



Enviar publicidad a un cliente inscrito en la Lista Robinson sale caro

La Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Supremo, en su resolución 772/2020, de 15 de junio, ha condenado recientemente a una aseguradora al pago de 40.001 euros de multa por el envío de emails publicitarios a un cliente que estaba inscrito en la Lista Robinson. Se confirma así la multa impuesta en un inicio por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD).

El denunciante había ejercido su derecho de oposición al tratamiento de sus datos personales ante la aseguradora, autorizando solamente a utilizar aquellos datos personales que fuesen imprescindibles para el desarrollo de la relación contractual. Por contra, no autorizó el uso de los datos personales para estudios de marketing o campañas publicitarias, ni para ninguna comunicación ni cesión de datos personales, excepto las imprescindibles para el desarrollo de la relación contractual o las amparadas por la legislación.

Si bien en un principio la entidad aseguradora dio cumplimiento a esta petición, el denunciante siguió recibiendo correos electrónicos de publicidad a través de campañas publicitarias por parte de otra empresa. En este caso, la aseguradora no había informado del derecho de oposición ejercido por su cliente a la compañía de marketing al considerar que no se le puede hacer extensible el derecho de oposición a tratamientos que son realizados por terceras entidades que tienen como objeto social el envío de emails de marketing, sino que debe ser esta compañía la que debe adoptar medidas oportunas para garantizar que los envíos se hacen de forma correcta, tanto disponiendo del consentimiento necesario como revisando, asimismo, los ficheros comunes de exclusión del envío de comunicaciones comerciales o Lista Robinson.

De este modo, el Tribunal Supremo fija como novedad que la entidad responsable del tratamiento de datos personales, ante la cual se ejercite el derecho de oposición ante actividades publicitarias, cuando se externalice la publicidad de los productos y servicios, "está obligada a adoptar las cautelas y medidas razonables para garantizar la efectividad del derecho de oposición; y una de dichas medidas puede consistir en la comunicación de los datos excluidos de tratamiento publicitario a la empresa con la que contrate la prestación de servicios publicitarios".

Por lo tanto, el hecho de externalizar el servicio de publicidad no exime a una empresa de su obligación de excluir a los clientes que no desean recibir comunicaciones, no pudiendo desentenderse de su responsabilidad y trasladar la obligación en materia de protección de datos a la empresa publicitaria.

TODAS LAS CIRCULARES DE ESCURA EN NUESTRO BLOG - <https://blog.escura.com>



Las circulares de **Escura** tienen carácter meramente informativo, resumen disposiciones que por carácter limitativo propio de todo resumen pueden requerir de una mayor información. La presente circular no constituye asesoramiento legal.

©La presente información es propiedad de **Escura** quedando prohibida su reproducción sin permiso expreso.