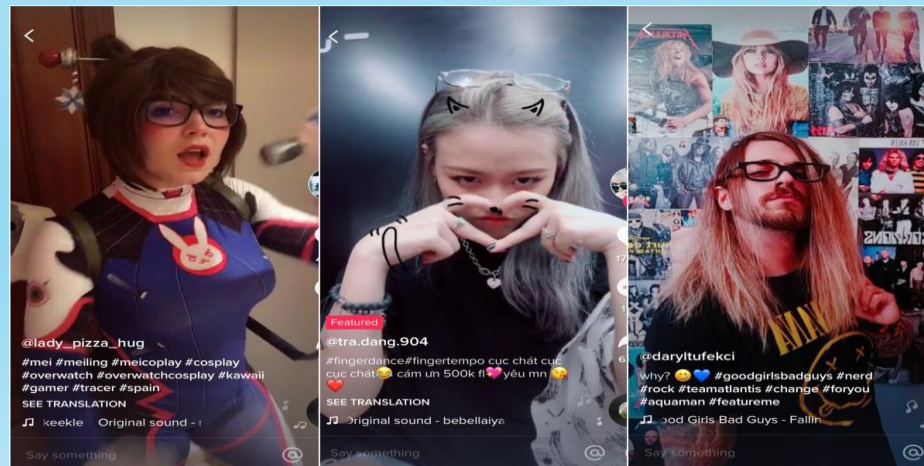
Los usuarios tenían la opción de cambiar la configuración para que solo los seguidores aprobados pudieran ver sus videos, pero aun así sus biografías, imágenes y nombres de usuario **permanecían públicos** y se podían buscar.



# ANTECEDENTES

**GEOLOCALIZACIÓN:** Hasta octubre de 2016, la aplicación incluía una pestaña "mi ciudad" que les daba a las personas **una lista de otros usuarios dentro de un radio de 50 millas.**

**CONTACTO DIRECTO:** Por defecto, la aplicación también permite que los usuarios **puedan enviar mensajes directos a cualquier otro usuario.**



# ALEGACIONES



Se alegó que Musical.ly violó COPPA al:

- No **notificar** en su sitio la información que recopilan en línea de los niños, cómo la usan y sus prácticas de divulgación,
- No dar **aviso directo** a los padres,
- No obtener el **consentimiento de los padres** antes de recopilar información personal de los niños,
- No cumplir con las **solicitudes de los padres para eliminar** la información personal recopilada de los niños, y
- **Retener** esa información personal por más tiempo del razonablemente necesario.

# ALLEGATIONS

La FTC argumentó que la jurisdicción sobre el acusado de las Islas Caimán (con su lugar principal de negocios en China) era apropiada dado que Musical.ly

(1) realizó **transacciones comerciales** en los EE. UU.

(2) dirigió deliberadamente sus actividades a los Estados Unidos mediante la **publicidad, el marketing y la distribución de aplicaciones móviles** destinadas a los consumidores de todo el país.

(3) había **formulado, dirigido, controlado (o tenía la autoridad para controlar) o participado en los actos**



# ORDEN JUDICIAL TRÁS ACUERDO DE LAS PARTES

En el acuerdo aprobado, los **demandados admitieron los hechos necesarios para establecer la jurisdicción**, pero no las alegaciones que dieron lugar a la demanda.

Los demandados acordaron pagar **\$ 5.7 millones** para resolver las acusaciones de que la compañía recopiló ilegalmente información personal de niños. Esta es la pena civil más grande jamás obtenida por la Comisión en un caso de privacidad de niños.

El acuerdo también requiere que los operadores de la aplicación **cumplan con COPPA en el futuro y eliminen todos los videos realizados por niños menores de 13 años.**





# *FTC V. D-LINK (TAIWAN)*



# ALEGACIONES EN LA DEMANDA

La FTC demandó tanto a D-Link Corporation, **una corporación taiwanesa**, como a su **subsidiaria estadounidense**, D-Link Systems, Inc.

En la demanda, se alegó que los Demandados **pusieron en riesgo la información personal sensible de los consumidores y las redes de computadoras** al diseñar, fabricar, respaldar y comercializar enrutadores, cámaras de Protocolo de Internet ("IP") y software relacionado con **fallas de seguridad** significativas.

La FTC también alegó que los Demandados **engañaron a los consumidores** estadounidenses sobre la seguridad de sus productos.

The D-Link logo is displayed in a bold, blue, sans-serif font. The 'D' is significantly larger than the other letters, and the 'i' has a distinctive dot.

# JURISDICCIÓN

D-Link intentó evitar la responsabilidad por estas prácticas alegando que el Tribunal **carece de jurisdicción sobre su persona**, argumentando que "cortó intencionalmente cualquier conexión con los EE. UU." y "**simplemente actúa como un facilitador**" entre su subsidiaria estadounidense y proveedores externos basados en Asia que fabrican y prueban sus productos.

Sin embargo, durante la investigación previa, los Demandados dieron testimonio e información estableciendo que D-Link estuvo directamente **involucrado en la conducta** alegada en la Demanda. Sobre la base de estas presentaciones, la demanda alega que D-Link:

- (1) **diseña, desarrolla y fabrica enrutadores** D-Link y cámaras IP vendidas por DLS en los EE. UU.
- (2) **finaliza los requisitos** del producto para los productos D-Link vendidos en los EE. UU.
- (3) **proporciona soporte** continuo para enrutadores y cámaras D-Link vendidos en los EE. UU., Incluso mediante **el control de la solución** de cualquier problema de diseño, usabilidad y seguridad en los productos
- (4) **realiza o adquiere todas las pruebas de seguridad** para enrutadores y cámaras D-Link que se venden en los EE. UU.



# ÓRDENES

▶ Las partes negociaron un acuerdo por el cual la empresa de Taiwán fue **eliminado como demandado** y la subsidiaria aceptaría **solicitudes para documentos/pruebas en nombre de la casa matriz**, quien respondería como si fuera una de las partes.

▶ La FTC luego negoció un acuerdo con la filial estadounidense. Se requirió:

(1) **implementar un programa de seguridad** de software integral, que incluya pasos específicos para garantizar que sus cámaras y enrutadores conectados a Internet sean seguros.

(2) durante 10 años para obtener **evaluaciones bienales**, independientes y de terceros de su programa de seguridad de software.



# *FTC V. LENOVO (CHINA)*



# ACCIÓN SÓLO CONTRA LA SUBSIDIARA

En 2017, la FTC inició una acción civil contra Lenovo (Estados Unidos) Inc., una subsidiaria de Lenovo Group Ltd., una compañía de tecnología multinacional china con sede en Beijing, China y Morrisville, Carolina del Norte.

Según la demanda de la FTC, Lenovo violó la Ley de la FTC de tres maneras:

- (1) no reveló que el software preinstalado actuaría como un intermediario entre los consumidores y los sitios web que visitaron.
- (2) instaló este software sin previo aviso o consentimiento informado
- (3) no tomó medidas razonables para evaluar y abordar los riesgos de seguridad causados por el software de terceros preinstalado.



# ACUERDO: RESARCIMIENTO / MEDIDAS

Como parte del acuerdo de 2018 con la FTC, entre otras cosas, Lenovo **tiene prohibido tergiversar cualquier característica** del software precargado en las computadoras portátiles que inyectará publicidad en las sesiones de navegación de Internet de los consumidores o transmitirá información confidencial del consumidor a terceros.

El acuerdo también requiere que Lenovo **establezca, implemente y mantenga un programa integral de seguridad de software**, y la compañía está obligada a obtener **evaluaciones bienales** independientes de ese programa de seguridad durante los próximos 20 años.





**WARNING  
LETTERS**





*FTC v. BABYBUS (FUJIAN) NETWORK  
TECHNOLOGY (CHINA)*



# CARTA DE ADVERTENCIA

En 2014, la FTC envió una carta de advertencia a BabyBus (Fujian) Network Technology Co., Ltd., un **desarrollador con sede en China** de más de 60 aplicaciones gratuitas de educación infantil móvil comercializadas para niños pequeños y niños, **notificando a la compañía sobre posibles violaciones de COPPA.** Se puso copia a Google Play.

En la carta, la FTC informó a BabyBus que parece que las aplicaciones dirigidas por niños de la compañía **recopilan de manera inadmisiblemente información de geolocalización** precisa sobre los usuarios y **transmitirla a terceros**, como redes publicitarias y compañías de análisis. La carta explicaba además que la compañía aparentemente **no obtuvo el consentimiento de los padres** antes de recopilar la información personal de los niños.



# RESULTADOS

- A la luz de la advertencia de la FTC, **Google eliminó la aplicación BabyBus** de su mercado móvil Google Play.
- Luego de la emisión de la carta, los desarrolladores de BabyBus **se comprometieron públicamente** a que sus aplicaciones cumpliesen con las leyes estadounidenses.



# ***GATOR GROUP CO. (CHINA) & TINITELL, INC. (SUECIA)***



# CARTAS DE AVERTENCIA

Los servicios en línea ofrecidos por ambas compañías parecen estar dirigidos a niños y **recopilan información precisa de geolocalización de niños.**

Las cartas indicaron que una revisión de los servicios de ambas compañías revela que:

no parecen proporcionar notificación directa de sus prácticas de recolección y

no busque el consentimiento de los padres verificable antes de recopilar, usar o divulgar información personal según lo requerido por COPPA.

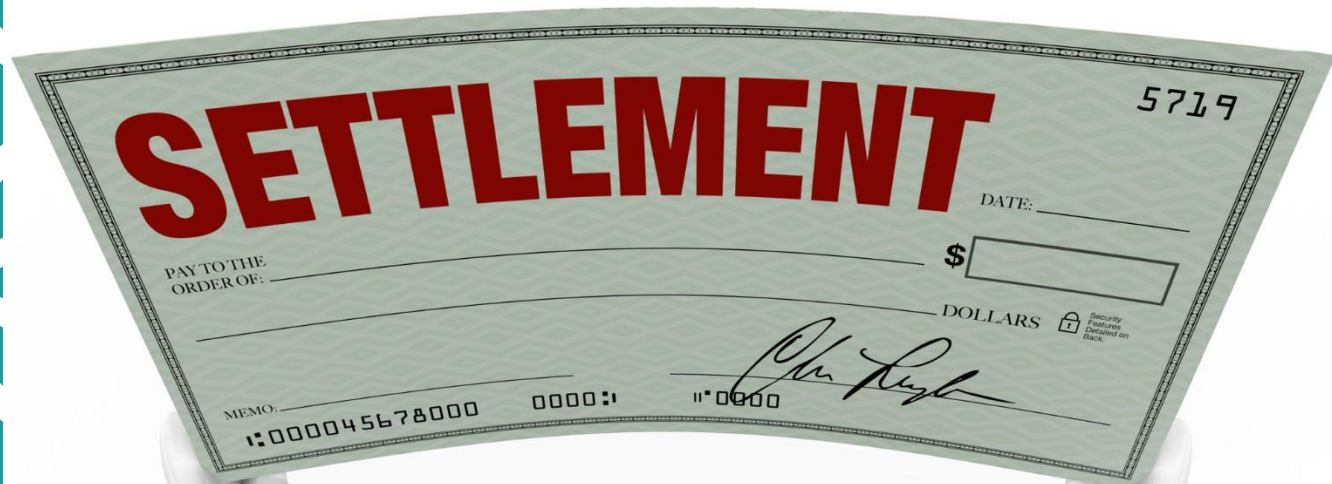
La FTC señaló que a pesar de que tienen su sede fuera de los Estados Unidos, las empresas extranjeras deben cumplir con COPPA cuando:

sus servicios están dirigidos a niños en los Estados Unidos o

a sabiendas recopilan información de niños con sede en los EE. UU.

Las cartas fueron copiadas a Apple iTunes y Google Play Store





**SETTLEMENT**

5719

DATE: \_\_\_\_\_

PAY TO THE  
ORDER OF: \_\_\_\_\_

\$ \_\_\_\_\_

DOLLARS



Security  
Features  
Detailed on  
Back

*John Smith*

MEMO: \_\_\_\_\_

⑆000045678000

0000:1

11\*0000



***FTC V. FACEBOOK***



# FTC Settlement with Facebook



\$5,000,000,000  
Unprecedented **penalty**



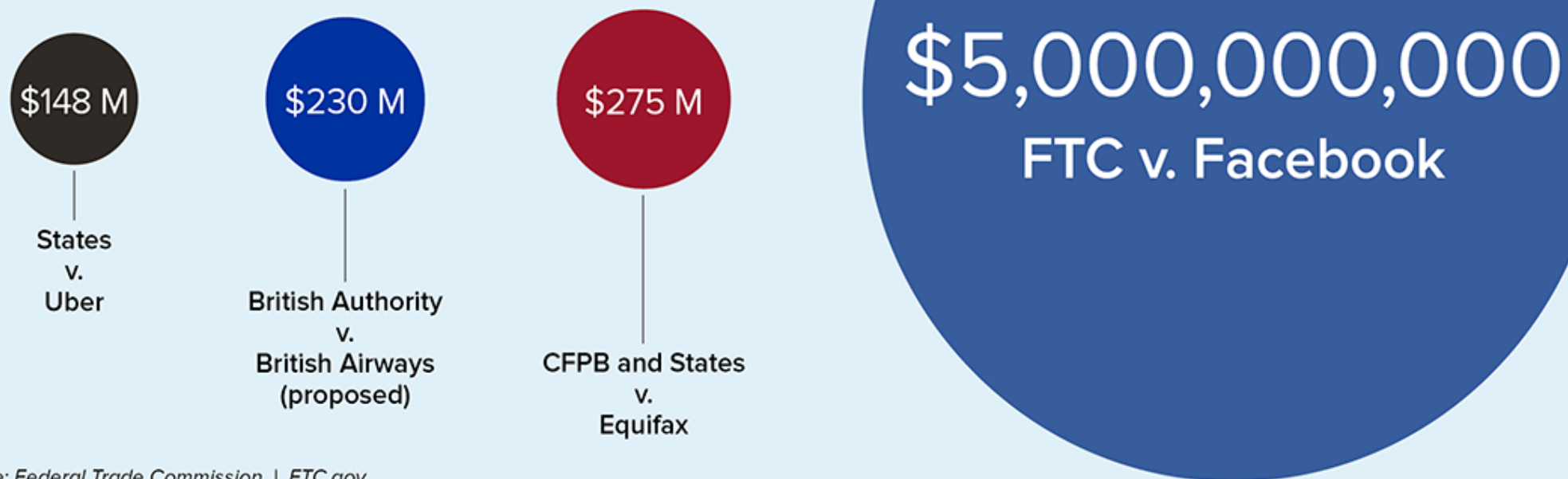
New **privacy structure**  
at Facebook



New tools for FTC  
to **monitor** Facebook



# Highest Penalties in Privacy Enforcement Actions

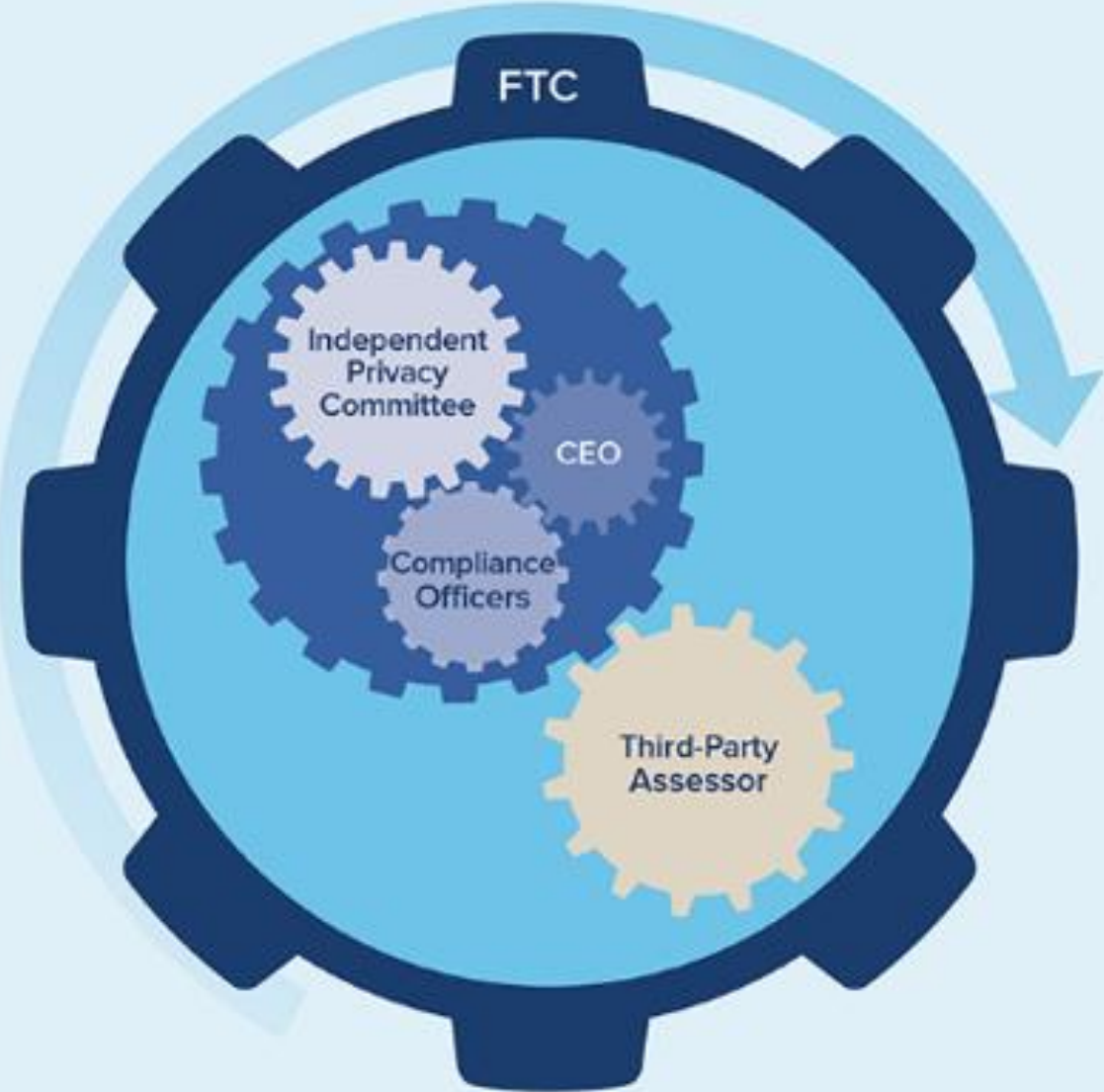


Source: Federal Trade Commission | [FTC.gov](https://www.ftc.gov)

# New Facebook Privacy Compliance System

A multilayered incentive structure of accountability, transparency, and oversight

*Source: Federal Trade Commission | FTC.gov*





*FTC V. GOOGLE / YOUTUBE*



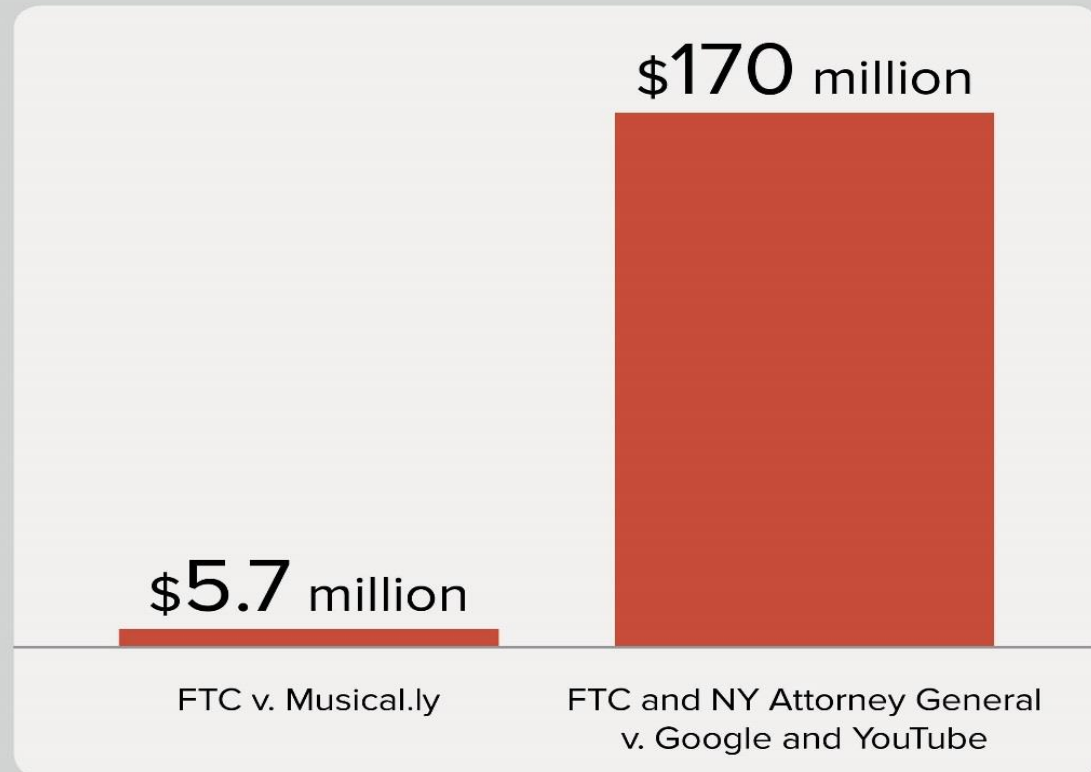
# A Record-Breaking Privacy Case

FTC and NY Attorney General v. Google and YouTube

**\$170,000,000** judgment



Biggest judgment  
in a **COPPA** case



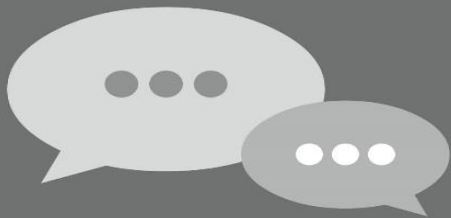
# Changes coming soon to kids' content on YouTube:



 Creators must tell YouTube if content **targets kids**



 **No tracking** for ads (without parent's consent)

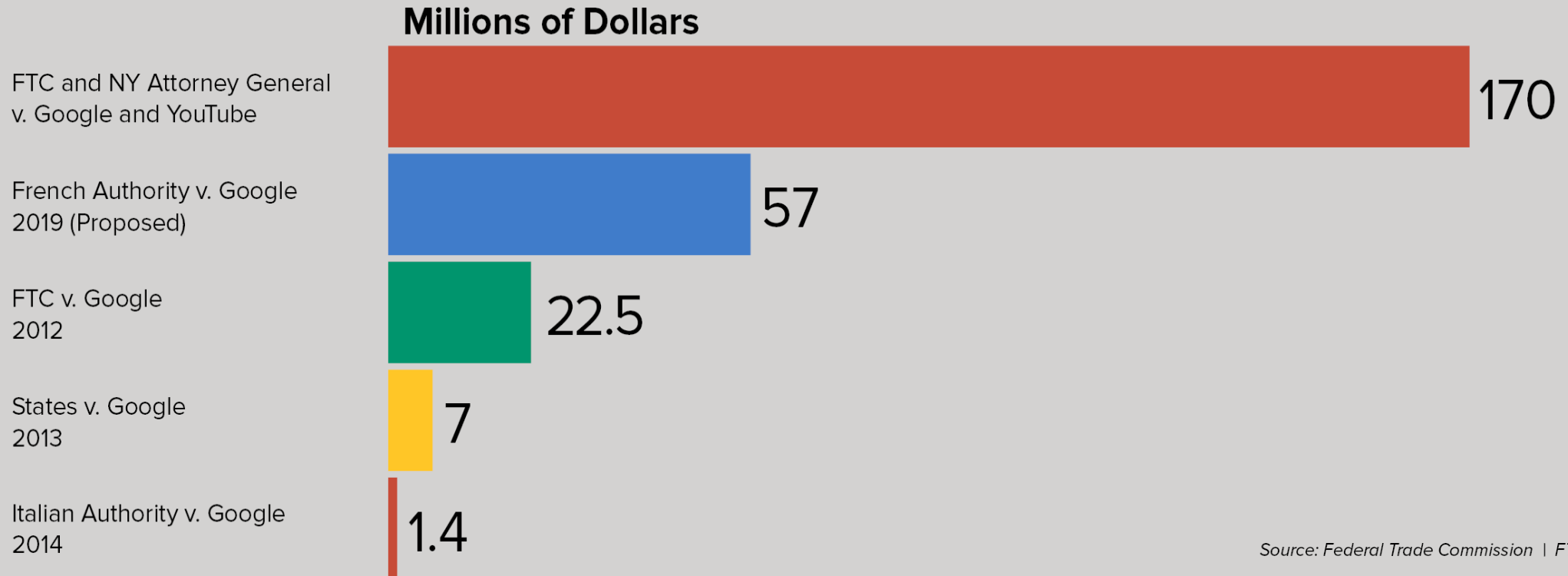


 Kids **can't comment** (without parent's consent)

# Major Privacy Judgments Against Google

FTC and NY Attorney General v. Google and YouTube

**\$170,000,000** judgment



Source: Federal Trade Commission | [FTC.gov](https://www.ftc.gov)

# What Google Said About YouTube

▶ YouTube: The new “Saturday Morning Cartoons”

▶ YouTube is unanimously voted as the favorite website of kids 2 – 12

▶ YouTube is today’s leader in reaching children age 6 – 11 against top TV channels

▶ 93% of tweens visit YouTube to watch videos

▶ In fact, it’s the #1 website regularly visited by kids

Source: FTC Complaint, Exhibits A, B & C, “Google Presentations to Mattel and Hasbro.”  
FTC and NY Attorney General v. Google and YouTube





*¡Gracias!*

¿PREGUNTAS?  
MPANZERA@FTC.GOV