

**Nº de expediente: CC/0004/2018**

## **RESOLUCIÓN DE MODIFICACIÓN DEL “CÓDIGO DE CONDUCTA DE TRATAMIENTO DE DATOS EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA” (AUTOCONTROL)**

Visto el proyecto de modificación del “CÓDIGO DE CONDUCTA DE TRATAMIENTO DE DATOS EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA” presentado por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial “AUTOCONTROL” (en adelante, la entidad promotora, o el promotor) para su aprobación por la Agencia Española de Protección de Datos, y teniendo en cuenta los siguientes:

### **ANTECEDENTES DE HECHO**

**PRIMERO.** - El 9 de octubre de 2020, previa la tramitación del correspondiente expediente, la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) aprobó el código de conducta denominado “**CÓDIGO DE CONDUCTA DE TRATAMIENTO DE DATOS EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA**” (en adelante, el código de conducta o el código) promovido por la **ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL “AUTOCONTROL”**, y acreditó como **ORGANISMO DE SUPERVISIÓN** de carácter interno al designado por el promotor: el **JURADO DE LA PUBLICIDAD**.

**SEGUNDO.** - El 28 de noviembre de 2022, la AEPD aprobó la modificación del código solicitada por Autocontrol el 14 de octubre de 2022.

**TERCERO.** - Con fecha 27 de julio de 2023, el Director General de Autocontrol, en su nombre y representación, presentó un nuevo proyecto de modificación y ampliación del código de conducta.

A la citada solicitud se acompañó la siguiente documentación:

- La solicitud de aprobación de la modificación del código de conducta
- La memoria justificativa de la modificación
- El proyecto de modificación del “CÓDIGO DE CONDUCTA DE TRATAMIENTO DE DATOS EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA”
- La certificación del acuerdo adoptado, con fecha 20 de julio de 2023, por los órganos directivos de AUTOCONTROL.

En los antecedentes obrantes en esta Agencia constan:

- Los estatutos de AUTOCONTROL
- La escritura de poderamiento al Director General de AUTOCONTROL

**CUARTO.** - Con fecha 5 de septiembre de 2023, la Subdirección General de Promoción y Autorizaciones, de conformidad con el artículo 28, letras f) y h) del Estatuto de la AEPD, aprobado por Real Decreto 389/2021, de 1 de junio, emitió informe referido a las características del proyecto de modificación del código de conducta que, junto con la documentación aportada por el promotor y la obrante en el expediente, fue remitido al Gabinete Jurídico de la AEPD para dictamen sobre la conformidad de la modificación con el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos, o RGPD) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales (LOPDPGDD).

**QUINTO.** - Con fecha 27 de septiembre de 2023, el Gabinete Jurídico de la AEPD emitió informe favorable a la modificación del código de conducta, una vez se modifique su apartado 7.2.2 para integrar en su tenor el término “intereses”. Requerida la modificación a Autocontrol, fue atendida mediante nueva propuesta del código presentada el 5 de octubre de 2023.

## **FUNDAMENTOS DE DERECHO**

### **I**

Es competente para dictar la presente resolución la Directora de la AEPD, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 40.5, 55.1 y 57.1.m) del RGPD y los artículos 38.3 y 47 de la LOPDPGDD.

### **II**

El RGPD introdujo un cambio de paradigma en cuanto a su aplicación y cumplimiento, que se basa en el principio de “accountability” o responsabilidad proactiva, tal y como se recoge en la Exposición de Motivos de la LOPDPGDD, que señala que *“la mayor novedad que presenta el Reglamento (UE) 2016/679 es la evolución de un modelo basado, fundamentalmente, en el control del cumplimiento a otro que descansa en el principio de responsabilidad activa, lo que exige una previa valoración por el responsable o por el encargado del tratamiento del riesgo que pudiera generar el tratamiento de los datos de carácter personal para, a partir de dicha valoración, adoptar las medidas que procedan”*.

Conforme al RGPD, en sus considerandos 77, 81, 98 y 99, así como en los artículos 24.3 y 35.8, uno de los principales instrumentos previstos para cumplir con el citado principio de “accountability”, o responsabilidad proactiva, lo constituyen los códigos de conducta, destinados a contribuir a su correcta aplicación teniendo en cuenta las

características efectivas de los distintos sectores de tratamiento que, dada su relevancia, regula de manera detallada su naturaleza, contenido, aprobación y supervisión en los artículos 40 y 41.

El RGPD, en su considerando 98, indica que *“Se debe incitar a las asociaciones u otros organismos que representen a categorías de responsables o encargados a que elaboren códigos de conducta, dentro de los límites fijados por el presente Reglamento, con el fin de facilitar su aplicación efectiva, teniendo en cuenta las características específicas del tratamiento llevado a cabo en determinados sectores y las necesidades específicas de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas.”*

Y en su artículo 40.1 dispone que *“Los Estados miembros, las autoridades de control, el Comité y la Comisión promoverán la elaboración de códigos de conducta destinados a contribuir a la correcta aplicación del presente Reglamento...”*

### III

El artículo 40 del RGPD dispone, en su apartado 2 que *“Las asociaciones y otros organismos representativos de categorías de responsables o encargados del tratamiento podrán elaborar códigos de conducta o modificar o ampliar dichos códigos con objeto de especificar la aplicación del presente Reglamento, como en lo que respecta a:*

- a) el tratamiento leal y transparente;*
- b) los intereses legítimos perseguidos por los responsables del tratamiento en contextos específicos;*
- c) la recogida de datos personales;*
- d) la seudonimización de datos personales;*
- e) la información proporcionada al público y a los interesados;*
- f) el ejercicio de los derechos de los interesados;*
- g) la información proporcionada a los niños y la protección de estos, así como la manera de obtener el consentimiento de los titulares de la patria potestad o tutela sobre el niño;*
- h) las medidas y procedimientos a que se refieren los artículos 24 y 25 y las medidas para garantizar la seguridad del tratamiento a que se refiere el artículo 32;*
- i) la notificación de violaciones de la seguridad de los datos personales a las autoridades de control y la comunicación de dichas violaciones a los interesados;*
- j) la transferencia de datos personales a terceros países u organizaciones internacionales, o*
- k) los procedimientos extrajudiciales y otros procedimientos de resolución de conflictos que permitan resolver las controversias entre los responsables del tratamiento y los interesados relativas al tratamiento, sin perjuicio de los derechos de los interesados en virtud de los artículos 77 y 79.”*

En el apartado 4 estipula que los códigos de conducta “*contendrá[n] mecanismos que permitan al organismo mencionado en el artículo 41, apartado 1, efectuar el control obligatorio del cumplimiento de sus disposiciones por los responsables o encargados de tratamiento que se comprometan a aplicarlo, sin perjuicio de las funciones y los poderes de las autoridades de control que sean competentes con arreglo al artículo 51 o 56.*”

Y en el apartado 5 dispone que “*Las asociaciones y otros organismos mencionados en el apartado 2 del presente artículo que proyecten elaborar un código de conducta o modificar o ampliar un código existente presentarán el proyecto de código o la modificación o ampliación a la autoridad de control que sea competente con arreglo al artículo 55. La autoridad de control dictaminará si el proyecto de código o la modificación o ampliación es conforme con el presente Reglamento y aprobará dicho proyecto de código, modificación o ampliación si considera suficientes las garantías adecuadas ofrecidas.*”

#### IV

Las Directrices 1/2019 del Comité Europeo de Protección de Datos (CEPD) sobre códigos de conducta y organismos de supervisión con arreglo al RGPD tienen por objetivo “*orientar prácticamente y asistir en la interpretación de la aplicación de los artículos 40 y 41 del RGPD, contribuyendo a aclarar los procedimientos y normas por las que se rige la presentación, aprobación y publicación de los códigos tanto a nivel nacional como europeo. También tienen por objeto establecer los criterios mínimos que debe exigir una autoridad de control competente antes de llevar a cabo una evaluación y revisiones exhaustivas de un código. Además, pretenden determinar los factores relacionados con el contenido que se deben tener en consideración a la hora de evaluar sí un código en concreto facilita y contribuye a la aplicación correcta y efectiva del RGPD.*

*Por último, tienen como objetivo establecer los requisitos para la supervisión y el cumplimiento eficaces de un código”.*

#### V

Sobre la concurrencia de los requisitos para su admisibilidad que se recogen en las citadas Directrices del CEPD, en la medida en que se trata de la modificación de un código de conducta ya aprobado, fue objeto de valoración en el procedimiento tramitado con motivo de la solicitud de aprobación presentada por Autocontrol, tal y como se recoge en la resolución de 9 de octubre de 2020 que la acordó y que los consideró suficientemente cumplidos, sin que la actual modificación afecte a dicha consideración con carácter general.

No obstante, la modificación del código exige como requisito de admisibilidad una memoria que contenga de manera clara y concisa los motivos que la justifican y su objetivo.

Como se ha señalado en el antecedente de hecho segundo, con el proyecto del código de conducta modificado se presenta la memoria justificativa en la que se explican los motivos a los que responde, esencialmente a la necesidad de adaptar su contenido a lo dispuesto en la Circular 1/2023, de 26 de junio, de la Agencia Española de Protección de Datos sobre la aplicación del artículo 66.1.b) de la Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones.

## VI

Las modificaciones al código fundamentalmente afectan:

### **a) Al régimen de comunicación para el envío de comunicaciones comerciales amparado en el interés legítimo**

Conforme lo señalado en el informe 0052/2023 del Gabinete Jurídico de la AEPD, referente al Proyecto de la Circular antes citada que, en el apartado VI, se expone lo siguiente:

*“Otra de las cuestiones que ha suscitado dudas en el trámite de audiencia e información pública es la referida a la posibilidad de que las llamadas comerciales puedan referirse a productos y servicios de otras empresas del grupo diferentes a aquellas con las que se mantiene la relación contractual, o incluso que se trate de comunicaciones comerciales cruzadas entre empresas del mismo grupo empresarial que no sean la entidad con la que el consumidor haya suscrito su contrato, encontrándonos, de nuevo, con posturas contradictorias, y citándose como posible fundamento de su legitimidad las previsiones del Código de Conducta de Autocontrol sobre tratamiento de datos en la actividad publicitaria, aprobado por esta Agencia, y cuyo apartado 2.2. establece como presunción de interés legítimo los siguientes supuestos:*

*b) Cuando la publicidad la remita la entidad adherida a sus clientes y su objeto sean productos o servicios de entidades pertenecientes al grupo empresarial de la entidad adherida similares a los inicialmente contratados, sin que se produzca una comunicación de datos al resto de entidades.*

*c) Cuando la entidad adherida comunique los datos de sus clientes a entidades pertenecientes a su grupo empresarial, para que estas realicen publicidad de sus productos o servicios, siempre que estos sean similares a los inicialmente contratados por el cliente a la entidad adherida. En este caso, deberá facilitarse al interesado la posibilidad de oponerse en el momento de recogida de sus datos (por ejemplo, marcando una casilla tipo opt-out).*

*El código aclara en nota a pie de página que “A efectos de definir un grupo empresarial se atenderá al concepto de grupo de sociedades del artículo 42 del Código de Comercio”.*

*No obstante, no puede apreciarse la pretendida contradicción entre dicho Código y el nuevo régimen instaurado por el artículo 66.1.b) de la nueva LGTel, tal y como el mismo se interpreta en el proyecto de circular, por las siguientes razones:*

*1.- El ámbito objetivo del proyecto de circular se circunscribe exclusivamente al tratamiento de datos necesario para realizar llamadas telefónicas de comunicación comercial, mientras que el ámbito objetivo del código de conducta es más amplio, referido al envío de comunicaciones comerciales, sin distinguir modalidad.*

*2.- En consecuencia, la aplicación del Código hay que entenderlo referida a aquellas modalidades de remisión de publicidad que no sean contrarias a la legislación aplicable, pues se elaboró observando dicha normativa, en concreto lo dispuesto en el artículo 21.2 de la LSSI que habla de productos o servicios de la propia empresa. Es decir, la presunción de interés legítimo en la remisión de publicidad de productos o servicios del grupo empresarial similares a los contratados o la comunicación de los datos de sus clientes a entidades pertenecientes a su grupo empresarial, para que estas realicen publicidad de sus productos o servicios similares, no sería aplicable a la comunicación comercial por medios electrónicos.*

*3.- Por otra parte, la presunción de legitimidad que establece el código de conducta no libera de la obligación de ponderar si el interés legítimo prevalece sobre los derechos y libertades de los interesados en cada caso concreto, con lo que dicha presunción no operaría atendiendo al caso específico de tratarse de llamadas comerciales y el nuevo régimen jurídico aplicable a las mismas.*

*4.- El apartado 8 del Código de Conducta de Autocontrol dispone que su contenido está sujeto al principio de legalidad, por lo que, en caso de contradicción entre el Código y la normativa vigente en cada momento, prevalece lo dispuesto en la normativa vigente.*

*De este modo, atendiendo a la finalidad pretendida con la reforma introducida en el artículo 66.1.b) de la nueva LGTel, dirigida a proteger en mayor medida los intereses legítimos de los consumidores y usuarios mediante la restricción de las llamadas telefónicas no solicitadas por el consumidor (Enmienda 211), el ámbito de la presunción iuris tantum establecida en la circular debe quedar limitado a los productos y servicios de la propia empresa con la que se mantiene la vinculación, sin que se entiendan incluidos en dicha presunción los de otras empresas del mismo grupo, de manera análoga a lo establecido por el artículo 21.2. de la LSSI. Todo ello sin perjuicio de que por otros medios que puedan resultar menos invasivos, como el correo postal, se puedan seguir aplicando la presunción del código de conducta.*

*Sin perjuicio de lo anterior, mayores problemas jurídicos plantea la presunción de interés legítimo referida a la comunicación de los datos personales a otras empresas del grupo para que puedan ellas realizar las llamadas comerciales ofreciendo sus propios productos o servicios similares. En estos supuestos, aun cuando un grupo empresarial se entiende, conforme al artículo 4.19) del RPDG como “grupo constituido por una*

*empresa que ejerce el control y sus empresas controladas”, resultando que “Una empresa que controle el tratamiento de los datos personales en las empresas que estén afiliadas debe considerarse, junto con dichas empresas, «grupo empresarial», conforme al Considerando 37 del RGPD, lo cierto es que cada empresa que conforma el grupo tiene personalidad jurídica propia y define los fines y los medios del tratamiento, siendo responsable de cada uno de los tratamientos que realiza con sus propias finalidades y particularidades, que lo diferencian de los demás.*

*Por consiguiente, al tratarse de una comunicación de datos personales entre diferentes responsables, el consentimiento ha de ser la base jurídica que habilite la cesión de datos entre empresas del grupo, de las que además el interesado puede ser cliente sólo de una de ellas, dado que permite garantizar con toda la amplitud debida el control de sus datos personales por el interesado, siendo a tales efectos conocedor de a quién se ceden y con qué propósito, previa prestación del consentimiento.*

*El interés legítimo como base jurídica habilitante para tal tratamiento, en el marco de una ponderación genérica de los intereses, derechos y libertades de los interesados, rebajaría las garantías que el RGPD otorga a los interesados en relación con sus derechos y libertades, mermando la capacidad de decisión y control sobre los datos personales, además de la repercusión en los derechos de los interesados y sus expectativas razonables sobre qué sucederá con sus datos.*

*En este sentido, el Considerando 48 del RGPD dispone que “Los responsables que forman parte de un grupo empresarial o de entidades afiliadas a un organismo central pueden tener un interés legítimo en transmitir datos personales dentro del grupo empresarial para fines administrativos internos, incluido el tratamiento de datos personales de clientes o empleados. Los principios generales aplicables a la transmisión de datos personales, dentro de un grupo empresarial, a una empresa situada en un país tercero no se ven afectados”. Sin embargo, el mismo no contiene dicha presunción a efectos de mercadotecnia, a la cual se ha referido previamente en su Considerando 47.*

*Por consiguiente, se precisa el consentimiento específico del afectado para ceder sus datos personales, en concreto el número de teléfono, entre diferentes empresas del grupo con fines comerciales, tal y como se recoge en el proyecto de circular.*

*Asimismo, teniendo en cuenta el nuevo régimen legal, debería procederse a la modificación del Código de Conducta de Autocontrol”.*

En consecuencia, se modifica el punto 7.2.2 del código, relativo al Interés legítimo, suprimiendo el apartado correspondiente a su letra c) y precisando el contenido del apartado b), del siguiente tenor:

*“Se presumirá, salvo prueba en contrario, que concurre un interés legítimo para el envío de publicidad en los supuestos siguientes, si bien las entidades adheridas deberán ponderar si su interés prevalece sobre los intereses o los derechos y libertades*

*fundamentales de los interesados, en cada caso concreto, conforme a las circunstancias del mismo y documentarlo:*

*a) Cuando la publicidad la remita la entidad adherida a sus clientes y su objeto sea productos o servicios propios similares a los inicialmente contratados. A efectos de valorar la similitud de los productos o servicios deberá tenerse en cuenta su tipología, atendiendo al sector de actividad (por ejemplo, alimentación, belleza e higiene, productos bancarios y medios de pago, etc.).*

*b) Cuando la publicidad la remita la entidad adherida a sus clientes [se añade: a través de correo postal] y su objeto sean productos o servicios de entidades pertenecientes al grupo empresarial de la entidad adherida similares a los inicialmente contratados, sin que se produzca una comunicación de datos al resto de entidades.*

*[Se suprime: c) Cuando la entidad adherida comunique los datos de sus clientes a entidades pertenecientes a su grupo empresarial, para que estas realicen publicidad de sus productos o servicios, siempre que estos sean similares a los inicialmente contratados por el cliente a la entidad adherida. En este caso, deberá facilitarse al interesado la posibilidad de oponerse en el momento de recogida de sus datos (por ejemplo, marcando una casilla tipo opt-out).]*”

## **b) Al régimen de traslado de las reclamaciones frente a adheridos al código por parte de la AEPD**

En el apartado 10 del código, relativo a la resolución extrajudicial de controversias trasladadas por la AEPD, se ha introducido una modificación para adecuar el texto sobre su sistema de mediación a la nueva redacción dada al artículo 65.4 de la LOPDPGDD por la disposición final 9.5 de la Ley 11/2023, de 11 de mayo.

En el punto 10.1 se especifica que la AEPD podrá trasladar las reclamaciones a la Unidad de Mediación, conforme establece el citado artículo 65.4 de la LOPDPGDD, en su condición de organismo encargado de la resolución extrajudicial de conflictos. En tal caso, la Unidad de Mediación gestionará la reclamación dando inicio al procedimiento siguiendo las normas generales de tramitación establecidas en el código de conducta.

Asimismo, en el punto 10.3 se precisa que una vez finalizado el procedimiento de mediación la Unidad de Mediación informará a la AEPD de su resultado y remitirá a la misma la información que conste en el expediente.

## **c) A la creación de un distintivo de adhesión**

En el ámbito subjetivo (apartado 4) se ha introducido la posibilidad de que las entidades adheridas al código puedan utilizar un distintivo que permita identificarlas, en las condiciones que acuerde la Junta Directiva de AUTOCONTROL, sin que en modo



alguno ese distintivo pueda usarse como medio de acreditación del cumplimiento de la normativa de protección de datos.

Ligado a esta modificación, se incluye como Anexo 4 un modelo del mencionado distintivo.

**d) Otras modificaciones del código son las siguientes:**

- En el marco normativo (apartado 2) se han incluido referencias a la Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones y a la Circular de la AEPD 1/2023, por cuanto que fija los criterios de actuación la AEPD en la aplicación del artículo 66.1.b) de la Ley 11/20522.
- Se ha añadido la definición de “Unidad de Mediación” (apartado 3): “área de AUTOCONTROL encargada, a través de la mediación, de la resolución extrajudicial de conflictos entre las entidades adheridas y los interesados en relación con el ámbito objetivo del presente Código”.

## VII

Las modificaciones que contiene el proyecto, y a las que se ha hecho referencia en el apartado anterior, responden fundamentalmente a la necesidad de adecuarlo a los cambios normativos de la Ley 11/2022, General de Telecomunicaciones y de la LOPDPGDD, así como a lo dispuesto en la Circular de la AEPD 1/2023.

La incorporación de un sello que identifique a los adheridos al código no resulta contraria al RGPD ni a la LOPDPGDD, facilita su conocimiento a los interesados y les permite evaluar las garantías que ofrecen los adheridos en el tratamiento de sus datos con fines publicitarios y el mecanismo para la resolución amistosa de las controversias que surjan, de manera que puedan obtener un resultado satisfactorio y rápido que dé cumplimiento a la regulación aplicable sobre protección de datos personales. El Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos ya incluía, en su artículo 74.d), el establecimiento de un sello de calidad para identificar a los adheridos al código como compromiso adicional para un mejor cumplimiento de la regulación.

Las referencias a la Ley 11/2022, General de Telecomunicaciones y a la Circular de la AEPD 1/2023, así como la definición de “Unidad de Mediación” que, como se recoge en las Directrices 1/2019 del CEPD, facilita la aplicación efectiva del RGPD, constituyen ampliaciones del código que contribuyen a su mejora.

La modificación sería, por tanto, conforme y ajustada al RGPD, la LOPDPGDD, así como a la normativa sectorial aplicable, la Ley 11/2022, General de Telecomunicaciones, la Circular de la AEPD 1/2023 y la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico.

Los informes de la Subdirección General de Promoción y Autorizaciones y del Gabinete Jurídico de la AEPD son favorables a la aprobación de la modificación del “CÓDIGO DE CONDUCTA DE TRATAMIENTO DE DATOS EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA” al ajustarse a la normativa vigente sobre protección de datos personales.

## VIII

En cuanto al organismo de supervisión del código, el proyecto presentado mantiene al Jurado de la Publicidad, acreditado en los términos que constan en la resolución de 9 de octubre de 2020 de aprobación del código de conducta.

## IX

Atendida la observación formulada en su informe por el Gabinete Jurídico de esta Agencia Española de Protección de Datos, y coincidiendo con su criterio y con el de la Subdirección General de Promoción y Autorizaciones, la modificación del “CÓDIGO DE CONDUCTA DEL TRATAMIENTO DE DATOS EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA”, promovido por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial “AUTOCONTROL”, se ajustaría a la regulación que de los códigos de conducta se establece en el RGPD y la LOPDPGDD, por lo que procede su aprobación.

## X

El RGPD, en su artículo 40.6, dispone que *“Si el proyecto de código o la modificación o ampliación es aprobado de conformidad con el apartado 5 y el código de conducta de que se trate no se refiere a actividades de tratamiento en varios Estados miembros, la autoridad de control registrará y publicará el código.”*; y, en su apartado 11, que *“El Comité [Europeo de Protección de Datos] archivará en un registro todos los códigos de conducta, modificaciones y ampliaciones que se aprueben, y los pondrá a disposición pública por cualquier medio apropiado.”*

Por su parte, el artículo 38.5 de la LOPDPGDD estipula que *“La Agencia Española de Protección de Datos y las autoridades autonómicas de protección de datos mantendrán registros de los códigos de conducta aprobados por las mismas, que estarán interconectados entre sí y coordinados con el registro gestionado por el Comité Europeo de Protección de Datos conforme al artículo 40.11 del citado reglamento [RGPD]. El registro será accesible a través de medios electrónicos.”*

En consecuencia, vistos los preceptos citados y demás de general aplicación, la Directora de la Agencia Española de Protección de Datos,

## **RESUELVE**

**PRIMERO.** - Aprobar la modificación del “CÓDIGO DE CONDUCTA DEL TRATAMIENTO DE DATOS EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA” presentada por la Asociación para la autorregulación de la Comunicación Comercial “AUTOCONTROL”.

**SEGUNDO.** - Se mantiene como organismo de supervisión el JURADO DE LA PUBLICIDAD, acreditado en los términos que constan en la resolución de 9 de octubre de 2020 de aprobación del código de conducta.

**TERCERO.** - Registrar y dar publicidad al código de conducta, y comunicarlo al Comité Europeo de Protección de Datos a efectos de su registro y disposición pública.

**CUARTO.** - Notificar la presente resolución a la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial “AUTOCONTROL”.

Contra esta Resolución, que pone fin a la vía administrativa, podrán interponer, potestativamente, recurso de reposición ante 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, de conformidad con lo previsto en el artículo 46.1 del referido texto legal.

Mar España Martí  
Directora de la Agencia Española  
de Protección de Datos