

GOBIERNO 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 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 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

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

10 Artículo 1.3-Definiciones.

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

13 (a) “Interacción digital y automatizada (Data mining)” - Es un proceso utilizado por
14 las empresas para convertir datos sin procesar en información útil para capitalizar sobre
15 ella mediante el uso de “software ” para buscar patrones en grandes bancos de datos,
16 para aprender más sobre sus clientes para desarrollar estrategias de marketing más
17 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 leyes de Puerto
20 Rico o de cualquier jurisdicción de los Estados Unidos, o una corporación extranjera que

1 tenga una oficina u otro local fijo y que opere en Puerto Rico como parte de su extensión
2 comercial, conforme a las leyes que permiten su extensión operacional;

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

7 (d) “datos personales” - Significa información que identifica o podría ser
8 razonablemente vinculada, directa o indirectamente, con un consumidor, hogar o
9 dispositivo de consumo en particular;

10 (e) “información compartida a terceros” - Significa alquilar, liberar, divulgar,
11 difundir, poner a disposición, transferir, o comunicar de modo oral, por escrito, por
12 medios electrónicos o de otro tipo, información personal del consumidor por parte de la
13 empresa a un tercero a cambio de dinero u otro valor contraprestación, para un fin
14 comercial;

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

17 Toda empresa, negocio o comercio que recopile información personal de un
18 consumidor deberá divulgar la siguiente información general en su política o políticas de
19 privacidad y actualizar esa información al menos una vez cada 12 meses:

20 (a) Una descripción de cómo sus clientes, usuarios o asociados pueden ejercer sus
21 derechos de conformidad con los artículos 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.8, 2.9 de esta ley y

1 uno o más métodos designados para presentar querellas o reclamaciones tanto ante la
2 empresa y las opciones que por esta ley se disponen.

3 (b) El desglose de la información que dispone el inciso (a) de este artículo debe ser:

4 (1) En lenguaje claro y escrito de forma sencilla, de manera que un consumidor común
5 lo entendería;

6 (2) visible y publicado en un lugar destacado, de modo que el consumidor ordinario
7 lo notaría;

8 (3) no deberá bajo ninguna circunstancia estar colocado en notas al calce de ningún
9 documento, contrato, promoción o sitio web;

10 (4) la política de privacidad debe ser accesible al consumidor antes de la recopilación
11 de datos personales;

12 (c) Toda empresa, negocio o comercio fuera del espectro Pymes, que recopile
13 información personal de un consumidor también deberá divulgar la siguiente
14 información completa en una política o políticas de privacidad en línea o sitio web, y
15 actualizar esa información al menos una vez cada 12 meses:

16 (1) la información personal que recopila sobre sus consumidores, directamente o a
17 través de terceros;

18 (2) las fuentes desde donde se recopila la información obtenida;

19 (3) una descripción razonablemente amplia y completa de los métodos que utiliza
20 para recopilar información personal;

1 (4) los propósitos específicos para recolectar, divulgar o retener información personal
2 de sus consumidores;

3 (5) terceros con los que comparte información personal de sus clientes con fines
4 comerciales, o si la empresa no divulga la información personal de los consumidores a
5 terceros;

6 (6) una descripción de la cantidad de tiempo durante el cual la información personal
7 es retenida, una vez cese la relación consumidor-empresa;

8 (7) cualquier otra garantía que por disposición reglamentaria se requiera;

9 Artículo 2.2-Manejo y custodia de datos personales.

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

12 (a) Limitará su recopilación y el compartir esa información con terceros, a lo que sea
13 razonablemente necesario para proporcionar un servicio o realizar una actividad que un
14 consumidor ha solicitado o es razonablemente necesaria para la seguridad o prevención
15 del fraude. La monetización de la información personal del consumidor no será
16 considerada razonablemente necesaria para proveer un servicio o realizar una actividad
17 solicitada por un consumidor ni razonablemente necesaria para la seguridad o
18 prevención de fraude;

19 (b) Informará si capitaliza ganancias, monetiza u obtiene algún beneficio comercial de
20 un tercero, con la recopilación de datos personales de sus clientes, y que, por tanto,

1 solicita información más allá de la necesaria para proveer el servicio que el consumidor
2 demanda;

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

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

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

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

17 Artículo 2.4-Consentimiento informado.

18 Todo consumidor tendrá derecho y deberá ser apercibido con el fin de prestar su
19 consentimiento, de que la empresa, negocio o comercio con quien hace negocios a forma
20 de ofrecer bienes y servicios requiere información personal del consumidor para ser
21 utilizada, almacenada y custodiada. También, el consumidor deberá prestar

1 consentimiento informado y estar apercibido sobre el uso que hace la empresa de la
2 información personal que recopila del consumidor para almacenaje en base de datos,
3 repositorios de datos, lista de prospectos, promociones futuras, concursos, rifas o
4 cualquier otro uso comercial, sujeto a las limitaciones del Artículo 2.2 de esta Ley. De
5 igual forma, el consumidor debe prestar su consentimiento si en efecto la empresa, sujeta
6 a las limitaciones del Artículo 2.2. de esta Ley, comparte información con otras entidades
7 corporativas con o sin fines de lucro, filiales, empresa matriz o cualquier estructura de
8 negocio

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

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

17 Artículo 2.5-Eliminación de información personal

18 (a) Un consumidor tendrá derecho a solicitar que una empresa, negocio o comercio
19 elimine cualquier información personal que la empresa ha recopilado. Sin embargo, la
20 empresa o el proveedor de servicios podrá negarse a la petición del consumidor si:

- 1 (1) es necesario para completar la transacción para la cual se recopiló la información
- 2 personal;
- 3 (2) cumplir con los términos de una garantía por escrito o retiro del producto;
- 4 (3) proporcionar un bien o servicio solicitado por el consumidor, o de otro modo
- 5 ejecutar un contrato entre la empresa y el consumidor;
- 6 (4) detectar o responder a incidentes de seguridad, proteger a clientes contra fraudes,
- 7 actividad fraudulenta o ilegal, o si fuera el caso, preservar registros que pudieran figurar
- 8 como evidencia de un caso controversia ante los Tribunales;
- 9 (5) si la recopilación, uso y almacenaje de la información sirve al interés de
- 10 investigaciones científicas, históricas o estadísticas públicas o revisadas por pares, en el
- 11 interés público que responde otras leyes aplicables, si el consumidor ha dado su
- 12 consentimiento informado previamente para este fin;
- 13 (6) si la retención de la información es con el fin de cumplir con una obligación legal.
- 14 (b) Una empresa, negocio o comercio que recopila información personal sobre los
- 15 consumidores deberá divulgar el derecho del consumidor a solicitar la eliminación de la
- 16 información personal de las bases de datos, lista de prospectos o contactos de negocio.
- 17 (c) Si un consumidor solicita a la empresa, negocio o comercio que elimine la
- 18 información personal almacenada en una base de datos, repositorio o lista de prospectos,
- 19 la empresa deberá divulgar si para efectos de un servicio directo al peticionario,
- 20 subcontrató a un tercero con quien compartió la información personal del peticionario.

21 Artículo 2.6-Derecho a corregir datos personales inexactos.

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

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

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

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

11 (a) Negarle bienes y servicios al consumidor;

12 (b) Cobrar diferentes precios o tarifas por bienes o servicios, incluso a través de negar
13 el uso de descuentos u otras promociones aplicables al consumidor general a manera de
14 sanción;

15 (c) Proporcionar un nivel o calidad inferior de bienes o servicios al consumidor;

16 Este título no se interpretará para prohibir que una empresa ofrezca descuentos o bienes
17 o servicios gratuitos a un consumidor, si la oferta está relacionada con la participación
18 voluntaria en un programa que recompensa a los consumidores por patrocinio habitual.

19 Será legítimo si la información personal recopilada se usa solo para contabilizar compras
20 acumuladas para recibir promociones por concepto de lealtad, y la empresa no comparte

1 los datos del consumidor con terceros en virtud de dicho programa. De así hacerlo, el
2 consumidor deberá prestar su consentimiento informado.

3 Artículo 2.8-Garantías de seguridad.

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

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

10 Toda empresa, negocio o comercio:

11 (a) Pondrá a disposición de los consumidores dos o más métodos designados para
12 presentar solicitudes, querellas o reclamos en virtud de las garantías otorgadas por esta
13 ley, incluyendo, como mínimo, un número de teléfono. La empresa, negocio o comercio
14 que opere exclusivamente en línea, mediante sitio web o perfil de red social y tiene una
15 relación directa con el consumidor de quien recopila información personal solo se le
16 solicitará que proporcione una dirección de correo electrónico o habilite en su portal
17 electrónico un espacio para presentar solicitudes, querellas o reclamos en virtud de las
18 garantías otorgadas por esta ley;

19 (b) Divulgar y entregar la información que requiera o solicite cambiar el consumidor,
20 en virtud de esta ley de forma gratuita, corregir información personal inexacta, o eliminar
21 la información personal de un consumidor, en función de la solicitud del consumidor,

1 dentro de los treinta (30) días posteriores a la solicitud verificable del consumidor. Toda
2 información solicitada se le entregará al consumidor a través de su cuenta con la empresa
3 o por correo electrónico si el consumidor no mantiene una cuenta con la empresa o la
4 naturaleza de la empresa así lo permite. La información solicitada debe ser entregada en
5 un formato fácilmente utilizable que permita al consumidor transmitir la información de
6 una entidad a otra entidad sin obstáculo alguno;

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

11 (d) Ejercer responsabilidad responsiva si un tercero sub contratado como proveedor
12 de servicios al consumidor en virtud de un negocio generado por el contratante del
13 proveedor, recibe una solicitud al amparo de esta ley. Para esos efectos, el tercero o
14 proveedor de servicios debe notificar al comercio que generó el negocio.

15 Artículo 3.1-Reglamentación, remedios y penalidades

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

1 al consumidor según las tendencias y mejores prácticas de protección al consumidor,
2 según estime necesario;

3 (b) Se faculta al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor para
4 atender y resolver querellas que surjan al amparo de esta ley, conforme al procedimiento
5 dispuesto en la Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme del Gobierno de Puerto
6 Rico. Por cuanto, cualquier consumidor podrá además radicar una querella en el
7 Departamento de Asuntos del Consumidor para vindicar los derechos concedidos por
8 esta Ley;

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

15 (d) Cualquier parte adversamente afectada por una orden o resolución final, o una
16 determinación emitida por el Departamento al amparo de las disposiciones de esta Ley o
17 reglamento aplicable, podrá presentar una solicitud de revisión ante el Tribunal de
18 Apelaciones, dentro de un término de treinta (30) días contados a partir de la fecha de
19 archivo en autos de copia de la notificación de la orden, resolución final o determinación
20 administrativa;

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

7 (f) Toda empresa, negocio o comercio podrá solicitar revisión por cualquier multa o
8 penalidad según se disponga en la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada,
9 conocida como "Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor" y/o en la
10 Ley Núm. 38 de 30 de junio de 2017, según enmendada, conocida como "Ley de
11 Procedimiento Administrativo Uniforme del Gobierno de Puerto Rico".

12 Artículo 3.2-Campaña educativa.

13 Se ordena al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor a desarrollar
14 campañas educativas, cursar comunicados, apercibir y a realizar cualquier gestión
15 promocional que sirva para que las distintas empresas, negocios o comercios, advengan
16 en conocimiento de lo que esta Ley dispone .

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

20 "Artículo 7A. — Carta de Derechos del Consumidor.

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

4 1 ...

5 12 ...

6 *13. Derecho a prestar consentimiento informado sobre su privacidad – El consumidor tiene*
7 *derecho, a que el manejo, almacenaje, uso y corrección de los datos personales que éste presta a*
8 *cambio de un bien o servicio, sea mediante su consentimiento informado. Además, el consumidor*
9 *tendrá el derecho de ser informado y prestar su consentimiento en el caso de que una empresa,*
10 *negocio o comercio comparta la información de sus clientes con terceros como parte de su operación*
11 *comercial. Por último, el consumidor tendrá derecho a que la recopilación de su información*
12 *personal y el compartir esa información por terceros por parte de una empresa, negocio o comercio*
13 *se limite a lo que sea razonablemente necesario para proporcionar un servicio o realizar una*
14 *actividad que el consumidor ha solicitado o sea razonablemente necesaria para la seguridad o*
15 *prevención del fraude.*

16 Artículo 4.1-Cláusula de Separabilidad.

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

22 Artículo 4.2-Vigencia.

- 1 Esta Ley entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.