FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

CNMC
COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA

AUTO CON TROL
Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

CONVENIO PARA EL FOMENTO DE LA CORREGULACIÓN SOBRE COMUNICACIONES COMERCIALES EN TELEVISIÓN ENTRE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA (CNMC) Y LA ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL)

REUNIDOS

De una parte, Doña Cani Fernández Vicién, como Presidenta de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (NIF Q2802141H) nombrada en virtud del Real Decreto 580/2020, de 16 de junio, y con sede en la calle Alcalá 47 de Madrid.

De otra parte, Dª María Luisa Martínez Gistau como Presidenta de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (NIF 05421440H y sede en la calle Príncipe de Vergara, 109 de Madrid), nombrada en la Junta Directiva del 7 de junio de 2018, cuyos poderes se recogen en escritura pública de 21 de junio de 2019, firmada ante el Notario de Madrid, D. Juan José de Palacio Rodríguez con el número 1819 de su Protocolo.

INTERVIENEN

Ambas, en nombre y representación de los organismos señalados, y reconociéndose competencia y capacidad jurídica suficiente respectivamente para suscribir el presente Acuerdo

EXPONEN

1.- La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, atribuye a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, Ley de creación de la CNMC) la supervisión y control en materia de mercado de comunicación audiovisual, asignándole funciones que hasta esa fecha eran desempeñadas por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo. En particular, de acuerdo con el artículo 9 de la Ley de creación de la CNMC, corresponde a esta Comisión, controlar el cumplimiento de las obligaciones impuestas para hacer efectivos los derechos del menor conforme al artículo 7 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, Ley Audiovisual); supervisar la

adecuación de los contenidos audiovisuales con el ordenamiento vigente y los códigos de autorregulación en los términos establecidos en el artículo 9 de la Ley Audiovisual y controla el cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales impuestos por los artículos 13 a 18 de la Ley Audiovisual.

2.- En España existe desde 1996 una organización de autodisciplina publicitaria: la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), compuesta por empresas anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones de las anteriores. Desde su nacimiento AUTOCONTROL pertenece a la European Advertising Standards Alliance (EASA), organismo que engloba a los 28 organismos de autorregulación publicitaria europeos y a 13 asociaciones de la industria publicitaria europea.

Esta Asociación, sin ánimo de lucro, se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España. Asimismo, es miembro del International Council for Advertising Self Regulation (ICAS), plataforma que integra a 24 organismos de autorregulación publicitaria y a 6 asociaciones de la industria publicitaria europea, además de a EASA.

El sistema de resolución de controversias de AUTOCONTROL ha acreditado el cumplimiento de los requisitos establecidos por la Ley de competencia desleal para los sistemas de autorregulación y ha sido reconocido por el Gobierno como entidad de resolución alternativa de litigios de conformidad con la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, pasando a formar parte del "Listado unificado de entidades de resolución de litigios en materia de consumo acreditadas" de la Comisión Europea; así como de la "Plataforma de resolución de litigios en línea" establecida por la Unión Europea.

3.- El 13 de junio de 2002, se firmó un *Convenio entre los principales operadores de televisión, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) y la Asociación Española de Anunciantes (AEA),* con el objetivo de reforzar la autorregulación del sector y facilitar la detección y corrección preventivas de la publicidad eventualmente ilícita de la televisión. En virtud de este Convenio, se creaba un procedimiento selectivo de verificación previa (Copy advice®) de los mensajes publicitarios televisivos, sobre cuya licitud surgieran dudas (antes de su difusión), y en el que AUTOCONTROL actuaría como órgano de consulta independiente y con reconocida solvencia técnica para los operadores de televisión. Asimismo, se preveía que si un operador solicitaba la emisión de dicho Dictamen o informe (Copy advice®), AUTOCONTROL informaría de dicha solicitud y enviaría el correspondiente Dictamen o informe (Copy advice®) a todos los operadores de televisión adheridos al Convenio.

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

4.- El 19 de diciembre de 2003 se suscribió un *Acuerdo entre la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL),* en virtud del cual la SETSI reconocía la utilidad del procedimiento de la autorregulación para la publicidad televisiva, creado por el Convenio suscrito con fecha 13 de junio de 2002 entre los operadores de televisión, AUTOCONTROL y la Asociación Española de anunciantes (AEA), en cuanto mecanismo complementario de los procedimientos administrativos y judiciales, y compatible con la legislación vigente, apoyando de este modo dicho sistema.

Además, este Acuerdo entre la SETSI y AUTOCONTROL permitía a aquélla solicitar la colaboración de AUTOCONTROL en todas aquellas cuestiones relacionadas con la regulación de la actividad publicitaria y el control de la licitud de los mensajes publicitarios televisivos, en el ámbito de los servicios de televisión que quedan bajo la competencia del Estado. En concreto, se establecía que la SETSI, con carácter previo a la decisión sobre la eventual incoación de un expediente administrativo sobre un determinado anuncio publicitario, podría informarse a través de AUTOCONTROL acerca de la existencia y contenido del informe previo sobre dicho anuncio emitido por AUTOCONTROL, en aplicación del Convenio para la autorregulación de la publicidad televisiva, antes citado. Además, se establecía la creación de una Comisión mixta de Seguimiento SETSI-AUTOCONTROL del referido Acuerdo que, desde entonces se ha reunido mensualmente, asegurando una adecuada colaboración entre AUTOCONTROL y la autoridad audiovisual.

5.- El 9 de diciembre de 2004, la Vicepresidencia Primera del Gobierno, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y los principales operadores de TV firmaron el denominado *Acuerdo para el fomento de la autorregulación televisiva e infancia*, en virtud del cual la Administración reconocía la utilidad del *Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*, suscrito en esa misma fecha por los operadores de televisión, así como de los mecanismos de control y seguimiento establecidos en dicho Código.

En dicho Código de autorregulación se señalaba que las televisiones adheridas consideran que el sistema de autorregulación llevado a cabo en el ámbito de la publicidad en televisión, mediante la firma del Convenio de fecha 13 de junio de 2002 es idóneo y se ha mostrado eficaz para conseguir la correcta aplicación y cumplimiento de lo dispuesto en la entonces Ley de Televisión Sin Fronteras (Ley 25/1994, de 12 de julio), respecto de la protección de la infancia y la juventud en relación con la publicidad en televisión. En consecuencia, se establecía que en todo lo referido a la publicidad en televisión, se estaría a lo establecido en el Acuerdo de 19 de diciembre de 2003.

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

6.- El 24 de julio de 2006, se firmó una *Adenda* al antes citado *Acuerdo para el fomento de la autorregulación de la publicidad televisiva, firmado el 19 de diciembre de 2003, entre la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI) del Ministerio de Ciencia y Tecnología (hoy Ministerio de Industria, Turismo y Comercio), y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)*.

En virtud de esta Adenda, AUTOCONTROL asume, para su aplicación en materia publicitaria, el contenido de los criterios orientadores para la adecuada clasificación horaria de los contenidos televisivos establecidos en el *Acuerdo para el fomento de la autorregulación de los contenidos televisivos firmado entre el Gobierno y los operadores de televisión en diciembre de 2004*, en la medida en que pueda afectar a la publicidad emitida por estos operadores; así como la tramitación y resolución de las reclamaciones referidas a la protección de la infancia, que fueran recibidas en el marco del citado *Acuerdo*, en relación a comunicaciones publicitarias emitidas por los operadores de TV adheridos al mismo.

7.- En fecha 30 de junio de 2015 se firmó un acuerdo para el fomento de la corregulación sobre comunicaciones comerciales en televisión entre la CNMC y AUTOCONTROL. Este acuerdo venció el 3 de octubre de 2020.

8.- Desde la puesta en marcha del sistema de autorregulación publicitaria televisiva, AUTOCONTROL ha emitido más de 278.000 Copy advice®, de ellos 102.534 eran referidos a proyectos de anuncios a difundir en televisión.

9.- La eficacia de los citados Acuerdos explica el expreso apoyo legislativo a la corregulación publicitaria en el ámbito televisivo, siempre sin menoscabo de las competencias -antes de la SETSI y ahora de la CNMC-, en esta materia. En particular, la Disposición adicional decimoséptima de la Ley de creación de la CNMC, bajo el título "Fomento de la corregulación publicitaria", establece:

> "*La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá firmar acuerdos de corregulación que coadyuven el cumplimiento de los objetivos establecidos en esta Ley, en particular, en relación con el control del cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales, con aquellos sistemas de autorregulación publicitaria que cumplan lo previsto en el artículo 37.4 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal. En el acuerdo se determinarán los efectos reconocidos a las actuaciones del sistema de autorregulación*".

10.- Por otra parte, el artículo 37.4 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, establece:

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

> "*Los sistemas de autorregulación se dotarán de órganos independientes de control para asegurar el cumplimiento eficaz de los compromisos asumidos por las empresas adheridas. Sus códigos de conducta podrán incluir, entre otras, medidas individuales o colectivas de autocontrol previo de los contenidos publicitarios, y deberán establecer sistemas eficaces de resolución extrajudicial de reclamaciones que cumplan los requisitos establecidos en la normativa comunitaria y, como tales, sean notificados a la Comisión Europea, de conformidad con lo previsto en la Resolución del Consejo de 25 de mayo de 2000 relativo a la red comunitaria de órganos nacionales de solución extrajudicial de litigios en materia de consumo o cualquier disposición* equivalente".

11.- La Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (en adelante DSCA), refuerza el papel de autorregulación y la corregulación. En efecto, según el artículo 4 bis de esta Directiva, los Estados miembros deben promover la autorregulación y la corregulación mediante códigos de conducta que deberán, entre otros, prever un seguimiento y evaluación periódicos, ser transparentes e independientes, así como establecerlos medios para una aplicación efectiva, incluidas unas sanciones efectivas y proporcionadas.

12.- Así las cosas, y valorando muy positivamente el modelo de corregulación desarrollado hasta la fecha, basado en los Acuerdos y Convenios antes citados, y sin perjuicio de su actualización una vez se adopte una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se propone la celebración de un nuevo Acuerdo de corregulación en los términos seguidamente expuestos.

La firma del presente convenio contribuirá a la realización de una actividad como es el fomento de la corregulación, que resulta de utilidad pública en el sentido de lo previsto en el artículo 48.3 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público.

ACUERDAN

PRIMERA.- Objeto

En virtud del presente Convenio, en cuanto mecanismo complementario de los procedimientos administrativos y judiciales, y compatible con la legislación

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

vigente, en los términos establecidos en la Disposición Adicional decimoséptima de la Ley 3/2013, la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia reconoce la utilidad de la autorregulación de la publicidad televisiva y, en particular valora positivamente el sistema de consulta previa para la publicidad televisiva, gestionado por AUTOCONTROL, que coadyuva a procurar la correcta aplicación y cumplimiento de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, y demás normativa publicitaria que resulte de aplicación, sin que ello suponga ni pueda suponer perjuicio o menoscabo alguno de las competencias que tenga atribuida la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia por la normativa aplicable.

Este acuerdo obedece a lo dispuesto en el artículo 47.2.c) de esta Ley, que prevé la posibilidad de suscribir convenios entre entidades públicas y privadas.

SEGUNDA.- Compromisos de las partes

a) La CNMC, en su acción de fomento de la corregulación publicitaria, previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, reconoce la utilidad de dicho sistema de autorregulación de la publicidad televisiva, sin que ello suponga, ni pueda suponer, perjuicio o menoscabo alguno de sus competencias, en particular, de inspección, control y sanción sobre los servicios de comunicación audiovisual, según lo señalado en el artículo 48.1 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público.

b) Se fomentará, entre los operadores de televisión y los anunciantes, el uso voluntario de la herramienta de verificación previa (Copy Advice®) gestionado por AUTOCONTROL, para las comunicaciones comerciales audiovisuales televisivas.

   Si un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva recibiera requerimiento o comunicación administrativa de la CNMC en relación con una comunicación comercial audiovisual cuya versión final cuente con informe previo (Copy Advice®) positivo de AUTOCONTROL, podrá poner en conocimiento de la CNMC el contenido de ese informe.

   Sin menoscabo de sus competencias, y a tenor de lo que en cada momento establezca la normativa audiovisual sobre la posibilidad de que se pueda tener en cuenta la buena fe del responsable de la infracción cuando cuente con un informe de consulta previa positivo a los efectos de la graduación de sanciones, la CNMC podrá tomar en consideración que las comunicaciones comerciales audiovisuales televisivas emitidas cuenten con un informe previo (Copy Advice®) positivo de AUTOCONTROL, siempre que se hubieran

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

sujetado a dicho informe previo, informe que, en su caso, podrá ser incorporado al correspondiente procedimiento administrativo.

c) AUTOCONTROL mantendrá informada regularmente a la CNMC de cuantas decisiones adopte el Jurado de la Publicidad por reclamaciones presentadas en relación a comunicaciones comerciales audiovisuales difundidas en televisión, facilitándole copia de las mismas, que, en su caso, podrán ser incorporadas al expediente.

d) AUTOCONTROL asume, para su aplicación en materia publicitaria, el contenido de los criterios orientadores para la adecuada clasificación horaria de los contenidos televisivos, establecidos en el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, en la medida en que pueda afectar a las comunicaciones comerciales audiovisuales televisivas emitidas por estos operadores.

   Recibida una reclamación referida a la protección de la infancia en el marco del Acuerdo para el fomento de la autorregulación de los contenidos televisivos e infancia, y en relación a comunicaciones comerciales audiovisuales televisivas emitidas por los operadores de TV adheridos al mismo, AUTOCONTROL procederá a su tramitación y resolución conforme a las normas y procedimientos establecidos en el Reglamento del Jurado de la Publicidad. Una vez concluido el procedimiento, AUTOCONTROL informará a las partes afectadas, a la CNMC y a los operadores de televisión adheridos, enviando en su caso la correspondiente documentación y, conforme a su Reglamento, lo publicará en la revista, web u otros medios de AUTOCONTROL.

e) AUTOCONTROL informará mensualmente a la CNMC sobre su actividad de control previo voluntario de la publicidad. Sin perjuicio de lo anterior, a solicitud de la CNMC, AUTOCONTROL pondrá a su disposición los informes de consulta previa positivos (Copy advice® positivos) que hubiera emitido sobre comunicaciones comerciales audiovisuales televisivas.

   En el ámbito de una investigación de oficio, por propia iniciativa o llevada a cabo a consecuencia de una denuncia recibida, la CNMC podrá requerir a AUTOCONTROL su parecer e intervención sobre concretas comunicaciones comerciales audiovisuales televisivas que no hubieran sido objeto de consulta previa; en tales casos, AUTOCONTROL tramitará ese requerimiento ante su Jurado, que resolverá de acuerdo a su Reglamento, informando oportunamente a la CNMC y a los afectados, de su pronunciamiento.
   En el caso de que hubieran sido objeto de consulta previa, AUTOCONTROL informará a la CNMC sobre su contenido.

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

f) La CNMC podrá consultar a AUTOCONTROL, en los términos legalmente previstos para el trámite administrativo de consulta previa, sobre aquellos proyectos normativos que afecten a la regulación de la actividad publicitaria.

g) AUTOCONTROL podrá solicitar a la CNMC la aportación de grabaciones de anuncios, relacionados con los objetivos de la Asociación y sobre cuestiones que afecten a la autorregulación y el control deontológico de la actividad publicitaria.

TERCERA.- Condiciones económicas

a) La formalización del presente Acuerdo no lleva aparejado gasto alguno ni genera obligaciones económicas ni contraprestaciones para ninguna de las dos partes.

b) Las colaboraciones solicitadas por la CNMC a AUTOCONTROL, al amparo de lo dispuesto en las cláusulas anteriores, no supondrán contraprestación económica alguna para la Administración.

CUARTA.- Acciones de divulgación

La CNMC y AUTOCONTROL, al amparo del presente Convenio, podrán organizar y llevar a cabo cuantas acciones de divulgación, formación o estudio, consideren convenientes de común acuerdo, siguiéndose lo preceptuado, en su caso, por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

QUINTA.- Mecanismos de seguimiento y control

Se crea una Comisión paritaria que estará formada por tres representantes de la CNMC, que serán el Director/a de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, el Subdirector/a de Audiovisual y el Subdirector/a Adjunto/a de Audiovisual, uno de los cuales actuará como Presidente, y tres representantes de AUTOCONTROL, uno de los cuales actuará como Secretario, que se encargará de la puesta en marcha y seguimiento constante del desarrollo y aplicación del presente acuerdo, así como de velar por su cumplimiento y resolver problemas de interpretación, manteniendo reuniones periódicas con esta finalidad. Esta Comisión de Seguimiento se sujetará en cuanto a su organización y funcionamiento a las disposiciones contenidas en el artículo 49.f) de la Ley 40/2015.

Corresponde a esta Comisión de Seguimiento, entre otras, las siguientes funciones:

a) Promover posibilidades de colaboración en diversos temas.

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

b) Elevar las propuestas que elabore a los órganos competentes de las dos partes.

c) Resolver los problemas de interpretación y cumplimiento que se puedan plantear en la ejecución del presente acuerdo.
d) Supervisar y seguir el cumplimiento del presente acuerdo.

SEXTA.- Régimen jurídico y legislación aplicable

Este Convenio tiene naturaleza administrativa, se rige por lo dispuesto en la Ley 40/2015, y se encuentra excluido del ámbito de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, en virtud de lo establecido en el artículo 6.1 de dicho texto legal.

Las cuestiones litigiosas a que pueda dar lugar la interpretación, modificación, efectos o resolución del presente Convenio, deberán resolverse de mutuo acuerdo entre las partes. Si no fuera posible alcanzar un acuerdo, serán sometidas a la decisión de la Jurisdicción Contencioso Administrativa, de conformidad con lo previsto en la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la citada jurisdicción.

SÉPTIMA.- Plazo de vigencia, modificación y extinción

a) El presente Acuerdo se formaliza el día de su firma y su duración será de 2 años.

   No obstante lo anterior, cualquiera de las partes podrá poner fin anticipadamente al presente Acuerdo, previa denuncia, notificando a la otra parte de tal circunstancia con al menos tres meses de antelación.

b) La modificación del convenio se llevará a cabo por acuerdo unánime de las partes, y, en su caso, a partir de las propuestas efectuadas por la Comisión de Seguimiento.

c) Son causas de extinción del presente convenio:

   i. El transcurso del plazo de vigencia del convenio.
   ii. La resolución anticipada prevista en el apartado a) en esta cláusula.
   iii. El acuerdo unánime de todos los firmantes.
   iv. El incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por parte de alguno de los firmantes.

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

En el caso de la letra iv) cualquiera de las partes podrá notificar a la parte incumplidora un requerimiento para que cumpla, dentro de los 10 días naturales siguientes a la recepción del requerimiento, con las obligaciones o compromisos que se consideran incumplidos. Este requerimiento será comunicado también a la Comisión de Seguimiento. Si, trascurrido el plazo indicado en el requerimiento, persistiera el incumplimiento, la parte que lo dirigió notificará a la otra parte y a la Comisión de Seguimiento y se entenderá resuelto el convenio.

OCTAVA.- Protección de datos

a) Los datos personales de los representantes de las partes así como los relativos a reclamaciones a que se refiere el punto d) de la cláusula Segunda, serán tratados, respectivamente, por las entidades que se identifican en el encabezamiento, que actuarán, de forma independiente, como responsables del tratamiento de los mismos y con estricta sujeción a lo previsto por 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 la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

b) Los datos personales de los representantes de las partes serán tratados para dar cumplimiento a los derechos y obligaciones contenidas en este Acuerdo, sin que se tomen decisiones automatizadas que puedan afectar a los citados representantes. La base jurídica que legitima el tratamiento es el interés de las partes en la ejecución de este Acuerdo, así como el cumplimiento de una misión realizada en interés público, en el caso de la CNMC.

   Estos datos serán conservados durante el periodo de vida correspondiente a la presente relación, y posteriormente durante el plazo obligatorio marcado por la normativa vigente que establezca de manera obligatoria un plazo de conservación mayor a los anteriores, siendo tratados únicamente por las partes y aquellos terceros a los que aquéllas estén legal o contractualmente obligados a comunicarlos o sus encargados del tratamiento (como es el caso de terceros prestadores de servicios a los que se haya encomendado algún servicio vinculado con la gestión o ejecución del Acuerdo).

c) AUTOCONTROL tiene contratado el servicio de correo electrónico con Google. Las transferencias se realizan al amparo de las cláusulas contractuales tipo suscritas con Google como encargado del tratamiento. Desde https://www.autocontrol.es/t-proteccion-de-datos/ pueden consultarse estas cláusulas, así como el listado de países donde pueden tratarse los datos.

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

d) Los representantes de las Partes podrán ejercer, en la medida que sean aplicables, los derechos de acceso, rectificación, oposición, supresión, limitación del tratamiento, portabilidad de los datos y retirada del consentimiento, dirigiendo una comunicación por escrito a cada una de las Partes, a través de las direcciones especificadas en el encabezamiento.

e) Los datos personales de los reclamantes a que se refiere el punto d) de la cláusula Segunda serán tratados para resolver dichas reclamaciones.

   Estos datos serán conservados durante el plazo obligatorio marcado por la normativa vigente, siendo tratados únicamente por las partes y aquellos terceros a los que aquéllas estén legal o contractualmente obligadas a comunicarlos o a sus encargados del tratamiento. La CNMC basará el tratamiento de dichos datos en el cumplimiento de una misión realizada en interés público, en tanto que AUTOCONTROL lo hará para la satisfacción de un interés legítimo.

f) Los reclamantes podrán ejercer, entre otros, los derechos de acceso, rectificación, oposición y supresión dirigiendo una comunicación por escrito a cada una de las Partes, a través de las direcciones especificadas en el encabezamiento.

g) Si el interesado considera que sus datos han sido tratados de forma inadecuada, tendrá derecho a presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos (C/ Jorge Juan, 6. 28001 – Madrid www.agpd.es). Antes de ello podrá dirigirse a los Delegados de Protección de Datos de las partes (dpd@cnmc.es y proteccion.datos@autocontrol.es) para tratar de obtener respuesta a su queja.

h) En todo caso y por si las partes incidentalmente accedieran o trataran datos de carácter personal de la otra parte, las partes se comprometen a tratarlos para los fines del propio Acuerdo, a cumplir con lo dispuesto en la normativa en materia de protección de datos que fuere de aplicación y a no difundirlos a terceras partes ni tan siquiera por motivos de conservación de los mismos.

   Igualmente, se comprometen a aplicar todas las medidas de seguridad, confidencialidad y organizativas que permitan garantizar la integridad de dichos datos personales, impedir su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, la naturaleza de los datos y los riesgos a que estén expuestos los mismos, así como hacer cumplir dichas medidas implantadas a su personal y/o subcontratistas. Dicho personal se deberá de hallar sujeto al deber de secreto y confidencialidad en los mismos términos que la parte correspondiente. En caso de que se produjera algún incumplimiento de lo

FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRMADO DIGITALMENTE - FIRM

CNMC
COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA

AUTO CON TROL
Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

anteriormente recogido, la parte incumplidora responderá ante la parte afectada de dicho incumplimiento, dejándola indemne al respecto.

NOVENA.- Entrada en vigor y publicidad

El presente acuerdo se perfecciona mediante la firma de ambas partes, y únicamente resultará eficaz una vez inscrito, en el plazo de 5 días hábiles desde su formalización, en el Registro Electrónico Estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del Sector Público (REOICO) y será publicado en el Boletín Oficial del Estado en el plazo de 10 días hábiles desde su formalización. Ambos trámites serán llevados a cabo por la CNMC.

El presente convenio será publicado en el Portal de Transparencia de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Y en prueba de conformidad, las partes otorgantes del presente Convenio, en la representación que ostentan, lo firman en la fecha de firma electrónica.

Por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial,	Por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia,
43408772K MARIA LUISA MARTINEZ (R: A08663619) Firmado digitalmente por 43408772K MARIA LUISA MARTINEZ (R: A08663619) Fecha: 2021.04.06 13:10:59 +02'00'	
Dña. María Luisa Martínez Gistau Presidenta	Dña. Cani Fernández Vicién Presidenta