



Procedimiento N°: A/00241/2014

RESOLUCIÓN: R/02034/2014

En el procedimiento A/00241/2014, instruido por la Agencia Española de Protección de Datos a las entidades **GRUPO EMPRESARIAL HORO S.L.** y **GUÍA DE PRENSA, S.L.**, vista la denuncia presentada por la **ASOCIACION DE ABOGADOS ESPECIALISTAS EN NUEVAS TECNOLOGIAS DE ANDALUCIA** y en virtud de los siguientes,

ANTECEDENTES

PRIMERO: Con fecha de 16 de mayo de 2014 tiene entrada en esta Agencia escrito de D. **A.A.A.** en representación de la **Asociación de Abogados especialistas en nuevas Tecnologías de Andalucía** (en lo sucesivo la denunciante) manifestando que han recibido el 13/03/2014, en la dirección de correo electrónico@formacionjuridica.es, una comunicación comercial sin haberla solicitado o autorizado expresamente, y sin existir una relación contractual previa.

Adjunta la comunicación comercial recibida y el encabezado de la misma. Alega que dicha asociación no es ni ha sido cliente de la entidad, no ha mantenido ningún contacto con la entidad emisora y que el mensaje no tiene información alguna sobre cómo darse de baja.

SEGUNDO: A la vista de los hechos denunciado, por los Servicios de Inspección de esta Agencia se realizan diversas actuaciones, teniendo conocimiento de los siguientes hechos:

a) Del correo electrónico aportado con la denuncia se desprende que en fecha 13 de marzo de 2014 (15:11) fue enviado un correo electrónico desde la cuenta de **C.C.C. B.B.B.** con destino a la cuenta@formacionjuridica.es y con el asunto "[SPAM]MUY URGENTE" (la secuencia [SPAM] ha sido incluida por el sistema anti spam del servicio de correo electrónico).

En dicho mensaje se realiza una oferta comercial al receptor. El correo electrónico no muestra indicaciones acerca de la forma de ejercicio del derecho de oposición a la recepción de comunicaciones comerciales. Según las cabeceras de correo electrónico aportadas, el mensaje fue emitido desde la dirección IP estática ***IP.1.

b) Solicitada información a Telefónica de España S.A.U. respecto a la identificación del cliente que tuvo asignada la citada IP ***IP.1 en fecha 13 de marzo de 2014, esta entidad informa que estuvo asignada dinámicamente a la línea ***TEL.1, cuyo titular es Grupo Empresarial Horo, S.L. (en lo sucesivo Horo).

c) Solicitada información a la entidad Guía de Prensa, S.L. (en lo sucesivo GP), esta entidad manifiesta:

<<1.- FORMACION JURIDICA, tiene la dirección de correo **D.D.D.@formacioniuridica.es** como dirección de correo electrónico de contacto en su página web. Se aporta como documento una copia del contenido de la página en cuanto a CONTACTAR y el AVISO LEGAL.

2.- La obtención de la dirección viene de una fuente legal que es la propia página de la Plataforma Formación Jurídica.

3.- Somos una productora de prensa y se le remitió el correo para cumplimentar un especial TRIBUNA DE DERECHO previsto en el Diario CINCO DÍAS, que se publicó en fecha 17 de Marzo de 2014.

4.- Ni Dirección ni Administración de GUÍA DE PRENSA S.L. hemos recibido comunicación alguna de Formación Jurídica sobre este asunto...>>

d) Solicitada información a Horo, esta entidad manifiesta que:

<<En contestación del mencionado requerimiento hacemos nuestro lo manifestado en nuestro correo de fecha 9 de Julio de 2014 (que adjunto), donde en nombre de GUIA DE PRENSA S.L. dábamos contestación a las mismas cuestiones.

Tenemos que poner de Manifiesto que GRUPO HORO es un grupo de cuatro empresas, siendo la denominada GRUPO EMPRESARIAL HORO S.L. la patrimonial de dicho grupo.>>

e) Con fecha 31/07/2014 se ha podido comprobar desde esta Agencia que:

- a. La web www.edicioneshoro.com está redigirida a la web www.guiadeprensa.com.
- b. En la web www.guiadeprensa.com consta una página titulada "Nota Legal" en la que se informa que el titular de dicha web es GP.
- c. En el registro de dominios figuran los dominios edicioneshoro.com y guiadeprensa.com registrados a nombre de GP.

TERCERO: Con fecha 8 de septiembre de 2014, el Director de la Agencia Española de Protección de Datos acordó someter a trámite de audiencia previa el presente procedimiento de apercibimiento A/00241/2014, con arreglo a lo dispuesto en el artículo 39 bis 2 de la LSSI, con relación a la denuncia por infracción de su artículo 21, tipificada como leve en el artículo 38.4.d) de dicha norma. Dicho acuerdo fue notificado a la asociación denunciante y a las entidades Horo y GP.

CUARTO: Con fecha 7/10/2014 se recibe en esta Agencia escrito conjunto de las citadas entidades en el que comunican: <<...En fecha 16/09/14 hemos recibido en nuestras oficinas Resolución del Director de la Agencia Española de Protección de

Datos en el que daba lugar al trámite de Audiencia Previa el APERCIBIMIENTO a GRUPO EMPRESARIAL HORO S.L Y GUÍA DE PRENSA S.L. y nos daba plazo a ambas empresas a fin de que formulen alegaciones y presenten pruebas.

Dentro del plazo concedido y en nombre de las dos empresas requeridas queremos manifestar lo siguiente:

PRIMERO.- GRUPO HORO es un Grupo de Empresas productoras de prensa que trabajamos para las principales cabeceras de Prensa escrita, Grupo Empresarial Horo es la patrimonial del grupo y Guía de Prensa es una de nuestras empresas productoras de prensa. Ambas tienen su domicilio social en calle Metalurgia 38-42, 1 Planta, Edificio La Marina Barcelona 08038 (...)

SEXTO.- Nuestras empresas hacen al año aproximadamente entre cincuenta y cincuenta y cinco Suplementos, en las distintas cabeceras de prensa, con las que trabajamos sin que nunca hayamos tenido una reclamación de este tipo, ya que nuestra forma de trabajar va dirigida a empresas del sector para el que estamos haciendo el Suplemento y contamos con autorización del que recibe el correo para el envío del mismo...>> (el subrayado es de la AEPD).

HECHOS PROBADOS

PRIMERO: Con fecha de 16 de mayo de 2014 tiene entrada en esta Agencia escrito de la Asociación denunciante manifestando que han recibido el 13/03/2014, en la dirección de correo electrónico@formacionjuridica.es, una comunicación comercial sin haberla solicitado o autorizado expresamente, y sin existir una relación contractual previa (el subrayado es de la AEPD).

Adjunta la comunicación comercial recibida y el encabezado de la misma. Alega que dicha asociación no es ni ha sido cliente de la entidad, no ha mantenido ningún contacto con la entidad emisora.

El contenido del citado mensaje es: <...Le envío este correo para comentarte que a última hora una empresa que iba a participar con nosotros en el especial de TRIBUNA DEL DERECHO no ha podido realizar la entrevista por motivos ajenos a nosotros y tenemos una página completa libre. He recibido el expediente de AMMADO CONSULTORES como EMPRESA DE REFERENCIA para este ofrecimiento de una y es por ello que me pongo en contacto con usted. En esta ocasión y por la urgencia en cubrir esta espacio, tenemos un página completa de publicidad precio especial de 2000€ más IVA (página completa en los dos diarios CINCO DÍAS Y LA RAZÓN)., en lugar de los 3490€ (coste de producción página completa de nuestro monográficos) Creo que es una excelente oportunidad para la inserción de publicidad en ambos diarios. NECESITO RESPUESTA INMEDIATA ANTES DE LAS SEIS DE LA TARDE... Muchas gracias!!!!... (...)

Este correo electrónico procede de GUÍA DE PRENSA, S.L y puede contener...>> (folios 1 a 5).

FUNDAMENTOS DE DERECHO

I

En primer lugar, debemos indicar que entre la remisión del correo y el inicio del presente procedimiento se ha promulgado la Ley 9/2014 de 9 de mayo de Telecomunicaciones, cuya Disposición Final Segunda introduce importantes modificaciones en la Ley 34/2002 de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, las cuales, tal y como se expone más adelante, han sido tenidas en cuenta en virtud de la aplicación del principio de retroactividad de la norma sancionadora más favorable.

En este sentido, el segundo párrafo del artículo 43.1 de la LSSI en su redacción conferida por la Ley 9/2014 establece que *“igualmente, corresponderá a la Agencia de Protección de Datos la imposición de sanciones por la comisión de las infracciones tipificadas en los artículos 38.3.c), d) e i) y 38.4.d), g) y h) de esta Ley”*; otorgando por tanto a la Agencia Española de Protección de Datos la facultad para imponer sanciones por la comisión de la infracción del artículo 21 de la citada Ley.

II

A los efectos de examinar si los hechos objeto de imputación pueden constituir infracción al artículo 21 de la LSSI conviene realizar una breve exposición sobre el marco jurídico que resulta de aplicación a las comunicaciones comerciales remitidas por correo electrónico o medios de comunicación electrónica equivalentes.

Actualmente se denomina *“spam”* a todo tipo de comunicación no solicitada, realizada por vía electrónica. De este modo se entiende por *“spam”* cualquier mensaje no solicitado y que, normalmente, tiene el fin de ofertar, comercializar o tratar de despertar el interés respecto de un producto, servicio o empresa. Aunque se puede hacer por distintas vías, la más utilizada es el correo electrónico.

Esta conducta es particularmente grave cuando se realiza en forma masiva. El envío de mensajes comerciales sin el consentimiento previo está prohibido por la legislación española.

El bajo coste de los envíos de correos electrónicos vía Internet o mediante telefonía móvil (SMS y MMS), su posible anonimato, la velocidad con que llega a los destinatarios y las posibilidades que ofrece en cuanto al volumen de las transmisiones, han permitido que esta práctica se realice de forma abusiva e indiscriminada.

El artículo 21 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico, modificado por la Disposición Final Segunda de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, señala lo siguiente:

“1. Queda prohibido el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los

destinatarios de las mismas.

2. Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente.

En todo caso, el prestador deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales mediante un procedimiento sencillo y gratuito, tanto en el momento de recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que le dirija.

Cuando las comunicaciones hubieran sido remitidas por correo electrónico, dicho medio deberá consistir necesariamente en la inclusión de una dirección de correo electrónico u otra dirección electrónica válida donde pueda ejercitarse este derecho, quedando prohibido el envío de comunicaciones que no incluyan dicha dirección”.

Añade el artículo 22.1 de la LSSI, también en la redacción dada por la mencionada Ley de Telecomunicaciones, que “El destinatario podrá revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales con la simple notificación de su voluntad al remitente.

A tal efecto, los prestadores de servicios deberán habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para que los destinatarios de servicios puedan revocar el consentimiento que hubieran prestado. Cuando las comunicaciones hubieran sido remitidas por correo electrónico dicho medio deberá consistir necesariamente en la inclusión de una dirección de correo electrónico u otra dirección electrónica válida donde pueda ejercitarse este derecho quedando prohibido el envío de comunicaciones que no incluyan dicha dirección.

Asimismo, deberán facilitar información accesible por medios electrónicos sobre dichos procedimientos”.

A su vez, el apartado d) del anexo de la LSSI define al “Destinatario del servicio” o “destinatario” como la “persona física o jurídica que utiliza, sea o no por motivos profesionales, un servicio de la sociedad de la información.”

De este modo, la LSSI, en su artículo 21.1 prohíbe de forma expresa las comunicaciones comerciales dirigidas a la promoción directa o indirecta de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, sin consentimiento expreso del destinatario, si bien esta prohibición encuentra su excepción en el segundo párrafo del citado artículo, que autoriza el envío cuando “exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente”. De este modo, el envío de comunicaciones comerciales no solicitadas, fuera del supuesto excepcional del artículo 21.2 de la LSSI, puede constituir una infracción leve o grave de la LSSI.

La Directiva 2002/58/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de julio de 2002, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas (Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas), modificada por la Directiva 2009/136/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre, introdujo en el conjunto de la Unión Europea el principio de “*opt in*”, es decir, la necesidad de contar con el consentimiento previo del destinatario para el envío de comunicaciones electrónicas con fines comerciales. De este modo, cualquier envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente quedan supeditados a la prestación previa del consentimiento, salvo que exista una relación contractual anterior y el sujeto no manifieste su voluntad en contra.

El artículo 19, apartado 2, de la LSSI preceptúa que *“En todo caso, será de aplicación la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y su normativa de desarrollo, en especial, en lo que se refiere a la obtención de datos personales, la información a los interesados y la creación y mantenimiento de ficheros de datos personales”*.

Por tanto, en relación con el consentimiento del destinatario para el tratamiento de sus datos con la finalidad de enviarle comunicaciones comerciales por vía electrónica, es preciso considerar lo dispuesto en la normativa de protección de datos y, en concreto, en el artículo 3.h) de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (en lo sucesivo LOPD) que define el “*consentimiento del interesado*” como: *“toda manifestación de voluntad, libre, inequívoca, específica e informada, mediante la que el interesado consienta el tratamiento de datos personales que le conciernen”*.

Asimismo resulta aplicable lo previsto en el artículo 45.1.b) del Reglamento de desarrollo de la LOPD, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, que señala que cuando los datos se destinen a publicidad y prospección comercial los interesados a quienes se les solicite su consentimiento deberán ser informados *“sobre los sectores específicos y concretos de actividad respecto de los que podrá recibir información o publicidad”*.

Así las cosas, de acuerdo con dichas normas, el consentimiento, además de previo, específico e inequívoco, deberá ser informado. Y esta información deberá ser plena y exacta acerca del sector de actividad del que puede recibir publicidad, con advertencia sobre el derecho a denegar o retirar el consentimiento. Esta información así configurada debe tomarse como un presupuesto necesario para otorgar validez a la manifestación de voluntad del afectado.

III

Como ya se ha señalado, la LSSI prohíbe las comunicaciones comerciales no solicitadas o expresamente autorizadas, partiendo de un concepto de comunicación comercial que se califica como servicio de la sociedad de la información y que se define en su Anexo de la siguiente manera:

“f) Comunicación comercial»: toda forma de comunicación dirigida a la promoción, directa o indirecta, de la imagen o de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.

A efectos de esta Ley, no tendrán la consideración de comunicación comercial los datos que permitan acceder directamente a la actividad de una persona, empresa u organización, tales como el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico, ni las comunicaciones relativas a los bienes, los servicios o la imagen que se ofrezca cuando sean elaboradas por un tercero y sin contraprestación económica”.

De acuerdo con lo señalado, es preciso analizar el concepto de Servicios de la Sociedad de la Información para, a continuación, determinar los supuestos, recogidos en el párrafo segundo del Anexo f) de la LSSI, que no se consideran, a los efectos de esta Ley, como comunicaciones comerciales.

La LSSI en su Anexo a) define como Servicio de la Sociedad de la Información, *“todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario.*

El concepto de servicio de la sociedad de la información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios.

Son servicios de la sociedad de la información, entre otros y siempre que representen una actividad económica, los siguientes: (...)

4º El envío de comunicaciones comerciales. ” (...).

De acuerdo con lo señalado, el concepto de comunicación comercial engloba la definición recogida en el Anexo f), párrafo primero de la LSSI, es decir, ha de tratarse de todas las formas de comunicaciones destinadas a promocionar directa o indirectamente bienes, servicios o la imagen de una empresa, organización o persona con una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.

De lo anterior se deduce que, cuando la comunicación comercial no reúne los requisitos que requiere el concepto de Servicios de la Sociedad de la Información, pierde el carácter de comunicación comercial. En este sentido el párrafo segundo del Anexo f) de la LSSI señala dos supuestos, que no tendrán, a los efectos de esta Ley, la consideración de comunicación comercial. Por un lado, los datos que permitan acceder directamente a la actividad de una persona, empresa u organización, tales como el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico, y, por otro, las comunicaciones relativas a los bienes, los servicios o la imagen que se ofrezca cuando sean elaboradas por un tercero y sin contraprestación económica.

En el presente supuesto ha quedado acreditado que con fecha 13/03/2014 la denunciante recibió en su dirección de correo electrónico@formacionjuridica.es, un mensaje publicitario enviado por GP, que no había sido previamente solicitado ni expresamente autorizado por la denunciante.

IV

Conforme al artículo 9.3 de la Constitución Española, *“La Constitución garantiza (...) la irretroactividad de las disposiciones sancionadoras no favorables o restrictivas de derechos individuales”*. Y en este sentido constante jurisprudencia ha mantenido el principio de retroactividad de la ley sancionadora más favorable. Destacamos así la Sentencia del Tribunal Constitucional 131/1986 de 29 de octubre que señala refiriéndose al principio de retroactividad de la ley penal más favorable *“es que, además, dicho principio supone la aplicación íntegra de la ley más beneficiosa, incluidas aquellas de sus normas parciales que puedan resultar perjudiciales en relación con la ley anterior, que se desplaza en virtud de dicho principio, siempre que el resultado final, como es obvio, suponga beneficio para el reo, ya que en otro caso la ley nueva carecería de esa condición de más beneficiosa que justifica su aplicación retroactiva”*.

Y en este sentido el artículo 128.2 de la ley 30/1992, de 28 de noviembre, dispone: *“Las disposiciones sancionadoras producirán efecto retroactivo en cuanto favorezcan al presunto infractor”*, dado que, como señala el apartado 17 de su Exposición de motivos, es objeto de la misma la aplicación de *“los principios básicos a que debe someterse el ejercicio de la potestad sancionadora de la Administración y los correspondientes derechos que de tales principios se derivan para los ciudadanos extraídos del Texto Constitucional y de la ya consolidada jurisprudencia sobre la materia”*.

En consecuencia, en aplicación del anterior criterio jurisprudencial procede aplicar de forma retroactiva el régimen sancionador de la LSSI introducido por la modificación operada en dicha norma por la Disposición Final Segunda de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, de Telecomunicaciones, al resultar éste en su conjunto más favorable que el vigente en el momento de la comisión de los hechos objeto de imputación.

De acuerdo con lo establecido en los apartados 3.c) y 4.d) del artículo 38 de la LSSI actualmente en vigor, se consideran infracciones graves y leves las siguientes:

“3. Son infracciones graves:

c) El envío masivo de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente, o su envío insistente o sistemático a un mismo destinatario del servicio cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21.”

“4. Son infracciones leves:

d) El envío de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21 y no constituya infracción grave”.

En consecuencia, la conclusión que se deduce de los hechos y fundamentos de derecho anteriores es que la infracción del artículo 21 de la LSSI que se imputa a GP, ha de calificarse como infracción leve, toda vez que la remisión de un mensaje publicitario o comercial no consentido previa y expresamente por su destinatario, y respecto del cual no cabe aplicar la excepción contemplada en el artículo 21.2 de la LSSI al no existir una

relación contractual previa entre remitente y destinatario de los mensajes, no puede calificarse como envío insistente o sistemático de comunicaciones comerciales por medios electrónicos.

V

A tenor de lo establecido en el artículo 39 de la LSSI las infracciones leves podrán sancionarse con multa de hasta 30.001 €, estableciéndose los criterios para su graduación en el artículo 40 de la misma norma, cuyo tenor literal es el siguiente:

“Artículo 40. Graduación de la cuantía de las sanciones.

La cuantía de las multas que se impongan se graduará atendiendo a los siguientes criterios:

- a) La existencia de intencionalidad.*
- b) Plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción.*
- c) La reincidencia por comisión de infracciones de la misma naturaleza, cuando así haya sido declarado por resolución firme.*
- d) La naturaleza y cuantía de los perjuicios causados.*
- e) Los beneficios obtenidos por la infracción.*
- f) Volumen de facturación a que afecte la infracción cometida.*
- g) La adhesión a un código de conducta o a un sistema de autorregulación publicitaria aplicable respecto a la infracción cometida, que cumpla con lo dispuesto en el artículo 18 o en la disposición final octava y que haya sido informado favorablemente por el órgano u órganos competentes.”*

En este supuesto, y también en aplicación del principio de retroactividad de la norma más favorable recogido en el artículo 128.2 de la Ley 30/1992, de 28 de noviembre a los efectos de acordar la resolución procedente debe tenerse en cuenta lo previsto para la moderación de las sanciones en el artículo 39.bis añadido a raíz de la modificación operada en la LSSI, el cual dispone lo siguiente:

“Artículo 39 bis Moderación de sanciones

1. El órgano sancionador establecerá la cuantía de la sanción aplicando la escala relativa a la clase de infracciones que preceda inmediatamente en gravedad a aquella en que se integra la considerada en el caso de que se trate, en los siguientes supuestos:

- a) Cuando se aprecie una cualificada disminución de la culpabilidad del imputado o de la antijuridicidad del hecho como consecuencia de la concurrencia significativa de varios de los criterios enunciados en el artículo 40.*
- b) Cuando la entidad infractora haya regularizado la situación irregular de forma diligente.*
- c) Cuando pueda apreciarse que la conducta del afectado ha podido inducir a la comisión de la infracción.*
- d) Cuando el infractor haya reconocido espontáneamente su culpabilidad.*
- e) Cuando se haya producido un proceso de fusión por absorción y la infracción*

fuese anterior a dicho proceso, no siendo imputable a la entidad absorbente.

2. Los órganos con competencia sancionadora, atendida la naturaleza de los hechos y la concurrencia significativa de los criterios establecidos en el apartado anterior, podrán acordar no iniciar la apertura del procedimiento sancionador y, en su lugar, apercibir al sujeto responsable, a fin de que en el plazo que el órgano sancionador determine, acredite la adopción de las medidas correctoras que, en cada caso, resulten pertinentes, siempre que concurran los siguientes presupuestos:

a) Que los hechos fuesen constitutivos de infracción leve o grave conforme a lo dispuesto en esta Ley.

b) Que el órgano competente no hubiese sancionado o apercibido con anterioridad al infractor como consecuencia de la comisión de infracciones previstas en esta Ley.

Si el apercibimiento no fuera atendido en el plazo que el órgano sancionador hubiera determinado, procederá la apertura del correspondiente procedimiento sancionador por dicho incumplimiento.

A la vista de lo previsto en el apartado segundo del artículo 39.bis, esta Agencia considera que en el presente caso procede apercibir a G.P., en atención a las siguientes circunstancias: por un lado se cumplen los requisitos recogidos en las letras a) y b) del citado precepto y, por otro lado, se constata una cualificada disminución de la culpabilidad de la entidad imputada, teniendo en cuenta la concurrencia significativa de los criterios de ausencia de intencionalidad en la comisión de la infracción, así como de beneficios obtenidos y perjuicios causados.

De acuerdo con lo señalado,

Por el Director de la Agencia Española de Protección de Datos,

SE ACUERDA:

1. APERCIBIR (A/00241/2014) a GUÍA DE PRENSA, S.L. con arreglo a lo dispuesto en el artículo 39 bis.2 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, en relación con la infracción del artículo 21.1 de la citada norma, tipificada como leve en su artículo 38.4.d).

2.- REQUERIR a GUÍA DE PRENSA, S.L. de acuerdo con lo establecido en el citado artículo 39 bis 2, para que en el plazo de un mes desde la notificación de la presente resolución.

2.1 CUMPLA lo previsto en el artículo 21 de la LSSI,

En concreto, se le insta a que cese en el envío de comunicaciones electrónicas a la dirección de correo electrónico de la denunciante@formacionjuridica.es, que incumplan lo dispuesto en dicho precepto, bien cancelando la citada dirección de su lista de contactos o bien adoptando cualquier otra medida necesaria que evite el envío de publicidad a la referida dirección.

2.2 INFORME a la Agencia Española de Protección de Datos del cumplimiento de lo requerido, aportando los documentos en los que se ponga de manifiesto su cumplimiento.

3.- EXONERAR de responsabilidad a **GRUPO EMPRESARIAL HORO S.L.** por los hechos imputados en el presente procedimiento.

Contra esta resolución, que pone fin a la vía administrativa (artículo 48.2 de la LOPD), y de conformidad con lo establecido en el artículo 116 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, los interesados podrán interponer, potestativamente, recurso de reposición ante el Director de la Agencia Española de Protección de Datos en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente a la notificación de esta resolución, o, directamente recurso contencioso administrativo ante la Sala de lo Contencioso-administrativo de la Audiencia Nacional, con arreglo a lo dispuesto en el artículo 25 y en el apartado 5 de la disposición adicional cuarta de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a la notificación de esta acto, según lo previsto en el artículo 46.1 del referido texto legal.

4.- NOTIFICAR el presente Acuerdo a **GRUPO EMPRESARIAL HORO S.L.** y a **GUÍA DE PRENSA, S.L.**

5.- NOTIFICAR el presente Acuerdo a la **ASOCIACION DE ABOGADOS ESPECIALISTAS EN NUEVAS TECNOLOGIAS DE ANDALUCIA.**

De conformidad con lo establecido en el apartado 2 del artículo 37 de la LOPD, en la redacción dada por el artículo 82 de la Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social, la presente Resolución se hará pública, una vez haya sido notificada a los interesados. La publicación se realizará conforme a lo previsto en la Instrucción 1/2004, de 22 de diciembre, de la Agencia Española de Protección de Datos sobre publicación de sus Resoluciones y con arreglo a lo dispuesto en el artículo 116 del Real Decreto 1720/2007, de 21 diciembre, por el que se aprueba el reglamento de desarrollo de la LOPD.

José Luis Rodríguez Álvarez
Director de la Agencia Española de Protección de Datos