



JOHN J. HOFFMAN

Fiscal General Interino

División de Asuntos del Consumidor

Eric T. Kanefsky, *Director*

Para más información:

Jeff Lamm o

Neal Buccino

973-504-6327

Para publicación inmediata

Día 25 de Julio del 2013

La División de Asuntos del Consumidor de Nueva Jersey obtiene un millón de dólares en un acuerdo con una compañía de publicidad en línea acusada de anular las configuraciones de privacidad de los consumidores sin el permiso de estos

[Véase Orden de Consentimiento](#) (en inglés)

NEWARK- El Fiscal General Interino John J. Hoffman y la División de Asuntos del Consumidor del Estado de Nueva Jersey hoy anunciaron que la División ha obtenido \$1 millón de dólares en un acuerdo con PulsePoint, una compañía de publicidad en línea de la que se alega usó códigos escondidos de JavaScript para eludir las configuraciones de privacidad de los navegadores de la red de los consumidores, sin decírselos o sin el consentimiento de estos.

PulsePoint localizada en Nueva York, colocó “cookies”- pequeños archivos de texto para registrar data- en los navegadores de la red de Safari de Apple, Inc., incluso cuando las configuraciones de privacidad estaban específicamente colocadas para bloquear los “cookies” de anuncios de terceras partes. Los “cookies” sin autorización pueden bombardear al consumidor con anuncios basados en la actividad de éste en línea.

El Fiscal General Interino Hoffman anotó que los “cookies” sin autorización permitieron a la compañía colocar más de 215 millones de anuncios en navegadores de la red usados por los consumidores de Nueva Jersey entre Junio del 2009 y Febrero del 2012.

“PulsePoint eludió las configuraciones de privacidad designadas a proteger a los consumidores,” dijo el Fiscal General Interino Hoffman. “Este acuerdo alerta a los publicitarios en línea que tienen que proteger las configuraciones de privacidad de los consumidores, o van a terminar pagando más en multas que cualquier ganancia que obtengan de un anuncio.”

El acuerdo del millón anunciado hoy, resuelve la investigación de la conducta de PulsePoint. En la cantidad del acuerdo se incluyen \$566,200 en multas civiles, y 33,800 de reembolso al estado por costos de abogados y de investigación. También un pago de \$150,000 que será usado a exclusivo criterio del Fiscal General para programas de protección de privacidad – como la

compra de herramientas de investigación de tecnología especializada, y emplear tecnólogos y otros expertos para asistir en las investigaciones.

Los restantes \$250,000 consistirán en que PulsePoint provea servicios publicitarios para la División de Asuntos del Consumidor. La División usará los anuncios para avanzar su misión de proteger al público del fraude, y para otros intereses de los consumidores.

El acuerdo también requiere que PulsePoint asegure que en adelante protegerá la privacidad y confidencialidad de la información que obtiene de los consumidores implementando una serie de controles y procedimientos de privacidad. La compañía entre otras cosas ha acordado a emplear una parte tercera independiente para proveer reportes de evaluación de privacidad a la División de Asuntos del Consumidor, en los próximos cinco años.

El acuerdo requiere que PulsePoint provea información detallada en su sitio web acerca de la clase de información que recoge de los consumidores, y como usa esa información. El sitio web incluirá instrucciones de cómo los consumidores pueden tratar con los “*cookies*” que PulsePoint puede colocar en las computadoras; y como los consumidores pueden restringir, limitar, optar de excluirse, o de otra manera controlar la información que PulsePoint puede recoger de ellos.

Finalmente, el convenio requiere que PulsePoint mantenga sistemas que instruyan a los navegadores del sitio web de Safari eliminar los “*cookies*” puestos por PulsePoint antes de la fecha del acuerdo

“Esta acción demuestra que la División de Asuntos del Consumidor está comprometida a proteger la privacidad de los consumidores en un mundo digital cada vez más complejo y sofisticado,” dijo el Director de la División de Asuntos del Consumidor del Estado, Eric T. Kanefsky. “La publicidad en línea es un negocio de multi-millones de dólares que siempre está buscando nuevas maneras de cómo enfocarse en lo que quieren los consumidores para bombardearlos con anuncios e incitarlos a visitar los sitios de ventas para hacer compras. Hoy les recordamos a los publicitarios y a los programadores de webs que toda la actividad publicitaria tiene que respetar los derechos de los consumidores y las leyes.”

PulsePoint se formó en Septiembre del 2011, a través de la fusión de dos compañías conocidas como ContextWeb Inc., y Datran Media Corp. Pulse Point opera un mercado publicitario en el que contrata con las redes de publicidad para vender espacios de anuncios en sus sitios webs. También contrata con los publicitarios para poner sus anuncios en estos sitios.

Se alega que ContextWeb y luego PulsePoint, eludieron las configuraciones de privacidad de los navegadores de la red de Safari empezando en el 2009. Las compañías usaron los códigos de JavaScript que hizo creer a Safari que los usuarios pulsaban en anuncios cuando en realidad no hacían. Como resultado, el navegador usó los anuncios como si fueran sitios webs que los usuarios visitaron- y aceptó “*cookies*” de esos anuncios. Mientras tanto, ContextWeb y PulsePoint no les dijeron a los consumidores lo que estaban haciendo.

En el acuerdo anunciado hoy, PulsePoint admitió que se involucró en esta práctica hasta Febrero del 2012 y paró solamente después que indagadores independientes verificaron, como fue

publicado en un esposé del Wall Street Journal, que otras compañías se envolvían en prácticas semejantes. La compañía dijo en el acuerdo con el Estado que sus directores y oficiales actuales no sabían de estos hechos hasta ese tiempo. PulsePoint entró en el acuerdo sin admitir que sus prácticas violaban el Acta de Fraude para el Consumidor.

El Fiscal General Interino Hoffman anotó que el acuerdo de \$1 millón refleja como las prácticas de la compañía afectan a los consumidores de Nueva Jersey. También dijo que el acuerdo se usará para mejorar la habilidad del Estado de investigar y enjuiciar a los violadores de la privacidad.

La investigadora Aziza Salikov, de la Unidad de Fraude en Cibernética de la División de Asuntos del Consumidor encabezó la investigación. Los Delgados del Fiscal General Jah-Juin Ho, Glenn Graham, Edward Mullins, Joan Karn, y el Asistente del Fiscal General Brian McDonough, de la División de Leyes, representaron al Estado en este asunto.

La acción en contra de PulsePoint siguió la June 2012 action en la que la División de Asuntos del Consumidor demandó a un desarrollador de *apps* bajo el Children's Online Privacy Protection Act (Acta de Protección de Privacidad de Niños en Línea). Como resultado, la compañía acordó a parar de recoger y transmitir información personal de niños sin notificar a los padres y obtener el consentimiento de estos.

La División en Marzo de este año publicó el Cyber Security Handbook (muy pronto también en español), gratis en línea, con información de cómo protegerse de todo lo que está expuesto en el internet. Esto incluye computadoras, teléfonos inteligentes, y otros aparatos; información personal y privacidad; y la seguridad personal del consumidor así como la de su familia. Los temas tratados incluyen “*phishing*” e “*ingeniería social*”- estrategias que usan los piratas de cibernética para convencer a las víctimas que les den su información personal dejándolos expuestos a robo de identidad; protección en contra de *malware*; como proteger su información personal cuando use un navegador en la red y los aparatos móviles; y alerta a los acosadores y depravadores en línea.

Los consumidores que creen han sido defraudados o estafados por un negocio o sospechan cualquier otra forma de abuso a consumidores pueden poner una queja con la División de Asuntos del Consumidor yendo a: <http://www.njconsumeraffairs.gov/espanol/spcomplaint/queja.pdf> o llamando al 1-800-242-5846 (gratis si llama desde Nueva Jersey) o al 973-504-6200.

Siga la División en Facebook y chequee nuestro calendario de eventos en Consumer Outreach.