

POLÍTICA DE PRIVACIDAD DE GOOGLE
PRINCIPALES CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

I. PRINCIPALES CONCLUSIONES

1) MARCO JURÍDICO

Los servicios de Google¹ se encuentran disponibles para las personas físicas en la Unión Europea y los criterios de la Directiva europea para definir la legislación aplicable se han cumplido. Por tanto, la legislación europea en materia de protección de datos es aplicable a las operaciones de tratamiento de datos de carácter personal que efectúa Google.

Google efectúa diversas operaciones de tratamiento de datos de carácter personal cuando proporciona sus servicios: puede asociarse una operación de tratamiento concreta a cada uno de los servicios y Google realiza otras operaciones de tratamiento para fines transversales como la seguridad, la investigación, etc.

El Grupo de Trabajo ha identificado tres tipos de personas objeto de los datos y que utilizan los servicios de Google:

- Usuarios autenticados (Gmail, Google Play, Docs, Google+, etc.)
- Usuarios no autenticados (Búsqueda, Maps, Youtube, etc.)
- Usuarios pasivos (DoubleClick, Analytics, botones "+1")²

2) INFORMACIÓN

La Política de privacidad de Google no respeta la obligación de información que se establece en la sección IV de la Directiva sobre protección de datos.

En primer lugar, Google proporciona información incompleta o aproximada sobre los fines y las categorías de los datos que recoge. La Política de privacidad es una mezcla de enunciados especialmente amplios y de ejemplos que atenúan estos enunciados y confunden a los usuarios sobre el alcance exacto de las prácticas reales de Google. En los avisos de privacidad contenidos en los propios productos, el Centro de Asistencia o los blogs figura información

¹ Los servicios de Google se proporcionan en 22 de las 23 lenguas oficiales de la Unión Europea (todas salvo el maltés, aunque es posible que también se encuentren disponibles lenguas regionales y otras lenguas oficiales nacionales) y se encuentran disponibles en 25 de los 27 principales dominios de nivel superior de los Estados miembros (todos salvo .mt y .cy, aunque google.eu tampoco está disponible). Además de la disponibilidad de los servicios en línea de Google, los dispositivos que utilizan el software de Google (principalmente los teléfonos Android) se comercializan en la mayoría de los Estados miembros, si no en todos ellos. Asimismo, Google posee empresas nacionales establecidas en varios países europeos (como, por ejemplo, el Reino Unido, Irlanda y Francia), que realizan en cierta medida actividades comerciales, de investigación y desarrollo, así como en el ámbito de las relaciones públicas. La sede de Google en Europa se encuentra en Dublín, Irlanda. Google utiliza servidores que se encuentran en la Unión Europea para proporcionar sus servicios, incluidos dos importantes centros de datos situados en Bélgica y Finlandia. Google también utiliza cookies y otros medios, que se almacenan en los dispositivos de los usuarios, para proporcionar sus servicios.

² Tal y como se define en el cuestionario que se envió el 16 de marzo, se entiende por usuarios pasivos aquellos usuarios que no solicitan directamente un servicio de Google pero aun así sus datos se recogen, generalmente a través de plataformas de publicidad de terceros, analíticas o los botones +1.

adicional pero la información que se encuentra disponible en estos documentos no es coherente con la información de las distintas fuentes o idiomas, puede modificarse en cualquier momento y en algunas ocasiones resulta difícil de comprender. La Política de privacidad principal es el único documento que puede localizarse (es decir, que aún permite acceder a sus versiones anteriores). El Grupo de Trabajo destaca especialmente que las más de 60 políticas de privacidad anteriores que se han unido en la Política de privacidad principal ya no se encuentran disponibles y que Google no ha facilitado la lista de estas más de 60 políticas de privacidad.

En cuanto a la información sobre los fines, los fines que se establecen en la Política de privacidad no se detallan de manera suficiente y no respetan el principio de limitación de los fines. Ni tampoco son los *verdaderos* fines de los tratamientos que realiza Google, en cuyo caso Google incumple el Artículo 6(b) de la Directiva (debido a que los fines no son "determinados y explícitos"), o realiza un tratamiento de los datos personales para fines más específicos que Google no ha descrito en la Política de privacidad ni en sus respuestas a los cuestionarios: en este caso, Google no ha cumplido la obligación de información que se define en los Artículos 10 y 11 de la Directiva sobre protección de datos.

Con respecto a la información sobre las categorías de datos de los que los servicios realizan su tratamiento, las categorías que se describen en la Política de privacidad son demasiado generales y no proporcionan información adecuada al interesado cuando este utiliza un determinado servicio.

Es posible que el verdadero uso de los datos que Google realiza en cada uno de los servicios no sea excesivo, pero en este caso la información no es suficiente en lo que respecta a los requisitos que se establecen en los Artículos 10 y 11 de la Directiva. No obstante, Google no ha proporcionado elementos que garanticen el respeto del principio de minimización en la recogida de datos. En particular, Google no ha indicado qué datos se combinan entre qué servicios.

En cuanto a los usuarios pasivos, generalmente no se les informa de que Google realiza tratamientos de los datos personales, como las direcciones IP y las cookies. La información depende de la política del sitio web y a menudo puede no detallar los tratamientos que Google efectúa.

3) COMBINACIÓN DE DATOS ENTRE SERVICIOS

Google utiliza numerosas herramientas para combinar datos:

- La cuenta de Google asociada a cada usuario autenticado.
- La cookie PREF asociada a cada interacción con un sitio web del dominio google.com (incluidos los botones "+1" de los sitios web de terceros).
- La cookie de DoubleClick asociada a las interacciones en sitios web de terceros que muestran anuncios publicitarios de DoubleClick.
- La cookie de Google Analytics que utilizan sitios web de terceros.
- Los identificadores móviles que se emplean para sustituir a las cookies en algunas aplicaciones móviles.

La combinación de datos que realiza Google es muy amplia debido a que incluye toda la actividad de los interesados en los sitios de Google³ y en los sitios web de terceros (botones "+1", DoubleClick). Asimismo, Google almacena datos durante largos períodos de tiempo, conserva el historial de exploración durante 18 meses para la cookie PREF y durante 2 años para la cookie de los anuncios publicitarios. Además, la combinación de datos entre servicios plantea serios riesgos para los interesados: violación de los datos, personal deshonesto, requerimientos legales, etc.

El Grupo de Trabajo ha identificado 8 fines distintos para la combinación de datos entre los servicios de Google:

- La provisión de **servicios en los que el usuario solicita la combinación de datos (caso núm. 1)** (p. ej., en Contactos y Gmail).
- La provisión de servicios solicitados por el usuario pero en los que la combinación de datos se aplica **sin el conocimiento directo del usuario (caso núm. 2)** (p. ej., para la personalización de los resultados de búsqueda y las innovaciones de marketing).
- **Fines de seguridad (caso núm. 3)**
- **El desarrollo de productos y las innovaciones de marketing (caso núm. 4)**
- La provisión de la **Cuenta de Google (caso núm. 5)**
- **Fines publicitarios (caso núm. 6)**
- **Fines analíticos (caso núm. 7)**
- **Fines de investigación académica (caso núm. 8)**

Sin embargo, las herramientas que emplea Google como la Cuenta de Google o la cookie PREF han utilizado políticas que son independientes de los fines, por ejemplo la anonimización de los registros del servidor tras 18 meses. Google no diferencia los distintos fines de la combinación de datos y no se adhiere claramente al principio de limitación de los fines.

Además, el Grupo de Trabajo ha examinado la legalidad de la combinación de datos con respecto al fundamento jurídico que se dispone en el Artículo 7 de la Directiva, a saber, "el consentimiento", "la ejecución de un contrato" y "el interés legítimo".

Para cuatro de los ocho fines mencionados, el Grupo de Trabajo ha determinado que no existe un fundamento jurídico **para la combinación de datos entre servicios**⁴. Este es el caso de la provisión de servicios en la que la combinación de datos se aplica sin el conocimiento directo del usuario (caso núm. 2), las innovaciones de marketing y el desarrollo de productos (núm. 4), los fines publicitarios (núm. 6) y los fines analíticos (núm. 7).

Para estos fines, **no existe un consentimiento válido** del usuario, especialmente porque este no conoce el alcance exacto de la combinación de los datos. **Los intereses de Google** por llevar a cabo la extensa combinación de datos que se detalla anteriormente **priman sobre los intereses en materia de derechos y libertades fundamentales del interesado** y por tanto, es posible que el fundamento jurídico del interés legítimo no sea aplicable, salvo que Google limite claramente el alcance y la duración de la combinación de los datos y dote a los interesados de derechos elementales y efectivos. Por último, Google no ha facilitado ejemplos significativos de

³ Google posee una cuota de mercado en Europa de alrededor del 90% para las búsquedas y del 50% para los sistemas operativos de los smartphones.

⁴ La investigación no evalúa el fundamento jurídico de las operaciones de tratamiento que efectúa Google al margen de la combinación de datos.

combinaciones de datos realizadas para la ejecución de un contrato que justifiquen una recogida y combinación de los datos de tales magnitudes.

Google no puede alegar que utiliza ningún dato de ningún servicio para estos fines sin una base jurídica válida. Para remediar esta situación, **Google debería obtener el consentimiento de los interesados para realizar combinaciones de datos con estos fines y proporcionar controles adicionales a los usuarios en relación con estas combinaciones.**

La nueva Política de privacidad también se aplica a los usuarios finales de la oferta (gratuita) de Google Apps. En este caso, el consentimiento puede no ser válido debido a que es probable que el interesado sea un empleado del cliente de Google que decide hacer uso de esta oferta.

De manera más general y para todos los fines, **la combinación de datos debe respetar los principios de proporcionalidad, limitación de los fines y minimización de los datos, así como el derecho de oposición. Google no se adhiere públicamente a estos principios** y no ha proporcionado respuestas claras y concretas sobre estas cuestiones: no existe ninguna garantía de que únicamente se combinen los datos que se requieren para el fin, la información no es suficiente (véase el apartado "Información") y los mecanismos de exclusión actuales son demasiado complejos e ineficaces. Por ejemplo, un usuario autenticado de Google+ para móviles que no desee recibir anuncios publicitarios personalizados debe usar seis mecanismos de exclusión distintos. Además, algunos de los mecanismos no impiden la recogida de los datos, sino únicamente la visualización de contenidos personalizados. Finalmente, no existen mecanismos de exclusión para los fines de investigación o de innovaciones de marketing y desarrollo de productos salvo el cese de la utilización del servicio.

En cuanto a los **usuarios pasivos**, Google no respeta el Artículo 5(3) de la Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas con respecto a las cookies que se activan a través de DoubleClick, los botones "+1" o los servicios de Google Analytics en sitios web de terceros. El consentimiento informado debe obtenerse antes de que estas cookies se utilicen para el fin de la combinación de datos entre servicios.

Con respecto a **Google Analytics** y la combinación de datos para fines analíticos, se han establecido salvaguardas específicas para los usuarios alemanes: se ha suprimido la combinación de datos entre servicios, Google y el sitio web han suscrito un contrato específico y los clientes pueden anonimizar de forma automática la dirección IP que se comparte con Google. Estas condiciones pueden proporcionar una protección adecuada de los datos personales y deberían trasladarse a todos los Estados miembros europeos.

4) PERIODO DE CONSERVACIÓN

Pese a las numerosas y detalladas preguntas que planteó el Grupo de Trabajo, Google no ha podido facilitar un período de conservación máximo o habitual para los datos personales que trata. Esta ausencia de respuesta cuestiona la eficacia de los mecanismos de exclusión y las acciones de eliminación que solicitan los usuarios.

El Grupo de Trabajo alienta a Google a que se adhiera al principio del período de conservación de los datos, que se limita de manera estricta según los fines.

II. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta las conclusiones de la investigación, Google debería aplicar las siguientes recomendaciones para poder cumplir la legislación en materia de protección de datos.

1) INFORMACIÓN

Para remediar la información insuficiente sobre los tratamientos de Google, **Google debe completar la información sobre sus operaciones de tratamiento detallando para cada tratamiento los fines exactos y los datos que se recogen (incluidos los datos que proceden de otros servicios).**

La información debe describir de manera clara y precisa los fines y las categorías de los datos de los que se realiza su tratamiento. La propia operación de tratamiento debe llevarse a cabo con el debido respeto de las normas de proporcionalidad y minimización de los datos, que deben reflejarse en la información que se proporcione.

Además, los avisos sobre cada uno de los tratamientos no deben modificarse salvo que el usuario haya otorgado su consentimiento, tras habersele facilitado información clara y completa, entre otros, sobre los cambios que vayan a realizarse y, por otra parte, los avisos deben poder localizarse.

Esencialmente, el Grupo de Trabajo recomienda que se **defina una arquitectura de avisos de privacidad** que ofrezca información sencilla y completa sobre las operaciones de tratamiento. Los usuarios deben poder ver esta arquitectura claramente y navegar de forma que se cumplan sus expectativas.

La arquitectura podría constar de los **tres niveles que se describen a continuación:**

En primer lugar, se podrían crear **avisos de privacidad contenidos en los propios productos y avisos intersticiales** para aumentar el conocimiento de los usuarios del tratamiento cuando utilicen los servicios y especialmente cuando inicien un servicio por primera vez. Las herramientas como el botón de cambio para "Search Plus Your World" ("Busca más tú mundo") o los "*butter-buttons*" que se utilizan para informar sobre la modificación de la Política de privacidad también constituyen buenos ejemplos de una información clara y oportuna. Google debería desarrollar procesos internos para comprobar de forma sistemática el nivel de información fundamental a los usuarios con respecto a la protección de los datos personales para cada uno de sus servicios tanto actuales como futuros.

En segundo lugar, **la Política de privacidad actual** debería presentarse como una orientación general sobre las operaciones de tratamiento de Google y las referencias deberían hacerse a información más detallada sobre los distintos tratamientos (a los "avisos de privacidad específicos de cada producto"). Además, el Grupo de Trabajo recomienda separar claramente los enunciados de la política de los ejemplos ilustrativos, ya que estos ejemplos tienden a confundir a los usuarios sobre el alcance exacto de los enunciados. Lo ideal sería que los ejemplos abarquen distintos casos de uso. La Política de privacidad debería incluir todos los tipos de categorías de datos, incluidos los datos biométricos, ya que el reconocimiento facial no se menciona en la política actual.

Y en tercer lugar, deberían ofrecerse **avisos de privacidad específicos de cada producto**. En este tipo de avisos se debería detallar para cada tratamiento y servicio: los datos de los que se

realiza su tratamiento, los fines del tratamiento, los receptores y la manera en la que los usuarios pueden acceder a sus datos. Los fines generales como la investigación y la seguridad podrían presentarse por separado con garantías detalladas sobre dichos fines. Las versiones anteriores de la Política de privacidad y de los avisos de privacidad específicos de cada producto deberían continuar estando a disposición de los usuarios.

De manera más general, Google debería desarrollar **presentaciones interactivas** que permitan a los usuarios explorar el contenido de los avisos de privacidad sin necesidad de leer documentos largos y lineales.

Finalmente, Google debería proporcionar información adicional y precisa sobre los siguientes datos que pueden tener importantes repercusiones en la privacidad de los usuarios:

- La ubicación
- Los datos de las tarjetas de crédito
- Los identificadores de dispositivo únicos
- La telefonía

Los usuarios deben recibir explicaciones sencillas y claras sobre cuándo, por qué y cómo estos datos se recogen y cómo pueden oponerse a la recogida, el almacenamiento o la combinación de estos datos.

i. CASO PARTICULAR DE LOS USUARIOS DE TERMINALES MÓVILES

Los usuarios de terminales móviles se enfrentan al problema adicional de utilizar los servicios de Google en pantallas de tamaño reducido, en las que las interacciones son limitadas. Es posible que muchas de las funciones que se solicitan en los párrafos anteriores no aparezcan o no se ofrezcan en las pantallas de los terminales móviles, especialmente los avisos de privacidad contenidos en los propios productos o las presentaciones interactivas.

Google debe proporcionar información adaptada para estos usuarios, posiblemente mediante herramientas específicas que puedan incluir aplicaciones o controles de privacidad especializados en Android.

ii. CASO PARTICULAR DE LOS USUARIOS PASIVOS

En cuanto a los usuarios pasivos, la información se facilita principalmente a través de sitios web de terceros en los que se utilizan los servicios de Google. Por tanto, Google debe asegurarse de que se informe correctamente a los usuarios sobre las operaciones de tratamiento que les afectan.

2) COMBINACIÓN DE DATOS

Con respecto a la combinación de datos, Google carece de una base jurídica para determinados fines. Además, la información sobre la combinación de datos es especialmente deficiente y las recomendaciones que se describen en el apartado anterior son de aplicación: Google debe reforzar ante todo la información para aclarar los datos que se combinan entre servicios y los fines para los que dichos datos se combinan.

i. PARA FINES QUE POSEEN UNA BASE JURÍDICA PARA LA COMBINACIÓN DE LOS DATOS (CASOS NÚM. 1, 3, 5 Y 8)

Cuando utilice datos de otros servicios, Google debe adoptar un **enfoque de protección de la privacidad desde la concepción**, es decir, debe utilizar conjuntos limitados de datos personales y debe aplicar la anonimización, cuando sea posible (principio de minimización de los datos).

Deben existir **mecanismos de exclusión sencillos** para los fines en los que es aplicable el derecho de oposición, es decir, para la provisión de servicios solicitados por el usuario (caso núm. 1), la realización de investigaciones (núm. 8) y Google Profile (núm. 5). En general, la exclusión para fines de seguridad requiere la adopción de un enfoque prudente para evitar los abusos.

Los **períodos de conservación** deben ser adecuados con respecto al fin.

ii. PARA FINES QUE NO POSEEN UNA BASE JURÍDICA PARA LA COMBINACIÓN DE LOS DATOS (CASOS NÚM 2, 4, 6 Y 7)

Google debe obtener el consentimiento inequívoco de los interesados para estos fines y limitar claramente el alcance de la combinación de los datos en proporción con los fines que se persigan.

En este contexto, la inclusión de un nuevo servicio en la combinación de los datos o de un nuevo fin requiere el consentimiento explícito (p. ej. para Google Now), que pueda obtenerse de forma fácil la primera vez que un usuario desee utilizar el nuevo servicio.

El Grupo de Trabajo también aconseja a Google desarrollar nuevas herramientas para permitir a los usuarios controlar qué servicios pueden combinar datos. Estos controles pueden incluir:

- Ajustes específicos en Google Dashboard para los usuarios autenticados.
- El consentimiento explícito y un control mejorado de las cookies (y los datos recogidos) para los usuarios no autenticados y los usuarios pasivos.

iii. RECOMENDACIONES PRÁCTICAS

Google podría por tanto aplicar las siguientes recomendaciones prácticas para garantizar la conformidad legal de la combinación de los datos:

1. Google debería **simplificar los mecanismos de exclusión** y prever nuevas herramientas para aplicar el derecho de oposición a la combinación de los datos para algunos de los fines que se han descrito anteriormente. A este respecto, el usuario debería comprender claramente los fines para los que se combinan los datos.

2. Google debería **diferenciar los fines de la combinación de los datos** mediante herramientas adecuadas: debería dejar de utilizar la ID de la cookie PREF para varios fines y podría crear cookies (u otras herramientas) para cada fin (seguridad, publicidad, mejora de los servicios) con políticas de conservación y derechos de acceso relacionados con el fin.

3. Google debería **obtener el consentimiento explícito para la combinación de los datos** para los fines de mejora de los servicios sin el conocimiento directo del usuario, desarrollo de productos e innovaciones de marketing, publicidad y analíticas.
4. Google debería poner a disposición de los usuarios autenticados y no autenticados **los mecanismos de exclusión en un único lugar**.
5. Google debería ofrecer la opción a los usuarios autenticados de **controlar en qué servicio están iniciando sesión** cuando estos servicios se encuentran disponibles sin necesidad de autenticarse (p. ej. Búsqueda, Maps o Youtube), normalmente a través de un ajuste en su cuenta.
6. Google debería limitar la recogida y la combinación de datos de los usuarios pasivos, salvo para fines de seguridad.
7. Google debe **aplicar el Artículo 5(3)** de la Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas para los usuarios pasivos, en lo que se refiere a las directrices dispuestas en el Dictamen del Grupo de Trabajo del Artículo 29 sobre la exención a la obtención del consentimiento para el uso de cookies.
8. Para los fines analíticos, Google también debería **trasladar a todos los usuarios europeos el proceso que se ha diseñado en Alemania** (mejora de la información de los interesados a través del sitio web, uso limitado de los datos para fines analíticos y anonimización de la IP).

iv. CASO PARTICULAR DE LOS USUARIOS DE GOOGLE APPS (VERSIÓN GRATUITA)

En el caso de los usuarios finales de Google Apps, el uso de una Cuenta de Google lo decide el cliente de Google Apps (normalmente la empresa que emplea a los usuarios finales), por lo que puede que el consentimiento no sea válido. Google debería aplicar restricciones a la combinación de datos entre servicios y esta combinación debería limitarse a los servicios que se incluyen en la oferta de Google Apps.

3) PERIODO DE CONSERVACIÓN

Google debería definir con mayor claridad el período de conservación de los datos de carácter personal, especialmente para las acciones que se enumeran a continuación: la eliminación de un contenido determinado, la cancelación de la suscripción a un servicio concreto y la eliminación de la cuenta.

III. OTROS

1) POLÍTICA SOBRE NOMBRES

Google debe informar a los nuevos usuarios con mayor claridad de que pueden registrarse en una cuenta de Google sin necesidad de proporcionar su verdadero nombre.

2) RECONOCIMIENTO FACIAL

Google debe completar la Política de privacidad mencionando que pueden tratarse datos biométricos y aclarar las condiciones de la recogida y el almacenamiento del patrón facial.

3) TRANSFERENCIAS INTERNACIONALES Y "PUERTO SEGURO"

El cumplimiento de Google de la normativa europea aplicable a las transferencias internacionales y el Acuerdo de puerto seguro establecido entre la UE y EE.UU. no se ha investigado en este análisis.