



## **SENTENCIA DE INTERÉS**

---

### **Es la matriz de Google, y no la filial, la responsable de la protección de datos**

16/03/2016 - 6:00

- El Supremo anula una resolución de cancelación contra la compañía en España

---

Es la matriz de Google -Google Inc.- y no su filial española -Google Spain S.L.- la responsable del tratamiento de los datos personales. Así lo determina el Tribunal Supremo (TS), en una sentencia del 14 de marzo, que anula una resolución de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y la sentencia de la Audiencia Nacional (AN) -de 29 de diciembre de 2014- que la confirmaba.

En el caso enjuiciado, un particular había reclamado ante Google Spain la realización de las gestiones necesarias para suprimir sus datos personales de determinados blogs.

La AEPD estimó la reclamación, y la AN confirmó dicha decisión. Aserveró que la responsabilidad de Google Spain en el tratamiento de datos personales derivaba de la unidad de negocio -"unidad material"- que conformaba con Google Inc. y de la aplicación de la doctrina de los actos propios. "Ha venido actuando como si fuese responsable del tratamiento de datos" en distintos procedimientos, razonó la Audiencia.

#### **Gestión de la publicidad**

Como recuerda el TS, Google Spain es una filial que promueve la venta de los espacios publicitarios que se generan en el buscador sin actividad en el tratamiento de datos, mientras que Google Inc. es la única entidad que gestiona el motor de búsqueda.

Según la Directiva 95/46 y la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) es la figura del "responsable del tratamiento" quien debe garantizar -y a quien se deben dirigir los usuarios- los derechos de oposición, acceso, rectificación y cancelación. Por lo que el núcleo de la cuestión es determinar si Google Spain merece tal consideración.

El ponente, el magistrado Herrero Pina, asevera que la normativa exige que el responsable del tratamiento "determine los fines y los medios del tratamiento de datos". La identificación, por tanto, "exige una valoración fáctica acerca de su efectiva intervención en esos concretos aspectos de fijación de fines y medios".

La sentencia razona que cabe la coparticipación en la determinación de los fines y los medios, pero la consideración no provendrá de cualquier otro auxilio o colaboración. Y, en este caso, asevera "no identificar ninguna actividad de Google Spain que suponga la participación en esa actividad de motor de búsqueda".

La gestión publicitaria "constituye una actividad conexas o vinculada económicamente a la de su matriz, pero de distinta naturaleza a la determinación de fines o medios del tratamiento", explica.

El Supremo también rechaza la aplicación de la doctrina de los actos propios. "Aun en el supuesto de actuación por representante, que no es el caso, subsiste la condición de responsable del tratamiento y su legitimación pasiva", concluye la resolución.

[Consulte la sentencia](#)

**Noticia Extraída del Diario el Economista**

**elEconomista**