



Procedimiento N°: A/00389/2014

RESOLUCIÓN: R/00596/2015

En el procedimiento A/00389/2014, instruido por la Agencia Española de Protección de Datos a Don **A.A.A.**, vista la denuncia presentada por Dña. **D.D.D.** y en virtud de los siguientes,

ANTECEDENTES

PRIMERO: Con fecha 2 de julio de 2014 tiene entrada en esta Agencia una denuncia presentada por Dña. **D.D.D.** (en lo sucesivo la denunciante), en la que manifiesta la recepción de una comunicación comercial no solicitada en su cuenta de correo electrónico personal, cuya copia aporta junto con las cabeceras de Internet del mismo.

Asimismo, la denunciante señala que en la web **www. C.C.C.** no se facilita ningún medio para poder oponerse al uso de sus datos.

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

- El denunciante recibió el día 2 de julio de 2014 en la dirección de correo electrónico **E.E.E.** una comunicación comercial procedente de la cuenta **B.B.B.**.

En dicho envío figuraba como Asunto: "*[spam] Perfumes de imitación a 7,95 euros el de 100 ml en USNIER.ES. ", ofertándose perfumes de imitación comercializados a través de la página web <http://www. C.C.C.>*

- El correo electrónico aportado por la denunciante no incluye ninguna dirección de correo electrónica o dirección electrónica válida para que el destinatario pueda ejercer el derecho de oposición al uso de sus datos con fines comerciales.
- La dirección IP de origen del envío es *****IP.1**

TERCERO: De las actuaciones efectuadas con fecha 29 de julio de 2014 se constata lo siguiente:

- Con En la página web <https://www.nic.es> consta que USNIER, S.A. es una empresa que se dedica a la fabricación y venta online de cosméticos y perfumes.
- En la mencionada página web no se informa sobre cómo solicitar la oposición a los envíos de publicidad o cómo revocar el consentimiento que hubiera podido otorgarse para ello.

- Que la dirección IP de origen del correo electrónico comercial denunciado está vinculada al dominio **B.B.B.**, el cual figura registrado a nombre de "**A.A.A.**".

TERCERO: Con fecha 11 de diciembre 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/00389/2014. Dicho acuerdo fue notificado al denunciado con fecha 22 de diciembre de 2014

CUARTO: Con fecha 16 de enero de 2015 se registra de entrada en esta Agencia escrito del denunciado en el que comunica que los hechos denunciados no son ciertos, toda vez que

- "los mensajes publicitarios que se envían conlleva en el texto el derecho de rectificación, acceso y supresión de datos."
- no se incumple ninguna normativa *"porque los titulares prestan su conformidad al envío de la publicidad mediante la aceptación que se recoge en la página siguiente"*.
- En el momento que sea recibido la notificación han sido cancelados del fichero los datos de la denunciante.

El escrito no acompaña ni la copia del modelo de email enviado ni la prueba al consentimiento al envío de publicidad que se señala se adjuntan al escrito.

QUINTO: Con fecha 9 de marzo de 2015 se accede vía Internet a la página web obteniéndose impresión de los documentos "Términos y condiciones" y "Privacidad&Cookies" y de la página de "Contacto" de la misma.

HECHOS PROBADOS

PRIMERO: Con fecha 2 de julio de 2014 se remitió una comunicación comercial desde la cuenta de correo electrónico **B.B.B.** a la dirección de correo electrónico **E.E.E.** con el siguiente asunto: *"[spam] Perfumes de imitación a 7,95 euros el de 100 ml en USNIER.ES."* (folios 3 y 4)

En dicho envío se publicita la compra on-line de perfumes de equivalencia a través de la página web

SEGUNDO: El correo electrónico aportado por el denunciante no ofrecía ninguna dirección de correo electrónica o dirección electrónica válida para que el destinatario pudiera oponerse al uso de sus datos con fines comerciales. (folios 3 y 4)

TERCERO: La dirección IP de origen del envío *****IP.1** está vinculada al dominio **B.B.B.**, el cual figura registrado a nombre de "**A.A.A.**". (folios 3, y 5 al 8),

CUARTO: Con fecha 9 de marzo de 2015 se comprueba que en el documento de "Política de Privacidad" de la página web web no se ofrece ningún procedimiento de oposición válido para que los destinatarios de los correos electrónicos comerciales puedan dejar de recibir envíos publicitarios por dicha vía o por otros medios de comunicación electrónica o similares, limitándose a indicar al respecto en el apartado

denominado “El control de su información personal” lo siguiente: (folios 34, 39 y 40)).

“Usted puede optar por restringir la recopilación o el uso de su información personal de las siguientes maneras:

. Cuando se le pide que rellene un formulario en el sitio Web, busque la casilla en la que puede hacer clic para indicar que no desea que la información pueda ser utilizada por ninguna persona con fines de marketing directo.

. Si previamente ha acordado con nosotros que podemos usar su información personal para fines de marketing directo, usted puede cambiar de opinión en cualquier momento haciéndonoslo saber por escrito o por correo electrónico.”

QUINTO: El remitente del envío no ha acreditado haber cancelado en sus ficheros los datos del denunciante con fines publicitarios.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

I

El segundo párrafo del artículo 43.1 de la vigente LSSI 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, o, en su caso, apercibir al sujeto responsable en la forma prevista en el nuevo artículo 39 bis 2 de dicha norma.

II

El envío de mensajes comerciales sin el consentimiento previo está prohibido por la legislación española. El artículo 21 de la LSSI, en la redacción introducida por la Disposición Final Segunda de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, establece que:

“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.”

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”.* A su vez, la definición de prestador del servicio se contiene en el apartado c) del mencionado Anexo, que considera como tal la *“persona física o jurídica que proporciona 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, hay que dilucidar si el mensaje comercial recibido por el denunciante el día 2 de julio de 2014 en su cuenta de correo electrónico **E.E.E.** procedente de la cuenta **B.B.B.** cumplía, o no, las exigencias recogidas en el mencionado artículo 21 de la LSSI.

Así, y en lo que se refiere al incumplimiento de la prohibición prevista en el artículo 21.1 de la LSSI, en el presente supuesto Don **A.A.A.** no ha acreditado mediante ningún medio de prueba que el mencionado envío publicitario fuera remitido a la cuenta de correo electrónico del denunciante mediando el consentimiento previo y expreso del destinatario del mismo, por cuanto la mera manifestación de que los envíos publicitarios se realizan recogiendo el consentimiento de los titulares para ello no prueba, en forma alguna, que el afectado hubiese, efectivamente, otorgado su autorización a dicho remitente.

En relación con la cuestión de la carga de la prueba, resulta de aplicación a este supuesto el criterio mantenido por la Audiencia Nacional en la Sentencia de fecha 17 de mayo de 2007, Recurso 157/2005, en la que en un caso que también afectaba al incumplimiento de lo previsto en el artículo 21 de la LSSI, se arguyó que: *“En caso de que los afectados hubieran negado haber otorgado dicho consentimiento, que la Ley no exige que sea escrito, correspondería al denunciado probar su existencia, como ha reiterado esta Sala en relación con el tratamiento inconsentido de datos.”*

Por lo tanto, a la luz de los elementos fácticos obrantes en el expediente cabe concluir que Don **A.A.A.** ha incumplido la prohibición recogida en el artículo 21.1 de la LSSI al enviar un correo electrónico de tipo comercial al denunciante sin contar con la autorización expresa o solicitud previa del mismo para ello, y sin que quepa aplicar la excepción contenida en el primer párrafo del artículo 21.2 al no haberse acreditado por el remitente del envío la existencia de una relación contractual previa entre éste y el destinatario del envío en cuestión por productos similares a los ofertados en el correo electrónico denunciado.

V

En lo que respecta al incumplimiento del deber de ofrecer un procedimiento de baja al destinatario del envío, la redacción del párrafo tercero del artículo 21.2 de la LSSI establece que cuando las comunicaciones comerciales se remiten por correo electrónico, dicho mecanismo debe consistir, necesariamente, en una dirección electrónica válida o en una dirección de correo electrónico, quedando prohibido el envío de comunicaciones que no incluyan dicha dirección.

Este requisito persigue facilitar el derecho de los destinatarios de este tipo de comunicaciones electrónicas a no recibir envíos de naturaleza comercial en sus correos electrónicos, por lo que el hecho de que por parte del prestador de servicios no se incluya en cada uno de los envíos un procedimiento sencillo y gratuito de los previstos

en el tercer párrafo del artículo 21.2 de dicha norma conculca la obligación establecida en el mencionado precepto de la LSSI.

Del análisis y lectura del contenido del correo comercial recibido por el denunciante se evidencia que éste no incluye una dirección de correo electrónico o alguna dirección electrónica válida concreta y específica a través de la cual posibilitar al destinatario el cese del tratamiento de sus señas electrónicas con fines publicitarios, a pesar de que la LSSI prohíbe el envío de correos electrónicos comerciales que no incluyan dicha dirección.

Tampoco la página web a la que remite el correo electrónico comercial denunciado incluye, al menos en forma sencilla y accesible para cualquier usuario, una dirección de correo electrónico determinada y reconocible a través de la que poder manifestar la negativa a recibir envíos publicitarios por medios de comunicación electrónica o similares, sin que pueda considerarse que cumpla las exigencias del artículo 21.2 de la LSSI la observación que aparece en el documento de "Política de Privacidad" del reseñado sitio web con el siguiente tenor literal: "*Si previamente ha acordado con nosotros que podemos usar su información personal para fines de marketing directo, usted puede cambiar de opinión en cualquier momento haciéndonoslo saber por escrito o por correo electrónico.*". Del propio texto se evidencia que dicha información no contiene una dirección de correo electrónica concreta a través de la que poder oponerse a recibir comunicaciones comerciales, limitándose a señalar en forma genérica que la baja de los envíos publicitarios podrá solicitarse por correo electrónico.

Esta exigencia de facilitar un mecanismo que permita manifestar la negativa a la recepción de también se recoge en el artículo 22.1 de dicha norma que establece respecto de los derechos de los destinatarios de los servicios 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." (el subrayado es de la AEPD)

En consecuencia, de lo expuesto con anterioridad, ha quedado probado que el mencionado remitente también ha incurrido en la infracción del artículo 21.2, párrafos segundo y tercero, de la LSSI, al no ofrecer en la comunicación comercial recibida por el denunciante alguno de los procedimientos sencillos y gratuitos establecidos en dicho precepto para que el destinatario del envío pudiera oponerse a la recepción de publicidad por dicha vía.

VI

El artículo 38.4.d) de la LSSI califica como 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, la infracción del artículo 21 de la LSSI que se imputa a Don **A.A.A.** ha de calificarse como infracción leve, toda vez que la remisión de una comunicación comercial sin cláusula de baja cuya remisión no había sido consentida 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 del envío, no puede calificarse como envío insistente o sistemático de comunicaciones comerciales por medios electrónicos, tal y como requiere el artículo 38.3.c) de dicha norma para constituir infracción grave.

VII

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 Don **A.A.A.** 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 del imputado en los términos del artículo 39.bis 1.a), ello teniendo en cuenta la concurrencia significativa de los criterios de ausencia de intencionalidad, inexistencia de perjuicios alegados por el destinatario del mensaje y falta de constancia de beneficios obtenidos por la comisión de la infracción contemplados en los criterios a), e) y d) del artículo 40 de la LSSI.

De acuerdo con lo señalado,

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

SE ACUERDA:

1. APERCIBIR (A/00389/2014) a Don **A.A.A.** 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 de la citada norma, tipificada como leve en el artículo 38.4.d).

2.- REQUERIR a Don **A.A.A.** 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 del denunciante **E.E.E.**, 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 cuenta de correo electrónico, debiendo.

Igualmente, se le requiere para que incluya una dirección de correo electrónico o una dirección electrónica válida que permita a los destinatarios de las comunicaciones comerciales remitidas por correo electrónico oponerse al uso de sus señas electrónicas en forma sencilla y gratuita

2.2 INFORME a la Agencia Española de Protección de Datos del cumplimiento de lo requerido, aportando los documentos o medios de prueba que pongan de manifiesto su cumplimiento.

Se le advierte que en caso de no atender el citado requerimiento podría incurrir en una infracción del artículo 37.1.f) de la LOPD, que señala que *“son funciones de la Agencia de Protección de Datos: f) Requerir a los responsables y los encargados de los tratamientos, previa audiencia de éstos, la adopción de las medidas necesarias para la adecuación del tratamiento de datos a las disposiciones de esta Ley y, en su caso, ordenar la cesación de los tratamientos y la cancelación de los ficheros, cuando no se ajuste a sus disposiciones.”*, tipificada como grave en el artículo 44.3.i) de dicha norma, que considera como tal, *“No atender los requerimientos o apercibimientos de la Agencia Española de Protección de Datos o no proporcionar a aquélla cuantos documentos e informaciones sean solicitados por la misma”*, pudiendo ser sancionada con multa de **40.001 € a 300.000 €**, de acuerdo con el artículo 45.2 de la citada Ley Orgánica.

3. ABRIR el expediente de investigación E/01527/2015 al efecto de hacer un seguimiento del presente requerimiento.

4.- NOTIFICAR el presente Acuerdo a Don **A.A.A.** .

5.- NOTIFICAR el presente Acuerdo a Dña. **D.D.D.**

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