

México, D.F., a 18 de junio de 2013

IFAI/050/13

## **EMPRESARIOS DE LA MERCADOTECNIA DIRECTA Y *CALL CENTER* SE COMPROMETEN A PROTEGER PRIVACIDAD DE LAS PERSONAS**

- **El IFAI y la Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa e Interactiva A.C. (DIRECTA) suscribieron un convenio de colaboración que involucra a 79 agencias que utilizan el “marketing” basado en datos**
- **Ofrecen empresarios defender intereses de los consumidores y de las personas, específicamente, en lo que se refiere al tema de la privacidad**

Empresas de la industria de la mercadotecnia directa e interactiva, entre ellas los *call center*, se comprometieron a participar en la estrategia nacional diseñada por el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI), para garantizar la debida protección de los datos de las personas.

Con este propósito, el IFAI suscribió un convenio de colaboración con la Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa e Interactiva A.C. (DIRECTA), organización que manifestó su interés en defender más los intereses de los consumidores, específicamente, los relacionados con la privacidad.

Gerardo Laveaga, comisionado presidente del Instituto, consideró positivo que esta industria se haya acercado voluntariamente para firmar un convenio de colaboración en la materia.

“La época en que las empresas consideraban que por el hecho de recabar datos personales, éstos ya eran de ellas, terminó. Y esta cultura de que tus datos ya no son tuyos, sino míos, es la que ha orillado al IFAI a imponer multas”, subrayó.

La Ley obliga a las personas físicas y morales a respetar el derecho de las personas al Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición (ARCO) en el tratamiento de sus datos personales, indicó.

Néstor Márquez, presidente de DIRECTA, expuso que la industria en la que él participa ha puesto el tema de los datos personales en el centro de la estrategia.

“Nosotros definimos que tenemos que convertir a la nuestra en una industria sustentable en dos sentidos: respecto a la protección del medio ambiente y a los consumidores”.

Márquez destacó que la firma del convenio representa el inicio de un trabajo permanente con el IFAI, con lo cual DIRECTA se convierte en interlocutor de la industria, respecto a la difusión y capacitación en el tema de los datos personales, e impulsor de la solución de controversias entre sus asociados y los titulares de derechos, a través del procedimiento conciliatorio ante el IFAI.

Con base en el convenio, las partes difundirán el conocimiento del derecho a la protección de datos personales entre marcas, agencias, proveedores, consultoras y empresas afiliadas.

Asimismo, establecerán bases y mecanismos para la ejecución de diversas acciones y actividades dirigidas a capacitar al personal de la asociación y sus socios, en la promoción del cumplimiento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP).

Con el convenio, el IFAI dará apoyo en la elaboración e implementación de avisos de privacidad, de acuerdo con las características y giro de los agremiados de DIRECTA; fomentará procesos especializados, para que los titulares ejerzan sus derechos ARCO.

DIRECTA representa a 79 socios de la industria de la mercadotecnia directa e interactiva, cuyos pilares son: correo directo, centros de contactos y marketing digital y social, es decir, el mercadeo basado en datos utilizados responsablemente.

En la ceremonia de firma participaron también las comisionadas del IFAI, Jacqueline Peschard y María Elena Pérez-Jaén, y el secretario de Protección de Datos Personales, Alfonso Oñate; por DIRECTA, Luis Ernesto Valdez, director general, y Abelardo Pérez, vicepresidente de Certificaciones.

En el marco del convenio, se llevó a cabo el primer Taller de Formación sobre el Aviso de Privacidad a los representantes de la Asociación.

-o0o-