

Nota informativa

España agiliza la resolución de reclamaciones en materia de publicidad mediante un nuevo sistema de mediación

La Agencia Española de Protección de Datos aprueba el nuevo Código de Conducta con el que se resolverán las controversias en un plazo máximo de 30 días

Madrid, 19 de enero de 2023. La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) ha aprobado la modificación del Código de Conducta de AUTOCONTROL 'Tratamiento de datos en la actividad publicitaria' -al que se han adherido empresas como MásMóvil, Orange, Telefónica o Vodafone- y con el que se ha creado una nueva vía para resolver de forma más ágil las reclamaciones en materia de protección de datos y publicidad que puedan plantear las personas consumidoras.

De esta forma, las resoluciones de las reclamaciones que utilicen esta vía serán vinculantes para las empresas adheridas voluntariamente a este Código de Conducta y en el que se establecen los mecanismos para garantizar la correcta aplicación del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. A partir de ahora, los ciudadanos que presentes sus reclamaciones a través del [Sistema de Resolución Extrajudicial de Litigios de AUTOCONTROL](#) se podrán beneficiar del nuevo procedimiento de mediación voluntario y gratuito con el que se pretende dar una respuesta más ágil a las reclamaciones que se planteen en materia de publicidad y protección de datos personales sobre litigios relacionados con las entidades adheridas. Para ello, las empresas adheridas deberán demostrar una responsabilidad proactiva en relación con el cumplimiento de los principios de protección de datos, entre ellos, la protección de datos desde el diseño; así como la necesidad de resolver las posibles controversias de forma ágil, efectiva y sencilla. En este contexto, la AEPD ha advertido que la recepción de publicidad no deseada es una de las quejas más frecuentes planteadas por los consumidores y usuarios ante esta institución.

El nuevo código de conducta entrará en vigor el próximo 28 de enero y se aplicará a los tratamientos de datos con fines publicitarios o que versen sobre publicidad que realicen las empresas adheridas, tales como el envío de comunicaciones comerciales, promociones realizadas para recoger datos personales y usarlos con fines publicitarios, uso de cookies o tecnologías equivalentes para la realización de publicidad comportamental o la elaboración de perfiles con fines publicitarios. El organismo acreditado por la AEPD encargado de la supervisión y control de este sistema ha sido el Jurado de la Publicidad. Este organismo estudiará las reclamaciones recibidas a través del Sistema de Resolución Extrajudicial de Litigios de AUTOCONTROL e iniciará el procedimiento de mediación. La empresa adherida deberá responder en el plazo máximo de 15 días, proponiendo las actuaciones que considere pertinentes y la duración máxima del procedimiento será de 30 días. En aquellos casos en los que las reclamaciones se dirijan directamente ante la Agencia Española de Protección de Datos, ésta podrá remitirlas al Jurado de la Publicidad para iniciar el correspondiente procedimiento de mediación. En este caso, la duración máxima del procedimiento será de 27 días.

Fuente de información: [Agencia Española de Protección de Datos](#).

El contenido de esta nota informativa recoge únicamente las opiniones del autor que es el único responsable del mismo. No refleja las opiniones de la Comisión Europea y/o la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHAFEA), y/o su sucesor el Consejo Europeo de Innovación y la Agencia Ejecutiva de PYMES (EISMEA) o cualquier otra institución de la Unión Europea. La Comisión Europea y la Agencia no asumen ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

El contenido de esta nota informativa, disponible en el dominio europa.eu, puede contener "enlaces externos" a sitios web en otros dominios diferentes a europa.eu que son responsabilidad exclusiva de su autor. Los servicios de la Comisión Europea no tienen ningún control ni asumen ninguna responsabilidad sobre estos "enlaces externos". Cuando los visitantes de los sitios web de la Comisión deciden entrar en tales "enlaces externos" que dirigen a sitios web con dominios distintos de europa.eu, lo hacen bajo su propia responsabilidad, abandonando el dominio oficial de la Comisión Europea. En particular, estos visitantes estarían sujetos a las políticas de cookies, privacidad y legalidad (incluyendo la protección de datos y los requisitos de accesibilidad) del sitio web externo. El Centro Europeo del Consumidor en España no se hace responsable de las posibles variaciones o imprecisiones de los distintos descuentos aplicados para cada una de las modalidades de billetes del transporte público por lo que se recomienda consultar los sitios webs de las autoridades responsables de dichos descuentos.