

NOTA INFORMATIVA

# La Comisión Europea estima que Apple y Meta infringen la Ley de Mercados Digitales

La Comisión Europea ha confirmado el incumplimiento de la Digital Markets Act por parte de Apple y Meta, tras las investigaciones iniciadas en marzo de 2024 y las conclusiones preliminares notificadas a ambas empresas en 2024.



## Lo que debes saber

- **Apple ha sido sancionada con 500 millones de euros** por imponer restricciones a los desarrolladores en la App Store, impidiéndoles informar y redirigir libremente a los usuarios hacia ofertas externas.
- **Meta ha recibido una multa de 200 millones de euros** por implementar un modelo "pay or consent" que fuerza a los usuarios a pagar para evitar anuncios personalizados o a consentir el uso extensivo de sus datos, sin ofrecer una alternativa intermedia.
- **La Comisión Europea había emitido las conclusiones preliminares en 2024**, trasladándolas a Apple y a Meta ese mismo año, lo que dio pie a las decisiones sancionadoras de abril de 2025.
- **Ambas sanciones reflejan el enfoque más estricto de la Comisión** en la aplicación de la DMA para garantizar la competencia digital y la protección de los derechos de los usuarios.





La Comisión Europea (en adelante, la “Comisión”) ha publicado el pasado 23 de abril de 2025 un comunicado de prensa sobre los incumplimientos de Apple y Meta de la Digital Market Act (en adelante “DMA”).

Dicho comunicado expone la decisión tomada por parte de la Comisión tras las conclusiones preliminares publicadas en pasado año 2024. El inicio de las investigaciones tuvo lugar después de la entrada en vigor de la DMA en el mes de marzo de 2024, siguiendo con el traslado de las conclusiones preliminares a ambas entidades (Apple, junio 2024 y Meta, julio 2024).

### **(I) Apple: incumplimiento de las condiciones de dirección**

De las disposiciones de la DMA se deriva que los desarrolladores que distribuyen sus aplicaciones (en adelante, “Apps”) a través de la “App Store” deben tener la posibilidad de informar de forma gratuita a los usuarios sobre ofertas alternativas fuera de la esfera de la “App Store”, así como redirigirlos a dichas ofertas y posibilitar la realización de compras.

El incumplimiento de Apple radica en que cuenta con una serie de restricciones impuestas a los desarrolladores que distribuyen sus Apps a través de la “App Store”, en concreto:

- Únicamente se permite a los desarrolladores orientar a sus clientes a través de “link-outs”, es decir, fuera de la propia “App Store”.
- Los cánones que recaen sobre los desarrolladores por la captación inicial de nuevos clientes resultan desproporcionados.

La sanción impuesta por la Comisión a Apple ha sido de 500 millones de euros.

### **(II) Meta: “pay or consent”:**

Por otro lado, la DMA estipula en su artículo 5.2 que estas entidades deben obtener el consentimiento de los usuarios para el uso de sus datos personales con el fin de cruzarlos entre la plataforma designada (en este caso, Facebook e Instagram) y otros servicios publicitarios.

En este sentido, Meta actuó de la siguiente manera:

- Estableció un modelo de consentimiento o pago (pay or consent) en el que se les ofrecía a los usuarios dos opciones: pagar para poder disfrutar de un servicio sin anuncios o consentir el uso de sus datos personales para impactarles con publicidad personalizada.
- Este modelo no ofrecía una alternativa que no incluyese publicidad basada en el comportamiento del usuario o que implicase el tratamiento de menos datos personales.



La sanción impuesta por la Comisión a Meta asciende a los 200 millones de euros.

**(III) Validación de firmas/sellos electrónicos cualificados y firmas/sellos electrónicos avanzados basados en certificados cualificados:**

Establece una lista de normas de referencia y, en su caso, establece especificaciones y procedimientos para la validación de firmas electrónicas cualificadas y sellos electrónicos cualificados y de firmas electrónicas avanzadas y sellos electrónicos avanzados basados en certificados cualificados.

**(IV) Conclusión**

Por un lado, la Comisión, tras analizar los argumentos de defensa de Apple, ha concluido que las restricciones técnicas expuestas no resultan objetivamente necesarias y proporcionadas, afectando a los desarrolladores de manera que:

- No permiten que los mismos se beneficien de las ventajas que ofrecen estos canales de distribución alternativos.
- De igual forma, impide que los consumidores finales se beneficien.

Por otro lado, en el caso de Meta, la Comisión señala que Meta no cumple con lo estipulado en la DMA, así como en la normativa de protección de datos aplicable ya que:

- Solo ofrece una opción binaria entre consentir el tratamiento de sus datos con fines de publicidad personalizada o pagar una tasa.
- Dicho consentimiento no puede considerarse válido porque no ha sido otorgado libremente, al condicionarse los servicios al pago de una suscripción.

No obstante lo anterior, cuando la resolución de la Comisión sea publicada se conocerán los detalles de la decisión tomada por la misma.

**Área de Protección de Datos de ECIJA**

[info@ecija.com](mailto:info@ecija.com)

Telf: + 34 91.781.61.60