

Expediente N°: E/07931/2013

RESOLUCIÓN DE ARCHIVO DE ACTUACIONES

De las actuaciones practicadas por la Agencia Española de Protección de Datos en virtud de denuncia presentada por don **B.B.B.** y teniendo como base los siguientes

HECHOS

PRIMERO: En fecha de 20 de diciembre de 2013 tiene entrada en esta Agencia un escrito de **B.B.B.** en el que denuncia una campaña publicitaria navideña organizada a través del sitio web <http://www.hazteextranjero.com>, a través de la cual se recabaron, a su juicio de forma engañosa, datos personales.

SEGUNDO: Tras la recepción de la denuncia la Subdirección General de Inspección de Datos procedió a la realización de actuaciones previas de investigación para el esclarecimiento de los hechos denunciados, teniendo conocimiento de los siguientes extremos:

1. En respuesta al requerimiento de la Inspección de Datos, la compañía CAMPOFRÍO FOOD GROUP, S.A. ha aclarado: *<<Que en el ejercicio de su actividad y particularmente con la idea de mantener notoriedad como marca, la campaña "Hazte Extranjero" realizada por esta Compañía ha sido una acción que bajo un eslogan llamativo, pretendía exactamente lo contrario del título, es decir, poner en valor aquellos rasgos de la sociedad española que pensamos aportan valor a la convivencia y a nuestra idiosincrasia, en un momento tan particular como son las navidades que es época de reencuentros. De hecho el mensaje final de la misma era: "Uno puede irse, pero no hacerse". Desde un punto de vista objetivo y al margen de apreciaciones personales y por lo tanto subjetivas, la campaña de ningún modo puede tildarse de engañosa. Basta ver el anuncio de televisión para comprobar cuanto se manifiesta (<http://www.youtube.com>.....). Entendemos a la vista del contenido de la campaña que se entiende perfectamente su contenido y es perfectamente consciente de lo que se pretende. Nos parece igualmente importante recalcar que del contenido de la campaña no se desprende de ninguna manera, ni directa ni indirectamente que CAMPOFRÍO pudiese gestionar o facilitar de ninguna forma, por si o mediante terceros, un cambio de nacionalidad de ningún usuario, ni que se pretendiesen recoger datos personales para realizar semejante trámite, y menos aún que mediante engaño se pretendiese recopilar datos de carácter personal. [...] con independencia de que la misma pudiera gustar más o menos, se ha sabido siempre que era una acción de comunicación de Campofrío, no un servicio encargado de gestionar el cambio de nacionalidades o de recoger datos de manera engañosa. [...] el único objetivo de la acción era, con un mensaje novedoso, dar presencia a la marca en época de navidad, exclusivamente. Por lo tanto en modo alguno se pretendía y de hecho no se ha hecho, recopilar, enriquecer o de cualquier manera obtener datos personales de ninguna persona, ni por supuesto gestionar un cambio de nacionalidad. Como ya hemos dicho con la campaña no se ha recogido, ni guardado un solo dato de carácter personal como más adelante señalaremos.>>*
2. La compañía ha aportado a la Inspección copia del contrato suscrito con la agencia de publicidad a la que se encargó la acción de comunicación y ha precisado que *<<no han sido utilizados parámetros identificativos de posibles destinatarios de la campaña, ni para la misma se han utilizado o se han tratado los registros de 'nuestra*

base de clientes denominada "Campañas de marketing y prospección comercial" ya que no había destinatarios concretos a los que enviar o dirigir nada. El público ha tenido conocimiento de la misma, bien a través de la televisión, bien a través de Facebook, o incluso a través de prensa escrita de tirada nacional (el diario El Mundo o ABC se hicieron eco de la misma) pero sin que, insistimos, se haya tratado dato personal ni antes para dirigir o informar de la campaña, ni durante para su gestión, ni posteriormente para el enriquecimiento de bases de datos.>>

3. La compañía ha aportado asimismo copia impresa de cada una de las páginas que formaban parte del *microsite* de la campaña, distinguiendo entre aquellos usuarios que estaban dados de alta en Facebook de aquellos otros que no. Se incluyen: la página en la que el usuario decide que nacionalidad le parece mejor, la página en la que se invita al usuario a continuar con la navegación en el site y la página que le da la bienvenida al país y le informa de unos rasgos característicos del mismo. Según se expone, para los usuarios con Facebook en esta pantalla finalizaba su navegación en el site de la campaña, sin que se les solicitase dato personal de ningún tipo. Para aquellos usuarios que no fueran usuarios registrados en Facebook, la página les invitaba, si querían, a facilitar su cuenta de correo electrónico y a continuación se les informaba de que se había remitido un correo electrónico a la cuenta facilitada, finalizando en ese momento la navegación por el site. Se ha aportado copia de uno de estos mensajes, con el siguiente texto: *"Tu solicitud está siendo tramitada y en breve nos pondremos en contacto contigo. Ya estás muy cerca de hacerte coreano del norte. Excelente elección Siendo coreano del norte podrás presumir de: Pertenecer a un país lleno de gente maravillosa. Ser del mismo país que Kim Jong Il. Hyon Song-Wol. Ahora tu capital es Pionyang y para comprar tendrás que pagar en Wons norcoreanos."* La compañía ha aclarado que *"el mensaje electrónico era generado directamente por el site, sin que se haya conservado un solo dato de los usuarios que facilitaron su cuenta de correo."*

FUNDAMENTOS DE DERECHO

I

Es competente para resolver el Director de la Agencia Española de Protección de Datos, conforme a lo establecido en el artículo 37.d) en relación con el artículo 36, ambos de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (en lo sucesivo LOPD).

II

El artículo 30 de la LOPD, relativo a tratamientos con fines de publicidad y de prospección comercial, establece:

1. Quienes se dediquen a la recopilación de direcciones, reparto de documentos, publicidad, venta a distancia, prospección comercial y otras actividades análogas, utilizarán nombres y direcciones u otros datos de carácter personal cuando los mismos figuren en fuentes accesibles al público o cuando hayan sido facilitados por los propios interesados u obtenidos con su consentimiento.

2. Cuando los datos procedan de fuentes accesibles al público, de conformidad con lo establecido en el párrafo segundo del artículo 5.5 de esta Ley, en cada comunicación que se dirija al interesado se informará del origen de los datos y de la identidad del responsable del tratamiento, así como de los derechos que le asisten.

3. En el ejercicio del derecho de acceso los interesados tendrán derecho a conocer el origen de sus datos de carácter personal, así como del resto de información a que se refiere el artículo 15.

4. Los interesados tendrán derecho a oponerse, previa petición y sin gastos, al tratamiento de los datos que les conciernan, en cuyo caso serán dados de baja del tratamiento, cancelándose las informaciones que sobre ellos figuren en aquél, a su simple solicitud.”

El capítulo II del Título IV del Reglamento de desarrollo de la LOPD, aprobado mediante Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por su parte, establece ciertos requisitos para este tipo de tratamientos, en los artículos 45 y 46:

“45. Datos susceptibles de tratamiento e información al interesado.

1. Quienes se dediquen a la recopilación de direcciones, reparto de documentos, publicidad, venta a distancia, prospección comercial y otras actividades análogas, así como quienes realicen estas actividades con el fin de comercializar sus propios productos o servicios o los de terceros, sólo podrán utilizar nombres y direcciones u otros datos de carácter personal cuando los mismos se encuentren en uno de los siguientes casos:

a) Figuren en alguna de las fuentes accesibles al público a las que se refiere la letra j) del artículo 3 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre y el artículo 7 de este reglamento y el interesado no haya manifestado su negativa u oposición a que sus datos sean objeto de tratamiento para las actividades descritas en este apartado.

b) Hayan sido facilitados por los propios interesados u obtenidos con su consentimiento para finalidades determinadas, explícitas y legítimas relacionadas con la actividad de publicidad o prospección comercial, habiéndose informado a los interesados sobre los sectores específicos y concretos de actividad respecto de los que podrá recibir información o publicidad.

2. Cuando los datos procedan de fuentes accesibles al público y se destinen a la actividad de publicidad o prospección comercial, deberá informarse al interesado en cada comunicación que se le dirija del origen de los datos y de la identidad del responsable del tratamiento así como de los derechos que le asisten, con indicación de ante quién podrán ejercitarse.

A tal efecto, el interesado deberá ser informado de que sus datos han sido obtenidos de fuentes accesibles al público y de la entidad de la que hubieran sido obtenidos.

Artículo 46. Tratamiento de datos en campañas publicitarias.

1. Para que una entidad pueda realizar por sí misma una actividad publicitaria de sus productos o servicios entre sus clientes será preciso que el tratamiento se ampare en alguno de los supuestos contemplados en el artículo 6 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre.

2. En caso de que una entidad contrate o encomiende a terceros la realización de una determinada campaña publicitaria de sus productos o servicios, encomendándole el tratamiento de determinados datos, se aplicarán las siguientes normas:

a) Cuando los parámetros identificativos de los destinatarios de la campaña sean fijados por la entidad que contrate la campaña, ésta será responsable del tratamiento de

los datos.

Cuando los parámetros fueran determinados únicamente por la entidad o entidades contratadas, dichas entidades serán las responsable del tratamiento.

b) Cuando en la determinación de los parámetros intervengan ambas entidades, serán ambas responsables del tratamiento.

3. En el supuesto contemplado en el apartado anterior, la entidad que encargue la realización de la campaña publicitaria deberá adoptar las medidas necesarias para asegurarse de que la entidad contratada ha recabado los datos cumpliendo las exigencias establecidas en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, y en el presente reglamento.

4. A los efectos previstos en este artículo, se consideran parámetros identificativos de los destinatarios las variables utilizadas para identificar el público objetivo o destinatario de una campaña o promoción comercial de productos o servicios que permitan acotar los destinatarios individuales de la misma.”

En el presente caso, nos hallamos ante una acción publicitaria en la que los destinatarios participaban voluntariamente, sin que ni la compañía promotora ni la que ejecutaba la campaña dispusieran previamente de sus datos identificativos. Por otra parte, las interacciones de los participantes, a través del sitio web habilitado al efecto o a través del perfil correspondiente en *Facebook*, ocasionaban, en particular, el envío automático de un mensaje electrónico, con carácter no comercial, cuyo contenido estaba directamente relacionado con la propuesta en la que voluntariamente participaban los usuarios, sin que se haya obtenido constancia de un uso posterior de las direcciones de correo electrónico de estos participantes, las cuales no eran conservadas en ficheros de la compañía promotora, según sus propias manifestaciones. Tampoco se ha obtenido constancia de que los datos identificativos de los usuarios de la red social que participaron hubieran sido tratados con posterioridad por dicha compañía con fines publicitarios u otros.

Por lo tanto, de acuerdo con lo señalado,

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

SE ACUERDA:

1. **PROCEDER AL ARCHIVO** de las presentes actuaciones.
2. **NOTIFICAR** la presente Resolución a **A.A.A.** y a don **B.B.B.**.

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.

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 este acto, según lo previsto en el artículo 46.1 del referido texto legal.

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