

III. OTRAS DISPOSICIONES

MINISTERIO DE CONSUMO

16680 *Resolución de 6 de octubre de 2021, de la Dirección General de Ordenación del Juego, por la que se publica el Convenio con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, en materia de publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego de ámbito estatal.*

La Administración General del Estado (Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio de Consumo) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, han suscrito con fecha 4 de octubre de 2021 un Convenio en materia de publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego de ámbito estatal.

En cumplimiento de lo previsto en el artículo 48.8 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, se dispone su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Madrid, 6 de octubre de 2021.–El Director General de Ordenación del Juego, Mikel Arana Echezarreta.

**CONVENIO ENTRE LA DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO
DEL MINISTERIO DE CONSUMO, Y LA ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN
DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL), EN MATERIA DE
PUBLICIDAD, PATROCINIO Y PROMOCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE JUEGO
DE ÁMBITO ESTATAL**

En Madrid, a la fecha de la firma.

REUNIDOS

De una parte, don Mikel Arana, Director General de Ordenación del Juego del Ministerio de Consumo, nombrado mediante Real Decreto 513/2020, de 5 de mayo, actuando en nombre y representación de la Dirección General de Ordenación del Juego (en adelante, DGOJ), del Ministerio de Consumo, en virtud de las competencias delegadas en él por el artículo séptimo.1, letra c), de la Orden CSM/940/2020, de 6 de octubre, sobre fijación de límites para la administración de créditos para gastos y de delegación de competencias.

De otra parte, don José Domingo Gómez Castallo, en representación de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), con CIF/NIF número G-81234247, inscrita en el Registro de Asociaciones del Ministerio del Interior con el número nacional 147.584 y con domicilio en la calle Príncipe de Vergara, 109, 5.º, de Madrid; con poder suficiente para la firma de este Convenio, tal y como se desprende del acuerdo adoptado por la Junta Directiva de AUTOCONTROL, de 4 de junio de 2019, y conforme se acredita mediante escritura pública de elevación a público de acuerdos y de otorgamiento de poderes, protocolizada ante el Notario de Madrid don Juan José de Palacio Rodríguez, con el número 1.819.

INTERVIENEN

Ambos en nombre y representación de los organismos señalados, reconociéndose competencia y capacidad jurídica suficiente respectivamente para suscribir el presente Convenio.

EXPONEN

1. El artículo 24, apartado 5 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, que lleva por título «Inspección y control» establece que «La Comisión Nacional del Juego podrá firmar acuerdos de corregulación que coadyuven al cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley, en particular en lo referido a la publicidad, en los términos que se determinen reglamentariamente. En la medida en que dichos acuerdos afecten a la publicidad efectuada por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, deberá recabarse informe del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales con carácter previo a la firma de los mismos. 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».

De forma similar el artículo 28 del Real Decreto 958/2020, de 30 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, bajo el título «Acuerdos de corregulación» dispone: «1. La autoridad encargada de la regulación del juego podrá suscribir acuerdos de corregulación que coadyuven al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley 13/2011, de 27 de mayo, y en el presente Real Decreto sobre comunicaciones comerciales, con entidades de autorregulación que cumplan los requisitos establecidos en la normativa de la Unión Europea de aplicación. En la medida en que dichos acuerdos afecten a las comunicaciones comerciales efectuadas por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, deberá recabarse informe de la autoridad audiovisual competente de ámbito estatal con carácter previo a la firma de los mismos, la cual podrá, en su caso, suscribir igualmente dichos acuerdos (...) 4. La autoridad encargada de la regulación del juego publicará en su página web los acuerdos de corregulación y códigos de conducta que haya firmado, así como las entidades que se hayan adherido a los mismos».

Además el apartado 4 del artículo 7 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, con el título «Publicidad, patrocinio y promoción de las actividades del juego» dispone que «La autoridad encargada de la regulación del juego en el ejercicio de la potestad administrativa de requerir el cese de la publicidad de las actividades de juego, se dirigirá a la entidad, red publicitaria, agencia de publicidad, prestador de servicios de comunicación audiovisual o electrónica, medio de comunicación, servicio de la sociedad de la información o red publicitaria correspondiente, indicándole motivadamente la infracción de la normativa aplicable. La entidad, red publicitaria, agencia de publicidad, prestador de servicios de comunicación audiovisual o electrónica, medio de comunicación, servicio de la sociedad de la información o red publicitaria deberá, en los tres días naturales siguientes a su recepción, comunicar el cumplimiento del requerimiento. En caso de que el mensaje publicitario cuente con un informe de consulta previa positivo emitido por un sistema de autorregulación publicitaria con el que la autoridad encargada de la regulación del juego tenga un Convenio de colaboración de los previstos en el apartado 5 del artículo 24 de esta Ley, se entenderá que se actuó de buena fe si se hubiese sujetado a dicho informe de consulta previa positivo, para el supuesto de actuación administrativa realizada en el marco de un expediente sancionador».

2. Por su parte, la disposición transitoria primera de la citada Ley, bajo el epígrafe «Ejercicio de competencias administrativas antes del inicio de actividades de la Comisión Nacional del Juego», señala, en su párrafo primero: «Las competencias previstas para la Comisión Nacional del Juego serán ejercidas por la Dirección General de Ordenación del Juego, del Ministerio de Consumo, salvo las relacionadas con la gestión y recaudación

de las tasas a las que se refiere el artículo 49 de esta Ley, que serán ejercidas por la Agencia Estatal de Administración Tributaria».

3. Tanto en las instituciones europeas como en las nacionales se viene observando una clara evolución hacia esquemas de decidido fomento de los mecanismos de autorregulación, concebida esta no como un sistema alternativo a la legislación y los controles públicos existentes, sino como un útil, eficaz y necesario complemento de los tradicionales instrumentos legales, administrativos y/o judiciales, existentes en los Estados miembros de la UE, sin que suponga merma alguna a las capacidades de intervención disciplinaria de las Autoridades competentes. En este contexto, los sistemas de autorregulación vienen gozando de un considerable y creciente reconocimiento por parte de las instancias comunitarias y de nuestro legislador nacional.

4. El fomento de la autorregulación ya se plasmaba en la antigua la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas en los Estados Miembros en materia de publicidad engañosa, que afirma que, junto a los instrumentos administrativos y judiciales, «los controles voluntarios ejercidos por organismos autónomos para suprimir la publicidad engañosa pueden evitar el recurso a una acción administrativa o judicial y que por ello deberían fomentarse».

Por su parte, la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento 2006/2004 del Parlamento y del Consejo, prevé que los Estados miembros puedan fomentar el control de las prácticas comerciales desleales por parte de los responsables de códigos de conducta, adicionado dicho mecanismo de control a los procedimientos administrativos o judiciales que se habiliten para reprimir las prácticas desleales, haciéndolas cesar o prohibiéndolas.

En lo que afecta específicamente al ámbito de la publicidad del Juego, la Directiva (UE) 2018/1808, de 14 de noviembre de 2018 conocida como «Directiva de servicios de comunicación audiovisual», señala en su considerando 30 que «Es importante que los menores estén eficazmente protegidos de la exposición a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a la promoción de los juegos de azar. En este contexto, existen varios sistemas de autorregulación o corregulación a nivel nacional y de la Unión para la promoción del juego de azar responsable, también en las comunicaciones comerciales audiovisuales».

Dentro del sistema jurídico español, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, señala que las normas procesales que rigen en materia de represión y sanción de la publicidad ilícita (actualmente recogidas en la Ley de Enjuiciamiento Civil) se aplicarán «sin perjuicio del control voluntario de la publicidad que al efecto pueda existir, realizado por organismos de autodisciplina».

Este reconocimiento de la autorregulación en España se consagró tras la modificación de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios. El capítulo V de la Ley 3/1991, de 10 de enero, reconoce y fomenta expresamente los sistemas de autorregulación y, en particular sus elementos característicos (códigos de conducta, sistemas extrajudiciales de resolución de controversias y sistemas de asesoramiento o control previo publicitario), estableciendo los requisitos que deben cumplir tales sistemas de autorregulación para su reconocimiento legal.

Adicionalmente, la actual Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA) reconoce en su artículo 12.1 el derecho de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual a aprobar códigos en los que se regulen los contenidos de la comunicación audiovisual, y señala que estos códigos pueden dotarse de instrumentos de autocontrol previo colectivo.

5. Por otra parte, en España existe, desde 1996, una organización de autodisciplina publicitaria, denominada Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), miembro de la European Advertising Standards Alliance (EASA) y del International Council for Advertising Self Regulation (ICAS) –plataforma internacional que integra a 24 organismos de autorregulación publicitaria y a 6 asociaciones de la industria publicitaria–. Se trata de una asociación sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España y cuyo objetivo es contribuir a que la publicidad difundida por todos los medios, incluido Internet, constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria, a los derechos de las personas consumidoras, así como a la normativa en materia de protección de datos y privacidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales. Para ello, AUTOCONTROL cuenta con diversas herramientas, entre otras: i) la elaboración de códigos de ética publicitaria; ii) la resolución de las reclamaciones planteadas contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal; iii) la revisión previa de campañas publicitarias (Copy Advice®), con el objeto de que éstas se adecuen a la normativa vigente; iv) la colaboración activa con los poderes públicos para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige.

Para la resolución de las reclamaciones planteadas contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal, AUTOCONTROL cuenta con un organismo independiente: el Jurado de la Publicidad, que ha obtenido el reconocimiento público como entidad de resolución alternativa de litigios (Alternative Dispute Resolution o ADR, en inglés), una vez acreditado el cumplimiento de los principios de independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia, rapidez y equidad establecidos en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. Con este reconocimiento, de fecha 31 de octubre de 2018, el Jurado de AUTOCONTROL se convirtió en la primera entidad privada acreditada por la Dirección General de Consumo, dependiente del extinto Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social (MSCBS); pasando a formar parte del Listado unificado de entidades de resolución de litigios en materia de consumo acreditadas y de la Plataforma de resolución de litigios en línea, establecida por la Unión Europea.

6. AUTOCONTROL tiene un firme compromiso de colaboración con las Administraciones Públicas para contribuir al desarrollo de una publicidad responsable. Este compromiso tiene reflejo también en el propio Reglamento del Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL, que recoge entre sus normas una disposición relativa a la colaboración con la administración. En particular, su Artículo 38 establece: «En el caso de que las Autoridades administrativas o jurisdiccionales solicitasen opinión sobre una determinada comunicación comercial, se pondrá a su disposición, de haberse emitido, la correspondiente resolución/dictamen del Jurado de la Publicidad y/o el informe elaborado por el Gabinete Técnico si aquella comunicación comercial hubiera superado el procedimiento de consulta previa. De no existir, o si es trasladada o comunicada una petición de intervención de AUTOCONTROL por las citadas Autoridades, será trasladada al Jurado de la Publicidad para que de oficio se inicie el procedimiento de tramitación de reclamación previsto en el artículo 13 y siguientes de este Reglamento a fin de obtener la correspondiente resolución o dictamen del Jurado».

7. En atención a lo expuesto, reconociendo que la corregulación publicitaria es una importante vía complementaria de la administrativa y la judicial para llevar a cabo un eficaz control de la publicidad –y en línea con el principio de corregulación desarrollado por la normativa europea, estatal y autonómica, y plasmado en el citado artículo 24, apartado 5 de la Ley 13/ 2011, de 27 de mayo, de regulación del Juego–, en 2011 se estableció un marco de colaboración entre la autoridad competente en materia regulatoria, de inspección y de control de la publicidad de las actividades de juego y el organismo español de autorregulación publicitaria, AUTOCONTROL. Se trata del denominado «Acuerdo de colaboración entre la Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio de Economía y Hacienda, y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), en materia de publicidad, patrocinio y

promoción de las actividades de juego». Conforme al citado Acuerdo, y sin menoscabo de las competencias de la autoridad competente se ha venido cooperando mutuamente de manera muy satisfactoria en el seguimiento de la publicidad de actividades de juego y en la detección, corrección y supresión de aquella publicidad que no se adecúa a las obligaciones legales que le sean de aplicación.

8. Las partes firmantes del presente Convenio consideran que mantener y reforzar la mutua colaboración entre las mismas, en relación con lo expuesto anteriormente, contribuirá a un mejor desarrollo de la actividad publicitaria de las actividades de juego en beneficio de los consumidores y usuarios, y del propio sector.

9. En cumplimiento de lo previsto en el artículo 24, apartado 5 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, y en el artículo 28 del Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, y en la medida en que el presente Convenio afecta a la publicidad efectuada por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, se ha recabado con carácter previo a su firma, el Informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, organismo administrativo competente en este ámbito, de conformidad con la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

10. Sin perjuicio ni menoscabo alguno de sus competencias legalmente atribuidas, la Dirección General de Ordenación del Juego sigue valorando positivamente la cooperación activa de AUTOCONTROL en el cumplimiento de la legislación vigente en materia de publicidad de actividades de juego y reconoce nuevamente su efectividad.

11. El presente Convenio queda sometido al régimen jurídico de convenios previsto en el capítulo VI del título preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

En orden a todo lo anterior, y previo informe favorable de la Abogacía del Estado en el Ministerio de Consumo, ante lo común de sus objetivos e intereses, las partes intervinientes, con el deseo de alcanzar las finalidades expuestas, convienen suscribir el presente Convenio con arreglo a las siguientes

ESTIPULACIONES

Primera. *Objeto del Convenio.*

El Convenio tiene por objeto establecer un marco de cooperación mutua entre la Dirección General de Ordenación del Juego y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL).

La Dirección General de Ordenación del Juego, en los términos establecidos en el artículo 24.5 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, reconoce y apoya el sistema de autorregulación de AUTOCONTROL, que cumple los requisitos fijados en el citado precepto legal, sin que ello suponga menoscabo alguno de las competencias que tenga legalmente atribuidas.

Segunda. *Compromisos de las partes.*

2.1 Actuaciones que asume la Dirección General de Ordenación del Juego:

2.1.1 Sin perjuicio de sus competencias, y tanto con carácter previo a la iniciación de cualquier procedimiento de control en materia de publicidad, como durante la tramitación del mismo, la Dirección General de Ordenación del Juego podrá solicitar a AUTOCONTROL información acerca de si una determinada publicidad ha obtenido informe positivo en el marco del procedimiento de consulta previa o Copy Advice®, así como si ha sido objeto de un procedimiento de resolución extrajudicial de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad. En caso afirmativo de cualquiera de los dos supuestos reseñados, AUTOCONTROL procederá a trasladar a la Dirección General de Ordenación del Juego una copia de las correspondientes actuaciones.

2.1.2 Sin perjuicio o menoscabo de sus competencias, la Dirección General de Ordenación del Juego, con carácter previo a la iniciación de un procedimiento sancionador, podrá instar la actuación de AUTOCONTROL en relación con una concreta publicidad para que esta Asociación la tramite de oficio ante el Jurado de la Publicidad conforme a sus procedimientos de autorregulación. AUTOCONTROL dará traslado del resultado de sus actuaciones a la Dirección General de Ordenación del Juego.

2.1.3 En el supuesto de actuación administrativa realizada en el marco de un procedimiento sancionador se entenderá que el operador actuó de buena fe si se hubiese sujetado al informe de consulta previa positivo emitido por AUTOCONTROL, informe que será incorporado al correspondiente expediente administrativo. En tales casos, y cuando se manifieste la existencia de dicho Copy Advice® por parte del operador, la DGOJ se dirigirá, a AUTOCONTROL a fin de que esta acredite la emisión y vigencia de dicho Copy Advice®, su correspondencia con la publicidad objeto del citado procedimiento sancionador y, en su caso, remita los comentarios que considere oportunos en relación al mismo.

2.1.4 La Dirección General de Ordenación del Juego podrá 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.

2.2 Actuaciones que asume AUTOCONTROL:

2.2.1 AUTOCONTROL mantendrá regularmente informada a la Dirección General de Ordenación del Juego de cuantas resoluciones, en materia de actividad del juego, adopte el Jurado de la Publicidad, facilitándole copia de las mismas.

2.2.2 AUTOCONTROL informará trimestralmente a la Dirección General de Ordenación del Juego sobre su actividad de control previo voluntario (Copy Advice®) de la publicidad de las actividades de juego.

2.2.3 AUTOCONTROL atenderá las solicitudes que le realice la Dirección General de Ordenación del Juego en relación con la acreditación de la emisión y vigencia de Copy Advice® que hayan sido aportados a esta por operadores, en el marco de un procedimiento sancionador. Asimismo, AUTOCONTROL acreditará la correspondencia de dicho Copy Advice® con la publicidad objeto del citado procedimiento sancionador, pudiendo remitir, en su caso, los comentarios que considere oportunos.

2.2.4 AUTOCONTROL podrá solicitar la cooperación de la Dirección General de Ordenación del Juego para la emisión de dictámenes, estudios, proyectos y resoluciones relacionados con los objetivos de la Asociación y sobre cuestiones que afecten a la regulación, autorregulación y el control deontológico de la actividad publicitaria de actividades de juego.

2.2.5 AUTOCONTROL se compromete, con carácter previo a la emisión de las resoluciones del Jurado de Publicidad o de su actividad de control previo voluntario, a consultar de manera expresa los distintos pronunciamientos realizados por la Dirección General de Ordenación del Juego que afecten al contenido específico en materia publicitaria de las actividades de juego de ámbito estatal y que hayan sido publicados en su página web.

2.3 Obligaciones que asumen ambas partes:

La Dirección General de Ordenación del Juego 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. Entre otras acciones, se podrán promover o realizar análisis y estudios sobre el cumplimiento de la normativa legal y deontológica en materia de publicidad de las actividades del juego que contribuirían a evaluar el impacto o la incidencia de la publicidad de las actividades de juego en la sociedad.

Tercera. *Desarrollo del Convenio.*

En el caso de que se considere necesario por las partes firmantes se podrán elaborar modelos de actuación, normas técnicas o protocolos que desarrollen algún aspecto del Convenio, y que se incorporarán al mismo como anexo. Dichos anexos formarán parte integrante del Convenio, por lo que su incorporación o modificación requerirá la firma, por las partes, de una adenda modificativa como se establece en la cláusula octava de este Convenio.

Cuarta. *Comisión de Seguimiento del Convenio.*

1. En el plazo de un mes desde la inscripción de este Convenio, se constituirá una Comisión de Seguimiento paritaria integrada por dos representantes de cada una de las partes firmantes de este Convenio. Asimismo, a las reuniones de la Comisión de Seguimiento asistirá, con voz, pero sin voto, un o una funcionaria designada por la DGOJ, que ejercerá las funciones de Secretario/a. La presidencia de la Comisión de Seguimiento será ejercida por la DGOJ.

2. Serán funciones de la Comisión de Seguimiento:

- a) Velar por el correcto desarrollo y ejecución de lo dispuesto en este Convenio.
- b) Impulsar la adopción de las medidas y acciones necesarias para el mejor cumplimiento de los objetivos comunes perseguidos por las partes.
- c) Proponer las modificaciones al Convenio que se consideren oportunas.

3. La Comisión de Seguimiento se reunirá trimestralmente con carácter ordinario, pudiéndose reunir, además, con carácter extraordinario a petición de cualquiera de las partes. Su funcionamiento se ajustará a lo dispuesto respecto de los órganos colegiados en la normativa relativa al régimen del Sector Público.

Quinta. *No asunción de obligaciones económicas.*

La firma de este Convenio no comporta por sí misma ningún tipo de contraprestación económica, ni produce incremento del gasto público.

Sexta. *Régimen jurídico y cuestiones litigiosas.*

El presente Convenio, de naturaleza jurídico-administrativa, se celebra al amparo de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Las controversias que puedan surgir sobre la interpretación, modificación, ejecución, resolución y efectos que puedan derivarse del presente Convenio se resolverán entre las partes de manera amistosa, en el seno de la Comisión de seguimiento. Una vez agotada esa vía, el orden jurisdiccional contencioso-administrativo será el competente para resolver las cuestiones litigiosas que pudieran suscitarse entre las partes, todo ello de conformidad con lo dispuesto en la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de dicha jurisdicción.

Séptima. *Vigencia y prórroga del Convenio.*

El presente Convenio tendrá una duración de cuatro años a partir del día de su inscripción en el Registro Electrónico estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del sector público estatal, y se podrá prorrogar por la misma duración una sola vez mediante adenda expresa con una antelación mínima de un mes a su vencimiento.

El Convenio se perfeccionará por la prestación del consentimiento de las partes y resultará eficaz una vez inscrito, en el plazo de cinco días hábiles, en el Registro Electrónico estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del sector público estatal. Además, en el plazo de diez días hábiles desde su formalización, será publicado en el «Boletín Oficial del Estado».

Octava. *Modificación del Convenio.*

Las partes firmantes podrán modificar los términos del presente Convenio en cualquier momento, de mutuo acuerdo, mediante la firma de una adenda al mismo, conforme a los requisitos legalmente establecidos y previa la autorización prevista en el artículo 50 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

Novena. *Causas de resolución.*

El presente Convenio se entenderá resuelto por alguna de las siguientes causas:

1. El transcurso del plazo de vigencia del Convenio sin haberse acordado la prórroga del mismo.
2. El acuerdo de todos los firmantes.
3. El incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por parte de alguno de los firmantes. En este caso, cualquiera de las partes podrá notificar a la parte incumplidora un requerimiento para que cumpla en un determinado plazo con las obligaciones o compromisos que se consideran incumplidos. Este requerimiento será comunicado al responsable del mecanismo de seguimiento, vigilancia y control de la ejecución del Convenio y a las demás partes firmantes.

Si trascurrido el plazo indicado en el requerimiento persistiera el incumplimiento, la parte que lo dirigió notificará a la otra parte firmante la concurrencia de la causa de resolución y se entenderá resuelto el Convenio.

4. Por decisión judicial declaratoria de la nulidad del Convenio.
5. Por imposibilidad sobrevenida del objeto del Convenio.
6. La denuncia anticipada y motivada de cualquiera de las partes, que ha de ser comunicada a la otra parte.
7. La disolución o supresión de alguna de las partes.

En el supuesto de resolución del Convenio y en el caso de existir actuaciones en curso de ejecución, las partes, a propuesta de la Comisión de Seguimiento, podrán acordar la continuación y finalización de las mismas, estableciendo un plazo improrrogable para su finalización.

Décima. *Protección de datos de carácter personal.*

El tratamiento de datos personales que, como consecuencia de la ejecución del Convenio, sea necesario realizar, se efectuará conforme a lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y el Reglamento UE 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril, 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.

Y, en prueba de conformidad, las partes otorgantes del presente acuerdo, en la representación que ostentan, lo firman en el lugar y fecha arriba indicados.–Por la Dirección General de Ordenación del Juego, el Director General, Mikel Arana.–Por AUTOCONTROL, el Director General, José Domingo Gómez Castallo.