

(ENTIRILLADO ELECTRÓNICO)
(TEXTO DE APROBACION FINAL POR LA CAMARA)
(22 DE JUNIO DE 2023)

ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO

19na. Asamblea
Legislativa

4ta. Sesión
Ordinaria

CÁMARA DE REPRESENTANTES

P. de la C. 1548

27 DE OCTUBRE DE 2022

Presentado por el representante *Márquez Reyes* y la representante *Martínez Soto*

Referido a la Comisión Sobre los Derechos del Consumidor, Servicios Bancarios e
Industria de Seguros

LEY

Para crear la "Ley para la Protección de Datos e Información del Consumidor" con el fin de que el consumidor deba prestar su consentimiento informado sobre la recolección, uso y acceso de la información que éste presta, en virtud de una solicitud por parte de cualquier Individuo Residente de Puerto Rico que establezca un negocio, entidad jurídica incorporada u organizada bajo las leyes de Puerto Rico o de cualquier jurisdicción de los Estados Unidos, o una corporación extranjera que tenga una oficina u otro local fijo y que opere en Puerto Rico como parte de su extensión comercial, conforme a las leyes que permiten su extensión operacional; ~~enmendar el Artículo 7A~~ añadir un nuevo inciso (13) al Artículo 7A de la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor", ~~a los fines de añadir un nuevo inciso 13~~ y para otros fines relacionados.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Como principio rector del entramado constitucional de nuestro pueblo se sentenció en el Artículo II, Sección 1 de la Constitución de Puerto Rico que la dignidad del ser humano es inviolable. Por tal motivo, en la Carta de Derechos de los Individuos, el Estado Libre Asociado de Puerto Rico enumera una serie de derechos fundamentales

cuya expresión es consecuencia lógica e inescapable de dicho reconocimiento. Sobresale entre dichos derechos reconocidos, el derecho a la intimidad: consagrado en la Sección 8 del Artículo II de la Constitución del Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

Este principio constitucional es de igual forma pie forzado para que la Asamblea Legislativa produzca protecciones afirmativas para la garantía del mencionado derecho fundamental en las distintas dinámicas en la cual los ciudadanos interactúan. De igual forma, dada la importancia y carácter de este derecho fundamental, el Tribunal Supremo de Puerto Rico ha reconocido que la protección a lo privado e y al derecho a la intimidad opera ex proprio vigore y puede hacerse valer entre personas privadas, eximiéndolas así del requisito de acción estatal necesario para activar los derechos constitucionales de los ciudadanos. *Vigoreaux Lorenzana v. Quizno's*, 173 DPR 254 (2008).

Por otro lado, resulta, pues, evidente que el tema de los derechos del consumidor ha tenido un especial arraigo en el desarrollo legislativo en Puerto Rico. A través de los años, la Asamblea Legislativa ha entendido que son necesarias ciertas normas que regulen las actividades y el comportamiento de negociantes, empresarios y comerciantes que directa o indirectamente afecten algún derecho del consumidor. Al diseñar la normativa, se intenta alcanzar un sano balance entre el interés de la plusvalía comercial y el interés del consumidor de comprar confiado y seguro de que lo adquirido no le afectará su patrimonio injustificadamente, su salud y seguridad. Para lo cual en Puerto Rico contamos con el Departamento de Asuntos y del Consumidor, el cual mediante su ley orgánica impuso a su Secretario el deber de promover y establecer normas de calidad, seguridad e idoneidad en los productos de uso y consumo.

Ahora bien, los tiempos cambian y la tecnología, la capacidad de manejo de información y el flujo de la misma ha alcanzado un valor incalculable. La información de perfiles, patrones de compra en línea y lista de prospectos se han convertido en un valor mercadeable. Las regulaciones a ese respecto son prácticamente de nueva creación. Esta Asamblea Legislativa no puede vivir de espalda al hecho de que, durante los últimos treinta años, las empresas han ampliado drásticamente sus prácticas de recopilación de datos. Las empresas han encontrado nuevas formas de monetizar la información privada de los consumidores, mientras el Estado se ha mostrado lento para regular esta práctica. Esta falta de protección legal debe ser atendida porque la privacidad e intimidad es un derecho humano básico, consagrado en la jurisprudencia y en nuestra constitución como derecho fundamental. Si bien los datos personales están protegidos en la industria de la salud y finanzas, el crecimiento desmedido de empresas tecnológicas se ha desarrollado al palio de un vacío legislativo que proteja al consumidor. El uso de tecnologías automatizadas, inteligencia artificial, y otras prácticas altamente técnicas buscan alterar la toma de decisiones del consumidor de una manera muy sutil. En muchas ocasiones un consumidor presta información personal para comprar algún bien, suscribirse a algún servicio o mantener una relación comercial con algún proveedor y su información termina en manos de terceros, o en publicidad personalizada, sin que el consumidor

preste su consentimiento. Si bien la tecnología ha resultado en un motor de desarrollo económico, le corresponde al estado crear un balance para que el desarrollo no vulnere los derechos de privacidad e intimidad de sus ciudadanos.

Por cuanto, entendemos prudente presentar esta propuesta legislativa en aras de proteger al consumidor puertorriqueño, como nos ha caracterizado como sociedad política. Dicha propuesta se basa en gran medida en el 'Model State Privacy Act' elaborado por la organización de abogacía por los derechos de los consumidores, Consumer Reports. El modelo elaborado por esta organización es uno abarcador, que dispone para el derecho de la eliminación de información personal, la portabilidad de dicha información, el derecho a corregir información inexacta, protecciones contra el discrimin y mecanismos para hacer valer la política pública a favor de la protección de los consumidores. De esta manera, establecemos un andamiaje robusto para proteger la injerencia de los consumidores en el manejo de sus datos personales, que en la sociedad contemporánea se monetizan indiscriminadamente para fines comerciales, en ocasiones sin el conocimiento ni consentimiento informado de los consumidores.

DECRÉTASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

1 Artículo 1.1-Título.

2 Esta Ley se conocerá como "Ley para la Protección de Datos e Información del
3 Consumidor".

4 Artículo 1.2-Declaración de Política Pública.

5 Se declara como política pública del gobierno de Puerto Rico la protección de los
6 datos personales de sus ciudadanos utilizados en la interacción comercial entre éstos y
7 las diferentes empresas, negocios o comercios, que en el intercambio de bienes y servicios
8 requieren de los datos personales de sus clientes para bases de datos, perfiles o cualquier
9 uso comercial. Esto en el contexto del derecho fundamental a la intimidad consagrado en
10 la Sección 8 del Artículo II de la Constitución del Estado Libre Asociado de Puerto Rico.
11 De esta forma, quedará tutelado por el Estado, el uso, manejo e intercambio de los datos
12 personales de los clientes y consumidores que cualquier Individuo Residente de Puerto
13 Rico que establezca un negocio, entidad jurídica incorporada u organizada bajo las leyes

1 de Puerto Rico o de cualquier jurisdicción de los Estados Unidos, o una corporación
2 extranjera que tenga una oficina u otro local fijo y que opere en Puerto Rico como parte
3 de su extensión comercial, conforme a las leyes que permiten su extensión operacional,
4 requiera como condición al intercambio de bienes y servicios. Por cuanto, lo que en esta
5 ley se regule se aplica a cualquier tratamiento total o parcialmente automatizado de datos
6 personales, así como al tratamiento no automatizado de datos personales contenidos o
7 destinados a ser incluidos en una base de datos, repositorio o sujetos a cualquier flujo
8 comercial entre entidades autorizadas a realizar negocios en Puerto Rico.

9 Artículo 1.3-Definiciones.

10 Para propósitos de esta ley, los siguientes términos o frases tendrán los
11 significados que a continuación se expresan:

12 (a) “Interacción digital y automatizada (Data mining)” - Es un proceso
13 utilizado por las empresas para convertir datos sin procesar en información
14 útil para capitalizar sobre ella mediante el uso de “software” para buscar
15 patrones en grandes bancos de datos y/o por medio de inteligencia
16 artificial, para aprender más sobre sus clientes para desarrollar estrategias
17 de marketing más efectivas, aumentar las ventas y reducir los costos;

18 (b) “empresa, negocio o comercio” - Individuo Residente de Puerto Rico que
19 establezca un negocio, entidad jurídica incorporada u organizada bajo las
20 leyes de Puerto Rico o de cualquier jurisdicción de los Estados Unidos, o
21 una corporación extranjera que tenga una oficina u otro local fijo y que

1 opere en Puerto Rico como parte de su extensión comercial, conforme a las
2 leyes que permiten su extensión operacional;

3 (c) “recopilación de datos” - Significa comprar, alquilar, recolectar, obtener,
4 recibir o acceder a cualquier información personal perteneciente a un
5 consumidor por cualquier medio. Este incluye recibir información del
6 consumidor, ya sea activa o pasivamente, u observando el comportamiento
7 del consumidor;

8 (d) “datos personales” - Significa información que identifica o podría ser
9 razonablemente vinculada, directa o indirectamente, con un consumidor,
10 hogar o dispositivo de consumo en particular, conforme fue definido en la
11 Ley 39 -2012, según enmendada, e incluyendo los datos biométricos.

12 (e) “información compartida a terceros” - Significa alquilar, liberar, divulgar,
13 difundir, poner a disposición, transferir, o comunicar de modo oral, por
14 escrito, por medios electrónicos o de otro tipo, información personal del
15 consumidor por parte de la empresa a un tercero a cambio de dinero u otra
16 contraprestación, o de otra manera para cualquier fin comercial incluya o
17 no una contraprestación, tales como, pero sin limitarse a, fines publicitarios;

18 Artículo 2.1-Transparencia sobre la recopilación, el uso, la retención y el
19 intercambio de información personal.

20 Toda empresa, negocio o comercio que recopile información personal de un
21 consumidor deberá divulgar la siguiente información general en su política o políticas de
22 privacidad y actualizar esa información al menos una vez cada 6 (seis) meses:

- 1 (a) Una descripción de cómo sus clientes, usuarios o asociados pueden ejercer
2 sus derechos de conformidad con los artículos 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.8,
3 2.9 de esta ley y uno o más métodos designados para presentar querellas o
4 reclamaciones tanto ante la empresa y las opciones que por esta ley se
5 disponen.
- 6 (b) El desglose de la información que dispone el inciso (a) de este artículo debe
7 ser:
- 8 (1) En lenguaje claro, escrito de forma sencilla y en su lengua materna,
9 de manera que un consumidor común lo entendería;
- 10 (2) visible y publicado en un lugar destacado, de modo que el
11 consumidor ordinario lo notaría;
- 12 (3) no deberá bajo ninguna circunstancia estar colocado en notas al calce
13 de ningún documento, contrato, promoción o sitio web;
- 14 (4) la política de privacidad debe ser accesible al consumidor antes de la
15 recopilación de datos personales;
- 16 (c) Toda empresa, negocio o comercio fuera del espectro Pymes (conforme fue
17 definido en la Ley 62 -2014, según enmendada), que recopile información
18 personal de un consumidor también deberá divulgar la siguiente
19 información completa en una política o políticas de privacidad en línea o
20 sitio web, y actualizar esa información al menos una vez cada 6 (seis) meses:
- 21 (1) la información personal que recopila sobre sus consumidores,
22 directamente o a través de terceros;

- 1 (2) las fuentes desde donde se recopila la información obtenida;
- 2 (3) una descripción razonablemente amplia y completa de los métodos
- 3 que utiliza para recopilar información personal;
- 4 (4) los propósitos específicos para recolectar, divulgar o retener
- 5 información personal de sus consumidores;
- 6 (5) terceros con los que comparte información personal de sus clientes
- 7 con fines comerciales, o si la empresa no divulga la información
- 8 personal de los consumidores a terceros;
- 9 (6) una descripción de la cantidad de tiempo durante el cual la
- 10 información personal es retenida, una vez cese la relación
- 11 consumidor-empresa; el mismo no deberá exceder de 24
- 12 (veinticuatro) meses o según estipulado en el contrato debido a
- 13 algunas de las razones establecidas en el artículo 4.2 de esta ley.
- 14 (7) cualquier otra garantía que por disposición reglamentaria se
- 15 requiera;

16 Artículo 2.2-Manejo y custodia de datos personales.

17 Toda empresa, negocio o comercio que recopile información personal de sus clientes,
18 usuarios o asociados:

- 19 (a) Limitará su recopilación y el compartir esa información con terceros, a lo
- 20 que sea razonablemente necesario para proporcionar un servicio o realizar
- 21 una actividad que un consumidor ha solicitado o es razonablemente
- 22 necesaria para la seguridad o prevención de cualquier delito en la

1 jurisdicción federal o estatal. La monetización de la información personal
2 del consumidor no será considerada razonablemente necesaria para
3 proveer un servicio o realizar una actividad solicitada por un consumidor
4 ni razonablemente necesaria para la seguridad o prevención de cualquier
5 delito en la jurisdicción federal o estatal;

6 (b) Informará si capitaliza ganancias, monetiza u obtiene algún beneficio
7 comercial de un tercero, con la recopilación de datos personales de sus
8 clientes, y que, por tanto, solicita información más allá de la necesaria para
9 proveer el servicio que el consumidor demanda;

10 (c) Proporcionará una opción a los consumidores de optar por el no uso de
11 información personal para personalizar la publicidad si como parte de la
12 recopilación, uso y almacenaje de datos la empresa opta por personalizar
13 promociones, campañas, concursos o cualquier comunicación para
14 esfuerzos de venta.

15 Artículo 2.3-Interacción digital y automatizada (Data mining)

16 No le será permitido a cualquier empresa, negocio o ~~comercio~~ ~~diseñar~~, comercio
17 diseñar, modificar o manipular la interacción de un usuario con una computadora, sitio
18 web o aplicación, con el propósito o efecto sustancial de subvertir o perjudicar la
19 autonomía del usuario, toma de decisiones o elección de consumo. La interacción digital
20 se entenderá desde el ingresar datos en un programa o aplicación ofreciendo una
21 selección limitada de opciones, hasta interacciones entre humanos y máquinas usando
22 comandos auditivos, dispositivos de asistente virtual, textos hablados, GPS, entre otros.

1 El incumplimiento con lo aquí dispuesto, estará sujeto a las penalidades
2 establecidas en el Artículo 3.1 inciso ~~(e)~~ (f), y según el reglamento disponga.

3 Artículo 2.4-Consentimiento informado.

4 Todo consumidor tendrá derecho y deberá ser apercibido con el fin de prestar su
5 consentimiento, de que la empresa, negocio o comercio con quien hace negocios a forma
6 de ofrecer bienes y servicios requiere información personal del consumidor para ser
7 utilizada, almacenada y custodiada. También, el consumidor deberá prestar
8 consentimiento informado y estar apercibido sobre el uso que hace la empresa de la
9 información personal que recopila del consumidor para almacenaje en base de datos,
10 repositorios de datos, lista de prospectos, promociones futuras, concursos, rifas o
11 cualquier otro uso comercial, sujeto a las limitaciones del Artículo 2.2 de esta Ley. De
12 igual forma, el consumidor debe prestar su consentimiento si en efecto la empresa, sujeta
13 a las limitaciones del Artículo 2.2. de esta Ley, comparte información con otras entidades
14 corporativas con o sin fines de lucro, filiales, empresa matriz o cualquier estructura de
15 negocio

16 El consentimiento informado deberá ser inequívoco, producto de un
17 apercibimiento en un lenguaje amplio, claro y debe encontrarse en un lugar visible de
18 cualquier documento, contrato, sitio web o aplicación electrónica. Ante cualquier
19 cláusula dudosa, política escrita de forma que arroje dudas, que por su ambigüedad o
20 vaguedad provoque una controversia adjudicativa, el consumidor gozará de una
21 presunción en su favor ante los foros adjudicativos.

1 El incumplimiento con lo aquí dispuesto, estará sujeto a las penalidades
2 establecidas en el Artículo 3.1 inciso (e) ~~(f)~~, y según el reglamento disponga.

3 Artículo 2.5-Eliminación de información personal

4 (a) Un consumidor tendrá derecho a solicitar que una empresa, negocio o
5 comercio elimine cualquier información personal que la empresa ha
6 recopilado. Sin embargo, la empresa o el proveedor de servicios podrá
7 negarse a la petición del consumidor si la retención de dicha información:

8 (1) es ~~necesario~~ necesaria para completar la transacción para la cual se
9 recopiló la información personal;

10 (2) es necesaria para cumplir con los términos de una garantía por escrito
11 o retiro del producto;

12 (3) es ~~necesario~~ necesaria para proporcionar un bien o servicio solicitado
13 por el consumidor, o de otro modo ejecutar un contrato entre la
14 empresa y el consumidor;

15 (4) es necesaria para detectar o responder a incidentes de seguridad,
16 proteger a clientes de cualquier delito en la jurisdicción federal o
17 estatal, actividad fraudulenta o ilegal, o si fuera el caso, preservar
18 registros que pudieran figurar como evidencia de un caso
19 controversia ante los Tribunales;

20 (5) ~~si la recopilación, uso y almacenaje de la información~~ sirve al interés
21 de investigaciones científicas, históricas o estadísticas públicas o
22 revisadas por pares, en el interés público que responde a otras leyes

1 aplicables, si el consumidor ha dado su consentimiento informado
2 previamente para este fin;

3 (6) ~~si la retención de la información es~~ sucede con el fin de cumplir con
4 una obligación legal.

5 (b) Una empresa, negocio o comercio que recopila información personal sobre
6 los consumidores deberá divulgar el derecho del consumidor a solicitar la
7 eliminación de la información personal de las bases de datos, lista de
8 prospectos o contactos de negocio.

9 (c) Si un consumidor solicita a la empresa, negocio o comercio que elimine la
10 información personal almacenada en una base de datos, repositorio o lista
11 de prospectos, la empresa deberá divulgar si para efectos de un servicio
12 directo al petitionario, subcontrató a un tercero con quien compartió la
13 información personal del petitionario.

14 Artículo 2.6-Derecho a corregir datos personales inexactos.

15 (a) El consumidor tendrá el derecho de exigir a la empresa, negocio o comercio
16 que recopile, use y almacene su información personal, que corrija cualquier
17 inexactitud que surja de cualquier registro comercial;

18 (b) Cualquier cambio o petición de cambio en los registros de almacenaje de la
19 empresa debe ser consultado con el consumidor y éste debe prestar su
20 consentimiento informado para el mismo.

21 Artículo 2.7-Discrimen por parte de una empresa, negocio o comercio a un
22 consumidor por el ejercicio de sus derechos.

1 Una empresa, negocio o comercio no discriminará a un consumidor cuando ejercite
2 cualquiera de los derechos bajo esta ley, esto incluyendo, sin limitarse a:

- 3 (a) Negarle bienes y servicios al consumidor;
- 4 (b) Cobrar diferentes precios o tarifas por bienes o servicios, incluso a través de
5 negar el uso de descuentos u otras promociones aplicables al consumidor
6 general a manera de sanción;
- 7 (c) Proporcionar un nivel o calidad inferior de bienes o servicios al
8 consumidor;

9 Este título no se interpretará para prohibir que una empresa ofrezca descuentos o
10 bienes o servicios gratuitos a un consumidor, si la oferta está relacionada con la
11 participación voluntaria en un programa que recompensa a los consumidores por
12 patrocinio habitual. Será legítimo si la información personal recopilada se usa solo para
13 contabilizar compras acumuladas para recibir promociones por concepto de lealtad, y la
14 empresa no comparte los datos del consumidor con terceros en virtud de dicho programa.
15 De así hacerlo, el consumidor deberá prestar su consentimiento informado.

16 Artículo 2.8-Garantías de seguridad.

17 Una empresa, negocio o comercio deberá implementar y mantener políticas de
18 seguridad razonables, procedimientos y prácticas, tanto administrativas, físicas y
19 técnicas, para el manejo de la información y los propósitos para los cuales la información
20 personal se utilizará, con tal de proteger la información personal de los consumidores del
21 uso no autorizado, divulgación, acceso, destrucción o modificación.

22 Artículo 2.9-Deber de la empresa, negocio o comercio.

1 Toda empresa, negocio o comercio:

2 (a) Pondrá a disposición de los consumidores dos o más métodos designados
3 para presentar solicitudes, querellas o reclamos en virtud de las garantías
4 otorgadas por esta ley, incluyendo, como mínimo: un número de teléfono,
5 correo electrónico y dirección postal. La empresa, negocio o comercio que
6 opere exclusivamente en línea, mediante sitio web o perfil de red social y
7 tiene una relación directa con el consumidor de quien recopila información
8 personal, solo se le solicitará que proporcione una dirección de correo
9 electrónico y dirección postal, o habilite en su portal electrónico un espacio
10 para presentar solicitudes, querellas o reclamos en virtud de las garantías
11 otorgadas por esta ~~ley~~ Ley;

12 (b) Divulgar y entregar la información que requiera o solicite cambiar el
13 consumidor, en virtud de esta ley de forma gratuita, corregir información
14 personal inexacta, o eliminar la información personal de un consumidor, en
15 función de la solicitud del consumidor, dentro de los treinta (30) días
16 posteriores a la solicitud verificable del consumidor. Toda información
17 solicitada se le entregará al consumidor a través de su cuenta con la
18 empresa o por correo electrónico si el consumidor no mantiene una cuenta
19 con la empresa o la naturaleza de la empresa así lo permite. La información
20 solicitada debe ser entregada en un formato fácilmente utilizable que
21 permita al consumidor transmitir la información de una entidad a otra
22 entidad sin obstáculo alguno;

1 (c) Asegurarse de que todos los agentes de servicios, empleados y asociados
2 responsables de manejar las consultas de los consumidores sobre las
3 prácticas de privacidad de la empresa son informados de todos los
4 requisitos en esta Ley, y cómo dirigir a los consumidores a ejercer sus
5 derechos según se esbozan en esta Ley.

6 (d) Ejercer responsabilidad responsiva si un tercero ~~subcontratado~~
7 subcontratado como proveedor de servicios al consumidor en virtud de un
8 negocio generado por el contratante del proveedor, recibe una solicitud al
9 amparo de esta ley. Para esos efectos, el tercero o proveedor de servicios
10 debe notificar al comercio que generó el negocio.

11 Artículo 3.1-Reglamentación, remedios y penalidades

12 (a) Se faculta al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor a
13 promulgar la reglamentación que sea necesaria para la adecuada
14 implantación de esta Ley dentro de un término no mayor de noventa (90)
15 días contados a partir de su vigencia, conforme al procedimiento dispuesto
16 en la Ley Núm. 38 de 30 de junio de 2017, según enmendada, conocida como
17 "Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme del Gobierno de Puerto
18 Rico". De igual forma, el Secretario podrá complementar las garantías al
19 consumidor según las tendencias y mejores prácticas de protección al
20 consumidor, según estime necesario;

21 (b) Se faculta al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor para
22 atender y resolver querellas que surjan al amparo de esta ~~ley~~ Ley, conforme

1 al procedimiento dispuesto en la "Ley de Procedimiento Administrativo
2 Uniforme del Gobierno de Puerto Rico", según enmendada. Por cuanto,
3 cualquier consumidor podrá además radicar una querrela en el
4 Departamento de Asuntos del Consumidor para vindicar los derechos
5 concedidos por esta Ley;

6 (c) Todo lo relativo a procedimientos sobre vistas administrativas,
7 procedimientos adjudicativos, reconsideraciones y revisión de órdenes y
8 resoluciones o cualquier determinación del Departamento de Asuntos del
9 Consumidor fundada en esta Ley o en cualquier reglamento emitido por el
10 ~~Departamento~~ dicho Departamento, podrá ser objeto de reconsideración y
11 revisión conforme a las disposiciones de la "Ley de Procedimiento
12 Administrativo Uniforme del Gobierno de Puerto Rico", según enmendada, y el
13 Reglamento promulgado al amparo de la misma.

14 (d) El Departamento de Asuntos del Consumidor tendrá la obligación de
15 investigar y culminar ~~dicha investigación~~ cualquier investigación al amparo de
16 esta Ley dentro de un término no mayor de 30 (treinta) días. Este ~~término~~
17 término podrá extenderse por 60 (sesenta) días ~~mediante autorización~~
18 ~~escrita y con su justificación por parte del secretario~~ adicionales mediante
19 autorización y justificación escrita por parte de su Secretario.

20 (e) Cualquier parte adversamente afectada por una orden o resolución final, o
21 una determinación emitida por el Departamento de Asuntos del Consumidor
22 al amparo de las disposiciones de esta Ley o reglamento aplicable, podrá

1 presentar una solicitud de revisión ante el Tribunal de Apelaciones, dentro
2 de un término de treinta (30) días contados a partir de la fecha de archivo
3 en autos de copia de la notificación de la orden, resolución final o
4 determinación administrativa;

5 (f) Se faculta al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor, de
6 conformidad con los poderes que le concede la Ley Núm. 5 de 23 de abril
7 de 1973, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica del
8 Departamento de Asuntos del Consumidor", a imponer multas
9 administrativas que no serán menor de quinientos (500) dólares ni mayor
10 de cinco mil (5,000) dólares, por cada violación a las disposiciones de esta
11 ~~ley~~ Ley.

12 (g) Toda empresa, negocio o comercio podrá solicitar revisión por cualquier
13 multa o penalidad según se disponga en la Ley Núm. 5 de 23 de abril de
14 1973, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica del Departamento
15 de Asuntos del Consumidor" y/o en la Ley Núm. 38 de 30 de junio de 2017,
16 según enmendada, conocida como "Ley de Procedimiento Administrativo
17 Uniforme del Gobierno de Puerto Rico".

18 Artículo 3.2-Campaña educativa.

19 Se ordena al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor a
20 desarrollar campañas educativas, cursar comunicados, apercibir y a realizar cualquier
21 gestión promocional que sirva para que las distintas empresas, negocios o comercios,
22 advengan en conocimiento de lo que esta Ley ~~dispone~~: dispone.

1 Artículo 3.3-Se ~~enmienda el Artículo 7A para añadir~~ añade un nuevo inciso 13 a al
2 Artículo 7A de la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como
3 "Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor" para que se lea como
4 sigue:

5 “Artículo 7A. – Carta de Derechos del Consumidor.

6 Los Consumidores en Puerto Rico disfrutarán de todos los derechos que le son
7 reconocidos en leyes y reglamentos aplicables, incluyendo, pero sin limitarse a, los
8 siguientes:

9 1 ...

10 ...

11 12 ...

12 13. Derecho a prestar consentimiento informado sobre su privacidad y el uso
13 de datos personales - El consumidor tiene derecho, a que el manejo,
14 almacenaje, uso y corrección de los datos personales que éste presta a
15 cambio de un bien o servicio, sea mediante su consentimiento informado.
16 Además, el consumidor tendrá el derecho de ser informado y prestar su
17 consentimiento en el caso de que una empresa, negocio o comercio
18 comparta la información de sus clientes con terceros como parte de su
19 operación comercial. Por último, el consumidor tendrá derecho a que la
20 recopilación de su información personal y el compartir esa información por
21 terceros por parte de una empresa, negocio o comercio se limite a lo que sea
22 razonablemente necesario para proporcionar un servicio o realizar una

1 actividad que el consumidor ha solicitado o sea razonablemente necesaria
2 para la seguridad o prevención del fraude.”

3 Artículo 4.1-Cláusula de Separabilidad.

4 Si cualquier artículo, inciso, parte, párrafo o cláusula de esta Ley o su aplicación a
5 cualquier persona o circunstancia, fuera declarada inconstitucional por un Tribunal con
6 jurisdicción, la sentencia dictada no afectará ni invalidará las demás disposiciones de esta
7 Ley, sino que su efecto quedará limitado y será extensivo al inciso, parte, párrafo o
8 cláusula de esta Ley, o su aplicación, que hubiera sido declarada inconstitucional.

9 Artículo 4.2-Vigencia.

10 Esta Ley entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.