

G A _ P

Gómez-Acebo & Pombo

Boletín

*DERECHO
DIGITAL*

N.º 19

Contenido

Disposiciones generales.....	3	como plataforma en línea de muy gran tamaño	8
– Propuesta de Reglamento Ómnibus Digital.....	3		
Protección de datos personales en el ámbito digital.....	4	Propiedad industrial e intelectual	10
– Obtención de datos personales en el contexto de la venta de un producto o de un servicio.....	4	– La legislación española no prevé la transferencia judicial de nombres de dominio como remedio específico.....	10
Datos digitales	5	– El mero registro de un nombre de dominio no es un acto lesivo de una marca ajena	10
– Comunicación con orientaciones relativas a los datos de los vehículos que acompaña al Reglamento (UE) 2023/2854 del Parlamento Europeo y del Consejo (Reglamento de Datos)	5	Firma e identificación electrónicas.....	11
Publicidad en el ámbito digital	6	– Reglamento de Ejecución (UE) 2025/2160 de la Comisión: normas de referencia, especificaciones y procedimientos para la gestión de riesgos para la prestación de servicios de confianza no cualificados.....	11
– Condena a Meta por el tratamiento de los datos personales para la realización de publicidad comportamental sin base legal válida	6	– Reglamento de Ejecución (UE) 2025/2162 de la Comisión: acreditación de los organismos de evaluación de la conformidad	12
– La importancia de la ubicación de la etiqueta «publi» en la publicidad de <i>influencers</i>	7	– Reglamento Delegado (UE) 2025/2050 de la Comisión: condiciones y procedimientos técnicos por los cuales los prestadores de plataformas y motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño deben compartir datos con investigadores autorizados.....	12
– No cualquier mención de una empresa por parte de un <i>influencer</i> es publicidad	7	– La impugnación de la validez de una firma electrónica.....	13
Plataformas en línea.....	8		
– Reglamento de Servicios Digitales y designación de Amazon Store			



Disposiciones generales

Propuesta de Reglamento Ómnibus Digital

En noviembre del 2025, la Comisión Europea presentó la Propuesta de Reglamento Ómnibus Digital, una iniciativa legislativa destinada a simplificar el marco normativo digital de la Unión Europea. Esta propuesta introduce modificaciones técnicas y elimina solapamientos regulatorios en relación con la protección de datos, la privacidad, la ciberseguridad, la inteligencia artificial y la identidad digital con el propósito de reducir las cargas administrativas y los costes asociados al cumplimiento, tanto para las empresas como para las Administraciones Públicas y los ciudadanos, manteniendo los objetivos de seguridad y protección.

Entre los principales cambios planteados se encuentra la armonización de ciertas obligaciones para los operadores (como, por ejemplo, un punto único de notificación de incidentes de ciberseguridad), la simplificación de los requisitos en materia de cookies, la aclaración de con-

ceptos y referencias cruzadas entre los distintos reglamentos, y la mejora de los mecanismos de coordinación entre las autoridades competentes para reforzar la coherencia del sistema.

La propuesta también incluye modificaciones en la aplicación de la Ley de Inteligencia Artificial, posponiendo la entrada en vigor de ciertas obligaciones para los sistemas de inteligencia artificial de alto riesgo hasta que existan estándares técnicos adecuados, con objeto de facilitar la adaptación de las empresas y las Administraciones. Asimismo, se permite el tratamiento de categorías especiales de datos si es necesario para detectar, prevenir o corregir sesgos discriminatorios en los sistemas de inteligencia artificial.

La iniciativa, de ser aprobada por el Parlamento Europeo y el Consejo, busca aportar una mayor integración y simplificación en el marco regulatorio digital de la Unión Europea.

Camino Bustinduy de la Guerra



Protección de datos personales en el ámbito digital

Obtención de datos personales en el contexto de la venta de un producto o de un servicio

En su Sentencia de 13 de noviembre del 2025, C-654/23, ECLI:EU:C:2025:871, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea se pronuncia sobre la licitud del envío de boletines informativos por correo electrónico en el marco del artículo 13.2 de la Directiva 2002/58. El caso trae causa de una sanción impuesta en Rumanía a la editora digital Inteligo Media por el tratamiento de direcciones de correo electrónico de usuarios registrados gratuitamente en una publicación jurídica.

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea declara que, en un supuesto como el analizado, las direcciones de correo electrónico pueden considerarse obtenidas «en el contexto de la venta de un producto o de un servicio», aunque el servicio inicial sea gratuito, y que el envío de

un boletín con resúmenes y enlaces constituye «venta directa de sus propios productos o servicios» cuando su finalidad es incentivar la contratación de servicios de pago adicionales. La gratuidad no excluye la existencia de una relación de venta si los contenidos gratuitos se integran en el modelo económico del servicio.

Asimismo, el tribunal aclara que, cuando el envío de comunicaciones comerciales se ajusta al artículo 13.2 de la Directiva 2002/58, no resultan aplicables de forma adicional las condiciones de licitud del artículo 6.1 del Reglamento General de Protección de Datos, conforme a la interpretación conjunta de ambas normas y del artículo 95 del mismo cuerpo legal.

Las restantes cuestiones prejudiciales planteadas por el tribunal rumano fueron declaradas inadmisibles.

Claudia Pérez Moneu



Datos digitales

Comunicación con orientaciones relativas a los datos de los vehículos que acompaña al Reglamento (UE) 2023/2854 del Parlamento Europeo y del Consejo (Reglamento de Datos)

Desde el 12 de septiembre del 2025 resulta aplicable el Reglamento (UE) 2023/2854 (Reglamento de Datos), acompañado en el sector de la automoción por la Comunicación de la Comisión C/2025/5026, que ofrece orientaciones interpretativas sobre la aplicación del capítulo II (arts. 3 a 9) a los vehículos conectados. El documento no crea nuevas obligaciones, tiene carácter meramente orientativo y convive con la normativa sectorial y general existente (RGPD, Reglamento 2018/858, Reglamento 461/2010).

Las orientaciones delimitan su ámbito a los vehículos que constituyan «productos conectados» y a los «servicios relacionados» digitales indispensables para su funcionamiento o destinados a añadir o adaptar funciones. Quedan excluidos los servicios tradicionales sin interacción digital con el vehículo.

El núcleo del texto es la clasificación de los datos. Se incluyen en el ámbito del reglamento los datos brutos y los datos pretratados, es decir, aquellos que describen el funcionamiento o el entorno del vehículo y que sólo han sido normalizados o agregados para hacerlos comprensibles. En cambio, se excluyen los datos

inferidos o derivados, que generan información nueva como resultado de tratamientos complejos y de inversiones adicionales del tenedor de los datos.

Sobre esta base, se concreta el régimen de acceso. El usuario tiene derecho a acceder y utilizar los datos del vehículo y de los servicios relacionados, así como a designar terceros. Cuando sea técnicamente viable, debe existir acceso directo; en su defecto, el tenedor de los datos debe proporcionar acceso indirecto a los «datos fácilmente disponibles», entendidos no sólo como los ya explotados, sino también como los que podría obtener lícitamente sin un esfuerzo desproporcionado. Estos mismos datos deben facilitarse al tercero designado por el usuario en condiciones de calidad equivalentes.

Finalmente, la Comisión subraya la neutralidad tecnológica del reglamento y la exigencia de un acceso sencillo, sin barreras técnicas indebidas (por ejemplo, en relación con el uso del puerto OBD-II). El acceso del usuario es gratuito, mientras que el acceso por terceros puede estar sujeto a una compensación razonable en el ámbito B2B, cuyo cálculo será objeto de futuras orientaciones, sin perjuicio de los regímenes sectoriales ya existentes.

*Iratze
Arrigain García*



Publicidad en el ámbito digital

Condena a Meta por el tratamiento de los datos personales para la realización de publicidad comportamental sin base legal válida

El Juzgado de lo Mercantil número 15 de Madrid ha estimado parcialmente, mediante la Sentencia número 98/2025, de 19 de noviembre, la demanda interpuesta por ochenta y siete entidades (entre empresas editoras de prensa, agencias de noticias y cadenas de radio) contra Meta Platforms Ireland Limited (Meta) por conducta desleal en el mercado publicitario *on line en display*, debido al tratamiento de datos de los usuarios de Instagram y Facebook para enviar publicidad personalizada sin base legal válida.

Si bien Meta utilizó como base legal la necesidad de ejecución de un contrato desde la fecha de la aplicabilidad del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) el 25 de mayo del 2018 hasta el 5 de abril del 2023 y, posteriormente, el interés legítimo entre esta última fecha y el 31 de julio del 2023, el tribunal recordó que, de acuerdo con la doctrina establecida, entre otros, por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, un tratamiento masivo como el de Meta para desarrollar la publicidad comportamental no puede justificarse por la necesidad de ejecución del contrato ni por el interés legítimo de la empresa, ya que prevalecen los derechos fundamentales de los usuarios.

Por tanto, la base legal adecuada para el tratamiento debió haber sido el consentimiento expreso e informado de los usuarios que la demandada debió haber recabado, y no lo hizo, incumpliendo con ello el Reglamento General de Protección de Datos. Además, la sentencia ahonda en la vulneración por parte de Meta de los principios de transparencia, lealtad y minimización así como en el tratamiento de categorías especiales de datos, concluyendo que la demandada llevó a cabo un tratamiento ilícito de los datos personales de millones de usuarios en España.

En consecuencia, el tribunal aprecia que esta infracción normativa proporcionó a Meta una ventaja competitiva significativa frente a los medios demandantes, ya que le permitió ofrecer una publicidad mucho más eficaz y personalizada que la de sus competidores, tratándose por tanto de una conducta desleal. Sin embargo, el tribunal descarta la existencia de abuso de posición dominante de Meta por falta de acreditación suficiente del mercado relevante y de la cuota de mercado de la demandada.

En virtud de lo anterior, el tribunal ha condenado a Meta a resarcir a los medios demandantes por los daños y perjuicios ocasionados por su conducta desleal desde la fecha de la aplicabilidad del Reglamento General de protección de datos (el 25 de mayo del 2018) hasta el 31 de julio del 2023 con una cantidad total de 479,12 millones de euros, más 60,1 millones de euros de intereses legales, así como con cantidades



adicionales a Europa Press (2,57 millones de euros) y a Radio Blanca (13562,84 euros), con sus respectivos intereses.

Camino Bustinduy de la Guerra

La importancia de la ubicación de la etiqueta «publi» en la publicidad de *influencers*

La Resolución de la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol, de fecha 10 de octubre del 2025 (as. núm. 273/R/Septiembre 2025), ha recordado que, en la publicidad de los *influencers*, para evitar incurrir en publicidad encubierta, no basta con incluir la etiqueta «publi», pues es necesario también que figure al inicio del texto o sobre la imagen o vídeo desde su comienzo.

En este sentido se pronuncia la norma 6 del «Código de conducta de publicidad a través de *influencers*», según la cual, «la indicación relativa a la naturaleza publicitaria de la mención o contenido debe insertarse al inicio del mensaje comercial de forma fácilmente visible. En consecuencia, no serán suficientes las indicaciones que aparezcan mezcladas con otro tipo de información (por ejemplo, junto a otros hashtags) o que requieran una acción por parte del usuario (por ejemplo, hacer clic en «ver más» o «más»)». Y, según el anexo 1 del citado código de *influencers*, se indica, respecto de las publicaciones o post en Instagram, que debe incluirse la palabra o etiqueta identificativa al principio del texto o sobre la imagen o vídeo desde el inicio.

Ángel García Vidal

No cualquier mención de una empresa por parte de un *influencer* es publicidad

La Resolución de la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol de fecha 10 de octubre del 2025 (as. núm. 280/R/Septiembre 2025) resulta interesante porque en ella se pone de manifiesto que no siempre que un *influencer* menciona a una empresa debe entenderse que estamos ante un supuesto de publicidad. Por el contrario, para que eso sea así, es necesaria la finalidad de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

Pues bien, sobre esa base, en la resolución referida el jurado, concluye que, «en el caso que nos ocupa, el mensaje se focaliza en su práctica totalidad en describir la experiencia del *influencer* en una estancia de 24 horas en Sevilla. No hay ningún tipo de mención a productos o servicios, y sólo una sucinta referencia al nombre de la empresa que le ha invitado a esa experiencia. Más allá de esta mención, insistimos, el mensaje es completamente ajeno a dicha empresa o a sus productos o servicios, centrándose únicamente en la experiencia en la ciudad de Sevilla. Así se desprende de su tenor literal: “24h por Sevilla esta ciudad me encanta, su gente jejj y el planazo que nos organizó @ [...] moló muchooooo peeeeero QUÉ CALOOOOH (49º marcaba el coche de Yisus)”».

*Ángel
García Vidal*



Plataformas en línea

Reglamento de Servicios Digitales y designación de Amazon Store como plataforma en línea de muy gran tamaño

En su Sentencia de 19 de noviembre del 2025 (as. T-367/23, *Amazon EU c. Comisión Europea*), el Tribunal General desestima íntegramente el recurso interpuesto por Amazon contra la decisión de la Comisión que designa Amazon Store como «plataforma en línea de muy gran tamaño» (VLOP) en virtud del Reglamento de Servicios Digitales (DSA). La resolución confirma, además, la compatibilidad del núcleo del régimen de riesgos sistémicos de dicho reglamento con la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

El litigio se origina en la Decisión C(2023) 2746, que designó a Amazon Store como plataforma en línea de muy gran tamaño por superar el umbral de cuarenta y cinco millones de usuarios activos mensuales en la Unión Europea, lo que activa las obligaciones reforzadas de los artículos 34 a 43 del Reglamento de Servicios Digitales (evaluación y mitigación de riesgos sistémicos, transparencia de sistemas de recomendación, repositorio de publicidad y acceso a datos para investigadores). Amazon no sólo cuestionó la designación concreta, sino que planteó, mediante excepción de ilegalidad, la invalidez de varias disposiciones estructurales de dicho reglamento por vulneración de derechos fundamentales.

En el plano procesal, el tribunal admite la excepción de ilegalidad frente al artículo 33.1 del Reglamento de Servicios Digitales al apreciar un vínculo jurídico directo con la decisión impugnada, reforzando así este mecanismo de control en regímenes regulatorios complejos.

En cuanto al fondo, el tribunal reconoce que las obligaciones específicas para las plataformas en línea de muy gran tamaño constituyen una injerencia en la libertad de empresa, pero la considera justificada, proporcionada y respetuosa con el contenido esencial del derecho, habida cuenta de los objetivos de prevención de riesgos sistémicos y protección de los consumidores. Avala igualmente el umbral de cuarenta y cinco millones de usuarios como criterio objetivo ligado al alcance potencial del daño y recuerda el amplio margen de apreciación del legislador europeo.

El tribunal desestima también las alegaciones relativas al derecho de propiedad y al principio de igualdad de trato al entender que las obligaciones del Reglamento de Servicios Digitales no privan a las plataformas de sus activos y que el tratamiento diferenciado entre plataformas en línea de muy gran tamaño y plataformas de menor tamaño está objetivamente justificado. Asimismo, confirma la proporcionalidad de las obligaciones que afectan a la libertad de expresión comercial (opción de recomendación no basada en perfiles) y al derecho a la vida privada, al estar delimitadas y acompañadas de garantías.



La sentencia concluye confirmando la designación de Amazon Store como plataforma en línea de muy gran tamaño y condenando a Amazon en costas, y constituye una validación judicial de conjunto del modelo del Reglamento de Servicios Digitales, en particular, del concepto de

riesgo sistémico y de la compatibilidad de sus obligaciones reforzadas con la Carta de los Derechos Fundamentales.

*Claudia
Pérez Moneu*



Propiedad industrial e intelectual

La legislación española no prevé la transferencia judicial de nombres de dominio como remedio específico

La Audiencia Provincial de Barcelona, Sección Décima Quinta —en su Sentencia número 1078/2025, de 30 de septiembre (ES:APB:2025:10055)— ha recordado que «la titularidad de un derecho de marca no otorga, por sí sola, facultad para reclamar la transferencia de un nombre de dominio que lo reproduzca o incorpore» y que «la legislación española no contempla la transferencia judicial de nombres de dominio como remedio específico. Tal posibilidad se encuentra prevista en ordenamientos foráneos —v.gr., el artículo 118.6 del Codice della Proprietà Industriale italiano—, pero en nuestro Derecho el cauce idóneo es acudir al procedimiento administrativo ante las entidades competentes (Red.es o ICANN [Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números]). En sede judicial, únicamente puede solicitarse el cese del uso del dominio en cuanto infractor de una marca ex artículo 34.2 de la Ley de Marcas, nunca su directa transferencia».

Ángel
García Vidal

El mero registro de un nombre de dominio no es un acto lesivo de una marca ajena

El simple hecho de registrar un nombre de dominio que coincida o sea confundible con una marca ajena no constituye un acto de infracción del derecho de propiedad industrial sobre dicha marca. Para que eso sea así se requieren, además, otras condiciones, la primera de las cuales es que el nombre de dominio sea objeto de uso en el tráfico económico. Así lo ha destacado la reciente Sentencia número 231/2025, de 18 de septiembre, de la Audiencia Provincial de Madrid, Sección Trigésima Segunda (ES:APM:2025:12144):

El mero registro de un nombre de dominio, sin que se dé lugar a la utilización efectiva del mismo en el tráfico económico no deja de constituir un mero acto formal que, por sí mismo, no es susceptible de dar lugar a la infracción que estamos considerando tal y como está previsto en el artículo 34.2 apartado f de la LM que contempla «3. Cuando se cumplan las condiciones enunciadas en el apartado 2, podrá prohibirse en particular: [...]. f) Usar el signo en redes de comunicación telemáticas y como nombre de dominio».

Ángel García Vidal



Firma e identificación electrónicas

Reglamento de Ejecución (UE) 2025/2160 de la Comisión: normas de referencia, especificaciones y procedimientos para la gestión de riesgos para la prestación de servicios de confianza no cualificados

El Reglamento de Ejecución (UE) 2025/2160, adoptado por la Comisión el 27 de octubre del 2025 y publicado al día siguiente en el *Diario Oficial de la Unión Europea*, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) número 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo [Reglamento eIDAS] en lo que respecta a las normas de referencia, las especificaciones y los procedimientos para la gestión de riesgos para la prestación de servicios de confianza no cualificados, desarrolla el artículo 19 bis del Reglamento eIDAS y establece por primera vez un marco armonizado de normas de referencia, especificaciones y procedimientos de gestión de riesgos aplicables a los servicios de confianza no cualificados. Hasta ahora, el enfoque regulatorio y técnico se había concentrado en los servicios cualificados; con este acto, la Comisión extiende exigencias comunes a todo el sector de los servicios de confianza.

El reglamento parte de la constatación de que los prestadores no cualificados desempeñan un papel relevante en el ecosistema digital y se enfrentan a riesgos jurídicos, operativos y de

ciberseguridad similares a los de los prestadores cualificados. En este contexto, el texto se vincula expresamente con la Directiva NIS 2 (NIS: *network and information security*) y su normativa de desarrollo, señalando que muchos de estos prestadores tendrán la consideración de entidades «esenciales» o «importantes». El nuevo marco se presenta así como un complemento sectorial que adapta las exigencias generales de la NIS 2 a las particularidades de los servicios de confianza no cualificados.

Las normas introducidas concretan el alcance de la presunción de cumplimiento prevista en el artículo 19 bis del Reglamento eIDAS: los prestadores que apliquen las normas de referencia del anexo y los requisitos de gestión de riesgos del reglamento deberán considerarse conformes con dicho precepto. No obstante, el reglamento permite recurrir a otros enfoques de gestión de riesgos, si bien en ese caso el prestador pierde la presunción y debe demostrar por otros medios la equivalencia de sus medidas.

En cuanto al contenido, el reglamento exige la adopción de políticas de gestión de riesgos específicas para cada servicio de confianza y aprobadas por el órgano de dirección que definan la tolerancia al riesgo, los criterios de evaluación y los procesos de identificación, evaluación y seguimiento continuo. Se imponen asimismo obligaciones de detección y evaluación de riesgos (incluidos los vinculados a terceros y a posibles puntos únicos de fallo), así como la



elaboración de un plan de tratamiento de riesgos con medidas priorizadas, responsabilidades asignadas y aceptación motivada de los riesgos residuales por la dirección. A ello se añaden obligaciones específicas en materia de verificación de identidad, conservación segura de información y revisiones periódicas del análisis de riesgos, con remisión final a la norma ETSI EN 319 401 como referencia técnica.

Iratze Arrigain García

Reglamento de Ejecución (UE) 2025/2162 de la Comisión: acreditación de los organismos de evaluación de la conformidad

El Reglamento de Ejecución (UE) 2025/2162, de la Comisión, de 27 de octubre del 2025, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) número 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta a la acreditación de los organismos de evaluación de la conformidad que realizan la evaluación de los prestadores cualificados de servicios de confianza y de los servicios de confianza cualificados que prestan, el informe de evaluación de la conformidad y el sistema de evaluación de la conformidad, desarrolla el marco de medidas prácticas en relación con el Reglamento (UE) número 910/2014 [Reglamento eIDAS] en lo relativo a los prestadores cualificados de servicios de confianza y los servicios de confianza cualificados, con el propósito de armonizar y aclarar el proceso de acreditación de los organismos de evaluación de la conformidad que llevan a cabo su verificación.

En particular, el reglamento de ejecución establece requisitos detallados para la acreditación de dichos organismos, definiendo sus procedimientos de actuación e incluyendo servicios de confianza cualificados para reforzar estos pro-

cesos, como por ejemplo la firma electrónica, los sellos electrónicos, la autenticación de sitios web o los servicios de entrega electrónica certificada. Asimismo, el reglamento de ejecución regula el contenido y la estructura de los informes de evaluación de la conformidad y un sistema común de evaluación de conformidad.

En conclusión, el reglamento de ejecución busca garantizar la coherencia y transparencia en todos los Estados miembros en relación con los servicios de confianza digitales utilizados en la Unión Europea.

Camino Bustinduy de la Guerra

Reglamento Delegado (UE) 2025/2050 de la Comisión: condiciones y procedimientos técnicos por los cuales los prestadores de plataformas y motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño deben compartir datos con investigadores autorizados

El Reglamento Delegado (UE) 2025/2050, adoptado el 1 de julio y publicado el 9 de octubre del 2025, por el que se completa el Reglamento (UE) número 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo mediante el establecimiento de las condiciones y los procedimientos técnicos con arreglo a los cuales los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño y de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño deben compartir datos con investigadores autorizados, desarrolla el artículo 40.4 del Reglamento número 2022/2065, de Servicios Digitales (DSA), y establece los procedimientos para que las plataformas y motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño comparten datos con investigadores



autorizados. A través del DSA *data access portal* se canalizan las solicitudes de acceso, se verifica la elegibilidad de los investigadores y se gestionan las solicitudes motivadas hacia las plataformas.

El reglamento exige que los prestadores elaboren «catálogos de datos» que describan los conjuntos de los datos relevantes para el estudio de los riesgos sistémicos y den acceso a los investigadores, garantizando la protección de los datos personales y de los secretos empresariales. Los investigadores deben cumplir ciertos requisitos, como estar vinculados a entidades de investigación, ser independientes de intereses comerciales y asegurar la transparencia del proyecto.

También regula el contenido mínimo de las solicitudes de acceso, los plazos de tramitación, las modificaciones posibles y las modalidades de acceso a los datos, como la transmisión de datos o el acceso a entornos seguros. Además, establece obligaciones de transparencia para asegurar una aplicación coherente del artículo 40 del Reglamento de Servicios Digitales en todos los Estados miembros.

Claudia Pérez Moneu

La impugnación de la validez de una firma electrónica

La Sentencia número 995/2025, de 8 de octubre, de la Sección Primera de la Audiencia Provincial de Girona (ES:APGI:2025:2413) ha sintetizado de forma muy clara los distintos tipos de firma electrónica y su diferente eficacia jurídica al afirmar que «los efectos jurídicos de las firmas digitales dependen de su tipología, esta[n]do vinculada su fuerza probatoria a la tecnología utilizada y al proveedor que la presta. La firma digital simple es la básica y está definida

en el Reglamento eIDAS (Reglamento UE número 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de julio, relativo a la identificación electrónica y los servicios de confianza en las transacciones electrónicas en el mercado interior) en su artículo 3.10: "los datos en formato electrónico anejos a otros datos electrónicos o asociados de manera lógica con ellos que utiliza el firmante para firmar" y supone acciones simples como introducir una contraseña o firmar en una tablet. Su calidad probatoria es débil, no siendo la tecnología utilizada suficientemente segura, sin garantizar la identidad del firmante. La firma digital avanzada refuerza la calidad probatoria y está definida en el artículo 26 del Reglamento eIDAS, debiendo estar vinculada al firmante de manera única, permitiendo su identificación, debe haber sido creada utilizando datos que el firmante puede utilizar bajo su control exclusivo y debe estar vinculada con los datos firmados de modo que cualquier modificación ulterior sea detectable; sin embargo, no está sujeta al uso de una tecnología en concreto, a diferencia de la firma digital cualificada que requiere la utilización de certificados electrónicos. La firma digital cualificada se define en el artículo 3.12 y se basa en un certificado cualificado de firma digital, debiendo cumplirse los siguientes requisitos: una firma digital avanzada, crearse mediante dispositivo cualificado de creación de firmas que asegure la integridad de las claves, deben basarse en un certificado cualificado de firma generado por un prestador de servicios de confianza y sus efectos jurídicos son los mismos que los de una firma manuscrita (art. 25.2 del Reglamento eIDAS)».

Sobre esa base, la sentencia se refiere a un supuesto de contrato de préstamo en el que el prestatario había firmado electrónicamente, tanto al comienzo como al final del contrato, haciendo constar al principio su nombre, apellidos y número del documento nacional de identidad y, posteriormente, *in fine* del documento,



el canal utilizado para dicha firma (banca a distancia mediante móvil o tablet), así como la identificación IP. Y, pese a ello, el prestatario alega que no firmó tal contrato.

Sin embargo, el tribunal desestima su pretensión porque no ha propuesto prueba alguna a

los efectos de sustentar la impugnación del documento contractual que le correspondía acreditar conforme lo expuesto en el artículo 326.4 de la Ley de Enjuiciamiento Civil.

*Ángel
García Vidal*

Para más información, contacte con las siguientes letradas del Grupo de Propiedad Intelectual:

Sofía Martínez-Almeida y Alejos-Pita

Socia

smartinez@ga-p.com

Rais Amils Arnal

Socia

ramils@ga-p.com

Advertencia legal: Este boletín sólo contiene información general y no se refiere a un supuesto en particular. Su contenido no se puede considerar en ningún caso recomendación o asesoramiento legal sobre cuestión alguna.

© Gómez-Acebo & Pombo Abogados, 2025. Todos los derechos reservados.