



JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN

Reclamante	Particular
Reclamado	Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A.
Título	BAJA PUBLICIDAD EMAIL
Nº de asunto	77/R/MAYO 2021
Fase del proceso	Primera instancia
Órgano	Sección Séptima
Fecha	28 de mayo de 2021

RESUMEN

Resolución de 28 de mayo de 2021 de la Sección Séptima del Jurado por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A.

La reclamación se dirige frente a la recepción de material publicitario a través de diversas comunicaciones comerciales no deseadas (*newsletters*) recibidas por el particular reclamante en su dirección personal de correo electrónico.

El Jurado comenzó aclarando que la cuestión rebatida no era estrictamente una cuestión relativa a la eventual infracción de la normativa en materia de protección de datos, sino una eventual infracción de la normativa publicitaria que regula el envío de publicidad por correo electrónico. Aclarado lo anterior, teniendo en cuenta las pruebas obrantes en el expediente, y dado que la reclamada no aportó prueba que contradijese las aportadas por el particular, consideró que la publicidad infringía la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en relación con lo establecido en el artículo 21 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de Información y Comercio Electrónico, al no contar con el consentimiento del reclamante para realizar los envíos de las mencionadas comunicaciones comerciales.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución, Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 25 de junio de 2021.

TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 28 de mayo de 2021, reunida la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Luis Piñar Mañas, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por una particular contra publicidad de la que es responsable Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 20 de mayo de 2021, una particular presentó escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A.
2. La reclamación se dirige contra el envío por parte de Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A. de diversas comunicaciones comerciales no deseadas (concretamente, *newsletters* con carácter publicitario) a la dirección personal de correo electrónico de la particular.
3. En su escrito de reclamación, la particular manifiesta que, pese a haber solicitado a Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A. la baja de la recepción de esas comunicaciones comerciales, continúa recibéndolas. Por ello, solicita que cese el envío de esa publicidad.
4. Trasladada la reclamación a Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A., esta compañía ha presentado escrito de contestación en el que alega que no está adherida al Código de Conducta para el Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria y que, en consecuencia, el Jurado carece de competencia funcional y objetiva para conocer del fondo de la reclamación.

II. Fundamentos deontológicos.

1. A la vista de los antecedentes de hecho expuestos y de las alegaciones de la empresa, este Jurado debe hacer constar que el presente procedimiento no se circunscribe a un supuesto relacionado únicamente con protección de datos, sino que su objeto es el envío de publicidad no deseada, puesto que la reclamante solicitó no recibir más comunicaciones comerciales en su correo electrónico y, a pesar de ello, ha seguido recibéndolas.

Por lo tanto, el Jurado tiene competencia para conocer sobre este asunto, ya que los hechos descritos pueden constituir un incumplimiento tanto de la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en adelante, “**el Código de AUTOCONTROL**”), que establece que las comunicaciones comerciales deben respetar la legalidad vigente. Y dentro de esta legalidad vigente -y al margen de la normativa de protección de datos- se encuentran sin lugar a dudas aquellas normas de naturaleza estrictamente publicitaria -que citaremos más adelante- que

prohíben el envío de publicidad por correo electrónico a personas que no hayan consentido previamente su envío.

Por consiguiente, la cuestión que ha de dilucidar este Jurado no es estrictamente una cuestión relativa a la eventual infracción de la normativa en materia de protección de datos, sino la relativa a la eventual infracción de la normativa publicitaria que regula el envío de publicidad por correo electrónico. Y en la medida en que la eventual infracción de esta normativa publicitaria puede dar origen a una vulneración de la norma 2 del Código de AUTOCONTROL (al que se encuentra adherido la empresa reclamada) es clara la competencia del Jurado para la resolución del presente procedimiento, sin que pueda objetarse frente a la misma la no adhesión de la empresa reclamada a un Código diferente -cuya eventual infracción no se discute en el marco del presente procedimiento- como es el Código de Conducta para el Tratamiento de Datos en la actividad publicitaria.

A mayor abundamiento, y para despejar cualquier duda a este respecto, ha de destacarse que la competencia del Jurado sobre cuestiones como la que es objeto en el presente procedimiento ha sido constante, lo que ha llevado a que el Jurado ya se haya pronunciado en varias ocasiones previas sobre hechos similares a estos, por ejemplo, en las Resoluciones de 30 de enero de 2015 (Particular vs. Emailing Network SARL) y el Dictamen de 4 de julio de 2019 (Particular vs. Clínica Vie et Santé).

2. Una vez aclarado lo anterior, y a la vista de los antecedentes de hecho expuestos, corresponde a este Jurado determinar si la publicidad objeto de la presente resolución contraviene la norma 2 del Código de AUTOCONTROL que recoge el principio de legalidad y a cuyo tenor: *“Las comunicaciones comerciales deben respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución”*

A su vez, debemos poner este precepto en conexión con el artículo 21 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, cuyo literal es el 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.”

Como puede comprobarse, este precepto establece una doble obligación: (i) la necesidad de contar con el consentimiento del usuario para recibir publicidad a través de correo electrónico, salvo en el supuesto exceptuado en el propio artículo, y (ii) la obligación —a cargo de quien remita publicidad por correo electrónico— de proporcionar una dirección electrónica válida para que el destinatario pueda oponerse a su recepción.

Pues bien, la reclamante ha acreditado que solicitó a la empresa, a través de correo electrónico enviado el 9 de diciembre de 2020, no recibir más correos publicitarios. No obstante, en la documentación aportada se observa que los días 25 de febrero y 6 de mayo de 2021 recibió sendos correos electrónicos con ofertas comerciales.

En estas circunstancias, esta Sección, teniendo en cuenta las pruebas obrantes en el expediente, y dado que la reclamada no ha aportado prueba alguna que contradiga las aportadas por la reclamante, debe concluir que la publicidad objeto de la presente Resolución es incompatible con la norma 2 del Código de AUTOCONTROL en relación con el artículo 21 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, al no contar con el consentimiento del reclamante para realizar dichos envíos.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL

ACUERDA

1. Estimar la reclamación presentada por la particular contra Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A.
2. Declarar que el envío de la publicidad reclamada infringe la normas 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.
3. Instar al anunciante al cese en el envío de la publicidad reclamada.
4. Imponer a Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A. el pago de las tasas devengadas por la tramitación del presente procedimiento de conformidad con las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de AUTOCONTROL.