



Procedimiento N°: A/00260/2014

RESOLUCIÓN: R/02461/2014

En el procedimiento A/00260/2014, instruido por la Agencia Española de Protección de Datos a la entidad **IMPACTING EMAIL MARKETING SOLUTIONS S.L.**, vista la denuncia presentada por **A.A.A.** y en virtud de los siguientes,

ANTECEDENTES

PRIMERO: Con fecha de 1 de abril de 2014 tiene entrada en esta Agencia, a través de su sede electrónica, una denuncia interpuesta por **A.A.A.**, en adelante el denunciante, en la que manifiesta lo siguiente:

1. *"SANITAS, EXPERIAN, IMPACTING, PROMOAHORRO y empresas relacionadas me están enviando spam".*
2. *"En varias ocasiones he pedido la baja, pero el servicio de spam de IMPACTING y EXPERIAN sigue haciéndolo y no me dan de baja."*
3. *"Anteriormente SANITAS me envió spam a través de uno de sus agentes y siguen haciéndolo ahora con terceras compañías."*

La denuncia viene acompañada de los siguientes documentos:

- a) Dos correo electrónicos remitidos por@.... el 22 de abril de 2013, respondiendo a otros dos recibidos ese mismo día y el anterior, dirigidos al remitente y a otras cuentas de los dominios impacting.es y clisp.com y en los que el denunciante niega haber autorizado el envío de comunicaciones comerciales y se opone a éstas.
- b) Correo electrónico remitido por "webmaster" el 17 de junio de 2013, respondiendo a uno recibido ese mismo día, dirigido al remitente y a otras dos cuentas del dominio sanitas.es y en el que el denunciante niega haber autorizado el envío de comunicaciones comerciales y se opone a éstas.
- c) Correo electrónico remitido por "Sanitas" el 1 de abril de 2014, dirigido a@.... y las cabeceras completas de dicho correo.
- d) Respuesta al correo precedente en el que se solicita el borrado de todas las cuentas de correo del dominio consulintel.es de la base de datos de destinatarios.

SEGUNDO: Del examen de la documentación aportada por el denunciante se desprende lo siguiente:

1. El denunciante recibió el 1 de abril de 2014 en su cuenta de correo@.... un correo electrónico remitido desde la dirección **news@.....**

El correo electrónico contenía información comercial referente a servicios y productos de SANITAS SOCIEDAD ANONIMA DE SEGUROS.

En el pie del correo electrónico se incluye un texto que informa de que se puede solicitar la baja del servicio a través de un enlace, que solicitó al suscribirse a "Promoahorro (Impacting Marketing Solutions SL)" y de que el envío es realizado por un sistema automático por lo que no se solicita que no se conteste a la dirección remitente.

2. La dirección IP origen del correo, *****IP.1** es una de las utilizadas por el servicio de marketing a través de correo electrónico "CheetahMail" prestado por EXPERIAN ESPAÑA SL (anteriormente EXPERIAN MARKETING SERVICES) entre sus clientes.
3. El dominio chtah.com está registrado a nombre de "CheetahMail".
4. En respuesta a la solicitud de información realizada por el inspector actuante, los representantes de IMPACTING EMAIL MARKETING SOLUTIONS S.L., en adelante IMPACTING, remitieron un correo electrónico en el que manifestaron, en referencia al envío del correo electrónico en cuestión, que:
 - 4.1. El 4 de julio de 2013 IMPACTING firmó un contrato con ZETA DIGITAL S.L, en adelante ZETA, con el objeto de que ZETA realizase un campaña entre un subconjunto de sus clientes destinada a obtener su consentimiento para la cesión de sus datos con fines promocionales.

La cláusula 2.3 de dicho contrato establece que "Como consecuencia de la operativa de la Campaña, los registros no pasarán en ningún momento durante la realización de la misma, a estar en posesión de IMPACTING ni se revelará dato de carácter personal alguno [...] IMPACTING únicamente tendrá acceso a los datos de las personas que respondan a la Campaña y se interesen por el "Club ventajas Promoahorro" y, a tal efecto, soliciten su adhesión al mismo; y (ii) los datos de las personas que, una vez finalizada la Campaña hayan consentido la cesión de sus datos a IMPACTING.....".

IMPACTING aporta copia del contrato firmado.

IMPACTING manifiesta que ZETA remitió, conforme a lo dispuesto en el artículo 14.2 de la LOPD, una comunicación a sus clientes informando de la cesión de sus datos a IMPACTING y concediendo un periodo de 45 días para expresar su negativa a dicha cesión.

La entidad aporta copia del modelo utilizado para tal fin, pero no de la comunicación remitida al denunciante y SETA le manifiesta que el sistema utilizado "...no les da ningún retorno sobre el comportamiento del usuario, por lo que no pueden acreditar si lo ha recibido o no."

- 4.2. IMPACTING dispone, en virtud del contrato citado en el punto precedente, de los siguientes datos del denunciante: nombre, apellidos, dirección postal y electrónica (....@....), año de nacimiento y número de teléfono.

Entre los datos facilitados por ZETA a IMPACTING consta que los datos fueron facilitados a través del sitio web www.sport.es.

- 4.3. El correo electrónico denunciado fue remitido en cumplimiento de un contrato firmado con T2O ADMEDIA SERVICES S.L el 1 de enero de 2011 del que se aporta copia.

T2O ADMEDIA SERVICES S.L. es una empresa dedicada a la publicidad que cuenta a SANITAS entre sus clientes.

4.4. No existe relación contractual entre IMPACTING y el denunciante.

4.5. El 1 de abril de 2014 el denunciante dirigió un correo electrónico desde la cuenta **webmaster@.....** en el que manifestaba no haber autorizado los envíos publicitarios y solicitaba que se borrasen todas las direcciones del dominio "consulintel".

Ese mismo día IMPACTING contacta con EXPERIAN y solicita el bloqueo de todas las direcciones del dominio consulintel.es.

5. El 16 de septiembre de 2014 se accede al formulario dispuesto en el sitio web www.sport.es para el registro de usuarios. En dicho formulario se requiere la aceptación de las condiciones legales del sitio web¹ en las que en el punto 7.5 (Consentimiento expreso del usuario), en relación a los datos personales obtenidos a través de la web, se informa de lo siguiente: *"En cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, expresamente se advierte que el envío de los formularios implicará el consentimiento expreso del usuario para: a.- El tratamiento automatizado de los datos facilitados para las finalidades expuestas. b.- Recibir comunicaciones comerciales mediante correo electrónico de las ofertas, promociones y nuevos productos del GRUPO ZETA y sus diferentes empresas, las cuales podrán ser consultadas en el siguiente enlace así como al Club Promoahorro. El club Promoahorro pertenece y es gestionado por Impacting, Email Marketing Solutions, S.L. con CIF ***** y domicilio en: (C/.....1) de Madrid. No obstante, si el usuario no desea continuar recibiendo comunicaciones comerciales puede indicárnoslo mediante comunicación remitida a la siguiente dirección, con asunto "BAJA":@diario.....".*

TERCERO: Con fecha 29 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/00260/2014. Dicho acuerdo fue notificado a los denunciantes y al denunciado.

CUARTO: Con fecha 21/10/2014 se recibe en esta Agencia escrito del denunciado en el que comunica que tras reiterarse en las alegaciones formuladas durante las actuaciones previas de inspección, manifiesta que "en el momento en que el usuario@.... exprese su deseo de no recibir el boletín de nuestros servicios y productos procedemos inmediatamente a dar de baja su correo de la lista de distribución."

HECHOS PROBADOS

Uno.- El denunciante recibió el 1 de abril de 2014 en su cuenta de correo@.... un correo electrónico remitido desde la dirección **news@.....**

1 www.sport.es/es/avisolegal.shtml

Dos.- El correo electrónico contenía información comercial referente a servicios y productos de SANITAS SOCIEDAD ANONIMA DE SEGUROS. Consta en el pie del correo un texto que informa de que se puede solicitar la baja del servicio a través de un enlace, que solicitó al suscribirse a “Promoahorro (Impacting Marketing Solutions SL” y de que el envío es realizado por un sistema automático por lo que no se solicita que no se conteste a la dirección remitente.

Tres.- La dirección IP origen del correo, ***IP.1 es una de las utilizadas por el servicio de marketing a través de correo electrónico “CheetahMail” prestado por EXPERIAN ESPAÑA SL entre sus clientes.

Cuatro.- El dominio chtah.com está registrado a nombre de “CheetahMail”.

Cinco.- El 4 de julio de 2013 IMPACTING firmó un contrato con ZETA DIGITAL S.L, en con el objeto de que ésta realizase un campaña entre un subconjunto de sus clientes destinada a obtener su consentimiento de modo tácito para la cesión de sus datos con fines promocionales, mediante una comunicación cuya recepción por los destinatarios no acredita. ZETA DIGITAL S.L le manifiesta que el sistema utilizado “...no les da ningún retorno sobre el comportamiento del usuario, por lo que no pueden acreditar si lo ha recibido o no.”.

Seis.- IMPACTING dispone, en virtud del contrato de 4 de julio de 2013 de los siguientes datos del denunciante: nombre, apellidos, dirección postal y electrónica (....@....), año de nacimiento y número de teléfono.

Siete.- Entre los datos facilitados por ZETA a IMPACTING, ésta manifiesta que los datos fueron facilitados a través del sitio web **www.sport.es**.

Ocho.- No existe relación contractual entre IMPACTING y el denunciante.

Nueve.- El 1 de abril de 2014 el denunciante dirigió un correo electrónico desde la cuenta **webmaster@.....** en el que manifestaba no haber autorizado los envíos publicitarios y solicitaba que se borrasen todas las direcciones del dominio “*consulintel*”. Ese mismo día IMPACTING contacta con EXPERIAN y solicita el bloqueo de todas las direcciones del dominio *consulintel.es*.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

I

El 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 22 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, o, en su caso, apercibir al sujeto responsable en la forma prevista en el nuevo artículo 39 bis 2 de dicha norma.

II

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.

La LSSI, en su artículo 21.1, prohíbe de forma expresa “*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*”. Es decir, se desautorizan 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 apartado 2 del citado artículo 21, que autoriza el envío de comunicaciones comerciales 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.

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".

El concepto de comunicación comercial, de acuerdo con la definición recogida en el Anexo f), párrafo primero de la LSSI, engloba 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.

Por otro lado, la LSSI en su Anexo a) define "Servicio de la Sociedad de la Información" como *"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".

Añade el referido apartado que el envío de comunicaciones comerciales es un servicio de la sociedad de la información, siempre que represente una actividad económica.

Según el apartado d) del citado Anexo, destinatario es la *"persona física o jurídica que utiliza, sea o no por motivos profesionales, un servicio de la sociedad de la información"*

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.

IV

Descrito el marco normativo aplicable a las comunicaciones comerciales remitidas a través de medios electrónicos, se debe destacar que la LSSI dispone en su artículo 21 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.”

En el presente supuesto, ha quedado acreditado que la entidad denunciada remitió una comunicación comercial por medios electrónicos sin los requisitos que el art. 21 de la LSSI señala, pues con independencia de que el origen de la dirección de correo del denunciante fuera una cesión por parte de GRUPO ZETA, la LSSI requiere el consentimiento previo y expreso no admitiéndose consentimientos tácitos como pretende poner de manifiesto la entidad todo ello sin perjuicio de que no ha podido acreditarse el envío de la información que pretende recabar tácitamente dicho consentimiento. Es decir, el establecimiento de presunciones ha de realizarse sobre hechos respecto de los que no exista duda acerca de su producción o acaecimiento, y ni la inscripción en el formulario de la página web, ni el envío informativo al denunciante ha resultado probados.

V

Por otra parte, en cuanto a la propuesta de exención de responsabilidad que hace IMPACTING por ser cesionaria de los datos obtenidos por GRUPO ZETA, debe indicarse que la conducta típica y antijurídica es el envío de comunicaciones comerciales sin autorización, conducta únicamente atribuible a IMPACTING.

Finalmente destacar que no es de aplicación la dispensa para la obtención de la autorización antes citada consistente en la existencia de una relación contractual previa de servicios similares, pues tal como consta en el punto 4.4 del Acuerdo de inicio no existe relación contractual entre IMPACTING y el denunciante, que es la única que puede eximir de la obtención del consentimiento y no con el cesionario de los datos. Debiendo poner atención en que los servicios ofrecidos han de ser de la misma empresa y similares a los que sustentan la inicial “relación contractual previa” y obviamente los servicios de SANITAS no son prestados por la entidad denunciada.

VI

El artículo 38.4 d) de la LSSI considera infracción leve: *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 el presente caso el denunciado ha remitido una comunicación electrónica que vulnera lo dispuesto en el art. 21 de la LSSI, considerándose infracción leve.

VII

El artículo 39 bis de la LSSI, bajo el epígrafe “Moderación de las sanciones”, estipula lo siguiente:

“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."

En el presente supuesto se cumplen los requisitos recogidos en las letras a) y b) del citado apartado 2 del artículo 39 bis. Junto a ello se constata una cualificada disminución de la culpabilidad del imputado teniendo en cuenta que la infracción se refiere a la remisión de una única comunicación comercial y que concurren las circunstancias de inexistencia de perjuicios alegados por el destinatario de los mensajes y falta de constancia de los beneficios obtenidos por la comisión de la infracción.

VIII

Por otro lado, debe analizarse en el presente caso la circunstancia de que el apercibimiento que correspondería de acuerdo con el art. 39 bis 2 LSSI, no tendría aparejado requerimiento o medida alguna a adoptar por la entidad denunciada, pues como **IMPACTING EMAIL MARKETING SOLUTIONS SL** ha puesto de manifiesto han eliminado la dirección de correo de su lista de distribución, sin que se pueda requerir una medida ya adoptada que evite el envío de las comunicaciones comerciales por medios electrónicos, procedería el archivo de las actuaciones.

En este sentido conviene traer a colación lo dispuesto en las Sentencias de la Audiencia Nacional 455/2011 de fecha 29/11/2013 y 166/2013 de fecha 10/06/2014 que señalan que la figura del Aparcibimiento tiene que llevar aparejada medidas concretas para el sujeto apercibido, ya que de otro modo se otorgaría al apercibimiento una suerte de naturaleza sancionadora, y nos hallaríamos ante la imposición de una sanción no prevista en la LSSI vulnerando los artículos 127 y 129 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

En conclusión, la actuación administrativa procedente en Derecho es el archivo de las actuaciones, sin practicar apercibimiento o requerimiento alguno a la entidad denunciada, pues así se deduce de la correcta interpretación del artículo 39 bis 2 de la

LSSI, atendida su interpretación sistemática y teleológica.

De acuerdo con lo señalado,

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

SE ACUERDA:

PRIMERO.- ARCHIVAR EL PROCEDIMIENTO (A/00260/2014) a IMPACTING EMAIL MARKETING SOLUTIONS S.L., con arreglo a lo dispuesto en el artículo 39 bis, apartado 2 de la LSSI, con relación a la denuncia por infracción el artículo 21.1 de la LSSI, tipificada como leve en el artículo 38.4 d) de la citada norma.

SEGUNDO.- NOTIFICAR el presente Acuerdo a **IMPACTING EMAIL MARKETING SOLUTIONS S.L.**, y a **D. A.A.A.**.

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.

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