

Legal Status

Febrero 2026

1. Tax
2. M&A
3. Mercantil
4. IP-Media

TAX

El Control de Exportaciones de material de doble uso: el desafío de la dualidad en la era de la incertidumbre global



YOLANDA CANO

Of Counsel

ycano@bartolomebriones.com

En el actual ecosistema de comercio internacional, la sofisticación tecnológica ha difuminado las líneas entre el uso civil y el militar. Lo que hoy es un componente esencial para la industria de las telecomunicaciones o la medicina, mañana puede ser una pieza crítica en un sistema de defensa. Esta naturaleza ambivalente define al material de doble uso: bienes, software y tecnologías que, aunque concebidos para fines comerciales legítimos, poseen un potencial de aplicación en el desarrollo de armamento o capacidades nucleares.

Para las empresas de alta tecnología, la exportación ya no es solo una cuestión de logística y aranceles; es un ejercicio de geopolítica técnica. Ignorar la "frontera invisible" de los controles de exportación -*Export Controls*- no solo es un riesgo operativo, sino una vulnerabilidad que puede comprometer la viabilidad a largo plazo de cualquier organización transnacional.

De la Normativa Europea a la Extraterritorialidad

El cumplimiento normativo en esta materia no es una sugerencia, sino un mandato estricto

articulado a través de diversos niveles de gobernanza.

En la Unión Europea, el eje central es el Reglamento (UE) 2021/821. Este texto no solo unifica los criterios de control, sino que introduce variables modernas como la asistencia técnica y el control de los servicios de intermediación. Los productos de Doble Uso que se encuentran incluidos en el Anexo I del citado Reglamento.

En España, la Junta Interministerial Reguladora del Comercio Exterior de Material de Defensa y de Doble Uso (JIMDDU) actúa como el filtro final, asegurando que cada operación se alinee con los compromisos internacionales derivados del Acuerdo de Wassenaar, el Grupo de Suministradores Nucleares y el Régimen de Control de Tecnología de Misiles (MTCR).

Un aspecto técnico crítico que muchas organizaciones subestiman es la aplicación de normativas de terceros países, específicamente de Estados Unidos. Debido a la prevalencia de componentes o propiedad intelectual estadounidense en las cadenas de suministro globales, las empresas españolas a menudo se ven sujetas a las normativas del Departamento de Comercio de EE. UU. (EAR) o del Departamento de Estado (ITAR), incluso en transacciones que no tocan suelo americano.

Clasificación Técnica

La clasificación no es un proceso administrativo, sino una auditoría técnica profunda. Identificar si un producto está sujeto a control de exportación requiere un

análisis detallado de sus especificaciones de rendimiento.

¿Cómo saber si mi producto es de doble uso?

Export control no sólo se limita a aquello que “naturalmente” podría considerarse como material de doble uso.

Así, por ejemplo, en la industria textil, las fibras de aramida (conocidas comercialmente como Kevlar o Nomex) se usan en ropa de protección para motoristas o guantes industriales. Sin embargo, debido a su altísima resistencia a la tracción y al calor, están estrictamente controladas porque son el componente principal de chalecos antibalas, cascos militares, refuerzos para motores de misiles y componentes aeroespaciales.

Los fermentadores de cervezas pueden ser calificados como doble uso, por la posibilidad de su desvío hacia la fabricación de armas químicas.

Y así una larga lista. De ahí la necesidad de la apropiada clasificación técnica.

La Clasificación Técnica es un proceso que consiste en comparar las especificaciones de un producto con las listas oficiales:

- Anexo I del Reglamento (UE) 2021/821: Contiene una lista alfanumérica (códigos como 1A002 o 3A001) dividida en categorías (Electrónica, Sensores, Materiales, etc.).
- Análisis de parámetros técnicos.

- Solicitud de Información Técnica: cuando se es distribuidor y no fabricante. Si el proveedor es de EE. UU., deberán facilitar el *Export Control Classification Number*.

- Dictamen de expertos: En casos complejos (química, software, textil técnico), es fundamental contar con ingenieros o consultores especializados que emitan un informe vinculante.

Resulta así de suma importancia insistir en que una clasificación incorrecta —ya sea por omisión o por interpretación errónea de las notas técnicas— puede derivar en sanciones económicas millonarias, la inhabilitación para exportar y, en casos graves, responsabilidades penales.

El Programa Interno de Cumplimiento (PIC): Más que un Protocolo

La tendencia regulatoria actual exige que las empresas no solo cumplan, sino que demuestren una cultura de cumplimiento. El diseño de un Programa Interno de Cumplimiento (PIC) sólido, si bien no obligatorio, pero sí recomendado desde la Comisión, debe estructurarse sobre siete pilares fundamentales:

1. Compromiso de la Alta Dirección: Una política de comunicación clara que priorice la legalidad sobre el volumen de ventas.
2. Estructura Organizativa: Designación de responsables de control con recursos suficientes y autoridad para detener operaciones sospechosas.

3. Procesos de Control de Transacciones: Protocolos de "Conozca a su Cliente" (KYC) para verificar el uso y el usuario finales (End-Use/End-User). solo estarán protegidas contra las sanciones, sino que estarán mejor posicionadas para liderar la próxima ola de innovación tecnológica global. El control de exportaciones no es el final de una venta; es la garantía de que su tecnología seguirá construyendo el futuro, en las manos adecuadas.
4. Seguridad de la Información: Protección de datos sensibles y transferencia tecnológica intangible (e-mails, nubes, servidores).
5. Formación Continua: Capacitación técnica para los departamentos comerciales y de ingeniería. Febrero 2026
6. Auditorías Preventivas: Revisiones anuales que identifiquen brechas antes de que se conviertan en infracciones.
7. Registro y Documentación: Trazabilidad absoluta de cada decisión tomada en el proceso de exportación.

Ventaja Competitiva: La Seguridad Jurídica como Valor de Marca

Lejos de ser una barrera, el control de exportaciones, cuando se gestiona con excelencia, se convierte en un diferenciador comercial.

En un mercado saturado de proveedores, las empresas que presentan licencias de exportación sólidas y programas de cumplimiento certificados proyectan una imagen de proveedor seguro y responsable. Esto facilita la entrada en mercados de alto valor, mejora la relación con los reguladores y agiliza la cadena de suministro al minimizar las retenciones aduaneras.

En definitiva, las organizaciones que logren integrar el *compliance* en su ADN operativo no

Análisis del mid-market en España durante el ejercicio 2025



MANUEL ARMADA

Asocio

marmada@bartolomebriones.com

El mercado de M&A en España ha cerrado 2025 con una aparente contradicción, se han firmado menos operaciones que en ejercicios anteriores, pero el volumen invertido ha aumentado de forma significativa. Lejos de tratarse de un fenómeno coyuntural, este patrón confirma un cambio estructural en la forma en la que compradores e inversores abordan el mid-market.

El interés inversor se mantiene, particularmente en el mid-market y mid-low market, aunque bajo criterios significativamente más exigente. Ya no es suficiente con una “buena compañía en un sector atractivo”: el foco está en la calidad real del negocio, la visibilidad y recurrencia de la generación de caja y la anticipación de riesgos como elementos clave del proceso.

De la expectativa a la evidencia

Una de las grandes diferencias respecto a ciclos anteriores es el nivel de análisis previo al inicio de las operaciones de inversión. En el mid-market actual, los procesos avanzan cuando existen evidencias claras sobre aspectos muy concretos: recurrencia de ingresos, concentración de clientes, márgenes sostenibles y una estructura operativa que no

dependa excesivamente del fundador o de una sola persona clave.

Cuando estas condiciones no están suficientemente acreditadas, el impacto es inmediato. No necesariamente se cae la operación, pero sí cambia su configuración: ajustes a la baja en el precio, redefinición del perímetro o estructuras condicionadas que trasladan parte del riesgo al vendedor. En este contexto, las operaciones “al contado” son cada vez menos habituales, frente a fórmulas más sofisticadas de reparto de riesgos.

Estructuración como mecanismo de gestión del riesgo

El aumento de la distancia entre expectativas de vendedor y comprador no se está resolviendo con más negociación, sino con más estructura: Earn-Outs vinculados a resultados reales, ajustes de precio más detallados (deuda neta, capital circulante normalizado, definiciones cerradas) y una mayor implicación del equipo directivo forman ya parte del estándar de mercado.

También es cada vez más frecuente que el perímetro de la operación se trabaje antes de la firma: activos no estratégicos, líneas deficitarias o riesgos legales se segregan para facilitar el cierre. En la práctica, el valor económico de la transacción se construye mucho antes del closing, y depende tanto del grado de preparación previa como de la propia arquitectura contractual.

El incremento de la complejidad contractual

Otra tendencia clara es el aumento de la complejidad estructural de las operaciones. Frente al modelo clásico de un único vendedor, ganan peso los procesos con múltiples accionistas, intereses divergentes y, en muchos casos, presencia en varias jurisdicciones. Este tipo de transacciones exige una coordinación mucho más intensa, no solo a nivel legal o fiscal, sino también en la alineación interna de los vendedores.

La experiencia demuestra que muchos procesos no se alargan —o fracasan— por falta de interés inversor, sino por una gestión insuficiente de esta complejidad interna. La capacidad de presentar una posición de venta cohesionada, con perímetros claros y garantías coherentes, se ha convertido en un factor crítico de éxito.

Análisis sectorial

Desde el punto de vista sectorial, el mercado mantiene una base sólida. El Real Estate continúa siendo uno de los principales motores de actividad por número de operaciones, mientras que tecnología y software entran en una fase de estabilización tras los años de mayor crecimiento, con foco en digitalización industrial y automatización.

Los servicios profesionales siguen mostrando estabilidad en el mid-market, especialmente para inversores financieros que buscan plataformas con capacidad de crecimiento orgánico e inorgánico. Por su parte, el sector industrial mantiene un papel central, no tanto

por volumen, sino por la complejidad y sofisticación de las operaciones que genera.

Previsión para el 2026

Las perspectivas para 2026 son razonablemente positivas: la previsión de una gradual bajada de tipos, la elevada liquidez de los fondos de private equity y la reactivación de operaciones transfronterizas apuntan a un mayor dinamismo. Sin embargo, no se espera una recuperación de forma generalizada ni automática para todos los sectores...

El comprador seguirá siendo exigente. Los activos bien preparados, con procesos ordenados y estructuras claras, concentrarán el interés. Sectores como defensa, inteligencia artificial aplicada a la industria y determinados nichos industriales especializados se perfilan como especialmente atractivos.

Conclusión

En el M&A mid-market actual, la diferencia entre una operación bien cerrada y una que no alcanza sus objetivos reside cada vez menos en el múltiplo y cada vez más en la gestión del riesgo previa al inicio del proceso de adquisición. Preparación temprana, anticipación regulatoria, alineación entre socios y rigor en la estructura se han convertido en elementos determinantes.

Hoy, más que nunca, el valor se construye antes de la firma. Y quien lo entienda a tiempo, parte con ventaja.

Febrero 2026

Ley de Atención al Cliente: impacto normativo y desafíos para el sector *retail*



ALBERTO CHENLO

Asociado

achenlo@bartolomebriones.com

En las últimas décadas, la relación entre empresas y consumidores ha evolucionado de forma significativa, impulsada por la digitalización, la contratación a distancia y el crecimiento del *e-commerce*. Este proceso no solo ha ampliado el mercado del *retail*, al permitir a las empresas llegar a más clientes y diversificar sus canales de venta, sino que también ha traído consigo un aumento notable en el número de reclamaciones de consumo, especialmente en un sector donde la atención al cliente abarca en muchos casos tanto tiendas físicas como plataformas *online*.

En este contexto, el pasado 26 de diciembre se publicó la *Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela* ("Ley de Atención al Cliente") ([BOE-A-2025-26698](#)), cuyo objetivo principal es garantizar unos estándares mínimos de calidad, eficacia y accesibilidad en la atención al consumidor a fin de prevenir conflictos y reducir la litigiosidad.

I. Aspectos clave

Ámbito de aplicación

La Ley de Atención al Cliente se aplicará a empresas y grupos empresariales que

superen anualmente alguno de los siguientes umbrales:

- ≥ 250 trabajadores
- > Euro 50mill. de volumen de negocio
- > Euro 43mill. de balance de negocio

Información al cliente

Deberá facilitarse información clara, visible y de fácil acceso sobre los canales de atención al cliente disponibles, ya sea en el contrato, en la factura o en la página principal del sitio web, garantizando su inclusión de forma destacada. Esta obligación se extiende a todos los canales de venta y exige que la información sea comprensible para cualquier consumidor, incorporando formatos de lectura fácil y medidas de accesibilidad.

Asimismo, previo a que el consumidor quede vinculado con el empresario, se deberá facilitar información sobre (i) canales de contacto, (ii) sistemas de registro y seguimiento de reclamaciones, (iii) mecanismos de resolución extrajudicial de conflictos, y (iv) horario del servicio de atención al cliente. Esta información pasará a formar parte integrante del contrato con el consumidor.

En los servicios de atención telefónica, deberá facilitarse la información antes descrita, incorporando, además, locuciones informativas accesibles y sin coste adicional para que los consumidores puedan consultarla en cualquier momento.

Medios de comunicación

Se deberán disponer de, al menos, tres (3) canales de atención al cliente: vía postal,

telefónica y electrónica, además del canal a través del cual se formalizó el contrato con el consumidor.

Idioma

Se garantizará que los consumidores puedan presentar sus reclamaciones en español en todos los casos y, además, en cualquiera de las lenguas oficiales de la comunidad autónoma correspondiente cuando el servicio de atención al cliente se dirija a residentes en comunidades con lengua cooficial. Asimismo, a solicitud del consumidor, se proporcionará atención en el idioma oficial elegido, siempre que la empresa preste servicios en dicha comunidad y la lengua solicitada esté oficialmente reconocida. La respuesta a las reclamaciones deberá realizarse en la misma lengua en que el consumidor presentó la reclamación.

Uso de contestadores automáticos

Se prohíbe expresamente el uso exclusivo de contestadores automáticos, *bots* o sistemas similares, garantizando el derecho a una atención personalizada por un operador. En este contexto, su uso deberá garantizar la opción de acceder a atención personalizada a través de las alternativas disponibles en cualquier momento de la interacción y desde su inicio.

Niveles de atención

El 95 % de las llamadas deberán ser atendidas en un tiempo medio inferior a tres (3) minutos desde que el consumidor realiza la solicitud. A estos efectos, no se considerará que una comunicación telefónica ha sido atendida de manera efectiva si no permite al consumidor

explicar el motivo de su llamada y solicitar atención personalizada.

Atención supervisada y continuidad de la llamada

En caso de disconformidad con la atención prestada, la persona que haya iniciado la comunicación podrá solicitar su derivación a un supervisor o a un área específica de control de calidad, que deberá atenderla durante esa misma comunicación. Si la transferencia no pudiera efectuarse en un plazo inferior a tres (3) minutos, la empresa podrá realizar el contacto con posterioridad, siempre dentro del mismo día laborable en que se recibió la solicitud. Asimismo, las empresas no podrán interrumpir las comunicaciones debido a tiempos de espera prolongados.

Accesibilidad

Cuando un consumidor en situación de vulnerabilidad presente de forma presencial una reclamación, la empresa deberá proporcionarle los apoyos necesarios y prestarle la asistencia personalizada e individualizada que garantice su adecuada tramitación. En el caso de personas con discapacidad auditiva, el canal telefónico deberá ser accesible y complementarse, a elección del usuario, con un sistema alternativo de mensajería escrita instantánea mediante aplicación móvil de uso generalizado o con vídeo interpretación en lengua de signos, o cualquier otro medio equivalente. Asimismo, para personas de edad avanzada o con discapacidad, el canal telefónico deberá asegurar atención prioritaria.

Tramitación y resolución de reclamaciones

Se deberá garantizar que las reclamaciones puedan ser identificadas y seguidas mediante una clave o un método de identificación que permita conocer el estado de su tramitación de manera accesible y ágil. Asimismo, a solicitud del consumidor, se deberá entregar un justificante que refleje el contenido, la fecha y la hora de recepción.

La resolución de las reclamaciones deberá estar debidamente motivada, respondiendo a todas las cuestiones planteadas y, en caso de desestimación, incorporando información sobre los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos disponibles. En casos de presentación incompleta, se concederá un plazo mínimo de diez (10) días hábiles para subsanación, a partir del cual se iniciará el cómputo de resolución; si transcurrido dicho plazo el consumidor no ha aportado la documentación requerida, la reclamación se entenderá resuelta. La empresa asumirá la carga de la prueba si alega retrasos por causas imputables al consumidor.

Todas las reclamaciones deberán resolverse en un plazo máximo de quince (15) días hábiles desde su recepción. En particular, las relacionadas con facturación o cobros indebidos deberán ser respondidas en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles.

Encuestas de satisfacción

Se deberá contar con un sistema accesible para evaluar la satisfacción de los consumidores una vez resueltas las reclamaciones, con el fin de detectar posibles deficiencias en la prestación del servicio. Los resultados deberán quedar registrados y el

sistema deberá diseñarse conforme a criterios de accesibilidad universal y cognitiva, incorporando herramientas como la video interpretación en lengua de signos (Svisual), mensajería escrita instantánea y otros soportes que garanticen su uso por parte de consumidores vulnerables.

Colaboración con asociaciones de consumidores

Se deberá mantener una colaboración estable con las asociaciones de consumidores más representativas del ámbito territorial o sector, con el fin de garantizar y mejorar la calidad y eficacia de los servicios de atención al cliente.

Sistema de evaluación y auditoría

Las empresas deberán disponer de un sistema para evaluar de forma periódica la calidad de su servicio de atención al cliente. Con carácter general, la evaluación será anual, aunque las empresas de menor tamaño podrán realizarla de forma bienal si su volumen de actividad lo justifica. Asimismo, la documentación y su auditoría deberán publicarse en la página web de la empresa y actualizarse cuando sea necesario para adaptarse a las condiciones del servicio o corregir deficiencias detectadas.

Se deberá contratar una auditoría anual para verificar la fiabilidad y precisión de las mediciones publicadas sobre la calidad del servicio de atención al cliente. La auditoría comprobará que la empresa dispone de un sistema de evaluación de calidad implantado y documentado, coincidente con la versión presentada a la Administración, y que el error en la medición de cada parámetro no supera el 5% de su valor real. La auditoría deberá ser realizada por una entidad acreditada por la

Entidad Nacional de Acreditación. Las empresas de menor tamaño podrán realizar esta auditoría de forma bienal.

Régimen sancionador

El incumplimiento de las obligaciones impuestas en la Ley de Atención al Cliente constituirá infracción en materia de consumo, sancionable conforme al régimen general previsto en la LGDCU y en la legislación autonómica aplicable.

II. Plazo de adaptación

Las empresas sujetas a la Ley de Atención al Cliente dispondrán de un plazo de doce (12) meses para adaptar sus servicios de atención al cliente a lo establecido en la norma.

III. Conclusiones

- i. La Ley de Atención al Cliente supone un cambio de paradigma para las empresas del sector retail, lo que podría implicar una sobrecarga de los servicios de atención al cliente.
- ii. Las empresas deberán revisar y actualizar sus políticas de atención al cliente, garantizando que permitan cumplir los plazos de respuesta, ofrecer atención personalizada desde el primer contacto y facilitar el seguimiento ágil de incidencias. Asimismo, deberán asegurar que las reclamaciones se puedan presentar y responder en el mismo idioma en que el consumidor las formuló, incluyendo las lenguas oficiales de la comunidad autónoma correspondiente, y que los canales sean accesibles para personas con discapacidad o en situación de

vulnerabilidad, incorporando herramientas como mensajería escrita instantánea, vídeo interpretación en lengua de signos y otros sistemas que faciliten la comunicación efectiva.

- iii. Será necesario evaluar y, en su caso, renegociar los contratos con proveedores externos de atención al cliente, incluyendo la revisión de indicadores KPI/SLA y posibles penalizaciones, para asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad, tiempos de respuesta y requisitos de idioma, especialmente en servicios de call center que gestionan pedidos, devoluciones o incidencias online.
- iv. La obligación de implantar sistemas de evaluación periódica y auditorías externas de los servicios de atención al cliente requiere planificación previa, inversión en herramientas de medición y coordinación con auditores acreditados, garantizando que los datos publicados sean fiables, auditables y permitan identificar oportunidades de mejora en la experiencia de compra.
- v. En definitiva, será fundamental que las empresas del sector retail sigan de cerca la implementación y evolución de la Ley de Atención al Cliente, ya que representa un cambio significativo en la regulación de los derechos de los consumidores y en las responsabilidades empresariales respecto a la calidad, los plazos de respuesta y la accesibilidad de sus servicios de atención al cliente.

Febrero 2026

Transparencia y derecho de acceso frente a decisiones automatizadas de inteligencia artificial



FLORENCIA ARRÉBOLA

Asociada

farrebola@bartolomebriones.com

Un incremento significativo de los sistemas de inteligencia artificial a la hora de tomar decisiones de cualquier tipo que inciden en las personas, ha generado un debate significativo en torno a la privacidad y los derechos fundamentales en el contexto digital. Dichas decisiones, cuando se toman sin ningún tipo de intervención humana, es decir, de manera única y exclusivamente automatizada, el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), establece garantías destinadas a evitar la desprotección del interesado.

La Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), de fecha 27 de febrero de 2025, emitida en el expediente C-203/22, resolvió un caso relativo a una evaluación crediticia realizada de manera automatizada, que ha servido de precedente para la protección del individuo ante la utilización abusiva de la inteligencia artificial y para definir con precisión el alcance del derecho de acceso y su relación con las decisiones automatizadas.

La sentencia del TJUE se fundamenta en un caso específico donde una evaluación de solvencia realizada por una empresa de manera automatizada resultó en la

denegación de un contrato a una consumidora. Concretamente, Dun & Bradstreet (“D&B”) realizó una evaluación crediticia de un cliente que tenía contratado un servicio con un operador de telefonía móvil, siendo que la operadora de telefonía denegó la prórroga del contrato en atención a la evaluación crediticia realizado de D&B. Ante la situación, el cliente ejercita su derecho de acceso para saber los criterios en que se fundamentaron su perfil como de carácter insolvente, ordenando a la empresa mencionada a facilitar información sobre la lógica aplicada en la elaboración del perfil del ciudadano, concluyendo el Tribunal que dictó la Sentencia que los responsables del tratamiento tienen la obligación de describir el procedimiento aplicado para comprender qué datos personales se han usado y de qué manera para la adopción de decisiones automatizadas.

El artículo 22 del RGPD reconoce el derecho a todo interesado de no ser objeto de una decisión basada exclusivamente en el tratamiento automatizado, incluyendo la elaboración de perfiles, que produzca efectos jurídicos en él o le afecten significativamente de modo similar. El objeto de este artículo es que el responsable de dicho tratamiento no pueda obviar las disposiciones del artículo inventándose una participación humana, ya que la toma de decisiones automatizada se produce cuando se toman decisiones sobre una persona mediante procesos puramente automatizados. Las personas tienen derecho a no ser sometidas a decisiones tomadas únicamente mediante dicho tratamiento si dichas decisiones producen efectos jurídicos

o les afectan de manera significativa, ya que se deben salvaguardar los derechos y libertades de estos ante determinaciones que puedan afectar aspectos fundamentales de su existencia, garantizando una supervisión adecuada por parte de los entes competentes.

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15 del RGPD, se garantiza el derecho a obtener del responsable del tratamiento confirmación sobre si se están tratando o no datos personales que le conciernen y, en tal caso, derecho de acceso a éstos y a la información de su tratamiento, destinatarios de los datos y que los responsables de este tratamiento faciliten información significativa sobre la lógica aplicada en procesos automatizados.

En este contexto, la referencia realizada al artículo 15 del RGPD debe entenderse concretada en el artículo 15, apartado 1, letra h, que reconoce expresamente el derecho del interesado a obtener información significativa sobre la lógica aplicada en los procesos de toma de decisiones automatizadas, así como la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado, en conexión directa con lo dispuesto en el artículo 22 del RGPD. Ambos artículos mencionados deben interpretarse de manera conjunta, ya que únicamente mediante un acceso efectivo a esta información es posible comprender la decisión adoptada y ejercer los derechos reconocidos por la normativa de protección de datos.

El Tribunal sostiene que se debe garantizar a los interesados el derecho a obtener una explicación clara, comprensible y accesible

sobre la lógica aplicada en decisiones automatizadas que permita al interesado comprender los criterios utilizados y la influencia de sus datos personales en el resultado final. También afirma que la información presentada debe ser realmente útil para la persona afectada y, reconoce que el derecho de acceso no es absoluto y debe equilibrarse con otros derechos fundamentales como puede ser la protección de los derechos de terceros y secretos comerciales, determinando el alcance de la información que debe ser divulgada por los órganos jurisdiccionales.

La sentencia sirvió de precedente para las organizaciones que emplean dichos sistemas automatizados revisen sus políticas de transparencia, considerando expresamente el apartado 1 del artículo 12 del RGPD que establece que toda información dirigida al interesado debe ser concisa, fácilmente accesible y fácil de entender, y debe utilizarse un lenguaje claro y sencillo. También, se ha introducido una mayor exigencia de responsabilidad para los responsables del tratamiento, quienes ya no pueden ampararse en la complejidad técnica de los sistemas de inteligencia artificial para limitar el ejercicio de los derechos reconocidos por el RGPD.

La interpretación realizada por el TJUE se alinea con la orientación general de la Unión Europea en materia de regulación de la inteligencia artificial, y particularmente con doctrina del Comité Europeo de Protección de Datos (CEPD), subrayando este que una decisión será automatizada cuando no exista intervención humana real, que no sea

significativa y solo pueda ser meramente simbólica; implicando que la persona interviniente debe tener la capacidad efectiva de revisar el resultado automatizado, valorando todos los datos relevantes y modificar la decisión final si se considera pertinente hacerlo.

En conclusión, la Sentencia del TJUE del 27 de febrero de 2025 constituye un avance notable en la protección efectiva del derecho de acceso y en la exigencia de transparencia frente a las decisiones automatizadas. Su interpretación reafirma la idea de que el desarrollo de la innovación tecnológica debe estar estrechamente vinculado con el respeto de los derechos fundamentales y que la inteligencia artificial debe ser diseñada y aplicada de manera responsable, garantizando que las personas mantengan un control efectivo sobre el uso de sus datos y sobre las decisiones que les afectan en el entorno digital.

Febrero 2026

