



REPRESENTACIÓN EN ESPAÑA  
COMUNICADO DE PRENSA

**La Comisión envía conclusiones preliminares a Meta sobre su modelo de «pagar o consentir» por incumplimiento del Reglamento de Mercados Digitales**

**Bruselas, 2 de julio de 2024**

**La Comisión informó ayer a Meta de sus conclusiones preliminares de que su modelo publicitario de «pagar o consentir» incumple el [Reglamento de Mercados Digitales](#). La Comisión considera, con carácter preliminar, que esta elección binaria obliga a los usuarios a consentir la combinación de sus datos personales y no les ofrece una versión menos personalizada, pero equivalente, de las redes sociales de Meta.**

Conclusiones preliminares sobre el modelo de «pagar o consentir» de Meta

**Las plataformas en línea suelen recopilar datos personales a través de sus propios servicios y de terceros para prestar servicios de publicidad en línea. Debido a su importante posición en los mercados digitales, los guardianes de acceso han podido imponer a su amplia base de usuarios condiciones de servicios que les han permitido recopilar grandes cantidades de datos personales. Esto les ha conferido posibles ventajas en comparación con los competidores que no tienen acceso a una cantidad tan grande de datos, lo que ha levantado grandes obstáculos a la prestación de servicios de publicidad en línea y servicios de redes sociales.**

**De conformidad con el artículo 5, apartado 2, del Reglamento de Mercados Digitales, los guardianes de acceso deben solicitar el consentimiento de los usuarios para combinar sus datos personales entre los servicios básicos de plataforma designados y otros servicios, y si un usuario deniega ese consentimiento, debe tener acceso a una alternativa menos personalizada, pero equivalente. Los guardianes de acceso no pueden supeditar el uso del servicio o determinadas funcionalidades al consentimiento de los usuarios.**

**En respuesta a los cambios normativos en la UE, Meta introdujo en noviembre de 2023 una oferta binaria de «pagar o consentir» en virtud de la cual los usuarios de Facebook e Instagram de la UE tienen que elegir entre: i) la suscripción mediante una cuota mensual a una versión sin anuncios de estas redes sociales o ii) el acceso gratuito a una versión de esas redes sociales con anuncios personalizados.**

**La Comisión considera, con carácter preliminar, que el modelo publicitario de «pagar o consentir» de Meta no es conforme con el Reglamento de Mercados Digitales, ya que no cumple los requisitos necesarios establecidos en el artículo 5, apartado 2. En concreto, el modelo de Meta:**

- i. No permite a los usuarios optar por un servicio que utilice menos datos personales, pero que, por lo demás, sea equivalente al servicio basado en «anuncios personalizados».**
- ii. No permite a los usuarios ejercer su derecho a consentir libremente la combinación de sus datos personales.**

***Para garantizar el cumplimiento del Reglamento de Mercados Digitales, los usuarios que no den su consentimiento deben poder tener acceso a un servicio equivalente que utilice menos datos personales, en este caso con fines de personalización de la publicidad.***

***A lo largo de su investigación, la Comisión se ha coordinado con las autoridades competentes en materia de protección de datos.***

*Próximas etapas*

***Mediante el envío de sus conclusiones preliminares, la Comisión informa a Meta de que, según su valoración preliminar, la empresa incumple el Reglamento de Mercados Digitales. Esto se entiende sin perjuicio del resultado de la investigación. Meta tiene ahora la posibilidad de ejercer su derecho de defensa examinando los documentos del expediente de investigación de la Comisión y respondiendo por escrito a las conclusiones preliminares de esta. La Comisión concluirá su investigación en un plazo de doce meses a partir de la [incoación del procedimiento el 25 de marzo de 2024](#).***

***Si finalmente se confirmaran las conclusiones preliminares de la Comisión, esta adoptaría una decisión por la que declarararía que el modelo de Meta no es conforme con el artículo 5, apartado 2, del Reglamento de Mercados Digitales.***

***En caso de incumplimiento, la Comisión puede imponer multas de hasta el 10 % del volumen total de negocios mundial del guardián de acceso. Estas multas pueden llegar al 20 % en caso de reincidencia. Además, en caso de infracciones sistemáticas, la Comisión también está facultada para adoptar medidas correctoras complementarias, tales como obligar a un guardián de acceso a vender una empresa o partes de ella, o prohibir al guardián de acceso adquirir servicios adicionales relacionados con el incumplimiento sistemático.***

***La Comisión mantiene su diálogo constructivo con Meta para determinar una vía satisfactoria hacia el cumplimiento efectivo.***

*Cita(s)*

***Nuestra investigación tiene por objeto garantizar la disputabilidad en mercados en los que guardianes de acceso como Meta han venido acumulando datos personales de millones de ciudadanos de la UE a lo largo de muchos años. Nuestra conclusión preliminar es que el modelo publicitario de Meta incumple el Reglamento de Mercados Digitales. Deseamos capacitar a los ciudadanos para que puedan asumir el control de sus propios datos y elegir una publicidad menos personalizada.***

*Margrethe Vestager, vicepresidenta ejecutiva responsable de la política de competencia*

**Hoy damos otro paso importante para velar por el pleno cumplimiento del Reglamento de Mercados Digitales por parte de Meta. Nuestra conclusión preliminar es que el modelo de negocio de Meta de «pagar o consentir» infringe ese Reglamento. El Reglamento de Mercados Digitales tiene por objeto devolver a los usuarios la facultad de decidir la manera en que se utilizan sus datos y velar por que las empresas innovadoras puedan competir en igualdad de condiciones con los gigantes tecnológicos en materia de acceso a los datos.**

*Thierry Breton, comisario responsable de Mercado Interior*