



Procedimiento N° PS/00192/2006

RESOLUCIÓN: R/00230/2007

En el procedimiento sancionador **PS/00192/2006**, instruido por la Agencia Española de Protección de Datos a la entidad **FROGGIE S.L.**, vista la denuncia presentada por **D. I.B.S.**, y en base a los siguientes,

ANTECEDENTES

PRIMERO: Con fechas 27/03/2006 y 01/08/2006, tuvieron entrada en esta Agencia Española de Protección de Datos dos escritos de D. I.B.S. (en lo sucesivo el denunciante), en los que denunciaba que, con fechas 17/03/2006, 27/04/2006 y 06/06/2006, recibió en su teléfono móvil (#####) tres mensajes SMS publicitarios, sin que hubiera dado su consentimiento para recibir dicho tipo de mensajes.

SEGUNDO: Tras la recepción de la denuncia, el Director de la Agencia Española de Protección de Datos ordenó a la Subdirección General de Inspección de Datos la realización de las actuaciones previas de investigación para el esclarecimiento de los hechos denunciados.

TERCERO: Dentro de las actuaciones previas de investigación practicadas por la Inspección de Datos, se han comprobado los siguientes extremos:

1. En la documentación aportada por el denunciante, se adjuntaba una fotocopia realizada sobre la pantalla de su teléfono móvil en el que figura el mensaje SMS recibido, en el que figura, como contacto el alias “.....X.....”, y como número para tramitar la baja el “#####X”, con el texto siguiente: “*Pub: Me he puesto wapa x ti. Stoy sla me hacs kompñia? M gstas mucho enviaX..... al (.....) y charlamos. N m hgs sprar, no kiero star solita. Bajas #####X; 1,2 e/msj*”.

2. La titularidad del número de teléfono “#####X” es de la compañía POWERBOSS, S.L., y, de acuerdo con la información recabada, el uso de dicha línea lo ostenta FROGGIE, S.L..

3. Se ha verificado en la documentación aportada por MEDIAFUSIÓN ESPAÑA, S.A. que el uso del alias “.....X.....” está contratado desde octubre de 2004 por la empresa FROGGIE, S.L., con la que suscribió un contrato de fecha 01/03/2004.

4. De la visita de Inspección realizada en FROGGIE, S.L. y de las manifestaciones realizadas por su representante, se desprende lo siguiente:

- FROGGIE, S.L. es una compañía dedicada principalmente a la comercialización de servicios de valor añadidos a través, entre otros medios, de plataformas de mensajería móvil.



• Para dar a conocer los servicios que ofrece inserta páginas de publicidad en diversas revistas de tirada nacional y, a través de internet, en diferentes sitios web, comprobándose que en todos estos medios se incluye una leyenda informativa en la que se especifica que el número de móvil desde el que se solicite alguno de los servicios ofertados será incluido en un fichero del que es responsable FROGGIE, S.L. con la finalidad de ser utilizado para el envío gratuito de información y promociones similares. Asimismo, se informa del procedimiento a seguir para solicitar el acceso, cancelación, rectificación y oposición.

• Se ha constatado que en el citado fichero figuran datos relativos al número de teléfono ##### y que hacen referencia a cuatro mensajes en los que se solicitó la descarga de un “logo”, realizadas desde dicho número con fecha 24/02/2006.

• Por otra parte, se ha comprobado, con la factura correspondiente, que FROGGIE, S.L. tiene cedido el uso del número de teléfono “#####X”, del que es titular POWERBOSS, S.L., a través de la compañía “Soluciones 80X S.L.”, a la que ofrece soporte técnico POWERBOSS, S.L.

• Asimismo, se ha confirmado que, con fecha 01/03/2004, FROGGIE, S.L. suscribió un contrato con MEDIAFUSIÓN ESPAÑA, S.A., en el que se regula el marco jurídico de colaboración entre ambas compañías relativos a los servicios de mensajería móvil SMS tipo PREMIUM, en cuyo anexo, suscrito con fecha 20/12/2004, se detallan las altas de “alias” contratadas por FROGGIE, S.L., entre las que se encuentra “.....X.....”. También se ha comprobado que FROGGIE S.L. tiene contratado el uso en exclusiva del número corto (.....).

• El mensaje de texto recibido en el número de teléfono #####, con fecha 17/03/2006, formaba parte de una campaña de publicidad realizada por FROGGIE, S.L. en el mes de marzo de 2006, encuadrado en el tipo de promociones de determinados servicios a través de mensajería móvil (SMS) que realiza la compañía, dirigido a los números de teléfono que constan en su fichero, es decir, a los números de teléfono desde los que previamente se había recibido alguna solicitud de contratación de alguno de los productos comercializados por FROGGIE, S.L..

CUARTO: El denunciante también ha aportado, con fecha 01/08/2006, fotografías de las pantallas de su teléfono móvil, con los siguientes mensajes:

- Remitente: “#####X2”; “Fecha: 27/04/2006; Hora: 21:51:04”. Texto: “Publ: Ya puedes tener los juegos SexyParejas.SolitarioSexy,Xmen3,Parchis,Mafia Simbad,TorrenteX y LuckyLuke xa movil! Envia TODO al (.....) xa tenerlos ya! 1,2 e/msj”

- Remitente: “#####X3”; “Fecha: 06/06/2006”; “Hora: 23:20:50.” Texto: “Publ: Kieres el Nokia N70 o prefieres el 8800? Envia MOVIL al (.....) o llama #####X4ya y podras recibir 1 de los 2 gratis! Bajas #####X mayo18 1,2e/ms 1,5 /mn”



QUINTO: Con fecha 10/10/2006, el Director de la Agencia Española de Protección de Datos acordó iniciar procedimiento sancionador a FROGGIE, S.L. por las presuntas infracciones de los artículos 21 y 22 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (en lo sucesivo LSSI), calificadas como leves en el artículo 38.4.d) y h) de la citada Ley.

SEXTO: Notificado el citado acuerdo de inicio, FROGGIE, S.L. presentó escrito de alegaciones, en el que solicitaba el archivo del procedimiento, con base en los siguientes motivos:

1. Si bien es cierto que fueron enviadas comunicaciones comerciales al denunciante, éstas se realizaron con motivo de una contratación previa con FROGGIE, S.L. por parte del denunciante, quién solicitó los servicios de esta empresa hasta en cuatro ocasiones para descarga de un logo para su teléfono móvil, por lo que concurre el supuesto de exclusión de la responsabilidad previsto en el artículo 21.2 de la LSSI.

El denunciante jamás comunicó a FROGGIE, S.L. su intención de darse de baja de la base de datos de clientes ni su voluntad de que cesara el envío de comunicación comercial. El denunciante recibió una primera comunicación comercial y no se opuso; recibió una segunda y tampoco se opuso, y así hasta en tres ocasiones. Por ello, se entiende que cuando el denunciante toma la iniciativa, contrata con FROGGIE, S.L. y posteriormente acepta y consiente el envío de material publicitario, se debe sin duda, a que no tiene inconveniente en recibir tales mensajes, máxime cuando ya fue advertido de ello mediante los anuncios publicitarios en los que FROGGIE, S.L. suele promocionar sus servicios. En definitiva, el denunciante tuvo la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos personales con fines promocionales y no lo hizo, a pesar de constar tal posibilidad en todos los anuncios comerciales que FROGGIE, S.L. inserta en las revistas en las que suele promocionar sus servicios, y en las cuales figuran los procedimientos (telefónico, correo electrónico y postal) para cancelar los datos del titular.

2. En lo que se refiere a la segunda imputación efectuada en el acuerdo de iniciación, corresponde a la Agencia Española de Protección de Datos precisar qué concreta obligación se ha incumplido con relación a los procedimientos para la revocación del consentimiento prestado por nuestros clientes.

Como le consta a la Agencia Española de Protección de Datos tras la inspección realizada, en todos los anuncios publicitarios que FROGGIE, S.L. inserta en las diversas revistas en las que publicita sus servicios, se hace expresa mención acerca de los mecanismos para la oposición y/o cancelación de los datos personales, por lo que hubiera el denunciante debería haber contactado en primer término con FROGGIE, S.L. para cancelar sus datos personales o plantear una eventual queja, y, en el supuesto de no obtener el resultado pretendido, acudir a denunciar tales hechos a la Administración.

En el mismo escrito, FROGGIE, S.L. solicitó la remisión de una copia del expediente y propuso la realización de las siguientes pruebas:

a) Documental, que se diera traslado de las fotografías aportadas por el denunciante, de la denuncia presentada, y de copia de todo el expediente administrativo.



b) Testifical, consistente en la declaración del denunciante, para que conteste a las preguntas que FROGGIE, S.L. formularía al mismo.

SÉPTIMO: Con fecha 21/12/2006, se acordó por el Instructor del procedimiento la apertura del período de práctica de pruebas, dándose por reproducida la documentación obrante en las actuaciones previas señaladas con el número E/00503/2006, así como la documentación obrante en el expediente hasta la fecha. Asimismo se acordó solicitar a FROGGIE, S.L. que propusiera las preguntas que pretendía realizar al denunciante, con el objeto de valorar la procedencia de la prueba testifical solicitada. Igualmente se acordó la remisión de la documentación solicitada por FROGGIE, S.L. en su escrito de alegaciones.

Con fecha 18/01/2007, se recibió escrito de FROGGIE, S.L. en el que se proponía que se plantearan las siguientes preguntas al denunciante en trámite de prueba testifical: 1) generales de la ley, y 2) Si ejercía actividad profesional o empresarial relacionada con la telefonía móvil o servicios de telemarketing, con el objeto de acreditar una eventual enemistad manifiesta por concurrir en competencia directa con la actividad de FROGGIE, S.L..

OCTAVO: Concluido el período probatorio, se inició el trámite de audiencia, sin que se hayan recibido alegaciones de FROGGIE, S.L..

NOVENO: Con fecha 12/03/2007, se emitió Propuesta de Resolución en el sentido de que por el Director de la Agencia Española de Protección de Datos se sancione a FROGGIE, S.L. con dos multas de 900 euros cada una, por las infracciones de los artículos 21.1 y 22.1 de la LSSI, tipificadas como leves en el artículo 38.4.d) y h) de dicha norma, dándose traslado para alegaciones, sin que se hayan recibido.

HECHOS PROBADOS

PRIMERO: Con fecha 24/02/2006, desde el número de teléfono de D. I.B.S. (#####) se remitieron cuatro mensajes al número corto “(.....)” solicitando la descarga de un producto. Constan tres respuestas con el texto “*Lo sentimos. La marca dl movil no es correcta. Envia de nuevo la marca (ej: Nokia) al (.....)*” Por lo tanto están acreditadas las solicitudes de un logo por parte del denunciante, pero no consta que se haya contratado y/o descargado (folios 74 y 92).

SEGUNDO: Con fecha 17/03/2006, D. I.B.S. recibió un mensaje SMS en su número de teléfono (#####), en el que figura, como contacto el alias “.....X.....”, y como número para tramitar la baja el “#####X”, con el texto siguiente: “*Pub: Me he pusto wapa x ti. Stoy sla me hacs kompñia? M gstas mucho enviaX..... al (.....) y charlamos. N m hgs sprar, no kiero star solita. Bajas #####X; 1,2 e/msj*”.

TERCERO: La titularidad del número de teléfono “#####X” es de la compañía POWERBOSS, S.L., y, el uso de dicha línea lo ostenta FROGGIE, S.L.. (folios 87, 90 y 92).

CUARTO: El uso del alias “.....X.....” está contratado desde octubre de 2004 por la empresa FROGGIE, S.L. (folio 60).



QUINTO: FROGGIE, S.L. utiliza, de forma exclusiva, en número corto “(.....)” (folio 73).

SEXTO: Con fecha 27/04/2006, D. I.B.S. recibió un mensaje SMS en su número de teléfono (#####) en el que figura como remitente: “#####X2”; “Fecha: 27/04/2006; Hora: 21:51:04”. Texto: “Publ: Ya puedes tener los juegos SexyParejas.SolitarioSexy,Xmen3,Parchis,Mafia Simbad,TorrenteX y LuckyLuke xa movil! Envia TODO al (.....) xa tenerlos ya! 1,2 e/msj” (folio 95).

SÉPTIMO: Con fecha 06/06/2006, D. I.B.S. recibió un mensaje SMS en su número de teléfono (#####), en el que figura como remitente: “#####X3”; la fecha y hora del mensaje “Fecha: 06/06/2006”; “Hora: 23:20:50.”, y el texto siguiente: “Publ: Kieres el Nokia N70 o prefieres el 8800? Envia MOVIL al (.....) o llama #####X4ya y podras recibir 1 de los 2 gratis! Bajas #####X mayo18 1,2/ems 1,5 /mn” (folio 96).

FUNDAMENTOS DE DERECHO

I

El artículo 43.1 de la LSSI otorga a la Agencia Española de Protección de Datos la facultad para imponer sanciones por 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 el destinatario.

II

En primer, con relación a las pruebas solicitadas por FROGGIE, S.L. cabe señalar que, en virtud de lo dispuesto en artículo 17.2 del Reglamento del Procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, aprobado por el Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto, el órgano instructor podrá rechazar, de forma motivada, aquellas pruebas cuya práctica no estime procedentes en los términos previstos en el artículo 137.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (en lo sucesivo LRJPAC), por lo que se declaró la improcedencia de la realización de la prueba testifical propuesta por FROGGIE, S.L., consistente en la formulación de las siguientes preguntas al denunciante: 1) generales de la ley, y 2) Si ejercía actividad profesional o empresarial relacionada con la telefonía móvil o servicios de telemarketing, con el objeto de acreditar una eventual enemistad manifiesta por concurrir en competencia directa con la actividad de FROGGIE, S.L.. Vistas las preguntas planteadas se declararon improcedentes, por estimar que la primera de ellas no guardaba relación con los hechos y presuntas responsabilidades planteados en el procedimiento, y porque los intereses y circunstancias del denunciante son independientes de los hechos que se valoran y de la presunta responsabilidad de FROGGIE, S. L. en la realización de los mismos.

III

En el presente procedimiento, se imputa a FROGGIE, S.L. la infracción del artículo 21 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de



Comercio Electrónico (en lo sucesivo LSSI). Dicho artículo prohíbe las comunicaciones comerciales no solicitadas, partiendo de un concepto de comunicación comercial que se califica como servicio de la sociedad de la información y que se define en su Anexo como:

“f) Comunicación comercial»: toda forma de comunicación dirigida a la promoción, directa o indirecta, de la imagen o de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.

A efectos de esta Ley, no tendrán la consideración de comunicación comercial los datos que permitan acceder directamente a la actividad de una persona, empresa u organización, tales como el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico, ni las comunicaciones relativas a los bienes, los servicios o la imagen que se ofrezca cuando sean elaboradas por un tercero y sin contraprestación económica”.

El artículo 21 de la citada LSSI, según la modificación introducida por la disposición final primera de la LGT, establece:

“Artículo 21. Prohibición de comunicaciones comerciales realizadas a través de correo electrónico o medios de comunicación electrónica equivalentes.

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”.

Por tanto, el envío de mensajes publicitarios o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente debe haberse solicitado o autorizado expresamente por los destinatarios de los mismos, salvo que se trate de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de la propia empresa que sean similares a los que inicialmente hubiesen sido objeto de contratación.

Atendiendo al enunciado de esta disposición, resulta esencial delimitar el sentido aplicado por la citada normativa a la exigencia de consentimiento previo y expresamente manifestado por el destinatario del mensaje para que pueda admitirse su envío.

La LSSI, que tiene por objeto, entre otras materias, la regulación de las comunicaciones comerciales por vía electrónica, establece expresamente en su artículo 1.2 que las disposiciones contenidas en la misma se entenderán sin perjuicio de lo dispuesto en las normas que tengan como finalidad la protección de datos personales.



Al referirse a las comunicaciones comerciales por vía electrónica, el artículo 19 “*Régimen jurídico*” de la LSSI declara igualmente aplicable la LOPD y su normativa de desarrollo, “... *en especial, en lo que se refiere a la obtención de datos personales, la información a los interesados y la creación y mantenimiento de ficheros de datos personales*”. Esta rotunda previsión legal permite afirmar que, al margen de lo establecido en la LSSI, serán exigibles en el tratamiento de datos personales para la realización de comunicaciones comerciales por medios electrónicos el conjunto de principios, garantías y derechos contemplados en la LOPD

Por tanto, en relación al consentimiento para el tratamiento de los datos con la finalidad de enviar comunicaciones comerciales por vía electrónica, es preciso considerar lo dispuesto en la normativa de protección de datos de carácter personal y, en concreto, la definición del “*Consentimiento del interesado*” contenida en el artículo 3 de la LOPD:

“Consentimiento del interesado: toda manifestación de voluntad, libre, inequívoca, específica e informada, mediante la que el interesado consienta el tratamiento de datos personales que le conciernen”.

En consecuencia, el consentimiento, además de previo, específico e inequívoco, deberá ser informado. Y esta información deberá ser plena y exacta acerca del tipo de tratamiento y su finalidad, con advertencia sobre el derecho a denegar o retirar el consentimiento. Esta información así configurada puede tomarse como un presupuesto necesario para otorgar validez a la manifestación de voluntad del afectado.

En cuanto a la forma que deberá adoptar la declaración por la que el interesado preste el repetido consentimiento, en el ámbito de la LSSI se admitirá cualquier procedimiento, siempre que deje constancia formal de la solicitud o autorización remitida expresamente al operador para el envío de comunicaciones comerciales.

IV

En el supuesto que se examina, tal y como ha quedado acreditado a través de la documentación que consta en el expediente, en fechas 17/03/2006, 27/04/2006 y 06/06/2006, FROGGIE, S.L. remitió al terminal de telefonía móvil del denunciante tres comunicaciones publicitarias, sin disponer de su autorización expresa y previa, y sin que conste acreditada una relación contractual previa, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 21.2 de la LSSI.

Atendiendo a las exigencias expresadas en relación a la prestación de consentimiento para el envío de este tipo de comunicaciones, en tanto que manifestación de voluntad específica e informada, resulta obvio que el hecho de que FROGGIE, S.L. haya alegado que el denunciante debía haberse opuesto directamente ante la empresa, ya que ésta incluye información sobre los procedimientos para cancelar los datos personales de sus clientes, no constituye una prueba inequívoca de la autorización expresa que contempla la normativa.

V



En el presente procedimiento, también se imputa a FROGGIE, S.L. la infracción del artículo 22.1 de la LSSI, que dispone lo siguiente:

“1. El destinatario podrá revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales con la simple notificación de su voluntad al remitente.

A tal efecto, los prestadores de servicios deberán habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para que los destinatarios de servicios puedan revocar el consentimiento que hubieran prestado.

Asimismo, deberán facilitar información accesible por medios electrónicos sobre dichos procedimientos.”

En el presente caso, está acreditado que el procedimiento establecido por FROGGIE, S.L. para la revocación del consentimiento no era gratuito, como se ha constatado en el texto de los mensajes remitidos con fechas 17/03/2006 y 06/06/2006, en los que la revocación debía realizarse mediante una llamada a un teléfono de coste compartido (#####X), o mediante el envío de un mensaje SMS, que tampoco era gratuito para el destinatario. Por otra parte, también ha quedado acreditado que en el texto del mensaje remitido con fecha 27/04/2006 no figura información sobre dichos procedimientos.

VI

De conformidad con lo establecido en el artículo 38, en sus apartados 3 y 4 de la LSSI, según su redacción aprobada por la por la disposición adicional octava de la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, sobre normas reguladoras de la firma electrónica, en vigor desde el 21/03/2004, se consideran infracciones graves y leves las siguientes:

“3. Son infracciones graves:

c) El envío masivo de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente o el envío, en el plazo de un año, de más de tres comunicaciones comerciales por los medios aludidos a un mismo destinatario, cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21”.

d) El incumplimiento significativo de la obligación del prestador de servicios establecida en el apartado 1 del artículo 22, en relación con los procedimientos para revocar el consentimiento prestado por los destinatarios”

“4. Son infracciones leves:

d) El envío de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21 y no constituya infracción grave”.

h) El incumplimiento de la obligación del prestador de servicios establecida en el apartado 1 del artículo 22, en relación con los procedimientos para revocar el consentimiento prestado por los destinatarios cuanto no constituya infracción grave”



En consecuencia, el envío de comunicaciones comerciales no solicitadas, en los términos indicados por el citado artículo 38.4.d) de la Ley 34/2002 se califica como infracción leve, con el agravante de que si se produce un envío masivo de comunicaciones comerciales no solicitadas a diferentes destinatarios o mas de tres a un mismo destinatario, en los términos que se indican en el también citado artículo 38.3.c), se producirá una infracción grave a los efectos de la LSSI.

El presente supuesto se ajusta al tipo de infracción establecido en el artículo 38.4.d), calificado como infracción leve, al tratarse de envío de no más de tres comunicaciones comerciales por medio de comunicación electrónica (SMS).

Por otra parte, el establecimiento de un procedimiento de revocación que no es gratuito y la falta de información sobre dicho procedimiento, se califica como infracción leve de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 38.4.h) de la LSSI.

VI

A tenor de lo establecido en el artículo 39.1.c) de la LSSI, las infracciones leves serán sancionadas con multa de hasta 30.000 euros, estableciéndose los criterios para su graduación en el artículo 40 de la misma norma:

“Artículo 40. Graduación de la cuantía de las sanciones.

La cuantía de las multas que se impongan se graduará atendiendo a los siguientes criterios:

- a) La existencia de intencionalidad.*
- b) Plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción.*
- c) La reincidencia por comisión de infracciones de la misma naturaleza, cuando así haya sido declarado por resolución firme.*
- d) La naturaleza y cuantía de los perjuicios causados.*
- e) Los beneficios obtenidos por la infracción.*
- f) Volumen de facturación a que afecte la infracción cometida”.*

VII

En este procedimiento ha quedado acreditado que FROGGIE, S.L. envió tres comunicaciones publicitarias por SMS al número de teléfono móvil de D. I.B.S., sin que éste las hubiera solicitado o expresamente autorizado, y sin que hubiera existido una relación contractual previa, pues consta que el afectado solicitó en cuatro ocasiones a esta entidad la descarga de un logo, sin que se llegara a contratar la misma hubiera o prestado su consentimiento.

Asimismo, ha quedado acreditado que el procedimiento establecido por FROGGIE, S.L. para la revocación del consentimiento no era gratuito. En el texto de los mensajes remitidos con fechas 17/03/2006 y 06/06/2006, se comunica que la revocación debía



realizarse mediante una llamada a un teléfono de coste compartido (#####X), o mediante el envío de un mensaje SMS, que tampoco era gratuito para el destinatario. Igualmente se ha constatado que en el texto del mensaje remitido con fecha 27/04/2006, no figura información sobre los procedimientos establecidos por FROGGIE, S.L. a estos efectos.

Vistos los preceptos indicados y demás de general aplicación,

El Director de la Agencia Española de Protección de Datos **RESUELVE:**

PRIMERO: **IMPONER** a la entidad **FROGGIE, S.L.**, por la comisión de las infracciones de los artículos 21 y 22 de la LSSI, tipificadas como leves en el artículo 38.4.d) y h) de dicha norma, con dos multas de 900 euros (novecientos euros), de conformidad con lo establecido en los artículos 39 y 40 de la citada ley.

SEGUNDO: **NOTIFICAR** la presente resolución a **FROGGIE, S.L.**, (C/.....) y a **D. I.B.S.**, (C/.....).

TERCERO: Advertir al sancionado que la sanción impuesta deberá hacerla efectiva en el plazo de pago voluntario que señala el artículo 68 del Reglamento General de Recaudación, aprobado por Real Decreto 939/2005, de 29 de julio, en relación con el artículo 62 de la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, mediante su ingreso en la cuenta restringida nº 0000 0000 0000000000 abierta a nombre de la Agencia Española de Protección de Datos en el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. o en caso contrario, se procederá a su recaudación en período ejecutivo. Si recibe la notificación entre los días 1 y 15 de cada mes, ambos inclusive, el plazo para efectuar el pago voluntario será hasta el día 20 del mes siguiente o inmediato hábil posterior, y si recibe la notificación entre los días 16 y último de cada mes, ambos inclusive, el plazo del pago será hasta el 5 del segundo mes siguiente o inmediato hábil posterior.

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.

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.

Madrid, 03 de abril de 2007
EL DIRECTOR DE LA AGENCIA ESPAÑOLA
DE PROTECCIÓN DE DATOS

Fdo.: Artemi Rallo Lombarte