



La consulta plantea la conformidad con lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de Carácter Personal, del contrato adjunto a la misma, referido a los servicios de comunicación móviles y fijos a clientes que contraten los planes de precios convergentes “Vodafone ONE”. La cláusula 4.11 del contrato se refiere al derecho de los abonados a la protección de datos, reproduciendo de forma casi literal la que fue informada en fecha 14 de julio de 2015 a solicitud de Vodafone Enabler, S.A.U. en relación con los contratos celebrados bajo la marca “Lowi” Asimismo se incorpora el formulario del contrato, que incluye una serie de casillas por las que el interesado puede manifestar su negativa a la realización de determinados tratamientos.

Como se ha indicado, la cláusula es muy similar a la informada a Vodafone Enabler S.A.U en fecha 14 de julio de 2015, por lo que habrá de traerse al presente informe lo que esta Agencia informó a la citada cláusula. No obstante, es preciso igualmente indicar que la cláusula ahora analizada introduce una modificación respecto de aquella que exige la realización de una observación adicional por parte de esta Agencia, dado que dicha modificación implica una deficiencia añadida en el presente contrato.

En efecto, en la cláusula objeto del presente informe se señala que el cliente consiente a los distintos tratamientos y cesiones que se refieren en aquélla y que exceden de lo meramente relacionado con el desarrollo y ejecución del contrato. Ciertamente el contrato incorpora una serie de casillas en su primera página que permiten al interesado manifestar su negativa al tratamiento, pero la cláusula considera que la marcación de esas casillas constituye una “revocación” del consentimiento otorgado con la firma del contrato.

Dicha posibilidad ha de considerarse inadmisibles, precisamente porque conforme al artículo 15 del Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999 es la marcación de la casilla la que determina la prestación del consentimiento para fines no relacionados con el desarrollo de la relación



contractual. Por ello, resulta necesario que se clarifique que el cliente consiente mediante la marcación de la cláusula, si fuera afirmativa, o salvo que marque la casilla si implicase una negativa al tratamiento, pero suprimiendo la referencia general al consentimiento así como al hecho de que la marcación de la casilla pueda ser considerado como una revocación del mismo.

Dicho lo anterior, procede ahora reiterar las observaciones que ya fueron puestas de manifiesto en el informe de 14 de julio de 2015:

*“La citada cláusula modifica algunos aspectos de la que fue previamente informada por esta Agencia en fecha 18 de febrero de 2015, haciéndose expresa referencia en la solicitud de informe a la realización de dichas modificaciones.*

*De este modo, en primer lugar, se mejora la redacción del primer párrafo, en que ya sólo se hace referencia al tratamiento de los datos sin consentimiento con la finalidad de “cursar el pedido y mantener la relación contractual entre las parte”, tomando en consideración lo informado por esta Agencia.*

*El contrato introduce, por otra parte, ciertas modificaciones en el resto de la cláusula, que no obstante no toman completamente en consideración las observaciones ya manifestadas por esta Agencia, lo que exige tener en cuenta lo mencionado en el ya citado informe de 18 de febrero de 2015.*

*De este modo, se prevé una serie de tratamientos de datos con fines comerciales, derivados de que el cliente los “consiente expresamente, salvo que manifieste lo contrario”. Así, la cláusula se refiere al tratamiento de los datos de tráfico para “realizar acciones comerciales” en los mismos términos que el apartado (i), relacionado con la realización de acciones comerciales de servicios de comunicaciones y de valor añadido. Dicho tratamiento se refiere a los datos de tráfico y facturación generados por el uso del servicio (omitiendo la referencia contenida en la anterior cláusula al artículo 65.3 del Real decreto 424/2005, de 15 de abril), al acceso a los datos de navegación, igualmente derivados del uso del servicio, pero sin mayor especificación, al tratamiento de datos de localización para la prestación de servicios de valor añadido solicitados por el cliente y a la cesión de los datos a*



*empresas del grupo. Por otra parte, no se aporta la carátula del contrato, por lo que se ignora si las opciones que se recogían en el previamente informado por esta Agencia se mantienen en el ahora objeto de informe.*

*Respecto de todo ello, cabe reiterar algunas de las observaciones ya incluidas en el informe de 18 de febrero de 2015 y que a continuación se indican:*

- El informe de 18 de febrero indicaba que *“en primer lugar, el contrato señala que el cliente “consiente” o “consiente expresamente” dichos tratamientos, siendo preciso indicar que, como es sabido y se desprende del propio contrato, tal consentimiento podrá llegar a no prestarse como consecuencia de la marcación de las casillas que contiene el contrato. Por ello, deberá especificarse que el consentimiento tendrá lugar “salvo que el cliente manifieste lo contrario” mediante la citada marcación”.*
- Como ya se ha indicado, el modelo ahora sometido a informe excluye la referencia al artículo 65.3 del Real Decreto 424/2005. De este modo, puede entenderse que se expresa la finalidad de este tratamiento por la mención indicada tras la enumeración de los cuatro supuestos establecidos en la cláusula y su remisión al apartado (i), si bien sería conveniente una mayor clarificación del lenguaje en este punto.
- En cuanto a los datos de navegación, si bien el contrato parece especificar, en los términos que acaban de indicarse, las finalidades para las que los mismos serán sometidos a tratamiento, no se aclara en qué consistirán dichos datos, tal y como se señalaba en el informe de 18 de febrero de 2015. De este modo, a falta de una clarificación en este sentido, al menos mediante una referencia general a qué ha de considerarse como “dato de navegación”, y tal como se señalaba en el anterior informe *“el interesado puede desconocer el alcance del consentimiento prestado”.* De este modo, sería necesaria la citada clarificación.



- Asimismo, es preciso reiterar lo señalado en el anterior informe en relación con las comunicaciones comerciales por medios electrónicos, recordando que *“esta Agencia viene considerando que sería necesaria la existencia de una casilla expresamente referida a las mismas, que además fuera necesario marcar específicamente para que pudiera entenderse prestado el consentimiento, toda vez que el artículo 21.1 de la Ley 34/2002 exige que el consentimiento en estos casos sea expreso”.*