

SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Octava Ampliada)

17 de julio de 2024 (*)

(Servicios digitales – Reglamento (UE) 2022/1925 – Designación de guardianes de acceso – Servicio de redes sociales en línea – Artículo 3, apartados 1, 2 y 5, del Reglamento 2022/1925 – Requisitos – Presunciones – Refutación de las presunciones – Derechos de defensa – Igualdad de trato)

En el asunto T-1077/23,

Bytedance Ltd, con domicilio social en George Town (Islas Caimán), representada por los abogados E. Batchelor, N. Baeten y M. Frese,

solicitante,

en

Comisión Europea, representada por los Sres. O. Gariazzo, M. Mataija, I. Rogalski y C. Sjödin, en calidad de agentes,

acusado,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Octava Ampliada),

compuesto por A. Kornezov (Ponente), Presidente, G. De Baere, D. Petrlík, K. Kecsmár y S. Kingston, Jueces,

Registrador: A. Marghelis, Administrador,

Vista la parte escrita del procedimiento, en particular:

- la solicitud de procedimiento acelerado presentada por la demandante el 16 de noviembre de 2023, y la versión abreviada de la demanda de apertura del procedimiento, en la que desistió de determinados motivos, en el caso de que se admitiera la solicitud de procedimiento acelerado,
- la decisión del Tribunal General de 8 de diciembre de 2023 por la que se acepta la solicitud de procedimiento acelerado,
- el auto de 9 de febrero de 2024, *Bytedance / Comisión* (T-1077/23 R, no publicado, EU:T:2024:94), por el que se desestima la demanda de medidas provisionales,
- las preguntas escritas formuladas por el Tribunal a las partes y sus respuestas a dichas preguntas, que se registraron en la Secretaría del Tribunal el 16 de febrero de 2024,

Tras la audiencia del 29 de abril de 2024,

da lo siguiente

Juicio

- 1 Mediante su recurso basado en el artículo 263 TFUE, la demandante, Bytedance Ltd, solicita la anulación de la Decisión C(2023) 6102 final de la Comisión, de 5 de septiembre de 2023, por la que se designa a ByteDance como guardián de acceso de conformidad con el artículo 3 del Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de septiembre de 2022, relativo a unos mercados disputables y equitativos en el sector digital y por el que se modifican las

Directivas (UE) 2019/1937 y (UE) 2020/1828 (Ley de Mercados Digitales) (DO 2022, L 265, p. 1; en lo sucesivo, «DMA») (en lo sucesivo, «Decisión impugnada»).

I. Antecedentes de la controversia

- 2 La demandante, constituida en China en 2012 y constituida conforme a la legislación de las Islas Caimán, opera, junto con las empresas que controla directa o indirectamente (en conjunto, «ByteDance»), entre otras, la plataforma digital TikTok.
- 3 La plataforma digital TikTok, que fue lanzada en la Unión Europea, en su versión actual, en agosto de 2018, permite a sus usuarios buscar, ver y distribuir vídeos, así como interactuar, comunicarse y compartir contenidos con otros usuarios.
- 4 El 3 de julio de 2023, la demandante presentó una notificación a la Comisión Europea, de conformidad con el artículo 3, apartado 3, párrafo primero, de la DMA (en lo sucesivo, «notificación»), en la que sostenía, en primer lugar, que TikTok era una plataforma de intercambio de vídeos en el sentido del artículo 2, apartado 2, letra d), y del artículo 8, de la DMA; a continuación, que no se había alcanzado el umbral previsto en el artículo 3, apartado 2, letra c), de la DMA, de modo que no podía presumirse que ByteDance cumplía los requisitos del artículo 3, apartado 1, de la DMA para ser designada como guardián de acceso; y, por último, que las presunciones previstas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA a efectos de designar a una empresa como guardián de acceso quedaban, en cualquier caso, refutadas sobre la base de los argumentos y pruebas que había presentado con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA.
- 5 Mediante escrito de 26 de julio de 2023, la Comisión informó a la demandante de sus opiniones preliminares sobre, en primer lugar, la designación de ByteDance como guardián de acceso, de conformidad con el artículo 3, apartado 4, de la DMA, y, en segundo lugar, la clasificación de TikTok como servicio de redes sociales en línea capaz de constituir una puerta de entrada importante para que los usuarios comerciales lleguen a los usuarios finales (una «puerta de entrada importante»), a los efectos del artículo 3, apartado 1, letra b), de la DMA (las «opiniones preliminares»).
- 6 Mediante escrito de 2 de agosto de 2023, la demandante respondió a las observaciones preliminares.
- 7 El 5 de septiembre de 2023, la Comisión adoptó la Decisión impugnada.
- 8 En la Decisión impugnada, la Comisión consideró, en primer lugar, que TikTok era un servicio de red social en línea en el sentido del artículo 2, punto 7, de la DMA y, en consecuencia, un servicio de plataforma central (en lo sucesivo, «CPS») en el sentido del artículo 2, punto 2, letra c), de la DMA.
- 9 En segundo lugar, la Comisión señaló que ByteDance cumplía los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, en lo que respecta a TikTok, por lo que podía presumirse que se cumplían los requisitos del artículo 3, apartado 1, de la DMA, relativos a la designación de un guardián de acceso.
- 10 En tercer lugar, la Comisión consideró que los argumentos presentados por la demandante, de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA, para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, no estaban suficientemente fundamentados como para cuestionar manifiestamente dichas presunciones. En consecuencia, y de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo segundo, de la DMA, rechazó dichos argumentos sin abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, de la DMA.
- 11 Los artículos 1 y 2 de la parte dispositiva de la Decisión impugnada tienen el siguiente tenor:

' Artículo 1

ByteDance está designado como guardián de conformidad con el Artículo 3 de la [DMA].

Artículo 2

La siguiente [CPS] de ByteDance es una [puerta de enlace importante] en el sentido del Artículo 3(1)(b) de la [DMA]:

(a) El servicio de red social en línea TikTok de ByteDance.

II. Formas de la solicitud

12 La demandante solicita al Tribunal que:

- anular la decisión impugnada;
- Condene en costas a la Comisión.

13 La Comisión solicita a la Corte que:

- desestimar la demanda;
- Condenar en costas a la demandante.

III. Derecho

14 En apoyo de su recurso, la demandante invoca tres motivos basados: i) en la infracción del artículo 3, apartados 1 y 5, de la DMA, ii) en la vulneración del derecho de defensa y iii) en la violación del principio de igualdad de trato.

A. *El primer motivo, basado en la infracción del artículo 3(1) y (5) de la DMA*

15 El primer motivo se divide en cinco partes: la primera, basada en que la Comisión aplicó un estándar jurídico incorrecto al evaluar los argumentos presentados para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA; las partes segunda, tercera y cuarta, basadas en que la Comisión infringió el artículo 3, apartados 1 y 5, de la DMA al rechazar los argumentos presentados para refutar la presunción de que ByteDance tenía un impacto significativo en el mercado interior, la presunción de que TikTok era una puerta de entrada importante y la presunción de que ByteDance disfrutaba de una posición arraigada y duradera, respectivamente; y la quinta parte, basada en que la Comisión infringió el artículo 3, apartados 1 y 5, de la DMA al no realizar una evaluación holística de las pruebas presentadas.

16 Antes de examinar las distintas partes del primer motivo, procede recordar, en primer lugar, los antecedentes legislativos y el contenido de la DMA y, en segundo lugar, los aspectos no controvertidos pertinentes de la Decisión impugnada.

1. *Historial legislativo y contenido de la DMA*

17 En la actualidad, los servicios digitales, y en particular las plataformas en línea, desempeñan un papel cada vez más importante en la economía, al permitir a las empresas llegar a usuarios de toda la Unión, al facilitar el comercio transfronterizo y al abrir oportunidades de negocio totalmente nuevas a un gran número de empresas de la Unión en beneficio de los consumidores de la Unión, como se desprende, en esencia, del considerando 1 de la LDM.

18 Sin embargo, como ha subrayado el legislador de la Unión en el considerando 2 de la Ley de mercado único, determinados servicios digitales, denominados CPS, presentan a menudo características como economías de escala extremas, efectos de red muy fuertes, capacidad de conectar a muchos usuarios profesionales con muchos usuarios finales gracias a la multiplicidad de estos servicios, un grado significativo de dependencia tanto de los usuarios profesionales como de los usuarios finales, efectos de encadenamiento, falta de multihoming para el mismo fin por parte de los usuarios finales, integración vertical y ventajas basadas en datos que, combinadas con prácticas desleales por parte de las empresas que ofrecen los CPS, pueden tener el efecto de socavar sustancialmente la disputabilidad de los CPS, así como afectar a la equidad de la relación

comercial entre las empresas que ofrecen estos servicios y sus usuarios profesionales y finales. Esto puede conducir, a su vez, a reducciones rápidas y potencialmente de gran alcance de la elección de los usuarios profesionales y finales, y, por tanto, puede conferir al proveedor de dichos servicios la posición de un denominado «guardián de acceso».

- 19 A este respecto, el legislador de la Unión observó que los procesos de mercado a menudo no eran capaces de garantizar resultados económicos justos en lo que respecta a los CPS y que el Derecho de la Unión vigente no abordaba satisfactoriamente los posibles efectos negativos asociados a algunas de las características de los CPS. En particular, aunque los artículos 101 y 102 TFUE siguen siendo aplicables a la conducta de los guardianes de acceso, no es menos cierto que el ámbito de aplicación de dichas disposiciones se limita a determinados casos de poder de mercado, por ejemplo, la posición dominante en mercados específicos y el comportamiento anticompetitivo, y que la aplicación de dichas disposiciones solo se produce *a posteriori* y requiere una investigación exhaustiva de hechos a menudo muy complejos caso por caso. Además, el legislador de la Unión consideró que el Derecho de la Unión vigente no abordaba, o no abordaba de manera eficaz, los desafíos para el funcionamiento eficaz del mercado interior que plantea la conducta de los guardianes de acceso que no son necesariamente dominantes en términos de Derecho de la competencia (véase, en este sentido, el considerando 5 de la Directiva sobre la competencia). También señaló que la DMA perseguía un objetivo complementario, pero diferente, del de proteger la competencia no distorsionada en un mercado determinado, tal como se define en los términos del derecho de la competencia, es decir, garantizar que los mercados en los que hay guardianes de acceso sean y sigan siendo disputables y justos, independientemente de los efectos reales, potenciales o presuntos de la conducta de un determinado guardián cubierto por la DMA sobre la competencia en un mercado determinado (véase, a tal efecto, el considerando 11 de la DMA).
- 20 Además, el legislador de la Unión señaló que ya se habían adoptado o propuesto a nivel nacional varias soluciones regulatorias para abordar las prácticas desleales y la disputabilidad de los servicios digitales, o al menos con respecto a algunos de ellos, y que esto había creado soluciones regulatorias divergentes que dieron lugar a la fragmentación del mercado interior, aumentando así el riesgo de mayores costos de cumplimiento debido a diferentes conjuntos de requisitos regulatorios nacionales (véase, en ese sentido, el considerando 6 de la DMA).
- 21 En este contexto, el legislador de la Unión decidió adoptar la DMA, con el fin, en particular, de contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior estableciendo normas para garantizar la disputabilidad y la equidad de los mercados en el sector digital en general, y para los usuarios profesionales y los usuarios finales de los CPS proporcionados por los guardianes de acceso en particular (véase, en este sentido, el artículo 1, apartado 1, y el considerando 7 de la DMA).
- 22 El objetivo de garantizar la competencia en los mercados del sector digital se refiere, como se desprende de los considerandos 32 y 33 de la LMD, a la capacidad de las empresas para superar eficazmente las barreras de entrada y expansión y desafiar al guardián de acceso en función de los méritos de sus productos y servicios. El objetivo de garantizar la equidad de esos mercados es evitar un desequilibrio entre los derechos y las obligaciones de los usuarios profesionales en caso de que el guardián de acceso obtenga una ventaja desproporcionada, teniendo en cuenta que, debido a su posición de puerta de enlace y a su superior poder de negociación, es posible que los guardianes de acceso adopten un comportamiento que no permita a los demás aprovechar plenamente los beneficios de sus propias contribuciones y establezcan unilateralmente condiciones desequilibradas para el uso de sus CPS o de los servicios prestados junto con sus CPS o en apoyo de estos.
- 23 A tal efecto, el artículo 3(1) de la DMA establece que una empresa será designada como guardián de acceso cuando cumpla los tres requisitos acumulativos siguientes:
 - a) tenga un impacto significativo en el mercado interior;
 - (b) proporciona un CPS que constituye una puerta de entrada importante; y
 - c) goza de una posición arraigada y duradera en sus operaciones, o es previsible que gozará de tal posición en un futuro próximo.
- 24 De conformidad con el artículo 3(2) de la DMA, se presume que una empresa cumple los requisitos respectivos del párrafo 1:

a) en lo que respecta al apartado 1, letra a), cuando alcance un volumen de negocios anual en la Unión igual o superior a 7 500 millones EUR en cada uno de los tres últimos ejercicios financieros («umbral de volumen de negocios de la Unión») o cuando su capitalización bursátil media o su valor justo de mercado equivalente haya ascendido al menos a 75 000 millones EUR en el último ejercicio financiero («umbral de valor de mercado global»), y proporcione la misma CPS en al menos tres Estados miembros;

b) en lo que respecta al apartado 1, letra b), cuando proporcione un CPS que en el último ejercicio financiero tenga al menos 45 millones de usuarios finales activos mensuales establecidos o ubicados en la Unión («usuarios finales») y al menos 10 000 usuarios empresariales activos anuales establecidos en la Unión («usuarios empresariales»), identificados y calculados de conformidad con la metodología y los indicadores establecidos en el anexo;

c) en lo que respecta al apartado 1, letra c), cuando los umbrales establecidos en la letra b) del presente apartado se hayan alcanzado en cada uno de los tres últimos ejercicios financieros.

25 El artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA establece que la empresa que proporciona CPS podrá presentar, junto con su notificación en virtud del artículo 3, apartado 3, párrafo primero, de la DMA, argumentos suficientemente fundamentados para demostrar que, excepcionalmente, aunque cumple todos los umbrales del apartado 2, debido a las circunstancias en las que opera el CPS pertinente, no satisface los requisitos enumerados en el apartado 1.

26 De conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafos segundo y tercero, de la DMA, cuando la Comisión considere que los argumentos presentados con arreglo al párrafo primero por la empresa que proporciona los CPS no están suficientemente fundamentados porque no cuestionan manifiestamente las presunciones establecidas en el apartado 2 de dicho artículo, podrá rechazar dichos argumentos en el plazo mencionado en su apartado 4, sin abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, de la DMA.

27 Por el contrario, cuando la empresa que proporciona los CPS presenta argumentos suficientemente fundamentados que ponen manifiestamente en tela de juicio las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, la Comisión puede, dentro del mismo plazo, abrir una investigación de mercado de conformidad con el artículo 17, apartado 3, de la DMA.

28 Por último, cabe señalar que la DMA establece un conjunto específico de obligaciones jurídicas que las empresas designadas como guardianes de acceso deben cumplir en relación con cada una de las CPS enumeradas en la decisión de designación pertinente. Dichas obligaciones se refieren a determinadas prácticas que se consideran perjudiciales para la disputabilidad o desleales, o ambas cosas, teniendo en cuenta las características del sector digital y que tienen un impacto directo especialmente negativo sobre los usuarios profesionales y los usuarios finales (véase, en este sentido, el considerando 31 de la DMA).

2. Los aspectos no controvertidos de la decisión impugnada

29 En primer lugar, la demandante no niega, en el presente litigio, que TikTok sea un servicio de red social en línea en el sentido del artículo 2, punto 2, letra c), y punto 7, de la DMA, y no un servicio de plataforma para compartir vídeos, en el sentido del artículo 2, punto 2, letra d), y punto 8, de la DMA, como se desprende de la Decisión impugnada.

30 En segundo lugar, la demandante no niega que se cumplieran los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letras a) a c), de la DMA y que, en consecuencia, se presumía que ByteDance satisfacía los respectivos requisitos del artículo 3, apartado 1, de la DMA a efectos de su designación como guardián de acceso.

31 En particular, en primer lugar, la demandante no cuestiona la conclusión de la Decisión impugnada de que el valor de mercado mundial de ByteDance, estimado en [>75] (1) mil millones de euros en el último ejercicio financiero, superaba el umbral de valor de mercado mundial establecido en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, ni de que TikTok estaba disponible en todos los Estados miembros de la Unión Europea y que, por tanto, también se cumplía el requisito de que el CPS controvertido debía ofrecerse en al menos tres Estados miembros, establecido en dicha disposición, de modo que podía considerarse que ByteDance tenía un impacto significativo en el mercado interior en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra a), de la DMA.

- 32 En segundo lugar, la demandante no niega que también se alcanzaron los umbrales previstos en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, de al menos 45 millones de usuarios finales y al menos 10 000 usuarios profesionales, de modo que podía presumirse que TikTok era una pasarela importante en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), de la DMA. En efecto, de la Decisión impugnada se desprende que, en 2022, TikTok contaba con 125 millones de usuarios finales y [>10 000] usuarios profesionales.
- 33 En tercer lugar, la demandante tampoco niega que los umbrales a que se refiere el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA se alcanzaron en cada uno de los tres últimos ejercicios económicos y que, en consecuencia, podía presumirse, de conformidad con el artículo 3, apartado 2, letra c), de la DMA, que ByteDance disfrutaba de una posición arraigada y duradera en sus operaciones, o que era previsible que disfrutara de tal posición en un futuro próximo, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra c), de la DMA. En efecto, de la decisión impugnada se desprende que el número de usuarios finales de TikTok era de [>45] millones en 2020, [>45] millones en 2021 y 125 millones en 2022 y, según un método de cálculo conservador, el número de usuarios profesionales de TikTok era de al menos [>10 000] en 2020, [>10 000] en 2021 y [>10 000] en 2022; Por tanto, dichas cifras superan los umbrales establecidos en el artículo 3(2)(b) de la DMA.
- 34 En cambio, las partes discrepan sobre si la Comisión podía considerar, sin cometer ningún error, que los argumentos presentados por la demandante, de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA, no estaban suficientemente fundamentados como para cuestionar manifiestamente las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA en lo que respecta a TikTok.
- 35 A la luz de estas consideraciones deben examinarse las diferentes partes del primer motivo.

3. El estándar jurídico aplicado por la Comisión al valorar los argumentos presentados para refutar las presunciones (primer motivo, primera parte)

- 36 La demandante sostiene, en esencia, que la Comisión, en la Decisión impugnada, aplicó un criterio jurídico erróneo en su apreciación de los argumentos y pruebas que había presentado, de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA, para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA. Mediante su primera imputación, reprocha a la Comisión haber rechazado determinados argumentos y pruebas «cualitativos» y, mediante su segunda imputación, haber impuesto un criterio de prueba demasiado estricto, consistente en exigir pruebas «convincientes».

(a) El tipo de argumentos y pruebas que pueden presentarse para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3 (2) de la DMA

(1) Argumentos de las partes

- 37 La demandante alega, como ya indicó en la vista, que la Comisión se equivocó al rechazar, en el considerando 161 de la Decisión impugnada, determinados argumentos y pruebas «cualitativos» que había presentado para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA. En su opinión, la interpretación del considerando 23 de la DMA, en el que se basó la Comisión para rechazar dichos argumentos y pruebas y según el cual debe descartarse cualquier prueba no mencionada en dicho considerando, es incompatible tanto con el tenor literal de dicho considerando como con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA, según el cual la designación como guardián de acceso debe cumplir los requisitos establecidos en el apartado 1 de dicho artículo, teniendo en cuenta las «circunstancias en las que opera el [CPS] de que se trate». El considerando en cuestión excluye únicamente las justificaciones basadas en motivos económicos, que pretendan entrar en la definición del mercado o demostrar eficiencias. En cambio, no excluye las pruebas «cualitativas» que se relacionan directamente con la refutación de las presunciones antes mencionadas en virtud de las cuales los umbrales cuantitativos son indicativos de la condición de guardián. Sería una tautología tener en cuenta únicamente las pruebas cuantitativas para refutar los umbrales -que también son cuantitativos- en los que se basan esas presunciones.
- 38 La Comisión coincide con la demandante en que el considerando 23 de la LMD no puede interpretarse en el sentido de que excluye los argumentos y pruebas «cualitativos», siempre que guarden relación directa con los umbrales cuantitativos en los que se basan las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la LMD, y que los elementos que pueden tenerse en cuenta, enumerados en dicho considerando, se tengan en cuenta a título de ejemplo. Sin embargo,

la Comisión sostiene que, en la Decisión impugnada, no rechazó por no pertinentes los argumentos o pruebas «cualitativos» presentados por la demandante, sino que los examinó, al igual que los argumentos y pruebas «cuantitativos» presentados por la demandante, en la medida en que guardaban relación directa con dichas presunciones. Según la Comisión, los argumentos denominados «adicionales» de la demandante fueron los únicos argumentos excluidos por no guardar relación directa con los umbrales cuantitativos en los que se basan dichas presunciones, como se desprende del considerando 161 de la Decisión impugnada.

(2) Conclusiones del Tribunal

- 39 Con carácter preliminar, procede señalar que, mediante la expresión «argumentos y pruebas «cualitativos»», la demandante se refiere, en el marco de la primera reclamación, a los argumentos y pruebas que presentó durante el procedimiento administrativo para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA que no se expresaron en cifras.
- 40 A este respecto, es preciso señalar que puede resultar difícil, si no imposible, distinguir entre argumentos o elementos de prueba «cuantitativos» y «cualitativos». En efecto, un argumento de naturaleza «cualitativa» suele estar respaldado por cifras, por lo que puede parecer artificial separar uno del otro y aceptar la pertinencia únicamente del elemento cuantitativo cuando en realidad está destinado a respaldar un argumento de naturaleza cualitativa.
- 41 Dicho esto, es preciso señalar que los requisitos para la designación como guardián de acceso, establecidos en el artículo 3, apartado 1, de la DMA, no se expresan en cifras. Así pues, para ser designada como tal, la empresa en cuestión debe tener un impacto significativo en el mercado interior, proporcionar un CPS que sea una puerta de entrada importante y disfrutar de una posición arraigada y duradera en sus operaciones, o debe ser previsible que disfrute de tal posición en un futuro próximo.
- 42 Es cierto que los umbrales, establecidos en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, a partir de los cuales puede presumirse que se cumplen los requisitos establecidos en el apartado 1 de dicho artículo, son de naturaleza esencialmente cuantitativa.
- 43 No obstante, estas presunciones son refutables. El artículo 3, apartado 5, párrafos primero y segundo, de la DMA permite a la empresa de que se trate presentar argumentos suficientemente fundamentados para demostrar que, excepcionalmente, aunque cumple todos los umbrales cuantitativos establecidos en el apartado 2 de dicho artículo y, debido a las circunstancias en las que opera el sistema de clasificación de mercado de que se trate, no cumple los requisitos enumerados en el apartado 1 de dicho artículo. Cuando dichos argumentos no estén suficientemente fundamentados, porque no cuestionan manifiestamente dichas presunciones, la Comisión puede rechazarlos sin abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, de la DMA.
- 44 Por consiguiente, no hay nada en el tenor del artículo 3, apartado 5, de la DMA que permita a la Comisión descartar, de entrada, los argumentos o pruebas presentados por una empresa por considerarlos irrelevantes porque no están expresados en cifras.
- 45 A este respecto, el considerando 23 de la DMA establece, en particular, que «en su evaluación de las pruebas y argumentos presentados [con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA], la Comisión debe tener en cuenta únicamente aquellos elementos que estén directamente relacionados con los criterios cuantitativos, a saber, el impacto de la empresa que ofrece [CPS] en el mercado interior más allá de los ingresos o la capitalización de mercado, como su tamaño en términos absolutos y el número de Estados miembros en los que está presente; en qué medida el número real de usuarios profesionales y usuarios finales supera los umbrales y la importancia del [CPS] de la empresa teniendo en cuenta la escala global de actividades del [CPS] respectivo; y el número de años durante los cuales se han alcanzado los umbrales». Además, según dicho considerando, «debe descartarse cualquier justificación basada en motivos económicos que pretenda entrar en la definición del mercado o demostrar eficiencias derivadas de un tipo específico de comportamiento de la empresa que ofrece [CPS], ya que no es relevante para la designación como guardián de acceso».
- 46 Del considerando 23 de la LDM se desprende que las únicas categorías de argumentos o pruebas que el legislador de la Unión decidió excluir explícitamente por irrelevantes son las que se derivan de una justificación por razones económicas que pretenden entrar en la definición del mercado o demostrar eficiencias.

- 47 Del considerando 23 de la LMD se desprende también que, para que se tengan en cuenta, los argumentos y las pruebas deben «estar directamente relacionados con los criterios cuantitativos», teniendo en cuenta que el término «criterios cuantitativos» se refiere a los umbrales cuantitativos establecidos en el artículo 3, apartado 2, de la LMD. Sin embargo, este requisito no implica que un argumento o una prueba deban descartarse a priori por carecer de pertinencia por el mero hecho de que no estén expresados en cifras. Un argumento o una prueba de este tipo pueden, según las circunstancias, estar directamente relacionados con dichos umbrales cuantitativos, de modo que deben tomarse en consideración al evaluar los argumentos y las pruebas presentados para refutar las presunciones establecidas en dicha disposición. Por el contrario, un argumento o una prueba de carácter cuantitativo pueden, según las circunstancias, no estar directamente relacionados con dichos umbrales cuantitativos; por consiguiente, no deben tomarse en consideración al evaluarse.
- 48 De ello se desprende que el considerando 23 de la DMA no descarta a priori como irrelevantes los argumentos o pruebas que no se expresen en cifras, siempre que se refieran directamente a una o varias de las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, que adoptan la forma de umbrales cuantitativos.
- 49 También cabe señalar que la lista de elementos que pueden tenerse en cuenta, a que se refiere el considerando 23 de la DMA, no es exhaustiva.
- 50 Aunque la expresión «a saber» precede a la lista controvertida, algunos de los elementos de dicha lista se aclaran mediante ejemplos («tales como»). Además, el único elemento al que se hace referencia en el considerando 23 de la DMA en relación con la refutación de la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra c), de la DMA es el «número de años durante los cuales se han alcanzado los umbrales [relativos al número de usuarios profesionales y usuarios finales]». Este elemento se solapa, en esencia, con el umbral en el que se basa dicha presunción. Por tanto, si dicho elemento fuera el único elemento admisible para refutar dicha presunción, esta se convertiría de facto en irrefutable, lo que sería contrario al artículo 3, apartado 5, de la DMA. Además, dicho artículo tampoco establece una lista exhaustiva de los elementos que pueden presentarse a tal efecto, sino que se limita a hacer referencia a las «circunstancias en las que opera el [CPS] pertinente».
- 51 Por consiguiente, el artículo 3, apartado 5, de la DMA, a la luz de su considerando 23, debe interpretarse en el sentido de que permite a la empresa interesada presentar, para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, argumentos y pruebas, expresados o no en cifras, siempre que se refieran directamente a una o varias de dichas presunciones.
- 52 En el presente caso, y como indicó en la vista, la demandante reprocha a la Comisión haber rechazado, en el considerando 161 de la Decisión impugnada, sus alegaciones «adicionales», por considerar que no se refieren directamente a los umbrales cuantitativos establecidos en el artículo 3, apartado 2, de la DMA.
- 53 Por su parte, la Comisión confirmó que había considerado, en la Decisión impugnada, que todos los argumentos y pruebas presentados por la demandante para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, incluidos los de carácter «cualitativo», estaban directamente relacionados con dichas presunciones, aunque los rechazó por otros motivos, con excepción de los argumentos «adicionales» de la demandante, que había rechazado, en el considerando 161 de la Decisión impugnada, por no estar directamente relacionados con dichas presunciones.
- 54 A este respecto, procede señalar que la Comisión examinó los argumentos «adicionales» de la demandante únicamente después de haber evaluado los argumentos y las pruebas presentadas por ésta para refutar cada una de las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA.
- 55 En estas circunstancias, procede examinar si la Comisión podía, sin incurrir en error, rechazar las alegaciones «adicionales» formuladas por la demandante, por no estar directamente relacionadas con dichas presunciones, en el mismo orden en que se tratan en la Decisión impugnada. Por tanto, esta cuestión se examinará a raíz de la apreciación de las alegaciones de la demandante relativas a las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, letras a), b) y c), de dicho Reglamento.

56 De ello se desprende que el resultado de la primera imputación de la primera parte del primer motivo depende del fundamento de las alegaciones de la demandante relativas al considerando 161 de la Decisión impugnada, que se examinan en los apartados 321 a 328 siguientes.

b) El nivel de prueba requerido para cuestionar las presunciones establecidas en el artículo 3 (2) de la DMA

(1) *Argumentos de las partes*

57 La demandante reprocha a la Comisión haber exigido, en el considerando 126 de la Decisión impugnada, un nivel de prueba más elevado que el exigido por el artículo 3, apartado 5, de la DMA, al considerar que, para destruir la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, la demandante debía aportar pruebas «convincientes». En otras decisiones en este ámbito, la Comisión ha distinguido, por una parte, entre los argumentos que ponen manifiestamente en entredicho las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA y que justifican la apertura de una investigación de mercado y, por otra parte, los argumentos que demuestran «clara y exhaustivamente» que no se cumplen los requisitos establecidos en el artículo 3, apartado 1, de la DMA. Por último, señala que la existencia de «dudas» o de indicios «a primera vista» sobre si la empresa en cuestión cumple dichos requisitos debería ser suficiente para abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, de la DMA.

58 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante. Sostiene que la afirmación, contenida en el considerando 126 de la Decisión impugnada, de que la empresa de que se trate debe aportar pruebas «convincientes» no establece un nivel de prueba más elevado que el previsto en la DMA. Según la Comisión, el mero uso del término «convinciente» no indica nada sobre el nivel de prueba aplicado, ya que, sea cual sea dicho nivel, para extraer conclusiones de un elemento de prueba es necesario que éste sea convincente. Añade, en esencia, que la distinción a la que se refiere la demandante entre el nivel de prueba exigido para iniciar una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, de la DMA y el exigido para comprobar que se han desvirtuado las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA es irrelevante en el presente caso, puesto que las alegaciones de la demandante no cumplen ninguno de los dos niveles de prueba.

(2) *Conclusiones del Tribunal*

59 Según el considerando 23 de la DMA, «la carga de aportar la prueba de que la presunción derivada del cumplimiento de los umbrales cuantitativos [establecidos en el artículo 3, apartado 2, de dicho Reglamento] no debe aplicarse debe recaer sobre [la] empresa [de que se trate]».

60 En cuanto al grado de prueba exigido para refutar las presunciones previstas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, el apartado 5, párrafo primero, de dicho artículo establece que la empresa de que se trate podrá presentar argumentos suficientemente fundamentados para demostrar que, excepcionalmente, aunque cumpla todos los requisitos previstos en el apartado 2 de dicho artículo, no cumple los requisitos enumerados en el apartado 1 de dicho artículo. Además, según el artículo 3, apartado 5, párrafos segundo y tercero, de la DMA, cuando la Comisión considere que los argumentos presentados por la empresa de que se trate no están suficientemente fundamentados porque no cuestionan manifiestamente dichas presunciones, podrá rechazar dichos argumentos sin abrir una investigación de mercado, mientras que, cuando dicha empresa presente argumentos suficientemente fundamentados que cuestionen manifiestamente dichas presunciones, la Comisión podrá abrir una investigación de mercado.

61 En consecuencia, el nivel de prueba necesario para cuestionar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA ha sido determinado por el propio legislador de la Unión, al exigir a la empresa interesada –sobre la que recae la carga de la prueba– que presente alegaciones suficientemente fundamentadas, cuestionando manifiestamente dichas presunciones.

62 En el caso de autos, el único considerando de la Decisión impugnada, señalado por la demandante, en el que la Comisión supuestamente exigió un nivel de prueba más elevado que el establecido en el artículo 3, apartado 5, de la DMA es el considerando 126 de dicha Decisión. Asimismo, procede señalar que, en dicho considerando, la Comisión indicó en particular, en su apreciación de los argumentos presentados para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, que incumbía a la empresa en cuestión aportar «pruebas convincentes» que demostraran que, incluso si su CPS superaba ampliamente los umbrales establecidos en esta última disposición, dicho CPS no era una puerta de entrada importante en el

sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), de la DMA y que, por las razones expuestas en los considerandos 127 a 154 de dicha Decisión, la demandante no había aportado dichas pruebas.

- 63 A este respecto, en primer lugar, procede señalar que la Comisión valoró los argumentos y las pruebas presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA en el punto 5.1.3.2.2 de la Decisión impugnada. En el considerando 125 de dicha Decisión, señaló que los argumentos presentados por la demandante con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA «no estaban suficientemente fundamentados para poner manifiestamente en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), [de la DMA]». Además, en su análisis de los distintos argumentos y elementos de prueba presentados por la demandante, indicó que dichos argumentos y elementos de prueba no podían «poner manifiestamente en tela de juicio» dicha presunción o eran insuficientes para ello (véanse los considerandos 129, 134 y 143 de dicha Decisión).
- 64 Del mismo modo, en su conclusión relativa a las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, que figura en la sección 5.1.3.2.5 de la Decisión impugnada, la Comisión concluyó que los argumentos presentados por la demandante de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA «no estaban suficientemente fundamentados para cuestionar manifiestamente las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la [DMA]», de modo que debían rechazarse sin abrir una investigación de mercado, de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo segundo, de la DMA.
- 65 De ello se desprende que, al valorar los argumentos y las pruebas presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, la Comisión afirmó que había aplicado el estándar de prueba establecido en el artículo 3, apartado 5, de la DMA, descrito en el apartado 60 supra.
- 66 Así, la Comisión sólo se refirió una vez, en el considerando 126 de la Decisión impugnada, a la exigencia de aportar pruebas «convincentes» para refutar la presunción prevista en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, de modo que se trata de un caso aislado. Además, si dicha referencia se entendiera, como sostiene la demandante, en el sentido de que la demandante debe aportar pruebas que refuten definitivamente dicha presunción, tal exigencia no se correspondería ciertamente con el nivel de prueba exigido en virtud del artículo 3, apartado 5, de la DMA. Sin embargo, en el presente caso, ningún elemento de la Decisión impugnada, leído en su conjunto, sugiere que, con el término «convinciente», la Comisión pretendiera exigir que se aportaran pruebas que refutaran definitivamente dicha presunción.
- 67 En cualquier caso, en el marco de la tercera parte del primer motivo, el Tribunal examinará si, con independencia del modo en que la Comisión describió, en el considerando 126 de la Decisión impugnada, el nivel de prueba requerido, el nivel de prueba que efectivamente aplicó al apreciar las alegaciones y pruebas presentadas por la demandante para destruir la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA es conforme con el establecido en el artículo 3, apartado 5, de la DMA.
- 68 En segundo lugar, procede rechazar la alegación de la demandante basada en que, en otras decisiones en la materia, la Comisión ha distinguido, por una parte, las alegaciones que ponen manifiestamente en entredicho las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA y que justifican la apertura de una investigación de mercado, y, por otra parte, las alegaciones que demuestran «clara y exhaustivamente» que no se cumplen los requisitos establecidos en el artículo 3, apartado 1, de la DMA, lo que permitiría a la Comisión concluir que se han desvirtuado dichas presunciones sin necesidad de abrir una investigación de mercado. La demandante no alega que, en la Decisión impugnada, la Comisión rechazara sus alegaciones por considerar que no eran adecuadas para demostrar «clara y exhaustivamente» que no se cumplían dichos requisitos, de modo que su argumentación resulta inoperante. Además, y en todo caso, conviene recordar que la Comisión está obligada a realizar una apreciación individual de las circunstancias de cada caso, sin estar vinculada por decisiones anteriores relativas a otras empresas u otros SPC (véase, en este sentido y por analogía, la sentencia de 14 de septiembre de 2022, *SŽ – Tovorni promet / Comisión*, T-575/20, no publicada, EU:T:2022:551, apartado 95 y jurisprudencia citada).
- 69 En tercer lugar, no puede prosperar el argumento de la demandante de que el nivel de prueba exigido a la empresa interesada en virtud de la DMA consiste en demostrar la existencia de «dudas» o de indicios «prima facie», que, en su opinión, deben ser suficientes para abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, de la DMA.

- 70 Este nivel de prueba no se corresponde con el establecido en el artículo 3, apartado 5, párrafo tercero, de la DMA, según el cual puede abrirse una investigación de mercado cuando las alegaciones de la empresa interesada estén suficientemente fundamentadas para poner, excepcionalmente, en tela de juicio de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de dicho Reglamento.
- 71 De los términos «excepcionalmente» y «manifiestamente», que figuran en el artículo 3, apartado 5, de la DMA, se desprende indiscutiblemente que el nivel de prueba exigido a la empresa de que se trate es elevado, en el sentido de que los argumentos presentados por dicha empresa deben poder demostrar, con un alto grado de verosimilitud, que se cuestionan las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA. El nivel de prueba propuesto por la demandante, a saber, la prueba de la existencia de meras «dudas» o de indicios «prima facie», es, por tanto, inferior al exigido por la DMA.
- 72 Por consiguiente, sin perjuicio del examen del nivel de prueba efectivamente aplicado por la Comisión al valorar los argumentos y las pruebas presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, debe rechazarse la argumentación de la demandante relativa al nivel de prueba requerido para cuestionar la presunción establecida en dicha disposición.

4. Refutación de la presunción de que ByteDance tuvo un impacto significativo en el mercado interior (primer motivo, segunda parte)

(a) Argumentos de las partes

- 73 La demandante alega que, en los considerandos 120 a 124 de la Decisión impugnada, la Comisión infringió el artículo 3, apartado 1, letra a), y el artículo 3, apartado 5, de la DMA al desestimar sus argumentos dirigidos a demostrar que ByteDance no tuvo un impacto significativo en el mercado interior. Como aclaró en la vista, la demandante no reprocha a la Comisión no haber examinado determinados argumentos y elementos de prueba que había presentado durante el procedimiento administrativo, sino haberlos valorado de manera superficial e incorrecta en dichos considerandos. En esencia, sostiene que el impacto de ByteDance en el mercado interior no fue significativo a efectos del artículo 3, apartado 1, letra a), de la DMA, como lo demuestra el hecho de que el volumen de negocios de ByteDance en la Unión fuera bajo, que TikTok fuera [*confidencial*] desde su lanzamiento en la Unión Europea y que el valor de mercado mundial de ByteDance fuera atribuible principalmente a sus actividades en China, de modo que dicho valor no es representativo de su impacto en el mercado interior.
- 74 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante, reiterando, en esencia, los motivos expuestos en los considerandos 120 a 124 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se expone a continuación.

(b) Decisión impugnada

- 75 En el considerando 120 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló que los argumentos presentados por la demandante junto con la notificación, de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA, no estaban suficientemente fundamentados como para cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA.
- 76 En primer lugar, en el considerando 121 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró, en esencia, que el hecho de que los ingresos de ByteDance en la Unión Europea fueran inferiores al umbral del volumen de negocios de la Unión era irrelevante, puesto que se alcanzaba el umbral del valor de mercado mundial y esos dos umbrales eran umbrales alternativos.
- 77 En segundo lugar, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló, en particular, que los argumentos de la demandante relativos al origen del volumen de negocios publicitario de ByteDance en la Unión también eran irrelevantes, ya que ByteDance alcanzaba el umbral del valor de mercado mundial.
- 78 En tercer lugar, en el considerando 123 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró, en esencia, que el hecho de que TikTok tuviera [*confidencial*] en la Unión Europea no podía, por sí solo, poner en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, debido a que ByteDance tenía un potencial significativo para monetizar usuarios en la Unión

en un futuro próximo, habida cuenta de su valor justo de mercado global y del número de usuarios de TikTok en la Unión, que superaba significativamente los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letras a) y b), de la DMA, respectivamente.

- 79 En cuarto lugar, en el considerando 124 de la Decisión impugnada, la Comisión rechazó por irrelevante el argumento de la demandante de que el valor justo de mercado global de ByteDance no era indicativo de su potencial para monetizar a los usuarios de TikTok en la Unión, ya que dicho valor procedía de sus operaciones en China, debido, en primer lugar, a que el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA se refiere al valor justo de mercado global de la empresa en cuestión en su conjunto y no en relación con una zona geográfica específica y, en segundo lugar, a que dicha disposición tiene por objeto captar la capacidad financiera de la empresa en cuestión, incluido su acceso a los mercados financieros y su capacidad, por ejemplo, para adquirir otras empresas innovadoras que presten servicios similares.

(c) Conclusiones del Tribunal

- 80 En primer lugar, es necesario analizar la alegación de la demandante de que, en el considerando 121 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró erróneamente que el hecho de que los ingresos de ByteDance en la Unión fueran inferiores al umbral de volumen de negocios de la Unión era irrelevante a efectos de demostrar que ByteDance no tenía un impacto significativo en el mercado interior en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra a), de la DMA.

- 81 A este respecto, procede recordar que, de conformidad con el artículo 3, apartado 1, letra a), de la DMA, una empresa solo puede ser designada como guardián de acceso si tiene un impacto significativo en el mercado interior.

- 82 Del artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA se desprende que se trata de la situación en la que se cumple uno de los dos umbrales alternativos. El primer umbral se refiere al volumen de negocios anual de la empresa de que se trate en la Unión, que debe ser igual o superior a 7 500 millones de euros en cada uno de los tres últimos ejercicios. El segundo umbral se refiere a su capitalización bursátil media o su valor justo de mercado equivalente, que debe ascender al menos a 75 000 millones de euros en el último ejercicio. En ambos casos, es necesario que dicha empresa facilite el CPS en cuestión en al menos tres Estados miembros.

- 83 En el presente caso, la demandante no niega que ByteDance alcanzó el umbral de valor de mercado mundial y que, en consecuencia, se consideró que tenía un impacto significativo en el mercado interior.

- 84 Tampoco se discute que, en cambio, no alcanzó el umbral de volumen de negocios de la Unión. Durante ese período, el volumen de negocios de ByteDance en la Unión pasó de [<7.500 millones] EUR en 2020 a [<7.500 millones] EUR en 2021 y, a continuación, a [<7.500 millones] EUR en 2022, de modo que se mantuvo por debajo de dicho umbral.

- 85 A este respecto, procede señalar, de entrada, que el hecho de que no se haya alcanzado el umbral de volumen de negocios de la Unión durante cada uno de los tres últimos ejercicios no basta, por sí solo, para poner manifiestamente en entredicho la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, puesto que, como se ha señalado en el apartado 83 supra, en el caso de autos se alcanzó el otro umbral alternativo, de modo que dicha presunción era aplicable. De lo contrario, ambos umbrales se convertirían de facto en acumulativos, lo que sería contrario al tenor claro de dicha disposición.

- 86 Sin embargo, el carácter alternativo de los dos umbrales a que se refiere el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA no hace en modo alguno que el primero de dichos umbrales sea irrelevante a efectos de examinar si dicho elemento, en combinación con otros argumentos suficientemente fundamentados, pone manifiestamente en tela de juicio dicha presunción.

- 87 En efecto, del considerando 17 de la LMD se desprende que un elevado volumen de negocios en la Unión, en relación con el número de usuarios de CPS afectados en la Unión previsto en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la LMD, refleja una capacidad relativamente fuerte para monetizar a esos usuarios, mientras que una elevada capitalización bursátil mundial o un valor justo de mercado, junto con el mismo número de usuarios en la Unión, refleja un potencial relativamente significativo para monetizar a esos usuarios en un futuro próximo. La capitalización bursátil también puede reflejar la posición futura prevista y el efecto en el mercado interior de las

empresas afectadas, a pesar de un volumen de negocios actual potencialmente relativamente bajo.

- 88 Por tanto, estos dos umbrales reflejan situaciones similares, pero distintas. Mientras que un volumen de negocios elevado en la Unión suele indicar que la empresa en cuestión ya tiene la capacidad de monetizar a sus usuarios en el mercado interior, una capitalización bursátil mundial elevada o un valor justo de mercado elevado tienden más bien a indicar que dicha empresa tiene el potencial de monetizar a sus usuarios en el mercado interior en un futuro próximo.
- 89 Además, el legislador de la Unión eligió específicamente el volumen de negocios de la empresa en cuestión como indicador de su impacto en el mercado interior, como se desprende del artículo 3, apartado 2, letra a), y del considerando 17 de la DMA.
- 90 Por consiguiente, no se puede excluir que la empresa en cuestión pueda demostrar, basándose en una serie de argumentos suficientemente fundamentados, incluido su reducido volumen de negocios en la Unión, que, a pesar de su valor de mercado global que supera el umbral establecido en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, solo tiene una presencia limitada en el mercado interior, de modo que dicho valor de mercado no refleja, debido a las circunstancias en las que opera el CPS en cuestión, un potencial para monetizar a sus usuarios en la Unión en un futuro próximo y que, por tanto, no tiene un impacto significativo en el mercado interior en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra a), de la DMA.
- 91 Además, debe rechazarse la afirmación de la Comisión, en la última frase del considerando 121 de la Decisión impugnada, de que el nivel de los ingresos de ByteDance en la Unión no era un elemento relacionado con su impacto en el mercado interior «más allá de los ingresos o la capitalización bursátil», en el sentido del considerando 23 de la DMA. En primer lugar, la precisión «más allá de los ingresos o la capitalización bursátil», que figura en dicho considerando, simplemente aclara que, dado que esos dos elementos ya se tienen en cuenta en virtud del artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, la empresa de que se trate puede aportar, para destruir la presunción establecida en dicha disposición, otros elementos, además de esos elementos, relacionados con su impacto en ese mercado. En segundo lugar, como se ha señalado en el apartado 89 anterior, el volumen de negocios en la Unión se menciona claramente en el artículo 3, apartado 2, letra a), y en el considerando 17 de la DMA como uno de los criterios pertinentes para evaluar el impacto de esa empresa en ese mercado.
- 92 Por consiguiente, la Comisión incurrió en un error de Derecho al rechazar por inoperante la alegación de la demandante relativa al volumen de negocios de ByteDance en la Unión durante los tres últimos ejercicios. La incidencia de dicho error en la legalidad de la Decisión impugnada se examina en los apartados 111 a 117 infra.
- 93 En segundo lugar, la demandante reprocha a la Comisión haber rechazado por inoperantes, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, sus alegaciones relativas, por una parte, al número limitado de usuarios profesionales cuyo gasto publicitario en TikTok es «importante» y, por otra parte, al número limitado de «países afectados».
- 94 A este respecto, en primer lugar, procede señalar que, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, la Comisión no se pronunció sobre la alegación de la demandante de que un número limitado de usuarios profesionales incurrir en gastos publicitarios «importantes» en TikTok, ya que no se pronunció así porque tal argumento no se había presentado en la notificación para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA. Por tanto, la alegación de la demandante se basa en una lectura errónea de dicha Decisión y, por este motivo, debe desestimarse.
- 95 En segundo lugar, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, la Comisión se pronunció sobre el argumento de la demandante, formulado en la notificación en refutación de la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, de que TikTok obtuvo ingresos publicitarios significativos únicamente en [*confidencial*] Estados miembros, a saber, [*confidencial*].
- 96 A este respecto, basta con señalar que, ante el Tribunal, la demandante no ha formulado ningún argumento específico dirigido a rebatir, en particular, la denegación, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, de la pertinencia del hecho de que TikTok haya obtenido ingresos publicitarios significativos únicamente en los Estados miembros [*confidencial*]. En cualquier caso, de la notificación se desprende que TikTok ha obtenido ingresos publicitarios en los Estados

miembros [*confidencial*]. Además, no ha explicado de qué manera el hecho de que la mayor parte de esos ingresos se generaran en algunos de los Estados miembros más poblados podría tener alguna incidencia en la consideración de su impacto en el mercado interior en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra a), de la DMA.

- 97 En tercer lugar, la demandante reprocha a la Comisión haber considerado, en esencia, erróneamente, en el considerando 123 de la Decisión impugnada, que su alegación de que ByteDance había sido [*confidencial*] en la Unión Europea desde su lanzamiento no podía cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA.
- 98 A este respecto, procede señalar, como explica la demandante en sus escritos, que la versión actual de la plataforma TikTok se lanzó en la Unión Europea en agosto de 2018 y, por tanto, en el momento de la adopción de la Decisión impugnada, se encontraba en las primeras fases de monetización en la Unión. Por tanto, desde el lanzamiento de TikTok en la Unión, ByteDance seguía invirtiendo más en dicha plataforma para atraer a más usuarios y anunciantes, en particular incentivando a los creadores a producir contenidos para TikTok.
- 99 Por lo tanto, el hecho de que ByteDance haya podido ser [*confidencial*] en los primeros años tras su entrada en el mercado interior no puede en sí mismo poner manifiestamente en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, dado que, como señaló acertadamente la Comisión en el considerando 123 de la Decisión impugnada, varios otros factores pertinentes, tomados en conjunto, demostraron su importante potencial para monetizar a los usuarios de TikTok en la Unión en un futuro próximo.
- 100 En efecto, el grado de superación de los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA y, más concretamente, el valor justo de mercado mundial especialmente elevado de ByteDance (en concreto, [>75] mil millones de euros, que supera con creces el umbral de 75 mil millones de euros establecido en dicha disposición), así como el gran número de usuarios finales y usuarios profesionales de TikTok en la Unión (en concreto, 125 millones y [$>10\ 000$] en 2022, respectivamente, que también superaron ampliamente en cada uno de los tres últimos ejercicios financieros los umbrales, establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, de al menos 45 millones de usuarios finales y 10 000 usuarios profesionales), demuestran el importante potencial de ByteDance para monetizar a sus usuarios en la Unión en un futuro próximo, a pesar de su [*confidencial*] durante un período inicial tras su lanzamiento en la Unión y, en consecuencia, muestran su importante impacto en el mercado interior.
- 101 Por consiguiente, deben desestimarse por infundados los argumentos de la demandante dirigidos contra el considerando 123 de la Decisión impugnada.
- 102 En cuarto lugar, la demandante reprocha a la Comisión haberse equivocado al rechazar, en el considerando 124 de la Decisión impugnada, su argumento de que el valor justo de mercado global de ByteDance no era una indicación del potencial de ByteDance para monetizar a los usuarios de TikTok en la Unión, ya que dicho valor provenía principalmente de sus actividades en China, que no tenían ninguna relación con sus actividades en el mercado interior.
- 103 La Comisión rechazó esta alegación por considerarla inoperante, ya que el umbral del valor de mercado global se aplicaba a la empresa en cuestión en su conjunto y no a una zona geográfica determinada. Además, según la Comisión, esta alegación era contraria al objetivo subyacente a la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, que, como se desprende del considerando 17 de dicha ley, tiene por objeto medir la capacidad financiera de la empresa en cuestión, incluido su acceso a los mercados financieros y la capacidad resultante, por ejemplo, de adquirir otras empresas innovadoras que presten servicios similares.
- 104 A este respecto, procede señalar que el criterio del valor de mercado se refiere al valor justo de mercado global de la empresa en cuestión, sin distinción alguna en cuanto al origen geográfico de dicho valor. Por tanto, la Comisión consideró acertadamente que el hecho de que el valor justo de mercado de ByteDance se debiera principalmente a sus operaciones en China carecía de pertinencia.
- 105 En primer lugar, el hecho de que, como sostiene la demandante, el valor justo de mercado mundial de ByteDance proceda principalmente de sus actividades en China, que sus «negocios asiáticos» no estuvieran disponibles en la Unión Europea y que algunas de esas empresas fracasaran en la

Unión, no tiene ninguna incidencia en la capacidad de ByteDance de utilizar su valor generado en China o en otras partes del mundo para reforzar su posición en la Unión Europea.

- 106 A continuación, contrariamente a lo que sostiene la demandante, la Comisión no estaba obligada a analizar específicamente si las «empresas asiáticas» de ByteDance se enfrentaban a barreras culturales y reglamentarias en la Unión Europea. Incumbía a la demandante, a quien incumbe la carga de la prueba, demostrar que así era y que, debido a dichas barreras culturales y reglamentarias, ByteDance no podía beneficiarse, en el mercado interior, de su valor justo de mercado mundial.
- 107 Sin embargo, el solicitante no ha aportado dicha prueba. Por el contrario, de los considerandos 74, 79 y 98 de la Decisión impugnada se desprende, en particular, que, desde su lanzamiento en la Unión Europea, TikTok ha experimentado un crecimiento muy rápido, como lo demuestra el volumen de negocios de ByteDance en la Unión, que pasó de [<7 500 millones] EUR en 2020 a [<7 500 millones] EUR en 2022 (es decir, un aumento de aproximadamente el [100-2 000] %), y su número cada vez mayor de usuarios finales en la Unión, que pasó de [>45] millones en 2020 a 125 millones en 2022 (es decir, un aumento de aproximadamente el [50-100] %), y de usuarios profesionales en la Unión, que aumentaron, según una metodología conservadora utilizada por la Comisión en la Decisión impugnada, al menos de [>10 000] en 2020 a [>10 000] en 2022 (es decir, un aumento del aproximadamente [100-2 000]%). Sin embargo, la demandante no explica cómo se pueden conciliar las supuestas barreras culturales y reglamentarias con el hecho de que TikTok ha experimentado un crecimiento muy rápido en la Unión Europea desde su lanzamiento.
- 108 En ese contexto, la Comisión podía considerar acertadamente que el valor justo de mercado global de ByteDance, junto con el número significativo de usuarios de TikTok en la Unión, reflejaban su capacidad financiera y su potencial para monetizar a los usuarios de TikTok en la Unión.
- 109 Por último, el hecho, alegado por la demandante, de que los ingresos generados por TikTok en la Unión Europea representaban menos del [0-5] % de los ingresos globales de ByteDance y que, si se valoraran por separado las actividades de TikTok en la Unión Europea, corresponderían únicamente a una [confidencial] parte de la valoración global de ByteDance, tampoco puede poner manifiestamente en tela de juicio el potencial de ByteDance para monetizar a los usuarios de TikTok en la Unión, a la luz de los elementos mencionados en el apartado 107 anterior.
- 110 Por consiguiente, deben desestimarse las alegaciones de la demandante dirigidas contra el considerando 124 de la Decisión impugnada.
- 111 Por tanto, queda por determinar qué efecto tiene el error cometido por la Comisión, mencionado en el apartado 92 supra, sobre la legalidad de la Decisión impugnada.
- 112 A este respecto, procede recordar que, según la jurisprudencia, un error en la motivación del acto impugnado no da lugar a la anulación de dicho acto si, en las circunstancias particulares del caso, dicho error no ha podido tener una influencia determinante en el resultado (véanse, en este sentido, las sentencias de 14 de mayo de 2002, *Graphischer Maschinenbau / Comisión*, T-126/99, EU:T:2002:116, apartado 49 y jurisprudencia citada, y de 10 de abril de 2024, *Columbus Stainless / Comisión*, T-445/22, no publicada, EU:T:2024:228, apartado 104 y jurisprudencia citada). Del mismo modo, el Tribunal de Justicia ha tenido ocasión de considerar que, cualesquiera que sean los errores de la Decisión impugnada, éstos no pueden dar lugar a su anulación si, y en la medida en que, todos los demás elementos expuestos en dicha Decisión permiten al Tribunal de Justicia considerar demostrado que, en cualquier caso, las alegaciones formuladas por la demandante no estaban suficientemente fundamentadas como para cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA (véase, en este sentido y por analogía, la sentencia de 22 de octubre de 2002, *Schneider Electric / Comisión*, T-310/01, EU:T:2002:254, apartado 412).
- 113 Por tanto, procede examinar si el error cometido por la Comisión, mencionado en el apartado 92 supra, al rechazar por irrelevante el volumen de negocios de ByteDance en la Unión, puede haber tenido un efecto decisivo, en las circunstancias particulares del presente caso, en el rechazo por la Comisión de los argumentos presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA.
- 114 A este respecto, en primer lugar, procede señalar que el error cometido por la Comisión, mencionado en el apartado 92 supra, únicamente afecta al considerando 121 de la Decisión impugnada. En cambio, la demandante no ha demostrado que los demás considerandos de dicha

Decisión, sobre cuya base la Comisión rechazó todos los demás argumentos presentados por la demandante para destruir la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, estén viciados por errores, como se desprende de los apartados 93 a 110 supra.

- 115 En segundo lugar, como se ha señalado en el apartado 85 supra, el hecho de que no se haya alcanzado el umbral de volumen de negocios de la Unión en cada uno de los tres últimos ejercicios no basta, por sí solo, para cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA. Ahora bien, ninguno de los demás elementos invocados por la demandante ha prosperado.
- 116 En tercer lugar, todos los demás elementos contenidos en la Decisión impugnada y tenidos en cuenta por la Comisión para concluir que ByteDance tenía un potencial significativo para monetizar a sus usuarios en la Unión en un futuro próximo siguen siendo válidos, a pesar de su volumen de negocios en la Unión que, aunque no alcanzó el umbral establecido en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA, no ha dejado de aumentar, como se indica en los apartados 84 y 107 anteriores (véase también el considerando 98 de la Decisión impugnada), lo que la demandante no discute. En efecto, de los considerandos 121, 123 y 124 de dicha Decisión se desprende que el valor justo de mercado de ByteDance era «significativamente superior» al umbral de 75 000 millones EUR, que el número de usuarios finales y de usuarios profesionales en la Unión siguió aumentando en los tres últimos ejercicios financieros, superando con creces los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA (véase el apartado 107 supra) y que, en vista de estas circunstancias, la Comisión concluyó que los argumentos de la demandante no podían refutar el potencial significativo de ByteDance para monetizar a sus usuarios en la Unión en un futuro próximo.
- 117 En estas circunstancias, el error cometido por la Comisión, mencionado en el apartado 92 supra, no pudo tener un efecto decisivo en la conclusión de la Comisión de que los argumentos presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), de la DMA no estaban suficientemente fundamentados como para cuestionar manifiestamente dicha presunción y, por tanto, no tiene incidencia en la legalidad de la Decisión impugnada.
- 118 Por consiguiente, debe desestimarse por infundada la segunda parte del primer motivo.

5. La refutación de la presunción de que TikTok era una puerta de entrada importante (primer motivo, tercera parte)

- 119 La demandante alega que, en los considerandos 125 a 154 de la Decisión impugnada, la Comisión infringió el artículo 3, apartado 1, letra b), y el artículo 3, apartado 5, de la DMA al rechazar sus argumentos destinados a demostrar que TikTok no era una puerta de entrada importante.
- 120 La presente parte del motivo se divide en cuatro alegaciones, en las que se alega, en esencia, que (i) a diferencia de otras empresas que operan en el sector digital, ByteDance no dispone de un ecosistema y no se beneficia de efectos de red significativos; (ii) una proporción significativa de usuarios de TikTok son «multi-home», es decir, que utilizan, además de TikTok, una o varias plataformas más, de modo que no se producen efectos de encadenamiento significativos; (iii) la escala de TikTok es menor que la de algunos otros servicios de redes sociales en línea, como Facebook e Instagram, y (iv) el nivel de participación de los anunciantes y usuarios profesionales registrados en la plataforma TikTok es mínimo. En su opinión, estos factores demuestran que TikTok no era una puerta de entrada importante en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), de la DMA.

a) La supuesta falta de un ecosistema y de efectos de red significativos

(1) Argumentos de las partes

- 121 La demandante alega, en esencia, que, a diferencia de otras empresas que operan en el sector digital, ByteDance no dispone de un ecosistema y no se beneficia de efectos de red significativos, lo que, en su opinión, pone en entredicho la presunción de que TikTok es una puerta de entrada importante. En los considerandos 127 a 133 de la Decisión impugnada, la Comisión desestimó erróneamente sus argumentos.

122 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante, reiterando, en esencia, los motivos expuestos en los considerandos 127 a 133 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se expone a continuación.

(2) *Decisión impugnada*

123 En los considerandos 127 a 129 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló que el argumento de la demandante de que, a diferencia de otras empresas como Meta y Alphabet, ByteDance no disponía de un ecosistema, se refería a la capacidad de dichas empresas para vender publicidad en línea gracias a sus ecosistemas, y rechazó dicho argumento por irrelevante debido a que el CPS en cuestión era un servicio de red social en línea y no un servicio de publicidad en línea, estableciéndose una distinción entre estas dos categorías de CPS en la DMA.

124 En cualquier caso, la Comisión consideró que la argumentación de la demandante no podía poner manifiestamente en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3(2)(b) de la DMA por las razones siguientes.

125 En primer lugar, en los considerandos 130 y 131 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló que no había nada en la DMA que sugiriera que la existencia de un ecosistema fuera un requisito previo absoluto para que un CPS fuera considerado una puerta de entrada importante y precisó que el concepto de «ecosistema» comprendía distintos modelos de negocio, de modo que cada ecosistema debía evaluarse caso por caso. Además, señaló que podía haber más de un guardián de acceso en una categoría específica de CPS y que no había nada en la DMA que sugiriera que el mero hecho de que ciertos guardianes de acceso fueran capaces de monetizar un servicio mejor que otros significara que estos últimos ya no serían una puerta de entrada importante en esa categoría de CPS.

126 En segundo lugar, en el considerando 132 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que ByteDance explotaba su propio ecosistema, compuesto por servicios de edición de vídeo, software empresarial, publicidad, noticias y aplicaciones sanitarias muy populares, teniendo en cuenta que, según la Comisión, algunos de los servicios prestados por ByteDance, como su aplicación de edición de vídeo CapCut, tuvieron mucho éxito en la Unión Europea.

127 En tercer lugar, y en cualquier caso, la Comisión señaló, en el considerando 133 de la Decisión impugnada, que el número de usuarios finales de TikTok había aumentado de [>45] millones en 2020 a 125 millones en 2022, y que TikTok ya había alcanzado la mitad del tamaño de Facebook e Instagram, a pesar de no tener un ecosistema del tamaño del de Meta.

(3) *Conclusiones del Tribunal*

128 La DMA no contiene una definición del término «ecosistema». No obstante, el sentido de dicho concepto se desprende de los considerandos 3, 32 y 64 de la DMA, de los que se desprende, en esencia, que un ecosistema de plataforma digital puede estar formado por uno o varios CPS y otros servicios conectados a ellos, por ejemplo mediante enlaces tecnológicos o interoperabilidad, lo que puede agravar las barreras de entrada para los competidores de dichas empresas y aumentar el coste del cambio de proveedor para los usuarios finales, haciendo más difícil para los operadores existentes o nuevos del mercado competir con dichas empresas o disputarles su posición.

129 En consecuencia, existe un «ecosistema» digital en el que varias categorías de proveedores, clientes y consumidores se reúnen e interactúan dentro de una plataforma, y en el que los productos o servicios que componen ese ecosistema pueden superponerse o estar conectados entre sí en términos de su complementariedad horizontal o vertical.

130 Del considerando 3 de la DMA se desprende que una de las características de ciertos guardianes de acceso es precisamente el hecho de que ejercen control sobre ecosistemas de plataformas enteros en la economía digital.

131 De ello se desprende que disponer de un ecosistema de plataforma digital puede constituir un factor relevante a efectos de evaluar si la empresa en cuestión es un guardián de acceso y si, más concretamente, el CPS en cuestión es una puerta de entrada importante.

- 132 No obstante, es preciso señalar, como hizo la Comisión en el considerando 130 de la Decisión impugnada, que la existencia de un ecosistema es una de las características típicas de «algunos» guardianes de acceso a los que se hace referencia en los considerandos 2 y 3 de la DMA. Del mismo modo, ninguna disposición o considerando de la DMA sugiere que, para ser designada como guardián de acceso, una empresa deba controlar necesariamente un ecosistema de plataforma. Por el contrario, al prever que «un [CPS]» puede ser una puerta de acceso importante, el artículo 3, apartado 1, letra b), de la DMA implica que un CPS puede, por sí solo, ser una puerta de acceso de este tipo sin formar necesariamente parte de un ecosistema.
- 133 Por consiguiente, el hecho de que un CPS no sea parte de un ecosistema no es suficiente para demostrar que ese CPS no es una puerta de entrada importante.
- 134 Asimismo, conviene precisar que los elementos que permiten apreciar si el SPC de que se trate constituye una puerta de entrada importante son las ventajas o desventajas asociadas a la existencia o ausencia de un ecosistema, y no la mera existencia o ausencia de un ecosistema como tal. Como señaló acertadamente la Comisión en el considerando 130 de la Decisión impugnada, el propio concepto de «ecosistema» comprende distintos modelos de negocio. Por tanto, cada ecosistema debe examinarse caso por caso, teniendo en cuenta las ventajas o la falta de ventajas que se derivan de tal modelo de negocio, en particular en lo que respecta a la impugnabilidad.

Hechas estas precisiones, procede examinar, en primer lugar, si la demandante ha fundamentado suficientemente su afirmación de que ByteDance no dispone de un ecosistema .

- 136 Todas las alegaciones de la demandante relativas a los considerandos 127 a 133 de la Decisión impugnada se basan en la premisa de que ByteDance no dispone de un ecosistema. Por tanto, la demandante rebate la conclusión de la Comisión, recogida en el considerando 132 de dicha Decisión, según la cual ByteDance dispone efectivamente de un ecosistema, compuesto por servicios de edición de vídeo, programas informáticos empresariales, publicidad, noticias y aplicaciones sanitarias muy populares, entre los que se encuentra, en particular, CapCut, alegando que esta conclusión es incorrecta y que, en cualquier caso, la Comisión no motivó suficientemente su conclusión sobre este punto.
- 137 La Comisión sostiene, en particular, que la demandante no fundamentó, durante el procedimiento administrativo, su afirmación de que ByteDance no dispone de un ecosistema.
- 138 A este respecto, procede recordar, en primer lugar, que la carga de la prueba para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA recae en la empresa interesada, como se ha señalado en el apartado 59 supra.
- 139 Por consiguiente, correspondía a la demandante fundamentar de modo suficiente en Derecho su alegación de que ByteDance no disponía de un ecosistema y especificar el efecto de dicha circunstancia sobre la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 140 Interrogada en el marco de una diligencia de ordenación del procedimiento a este respecto, la demandante respondió que, durante el procedimiento administrativo, fundamentó su alegación de que ByteDance no disponía de un ecosistema haciendo referencia a determinados documentos que había presentado durante dicho procedimiento.
- 141 Sin embargo, en los documentos en cuestión, la demandante se limitó, en esencia, a afirmar que, a diferencia de algunos competidores, en particular Meta y Alphabet, ByteDance no disponía de un ecosistema, sin aportar, no obstante, pruebas fundadas que permitieran sostener que los distintos servicios digitales que ByteDance prestaba en la Unión no formaban parte de un ecosistema a la luz de los criterios mencionados en los apartados 128 y 129 supra.
- 142 Es cierto que, para destruir una presunción, no se puede exigir a la empresa de que se trate que adopte medidas excesivas o poco realistas (véase, en este sentido y por analogía, la sentencia de 21 de enero de 2016, *Eturas y otros*, C-74/14, EU:C:2016:42, apartado 41).
- 143 Sin embargo, la exigencia de fundamentar su alegación de que ByteDance no dispone de un ecosistema no equivale a imponer a la demandante medidas excesivas o poco realistas, ya que ésta tenía plena libertad para explicar qué servicios digitales prestaba ByteDance en la Unión y describir la relación entre ellos a la luz de los criterios mencionados en los apartados 128 y 129

supra, máxime cuando, como proveedor de dichos servicios, estaba en la mejor posición para hacerlo.

- 144 De ello se desprende claramente, como señala acertadamente la Comisión en el presente procedimiento, que la demandante, sobre la que recae la carga de la prueba, no ha fundamentado su alegación de que ByteDance no disponía de un ecosistema del que TikTok formara parte.
- 145 Por consiguiente, dado que la demandante no ha conseguido demostrar la premisa en la que se basa su argumentación relativa a los considerandos 127 a 133 de la Decisión impugnada, dicha argumentación debe desestimarse por inoperante, sin que sea necesario examinar si el considerando 132 de la Decisión impugnada está suficientemente motivado.
- 146 En segundo lugar, y en cualquier caso, incluso si ByteDance no dispone de un ecosistema, como alega la demandante, la conclusión de la Comisión sigue siendo válida.
- 147 Es cierto que, como sostiene la demandante, las consideraciones que figuran en los considerandos 127 a 129 de la Decisión impugnada no dan respuesta completa a las alegaciones que había formulado en la notificación. De dicha notificación se desprende que había mencionado varias ventajas asociadas a la existencia de un ecosistema, una de las cuales se refería a la venta de publicidad en línea. De ello se deduce que la alegación de la demandante basada en la supuesta falta de ecosistema no se limitaba a las ventajas asociadas a la venta de publicidad en línea, contrariamente a lo que la Comisión declaró en el considerando 127 de dicha Decisión. Por tanto, las consideraciones que figuran en los considerandos 127 a 129 de la Decisión impugnada se basan en una interpretación incompleta de las alegaciones de la demandante.
- 148 Sin embargo, como señaló la Comisión en el considerando 133 de la Decisión impugnada sin que la demandante lo negara, a pesar de la falta de un ecosistema o, al menos, de un ecosistema comparable al de Meta, TikTok vio aumentar su número de usuarios finales de >45 millones en 2020 a 125 millones en 2022, alcanzando así la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram, según los datos de que dispone la Comisión.
- 149 De manera similar, en el considerando 126 de la Decisión impugnada, la Comisión observó que, en términos de escala absoluta, en 2022, TikTok superó significativamente los umbrales de usuarios establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, con más de >10 000 usuarios comerciales y 125 millones de usuarios finales.
- 150 De ello se desprende que TikTok, que no se lanzó en la Unión Europea, en su versión actual, hasta agosto de 2018, logró, en poco tiempo, atraer a un número muy elevado de usuarios finales, de modo que, en 2022, ese número era casi tres veces superior al umbral previsto en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, así como un número muy elevado de usuarios profesionales, es decir, más de >10 000 en 2022, superando así con creces el umbral de 10 000 usuarios profesionales previsto en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, y alcanzó la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram en un período de tiempo limitado.
- 151 Esto tiende a demostrar que la supuesta falta de un ecosistema de ninguna manera impidió que TikTok creciera en términos absolutos y relativos, al seguir una tendencia ascendente exponencial en términos de número de usuarios.
- 152 En tercer lugar, contrariamente a lo que sostiene la demandante, la falta de un ecosistema no significa en modo alguno que el CPS controvertido no tenga efectos de red significativos.
- 153 Los efectos de red se producen cuando el valor de un producto o servicio aumenta a medida que más personas lo utilizan. En consecuencia, las redes sociales en línea generan fuertes efectos de red y ventajas basadas en datos cuando, gradualmente, aumenta su número de usuarios, ya que cuantos más usuarios haya, más útil será la red para esos usuarios y más aumentará su valor para ellos, lo que, a su vez, atraerá a más usuarios. Además, cuanto mayor sea el número de usuarios finales de una red social en línea, más usuarios comerciales se sentirán atraídos por esa red (véase, en este sentido, el documento de trabajo de los servicios de la Comisión de 15 de diciembre de 2020, titulado «Informe de evaluación de impacto que acompaña al documento Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital (Ley de Mercados Digitales)» [SWD(2020) 363 final, puntos 130 y 386]). Por tanto, una plataforma de redes sociales en línea puede generar importantes efectos de red por sí sola, incluso cuando no forme parte de un ecosistema. No hay nada en la DMA que sugiera que un SPC pueda producir efectos de red significativos sólo si forma

parte de un ecosistema. Por el contrario, de los considerandos 2 y 13 de la DMA se desprende que los efectos de red significativos son una característica de los SPC que es distinta de la relacionada con la existencia de integración vertical.

- 154 Sin embargo, la demandante no presenta ningún argumento independiente que permita afirmar que TikTok carece de efectos de red significativos. Su argumentación se basa en la premisa de que la supuesta falta de un ecosistema conduce a la ausencia de efectos de red significativos. Sin embargo, como se ha demostrado en los apartados 152 y 153 supra, esta premisa es incorrecta.
- 155 A este respecto, la demandante se limita a mencionar en la demanda, sin aportar más detalles, «la ausencia en TikTok de efectos de red asociados al gráfico social que caracteriza a las redes sociales *reales* como Facebook o Instagram». Este argumento no es suficientemente claro.
- 156 Además, en la medida en que dicha argumentación parece basarse en una distinción entre un «gráfico social» y un «gráfico de contenido», basta con señalar, como indicó la Comisión en el considerando 57 de la Decisión impugnada, sin que la demandante lo haya cuestionado, que la DMA no se refiere a dichos conceptos y que no existen límites claros entre ellos.
- 157 Asimismo, la demandante no explica por qué el hecho de que TikTok no se base en un «gráfico social» debe implicar necesariamente que no tenga efectos de red significativos. Por el contrario, los datos mencionados en los apartados 33 y 107 supra tienden más bien a demostrar lo contrario.
- 158 En cualquier caso, como se desprende de los considerandos 38 a 66 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que TikTok era un servicio de redes sociales en línea, en el sentido del artículo 2, punto 7, de la DMA, y no un servicio de plataforma de intercambio de vídeos, en el sentido del artículo 2, punto 8, de la DMA. La demandante no ha cuestionado esta clasificación en el marco del presente recurso. Mediante su argumentación mencionada en el apartado 155 anterior, cuestiona en realidad dicha clasificación sin demostrar, no obstante, que las consideraciones expuestas en los considerandos 38 a 66 de dicha Decisión sean erróneas.
- 159 En cuarto lugar, la demandante alega que lo que importa a efectos de la designación de ByteDance como guardián no es el número de usuarios de TikTok, sino la cuestión de si esos usuarios están bloqueados como resultado, en particular, de la existencia de un ecosistema o de efectos de red, o de otra manera.
- 160 Sin embargo, la supuesta falta de ecosistema no significa en sí misma que los usuarios de TikTok no estén atrapados (véase el apartado 179 infra) o que TikTok no tenga efectos de red significativos (véanse los apartados 152 a 157 supra); la demandante no ha aportado ninguna prueba fundada que sustente una conclusión en contrario. En consecuencia, la demandante no consigue demostrar que los usuarios de TikTok no estén atrapados como consecuencia de la falta de un ecosistema o de efectos de red significativos.
- 161 Por tanto, aunque ByteDance no dispusiera de un ecosistema, esa circunstancia no significa por sí sola, y a la luz de lo anterior, que TikTok no fuera una pasarela importante en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), de la DMA, de modo que la Comisión podía concluir, sin cometer ningún error, que esa argumentación no podía poner manifiestamente en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 162 En consecuencia, procede desestimar por infundada la primera alegación de la tercera parte del primer motivo.

(b) La existencia de multihoming y la supuesta ausencia de efectos de lock-in

(1) Argumentos de las partes

- 163 La demandante alega, en esencia, que una proporción significativa de usuarios de TikTok tienen múltiples hogares, lo que demuestra que no existen efectos de dependencia significativos y que los usuarios profesionales de TikTok no dependen de TikTok para llegar a sus usuarios finales. Además, el hecho de que TikTok invierta en interoperabilidad y fomente el multihogar demuestra que TikTok no es un guardián.

- 164 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante, reiterando, en esencia, los motivos expuestos en los considerandos 134 a 142 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se expone a continuación.

(2) *Decisión impugnada*

- 165 En el considerando 134 de la Decisión impugnada, la Comisión reconoció la existencia de un cierto grado de multihoming por parte de los usuarios finales y los usuarios profesionales en relación con TikTok y otras redes sociales en línea. Sin embargo, consideró que este hecho no era suficiente para cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA por las razones que se exponen a continuación.
- 166 En primer lugar, en los considerandos 135 y 136 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó, en esencia, que, si bien la ausencia de multi-homing puede ser un elemento pertinente para evaluar si un CPS constituye una puerta de entrada importante, la existencia de cierto grado de multi-homing no era en sí misma una indicación de que un CPS no fuera una puerta de entrada de ese tipo y no significaba que la disputabilidad del mercado no estuviera limitada o que no pudiera haber prácticas desleales.
- 167 En segundo lugar, en los considerandos 137 a 139 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró, en esencia, que el hecho de que los usuarios profesionales y los usuarios finales utilicen de forma paralela diferentes servicios ofrecidos por las redes sociales en línea no implica un uso igual de dichos servicios, puesto que dichos usuarios pueden utilizarlos de forma asimétrica. En cualquier caso, incluso si determinados usuarios finales o usuarios profesionales tuvieran una actividad similar en distintas redes sociales en línea –cosa que la demandante no ha demostrado–, ello no significa que un servicio de red social en línea específico no sea una puerta de entrada importante que permita a los usuarios profesionales llegar a sus usuarios finales, por ejemplo, determinados grupos demográficos de usuarios finales.
- 168 En tercer lugar, en el considerando 140 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló, en esencia, que la comparación entre los gastos publicitarios de los usuarios profesionales en las plataformas TikTok, Meta y Alphabet, presentada por la demandante, no podía poner manifiestamente en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 169 En cuarto lugar, en el considerando 141 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que el valor probatorio de las cifras aportadas por la demandante para demostrar que la mayoría de los usuarios de TikTok también utilizan Instagram y Facebook era limitado, puesto que Instagram y Facebook contaban con un mayor número de usuarios finales y habían estado activos en la Unión antes que TikTok, de modo que, estadísticamente, cabía esperar que un gran número de usuarios de Facebook e Instagram también utilizaran TikTok. Además, en su opinión, dichas cifras no reflejaban la intensidad de uso de las distintas redes sociales en línea, teniendo en cuenta que TikTok tenía una tasa de interacción más elevada que otras redes sociales, en el sentido de que esos usuarios finales pasaban más tiempo en TikTok que en otras plataformas, lo que sucedía especialmente en el caso de los usuarios jóvenes.
- 170 Por último, en el considerando 142 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló, en esencia, que el argumento de la demandante de que TikTok, en su calidad de competidor, invierte en la interoperabilidad y en la facilitación del multihoming se formuló en apoyo de la línea argumental de la demandante relativa al multihoming en general y, por tanto, debía rechazarse por las mismas razones que las expuestas en los considerandos 134 a 141 de dicha Decisión.

(3) *Conclusiones del Tribunal*

- 171 Es preciso señalar que, en el contexto de los servicios digitales en general y de las plataformas en línea en particular, el concepto de «multi-homing» describe la situación en la que los usuarios utilizan en paralelo varios servicios digitales que compiten entre sí; en el presente caso, se trata de servicios de redes sociales en línea.
- 172 Del considerando 2 de la DMA se desprende que los CPS se diferencian de los demás servicios digitales por determinadas características que permiten a las empresas que los ofrecen explotarlos, como sus economías de escala extremas, que a menudo resultan de unos costes marginales casi nulos para añadir usuarios profesionales o usuarios finales, sus fortísimos efectos de red, su capacidad para conectar a muchos usuarios profesionales con muchos usuarios finales gracias a su multilateralidad, un grado significativo de dependencia tanto de los usuarios

profesionales como de los usuarios finales, los efectos de bloqueo, la falta de multihoming para el mismo fin por parte de los usuarios finales, la integración vertical y las ventajas basadas en datos.

- 173 El considerando 13 de la LDM explica que la escasa disputabilidad y las prácticas desleales en el sector digital son más frecuentes y pronunciadas en el caso de determinados servicios digitales que en el de otros y que este es el caso, en particular, de los servicios digitales generalizados y de uso común que, en su mayoría, intermedian directamente entre los usuarios profesionales y los usuarios finales y que se caracterizan principalmente por factores como los mencionados en el apartado 172 anterior.
- 174 De ello se desprende que la ausencia de multihoming y la existencia de efectos de lock-in son factores relevantes, entre otros, capaces de caracterizar a un gatekeeper que proporciona un CPS que es una puerta de enlace importante.
- En estas circunstancias, es preciso señalar, en primer lugar, que los factores enumerados a modo de ejemplo en los considerandos 2 y 13 de la DMA no constituyen condiciones *sine qua non* para que un CPS sea considerado una puerta de entrada importante.
- 176 En segundo lugar, cuando la empresa interesada presenta argumentos relativos a los factores enumerados a modo de ejemplo en los considerandos 2 y 13 de la DMA, se deben tener en cuenta, de conformidad con el artículo 3, apartado 5, de la DMA, las circunstancias en las que opera el CPS pertinente.
- 177 En consecuencia, la existencia o ausencia de efectos multi-homing o lock-in no debe examinarse en abstracto, sino en relación con las circunstancias en las que opera el CPS pertinente.
- 178 Además, deben tenerse en cuenta las características específicas y concretas del multihoming de que se trata. Como se desprende del considerando 137 de la Decisión impugnada, que no ha sido cuestionado por la demandante, el mero hecho de que los usuarios de una plataforma de redes sociales en línea utilicen otras plataformas de redes sociales en línea en paralelo no significa que esas diferentes plataformas tengan la misma importancia para ellos. Por consiguiente, como se desprende, en esencia, de los considerandos 138, 139 y 141 de dicha Decisión, la intensidad de ese uso, es decir, el tiempo que un usuario pasa interactuando en esa plataforma, y la importancia de esa plataforma para determinadas categorías de usuarios, pueden constituir, entre otros factores, y en su caso, factores pertinentes para apreciar si la existencia de un determinado grado de multihoming puede poner manifiestamente en entredicho la presunción de que la CPS de que se trate es una puerta de entrada importante.
- 179 Es importante señalar, además, que los efectos de encadenamiento que una plataforma de redes sociales en línea puede tener sobre sus usuarios es un factor distinto del relativo a la existencia o no de multihoming, como se desprende de los considerandos 2 y 13 de la Decisión impugnada. Tales efectos pueden producirse incluso en presencia de multihoming, en función, por ejemplo, de los importantes efectos de red generados por la plataforma en cuestión, de la intensidad de uso de una determinada plataforma de redes sociales en línea, del mayor compromiso de determinadas categorías de usuarios con dicha plataforma o del sesgo comportamental que puedan mostrar determinados grupos de usuarios con respecto a dicha plataforma, a la que pueden estar especialmente apegados. Además, incluso en presencia de multihoming, algunos usuarios pueden tener que hacer frente a costes de cambio cuando trasladan el foco de sus actividades de una plataforma a otra, como los relacionados con la adaptación de su contenido al formato y al algoritmo de las distintas plataformas, como señaló acertadamente la Comisión en los considerandos 136 a 139 de la Decisión impugnada.
- 180 De ello se desprende que, si bien la existencia o ausencia de efectos multi-homing y de lock-in pueden constituir, según los casos, elementos relevantes para apreciar si la presunción de que el CPS de que se trate es una puerta de entrada importante puede ponerse manifiestamente en tela de juicio, es necesario tener en cuenta las características específicas y concretas de ese multi-homing y de los efectos lock-in tal como surgen en las circunstancias en las que opera el CPS de que se trate.
- 181 Es a la luz de lo anterior que deben examinarse los argumentos del demandante.
- 182 En primer lugar, de los apartados 174 a 177 supra se desprende que la Comisión señaló acertadamente, en los considerandos 135 y 136 de la Decisión impugnada, que, aunque la falta de multihoming puede ser un elemento pertinente para apreciar si un CPS constituye una puerta de

entrada importante, la existencia de un cierto grado de multihoming no es en sí misma una indicación de que un CPS no sea una puerta de entrada importante. Por consiguiente, la pertinencia de este factor, como elemento que debe tomarse en consideración a efectos de determinar si un CPS es una puerta de entrada de este tipo, puede variar en función de las diferentes categorías de CPS.

- 183 A este respecto, como explicó la Comisión en su respuesta a una diligencia de ordenación del procedimiento –sin que la demandante lo haya cuestionado–, en el caso de determinadas categorías de CPS, como los servicios de redes sociales en línea, el multihoming es una práctica habitual. Si la mera existencia del multihoming fuera de especial importancia para determinar si una red social en línea es una puerta de entrada importante, la consecuencia sería que ningún servicio de redes sociales en línea, o prácticamente ningún servicio de redes sociales en línea, sería considerado una puerta de entrada de ese tipo, circunstancia que sería contraria al tenor literal y a la *ratio legis* de la DMA, que incluye los servicios de redes sociales en línea entre los CPS contemplados en el artículo 2, punto 2, letra c), de la DMA.
- 184 La prevalencia del multihoming entre los usuarios de redes sociales en línea queda ilustrada por los datos aportados por la propia demandante. De ellos se desprende que todas las redes sociales en línea a las que se refiere presentan un elevado grado de multihoming, en la medida en que más del 65 % de los usuarios finales de dichas redes utilizan otras dos plataformas en paralelo.
- 185 Por consiguiente, habida cuenta de las características del CPS en cuestión, la mera existencia de multi-homing, incluso en un grado significativo, no es en sí suficiente para poner manifiestamente en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3(2)(b) de la DMA.
- 186 En segundo lugar, y como se desprende del apartado 178 supra, las apreciaciones de la Comisión, expuestas en los considerandos 137 a 139 de la Decisión impugnada, según las cuales, en esencia, el uso paralelo de varios servicios de redes sociales en línea no implica un uso igual, dado que los usuarios con presencia en más de una red social pueden utilizarlos de forma asimétrica, no están viciadas de error.
- 187 Además, como señala la Comisión en el considerando 138 de la Decisión impugnada, el hecho de que la mayoría de los creadores de contenidos en TikTok tengan varios hogares no da ninguna indicación de la relevancia de cada plataforma, ya que esos creadores de contenidos pueden, por ejemplo, ser mayoritariamente activos en TikTok y utilizar otras plataformas solo de forma limitada. Por tanto, la Comisión acertó al considerar que, dado que los creadores de contenidos tienen un incentivo para aumentar su exposición a una audiencia lo más amplia posible, el hecho de que tengan varios hogares no es sorprendente. Del mismo modo, señaló acertadamente que, en la medida en que determinados creadores de contenidos centran la mayor parte de sus actividades en una plataforma determinada, pueden enfrentarse a costes de cambio si deciden trasladar el foco de sus actividades a otra plataforma, como los costes asociados a la creación de una audiencia o a la adaptación de su contenido al formato y al algoritmo de diferentes plataformas.
- 188 Por último, como se desprende de los considerandos 139 y 141 de la Decisión impugnada, en esencia, incluso si algunos usuarios fueran igualmente activos en varias redes sociales en línea, un servicio específico de redes sociales en línea podría seguir siendo una puerta de entrada importante para que los usuarios comerciales lleguen, entre otros, a un determinado grupo demográfico de usuarios finales, como los usuarios finales más jóvenes.
- 189 Es preciso señalar que los argumentos y pruebas presentados por la demandante –sobre los que recae la carga de la prueba– durante el procedimiento administrativo se referían únicamente a la existencia del multi-homing en general, y no a la intensidad de uso de las distintas plataformas de redes sociales en línea.
- 190 En el marco del presente recurso, la demandante se limita a afirmar, además, que la Comisión debería haber tenido en cuenta el hecho de que la intensidad de uso de TikTok «como red social» es prácticamente inexistente porque el objetivo principal de dicha plataforma es ofrecer servicios de intercambio de vídeos.
- 191 Ese argumento no puede prosperar.
- 192 En primer lugar, mediante su argumentación mencionada en el apartado 190 supra, la demandante cuestiona en realidad la clasificación de TikTok como servicio de red social en línea, sin demostrar

no obstante que las consideraciones formuladas en los considerandos 38 a 66 de la Decisión impugnada sean erróneas.

- 193 En segundo lugar, de conformidad con el artículo 2, punto 7, de la DMA, el concepto de «servicio de red social en línea» se define como una plataforma que permite a los usuarios finales conectarse y comunicarse entre sí, compartir contenidos y descubrir a otros usuarios y contenidos a través de múltiples dispositivos y, en particular, mediante chats, publicaciones, vídeos y recomendaciones. De ello se desprende que una de las funciones esenciales de una red social en línea es la de permitir compartir y descubrir contenidos, en particular vídeos. Así pues, la información relativa al intercambio y descubrimiento de vídeos en TikTok es totalmente pertinente para evaluar la intensidad de uso de dicha plataforma por parte de los usuarios finales.
- 194 Por consiguiente, procede concluir que las apreciaciones de la Comisión contenidas en los considerandos 137 a 139 de la Decisión impugnada no adolecen de error.
- 195 En tercer lugar, la Comisión afirmó acertadamente, en el considerando 141 de la Decisión impugnada, que el valor probatorio de las cifras aportadas por la demandante que demostraban que la mayoría de los usuarios de TikTok también utilizan Instagram y Facebook era limitado.
- 196 A este respecto, la demandante aporta datos según los cuales aproximadamente el 82 % y el 77 % de los usuarios finales de TikTok también utilizan Instagram y Facebook, respectivamente, mientras que el 38 % de los usuarios finales de Facebook y el 48 % de los usuarios finales de Instagram también utilizan TikTok. Observa que la naturaleza asimétrica del multihoming muestra que, a diferencia de las «verdaderas redes sociales» como Facebook o Instagram, TikTok no se beneficia de los efectos de red ni de los efectos de bloqueo.
- 197 Sin embargo, en primer lugar, y como se ha señalado en el apartado 184 supra, los datos aportados por la demandante muestran unos elevados grados de multihoming entre todas las plataformas mencionadas, en la medida en que más del 65 % de los usuarios finales de dichas plataformas utilizan otras dos plataformas en paralelo.
- 198 En segundo lugar, y como se explica en el considerando 141 de la Decisión impugnada, el carácter asimétrico del multihoming, en lo que respecta a los usuarios de TikTok, se explica por el contexto económico e histórico en el que operan las redes sociales en línea en la Unión. Es un hecho que Facebook e Instagram ya estaban activos en la Unión mucho antes de TikTok y que la primera ya contaba con una amplia base de usuarios en la Unión antes de que TikTok se lanzara al mercado interior. En estas circunstancias, era de esperar que una gran proporción de los usuarios de TikTok ya utilizasen Facebook e Instagram antes del lanzamiento de TikTok y que siguieran haciéndolo, en paralelo, después.
- 199 Además, como señaló la Comisión en el considerando 141 de la Decisión impugnada, sin que la demandante lo haya cuestionado, las cifras presentadas por esta no reflejan la intensidad de uso de las distintas redes sociales en línea, en particular porque, como también observó la Comisión en ese contexto, TikTok disfruta de una tasa de interacción más alta que otras redes sociales, ya que los usuarios finales, en particular los jóvenes, pasan más tiempo en TikTok que en otras redes sociales.
- 200 En cualquier caso, la demandante no ha demostrado que la naturaleza asimétrica del multi-homing practicado por los usuarios de TikTok, por una parte, y los de Facebook e Instagram, por otra, no se debiera al contexto económico e histórico en el que operan las redes sociales en línea en la Unión (véase el apartado 198 supra), sino a la ausencia de efectos de red y de efectos de bloqueo en TikTok.
- 201 En primer lugar, como se ha señalado en los apartados 152 a 157 supra, la demandante no ha aportado ninguna prueba fundada que respalde la conclusión de que TikTok carecía de efectos de red significativos.
- 202 En segundo lugar, la demandante no presenta ningún argumento independiente relativo a la supuesta ausencia de efectos de bloqueo asociados a TikTok. Su argumentación se basa en la premisa de que la existencia de un grado significativo de multihoming demuestra por sí misma la ausencia de efectos de bloqueo. Sin embargo, por las razones expuestas en el apartado 179 supra, esta premisa es incorrecta.

- 203 Del mismo modo, la referencia al hecho de que TikTok no funciona sobre la base de un «gráfico social» no puede prosperar por las razones expuestas en los apartados 155 a 157 supra.
- 204 En cuarto lugar, la demandante alega que ByteDance ha puesto en marcha en TikTok varias herramientas para permitir a sus usuarios repostear y publicar de forma cruzada contenidos en otras plataformas y vincular sus cuentas en otras plataformas a sus cuentas de TikTok. En su opinión, el hecho de que haya fomentado el multihoming demuestra que se trata de un competidor que busca atraer a más usuarios y que no es un guardián con un CPS que es una puerta de entrada importante.
- 205 En la Decisión impugnada, la Comisión rechazó acertadamente, en el considerando 142, dicho argumento por las mismas razones que justificaban el rechazo de sus argumentos relativos a la existencia del multi-homing.
- 206 La creación de estas herramientas se explica, en particular, por el hecho de que TikTok no se lanzó en la Unión, en su versión actual, hasta agosto de 2018 y que, por tanto, pretendía atraer a más usuarios que ya utilizaban otras plataformas. Además, como confirmó la demandante en la vista, otros servicios de redes sociales en línea también permiten a sus usuarios hacer repost y cross-post en plataformas competidoras.
- 207 En estas circunstancias, el hecho de que ByteDance permita a los usuarios de TikTok volver a publicar y publicar contenido en otras plataformas y conectar sus cuentas en otras plataformas con sus cuentas de TikTok es insuficiente para poner manifiestamente en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 208 En quinto lugar, la demandante sostiene que sus alegaciones demuestran, en general, que los usuarios profesionales de TikTok no «dependen» de dicha plataforma para llegar a sus usuarios finales, puesto que disponen de medios alternativos para hacerlo, como lo confirma el hecho de que un gran número de esos usuarios tienen varios hogares. En su opinión, esto significa que TikTok no es una puerta de entrada importante en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), de la DMA.
- 209 A este respecto, del considerando 20 de la DMA se desprende, en esencia, que, en principio, debe considerarse que una empresa proporciona un CPS que constituye una puerta de entrada importante cuando dicho CPS tiene un número muy elevado de usuarios comerciales que dependen de dicho CPS para llegar a un número muy elevado de usuarios finales, puesto que ese hecho permite a la empresa que proporciona dicho CPS influir en las operaciones de una parte sustancial de esos usuarios comerciales en su beneficio.
- 210 Sin embargo, para considerar que los usuarios profesionales de un CPS «dependen» de él para llegar a sus usuarios finales, no es necesario que ese CPS sea el único canal a través del cual esas empresas pueden llegar a esos usuarios. Es suficiente con que sea un canal importante a tal efecto, al que esos usuarios profesionales sólo pueden acceder si tienen una cuenta en ese CPS.
- 211 Así sucede precisamente en el presente caso. En primer lugar, no se discute que TikTok tenga un número muy elevado de usuarios profesionales y usuarios finales. En segundo lugar, tampoco se discute, como confirmó la demandante en la vista, que un usuario profesional de TikTok solo puede acceder a sus usuarios finales si él mismo está registrado en TikTok. Por tanto, en particular, ese usuario profesional no puede acceder a esos usuarios finales desde su cuenta registrada en otra plataforma.
- 212 En consecuencia, debe rechazarse el argumento de la demandante basado en la falta de «dependencia» de los usuarios comerciales de TikTok para llegar a los usuarios finales de dicha plataforma.
- 213 Por último, la argumentación de la demandante relativa al gasto publicitario de los anunciantes en TikTok en comparación con el de los anunciantes en las plataformas Alphabet y Meta, a la que la Comisión respondió en el considerando 140 de la Decisión impugnada, se superpone con sus argumentaciones sobre la supuesta participación mínima de los anunciantes en la plataforma TikTok, que se evaluaron en una parte separada de la Decisión impugnada y, por tanto, se examinarán en los apartados 248 a 285 siguientes.

214 De ello se desprende que la Comisión no cometió un error al rechazar los argumentos y las pruebas de la demandante relativos a la existencia de multi-homing y a la supuesta ausencia de efectos de lock-in por considerar que no estaban suficientemente fundamentados como para poner manifiestamente en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.

215 Por consiguiente, procede desestimar por infundada la segunda imputación de la tercera parte del primer motivo.

(c) La menor escala de TikTok en comparación con otras plataformas y la gran cantidad de competidores

(1) Argumentos de las partes

216 La demandante sostiene, en esencia, que la escala de TikTok es menor que la de algunos otros servicios de redes sociales en línea, como Facebook e Instagram, y que se enfrenta a un gran número de competidores.

217 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante, reiterando, en esencia, los motivos expuestos en los considerandos 143 a 146 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se expone a continuación.

(2) Decisión impugnada

218 En primer lugar, en los considerandos 143 a 146 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que la alegación de la demandante de que la escala de TikTok en la Unión era menor que la de otras plataformas en términos de ingresos, número de usuarios finales e ingresos medios por usuario (en lo sucesivo, «ARPU») no podía cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.

219 A este respecto, en primer lugar, en los considerandos 144 y 145 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló que el argumento de la demandante relativo al tamaño de TikTok en términos de ingresos y de ARPU era irrelevante, ya que se refería a los ingresos derivados de la publicidad en línea, y que la escala relativa medida sobre la base de los ingresos y el ARPU no era un buen indicador para evaluar si un CPS era una puerta de entrada importante.

220 En segundo lugar, en el considerando 146 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que la escala absoluta de TikTok en términos de número de usuarios finales y de usuarios profesionales en la Unión superaba considerablemente los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA y que la escala relativa de TikTok, es decir, la escala de TikTok en comparación con la de otros servicios de redes sociales en línea, en términos de número de usuarios finales, no era pequeña, ya que equivalía aproximadamente a la mitad del tamaño de Facebook e Instagram. Añadió que el mero hecho de que TikTok sea más pequeño que otras plataformas no basta para refutar la presunción establecida en dicha disposición, puesto que el número de usuarios finales de TikTok en la Unión había aumentado en años anteriores y TikTok disfrutaba de una tasa de participación más elevada que otras redes sociales en línea, en particular entre los usuarios jóvenes.

221 En segundo lugar, en los considerandos 150 a 154 de la Decisión impugnada, la Comisión rechazó el argumento de la demandante de que, en esencia, TikTok se enfrentaba a un gran número de competidores, algunos de los cuales tenían ecosistemas bien establecidos.

(3) Conclusiones del Tribunal

222 Entre los elementos mencionados en el considerando 23 de la DMA, que la Comisión puede tener en cuenta en su apreciación de los argumentos presentados por la empresa afectada para destruir la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, figura, en particular, la «importancia del [CPS de la empresa afectada] teniendo en cuenta la escala global de las actividades del [CPS] respectivo». Sin embargo, dicho considerando no precisa los parámetros en función de los cuales debe medirse la importancia y la escala del [CPS] en cuestión.

223 En el presente caso, la demandante sostiene que TikTok no es una puerta de entrada importante, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), de la DMA, porque TikTok es de menor tamaño

que otras plataformas bien establecidas, en términos, en primer lugar, de ingresos publicitarios y de ARPU y, en segundo lugar, de número de usuarios finales.

- 224 A este respecto, en primer lugar, la Comisión consideró, en el considerando 146 de la Decisión impugnada, sin cometer ningún error y sin que la demandante cuestionara las cifras mencionadas por la Comisión en dicho considerando, que la escala absoluta de TikTok en términos de número de usuarios finales y usuarios profesionales en la Unión superaba considerablemente los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, y que la escala pertinente de TikTok no era pequeña, puesto que alcanzaba aproximadamente la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram. Además, el número de usuarios de TikTok en la Unión ha aumentado continuamente en los últimos años.
- 225 Además, en el considerando 153 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó, sin que la demandante lo negara, que el número de usuarios profesionales de TikTok en la Unión también ha aumentado de forma muy significativa desde 2020, superando también ampliamente el umbral establecido en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, lo que indica que la importancia de TikTok para los usuarios profesionales también ha aumentado desde 2020.
- 226 En el marco del presente recurso, la demandante formula nuevos argumentos y nuevas cifras, que no había presentado durante el procedimiento administrativo, con el fin de demostrar la supuesta pequeña escala de TikTok en comparación con otras plataformas en línea.
- 227 En primer lugar, la demandante alega que el número de usuarios finales de TikTok en la Unión en 2022 representa solo el [5-10] % del número total combinado de usuarios finales de las siguientes plataformas en línea: Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat, Twitter, Pinterest, LinkedIn, Reddit y TikTok.
- 228 A continuación, la demandante observa que, en la Decisión impugnada, contrariamente a lo que exige el considerando 23 de la DMA, la Comisión no comparó TikTok con la escala global de actividades de los servicios de redes sociales en línea, sino que se limitó a compararlo con Instagram y Facebook.
- 229 Por último, la demandante alega que la Comisión también debería haber tenido en cuenta los servicios de intercambio de vídeos en línea, como DailyMotion y Vimeo.
- 230 Sobre esta base comparativa, la demandante considera que la Comisión debería haber concluido que la menor escala relativa de TikTok demostraba que no era una puerta de entrada importante, como fue el caso en sus conclusiones en la Decisión C(2023) 6078 final, de 5 de septiembre de 2023, en los asuntos DMA.100015, DMA.100028 y DMA.100034, de la que se desprendía que el hecho de que Bing representara el 10 % de las consultas de búsqueda de escritorio y que Edge representara una cuota de mercado del 12 %, frente a la cuota de mercado del 60,5 % de Chrome, era suficiente para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 231 Sin embargo, en primer lugar, procede señalar que, durante el procedimiento administrativo, la demandante no comparó el número de usuarios finales de TikTok con la escala global de las actividades de los servicios de redes sociales en línea y no presentó ningún dato relativo a la escala global de dichas actividades. Además, no comparó el número de usuarios finales de TikTok con los de Pinterest, LinkedIn, Reddit, DailyMotion o Vimeo, ni proporcionó ninguna información a este respecto.
- 232 En el marco del presente recurso de anulación, la función del Tribunal General es determinar si la Comisión cometió un error en su apreciación de los argumentos presentados por la empresa afectada durante el procedimiento administrativo para refutar las presunciones, y no examinar si dichas presunciones podían refutarse a la luz de nuevos argumentos y pruebas presentados por dicha empresa por primera vez ante él.
- 233 Cabe señalar que la DMA ha establecido un marco reglamentario específico para la designación de guardianes de acceso, que se caracteriza por características que le son propias. Así, para garantizar la aplicación efectiva de la DMA, la Comisión debe designar guardianes de acceso en un plazo breve. A tal efecto, la DMA introdujo las presunciones previstas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, destinadas a agilizar el proceso de designación. La posibilidad de refutarlas está sujeta a requisitos estrictos, tanto a nivel procesal como en lo que respecta a la carga y al nivel de la prueba. Así, el artículo 3, apartado 5, de la DMA establece que la empresa interesada podrá

presentar, «junto con su notificación», argumentos suficientemente fundamentados para cuestionar dichas presunciones. Además, el artículo 2, apartado 3, del Reglamento de Ejecución (UE) 2023/814 de la Comisión, de 14 de abril de 2023, relativo a las modalidades detalladas de desarrollo de determinados procedimientos por la Comisión con arreglo a la [DMA] (DO 2023, L 102, p. 6), exige que la empresa en cuestión presente sus argumentos en un anexo a su notificación, identificando claramente a cuál de los tres requisitos acumulativos establecidos en el artículo 3, apartado 1, de la DMA se refieren sus argumentos y, para cada argumento, explique por qué, excepcionalmente, la CPS en cuestión no cumple dicho requisito, a pesar de que alcanza el umbral correspondiente establecido en el artículo 3, apartado 2, de la DMA.

- 234 Por consiguiente, la empresa afectada no puede presentar por primera vez ante el Tribunal alegaciones o pruebas, con arreglo al artículo 3, apartado 5, de la DMA, que no haya presentado durante el procedimiento administrativo para desvirtuar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, a menos que, mediante dichas alegaciones, pretenda cuestionar una cuestión de hecho o de Derecho planteada en la Decisión impugnada sobre la que no haya podido pronunciarse durante dicho procedimiento. No sucede así en el presente caso en lo que respecta a las alegaciones expuestas en los apartados 227 a 229 supra.
- 235 De lo anterior se desprende que dichos argumentos son inadmisibles.
- 236 Esta conclusión no queda desvirtuada por la alegación de la demandante de que, al referirse a determinadas sentencias en materia de Derecho de la competencia y de ayudas de Estado, tales alegaciones y pruebas son admisibles, incluso si se presentan por primera vez ante el Tribunal. Cita a este respecto varias sentencias, como las de 1 de julio de 2010, *Knauf Gips / Comisión* (C-407/08 P, EU:C:2010:389), apartados 89 a 92; de 21 de septiembre de 2005, *EDP / Comisión* (T-87/05, EU:T:2005:333), apartado 158; y de 10 de mayo de 2023, *Ryanair y Condor Flugdienst / Comisión (Lufthansa; COVID-19)* (T-34/21 y T-87/21, recurrida en casación, EU:T:2023:248, apartado 86).
- 237 No obstante, dicha jurisprudencia se refiere a marcos jurídicos y ámbitos jurídicos diferentes de los contemplados en la DMA, que se caracteriza, como se ha señalado en el apartado 233 supra, por exigencias estrictas en materia de refutación de las presunciones previstas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, tanto en lo que respecta a los requisitos de procedimiento como a la carga y al nivel de la prueba. Por tanto, dicha jurisprudencia no es aplicable al caso de autos.
- 238 En segundo lugar, y en cualquier caso, procede señalar, al igual que la Comisión, que las alegaciones presentadas por la demandante por primera vez ante el Tribunal se basan en una base comparativa errónea. En efecto, algunas de las plataformas en línea mencionadas por la demandante a efectos de dicha comparación no son redes sociales en línea, sino que pertenecen a otras categorías de CPS, mientras que, según el considerando 23 de la DMA, es necesario evaluar la importancia del CPS de la empresa teniendo en cuenta la escala global de las actividades del CPS en cuestión. Tal es el caso, en particular, de YouTube, que fue designado por la Comisión como un CPS consistente en una plataforma de intercambio de vídeos, y de DailyMotion y Vimeo, descritos por la demandante como plataformas de intercambio de vídeos.
- 239 Además, y como señaló la Comisión en el considerando 146 de la Decisión impugnada, el tamaño de TikTok no puede evaluarse de manera estática, sino que debe tener en cuenta el rápido y significativo crecimiento del número de usuarios finales en la Unión, que alcanzó aproximadamente la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram en pocos años.
- 240 Por las mismas razones, la referencia de la demandante a la decisión de la Comisión relativa a los servicios Bing y Edge (véase el apartado 230 supra) no puede llevar a una conclusión diferente. Además de que los tribunales de la Unión no están vinculados por la práctica administrativa de la Comisión, la demandante no ha demostrado que ByteDance se encontrara en una situación comparable a la de Microsoft. La decisión de la Comisión citada por la demandante se refería a otras categorías de CPS y no a servicios de redes sociales en línea y la demandante no explica por qué las circunstancias en las que operan esas otras categorías de CPS son comparables a las de un servicio de redes sociales en línea como TikTok. Además, en esa decisión, la Comisión señaló que Microsoft había aportado datos que demostraban, en particular, que Bing representaba solo el 3,6 % de la escala global de las actividades de los motores de búsqueda en línea y era 25 veces más pequeño que Google Search, y que Edge representaba solo el 5,8 % de la escala global de las actividades de los navegadores web y era diez veces más pequeño que Google Chrome. En el presente caso, la demandante no presentó datos comparables a los de la notificación en lo que respecta a la escala de TikTok. El hecho es que la circunstancia de que el

tamaño relativo de TikTok alcanzara aproximadamente la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram distingue el presente caso de los mencionados anteriormente.

- 241 En segundo lugar, la demandante no puede, asimismo, reprochar a la Comisión haberse basado, en el considerando 146 de la Decisión impugnada, en el aumento del número de usuarios finales de TikTok en la Unión entre 2020 y 2022, sin compararlo con el de las plataformas Meta y Alphabet o con el ritmo de desarrollo de los servicios de Meta y Alphabet que emulan TikTok.
- 242 Corresponía a la demandante, a quien incumbe la carga de la prueba, presentar a la Comisión, durante el procedimiento administrativo, datos que permitieran establecer dicha comparación, lo que no hizo. Por consiguiente, tales alegaciones, presentadas por primera vez ante el Tribunal, son inadmisibles por las razones expuestas en los apartados 232 a 237 supra.
- 243 En tercer lugar, debe rechazarse la alegación de la demandante de que TikTok no puede compararse con las plataformas de Meta ni con otras redes sociales en línea porque el objetivo principal de TikTok es ofrecer servicios de intercambio de vídeos y no servicios de redes sociales en línea. Esta alegación es, en primer lugar, contradictoria porque la propia demandante compara repetidamente ByteDance con Facebook e Instagram. En segundo lugar, y en cualquier caso, dicha alegación debe rechazarse por las mismas razones que las expuestas en los apartados 190 a 193 anteriores.
- 244 Por último, la demandante no formula ninguna alegación en relación con los considerandos 151 a 154 de la Decisión impugnada, de los que se desprende, en particular, que el número de usuarios profesionales de TikTok en la Unión también ha aumentado de forma muy significativa desde 2020 (véase el apartado 225 anterior), que los usuarios profesionales que se han identificado como tales y, por tanto, tienen cuentas profesionales autoidentificadas en la Unión tienen acceso a funcionalidades específicas para empresas, como información sobre el rendimiento, herramientas creativas y opciones de cuenta exclusivas, y que ByteDance sigue desarrollando nuevas funcionalidades para los usuarios profesionales. Estas circunstancias, consideradas en su conjunto, demuestran que el servicio de redes sociales de TikTok es un servicio importante para dichas empresas.
- 245 Por tanto, debe concluirse que la Comisión tenía razón al considerar que los argumentos presentados por la demandante relativos a la escala de TikTok, en términos de número de usuarios finales, en comparación con la de otras plataformas de redes sociales en línea, y a la existencia de un gran número de competidores, no estaban suficientemente fundamentados como para cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 246 En cuanto al argumento de la demandante relativo a la escala relativa de TikTok en términos de ingresos publicitarios y de ARPU, se superpone con el relativo al grado de participación de los anunciantes en TikTok y, por tanto, se examinará en los apartados 248 a 285 siguientes.
- 247 Por consiguiente, procede desestimar por infundada la tercera alegación de la tercera parte del primer motivo.

(d) Ingresos por publicidad y nivel de participación de los usuarios comerciales registrados en TikTok

(1) Argumentos de las partes

- 248 La demandante alega, en esencia, que el hecho de que sus ingresos publicitarios, su ARPU y el nivel de engagement de los anunciantes y usuarios comerciales registrados en TikTok sean mínimos e inferiores a los de algunas otras plataformas demuestra que TikTok no es una puerta de entrada importante.
- 249 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante, reiterando, en esencia, los motivos expuestos en los considerandos 127 a 129, 140, 144, 145 y 147 a 151 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se expone a continuación.

(2) Decisión impugnada

- 250 En la Decisión impugnada, la Comisión rechazó las alegaciones de la demandante relativas a los ingresos publicitarios de ByteDance, al ARPU o a la participación supuestamente mínima de los anunciantes y usuarios profesionales registrados en TikTok, alegando, en primer lugar, que eran irrelevantes y, en segundo lugar, que, en cualquier caso, no estaban suficientemente fundamentadas como para cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 251 En consecuencia, la Comisión rechazó dichas alegaciones al considerarlas irrelevantes debido, en esencia, como se desprende de los considerandos 127 a 129, 140, 144, 147 y 150 de la Decisión impugnada, a que se referían a otra categoría de CPS, a saber, los servicios de publicidad en línea, y no los servicios de redes sociales en línea, y a que los usuarios profesionales de esas dos categorías de CPS se definían por separado en la parte E, titulada «Definiciones específicas», del anexo de la DMA.
- 252 Además, la Comisión indicó, en el considerando 145 de la Decisión impugnada, que los ingresos publicitarios y el ARPU no eran indicadores adecuados para evaluar si un determinado CPS era una puerta de entrada importante.
- 253 Además, la Comisión añadió, en el considerando 148 de la Decisión impugnada, que, en cualquier caso, si bien algunos anunciantes en TikTok también podían ser usuarios profesionales de servicios de redes sociales en línea, era necesario tener en cuenta, a efectos de la evaluación con arreglo al artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, a todos los usuarios profesionales y no solo a los que son «anunciantes pagados», ya que los «usuarios profesionales no publicitarios» aún pueden recurrir a TikTok para obtener visibilidad para sus actividades. Además, en el considerando 149 de la Decisión impugnada, consideró que las cifras sobre la participación de los usuarios profesionales registrados presentadas por la demandante no eran representativas.
- 254 Por último, en el considerando 151 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó que no era adecuado comparar las cifras relativas a la publicidad en línea de ByteDance con las de Alphabet, Meta y Amazon, porque estas últimas empresas ofrecían una gama más amplia de servicios en los que podía mostrarse publicidad que TikTok.

(3) Conclusiones del Tribunal

- 255 En primer lugar, procede examinar si la Comisión podía, sin incurrir en error, rechazar las alegaciones de la demandante relativas a la publicidad en línea por ser irrelevantes a efectos de refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, por las razones expuestas en el apartado 251 supra.
- 256 Con carácter preliminar, procede recordar, como se ha señalado en el apartado 53 supra, que, en la Decisión impugnada, la Comisión consideró que, a excepción de los argumentos «adicionales» de la demandante, todos los demás argumentos y pruebas presentados para refutar las presunciones previstas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, incluidos los relativos a la publicidad en línea, estaban directamente relacionados con los criterios cuantitativos, en el sentido del considerando 23 de la DMA, en los que se basan dichas presunciones.
- 257 En cuanto a la pertinencia de estos últimos argumentos, es cierto, como señala la Comisión, que los servicios de redes sociales en línea y los servicios de publicidad en línea constituyen dos categorías distintas de CPS, de conformidad con el punto 2, letras c) y j), y el punto 7, del artículo 2 de la DMA.
- 258 Asimismo, la Comisión señala acertadamente que el concepto de «usuarios profesionales» se define de forma diferente en la parte E, titulada «Definiciones específicas», del anexo de la DMA, en lo que respecta, por una parte, a los servicios de redes sociales en línea y, por otra, a los servicios de publicidad en línea. Así, los primeros se definen, en esencia, como empresas que tienen una ficha o cuenta profesional en la red social, mientras que los segundos se definen, en esencia, como anunciantes.
- 259 Sin embargo, dichas diferencias no justifican, por sí solas, rechazar por irrelevantes los argumentos o pruebas relativos a la publicidad en línea en la plataforma TikTok, a los efectos de determinar si esa red social en línea es una puerta de entrada importante.

- 260 En primer lugar, como confirmaron las partes en sus respuestas a una diligencia de ordenación del procedimiento, no se discute que, aunque pertenezcan a dos categorías distintas de CPS, los servicios de redes sociales en línea y los servicios de publicidad en línea se prestan, en las circunstancias del presente asunto, en la misma plataforma, a saber, la plataforma TikTok. Así, como explica la demandante, TikTok es una plataforma única en la que, por una parte, los usuarios interactúan principalmente compartiendo y visualizando vídeos, mientras que, por otra parte, los anunciantes pagan para que aparezcan anuncios, generalmente entre los vídeos visualizados por dichos usuarios.
- 261 En segundo lugar, las partes coinciden también en que, como se desprende del considerando 148 de la Decisión impugnada y como confirmaron en sus respuestas a una diligencia de ordenación del procedimiento, existe una cierta superposición entre los usuarios profesionales de una red social en línea y los usuarios profesionales de un servicio de publicidad en línea, dado que algunos anunciantes también pueden estar comprendidos en la definición de usuarios profesionales de servicios de redes sociales en línea.
- 262 Por consiguiente, no se puede negar que los ingresos publicitarios o el ARPU generado por TikTok podrían, en principio, constituir una indicación, entre otras cosas, de la importancia que dicha plataforma representa para sus usuarios profesionales a la hora de llegar a los usuarios finales, en la medida en que la publicidad es, efectivamente, uno de los medios habitualmente utilizados por dichos usuarios profesionales para llegar a sus clientes.
- 263 Por consiguiente, la Comisión no podía, sin incurrir en error, rechazar los argumentos y pruebas relativos a la publicidad en línea, presentados por la demandante, por ser irrelevantes a efectos de refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 264 Además, en su respuesta a una diligencia de ordenación del procedimiento, la Comisión reconoció que, en principio, dichos argumentos y pruebas podían invocarse para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 265 En estas circunstancias, procede señalar que la Comisión rechazó los argumentos y las pruebas de la demandante relativos a la publicidad en línea también por otro motivo, que figuraba en la Decisión impugnada, a saber, que dichos argumentos y dichas pruebas no estaban, en cualquier caso, suficientemente fundamentados como para cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 266 Por consiguiente, procede examinar, en segundo lugar, si la Comisión podía, sin incurrir en error, rechazar dichos argumentos y dichas pruebas por ese motivo.
- 267 A este respecto, en primer lugar, la Comisión señaló acertadamente, en el considerando 145 de la Decisión impugnada, en esencia, que la escala relativa medida sobre la base de los ingresos y del ARPU, independientemente de otros factores, era un indicador imperfecto para evaluar si un CPS es una puerta de entrada importante porque los diferentes modelos de negocio monetizan sus servicios de manera diferente.
- 268 Como explicó la Comisión en su respuesta a una diligencia de ordenación del procedimiento, las redes sociales a menudo siguen una estrategia empresarial encaminada a ampliar su base de usuarios y, de este modo, a crear efectos de red cada vez más importantes, lo que puede llevarlas, durante un determinado período de tiempo, a priorizar el crecimiento en términos de número de usuarios frente a su monetización.
- 269 En segundo lugar, la Comisión afirmó acertadamente, en el considerando 148 de la Decisión impugnada, que, si bien algunos anunciantes de TikTok también pueden responder a la definición de «usuarios profesionales» de servicios de redes sociales en línea, no es menos cierto que dichos usuarios constituyen una categoría más amplia que la de los anunciantes. Señaló acertadamente, en el mismo considerando, que, para examinar si TikTok era una puerta de entrada importante, era necesario tener en cuenta no solo a los anunciantes de pago, sino también a los usuarios profesionales no publicitarios, dado que dichas empresas podían seguir recurriendo a TikTok para ganar visibilidad para sus actividades, lo que, por otra parte, la demandante no niega.
- 270 A este respecto, la Comisión explicó también, en el considerando 148 de la Decisión impugnada, sin que la demandante la contradijera en ese punto, que varias funciones de TikTok se desarrollaron específicamente para las necesidades de los usuarios comerciales que no son necesariamente anunciantes pagados y se centraron en ellas, como el descubrimiento y el

intercambio de contenido en múltiples dispositivos y, en particular, a través de chats, publicaciones, vídeos y recomendaciones, con vistas a permitirles hacer crecer sus negocios (por ejemplo, a través de una variedad de herramientas creativas), ampliar la presencia de su marca (por ejemplo, a través de mensajes automáticos y programadores de publicaciones) e impulsar las ventas con funciones favorables a las empresas, por ejemplo, a través de enlaces en la biografía, información de contacto comercial y herramientas de generación de clientes potenciales.

- 271 De estas consideraciones se desprende que, además de la publicidad, existen otras formas para que los usuarios comerciales de TikTok ganen visibilidad para sus actividades en dicha plataforma y lleguen así a sus usuarios finales, por ejemplo publicando vídeos en sus cuentas comerciales o celebrando acuerdos con creadores de contenidos o personas influyentes para promocionar sus marcas.
- 272 Sin embargo, los argumentos y pruebas aportados por la demandante no aportaron información alguna sobre la importancia que TikTok pudiera tener para los usuarios comerciales de dicha plataforma que deseen llegar a los usuarios finales a través de medios distintos a la publicidad.
- 273 En tercer lugar, como observa la Comisión, en esencia, en el considerando 149 de la Decisión impugnada, las cifras presentadas por la demandante sobre la interacción de los «usuarios profesionales registrados» de TikTok con dicha plataforma solo se refieren a una pequeña proporción del total de usuarios profesionales, de modo que dichas cifras no son suficientemente representativas a efectos de determinar si TikTok es una puerta de entrada importante.
- 274 En efecto, como se desprende del considerando 77 de la Decisión impugnada, los «usuarios profesionales registrados» de TikTok son aquellos que tienen «cuentas profesionales registradas» en dicha plataforma. Por tanto, este concepto solo abarca a las empresas que se han registrado como «empresa» en TikTok, en particular presentando sus datos de contacto y su «identificador de licencia profesional».
- 275 Sin embargo, en los considerandos 83 a 87 de la Decisión impugnada, la Comisión explicó las razones por las que, en su opinión, una metodología basada en el número de «usuarios profesionales registrados» no es un método fiable para determinar el número de usuarios profesionales de TikTok con arreglo al artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA y conduce a una subestimación significativa de dichos usuarios. En particular, señaló que la posibilidad de registrarse como «usuario profesional registrado» solo se había introducido en 2022 y en un número limitado de Estados miembros, y que dicho registro no era obligatorio.
- 276 Por este motivo, para determinar el número de usuarios profesionales de TikTok, con arreglo al artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, la Comisión no se basó en el número de «usuarios profesionales registrados», sino en un criterio diferente, a saber, el número de cuentas profesionales autoidentificadas en la Unión. A este respecto, de los cuadros 2 y 3 de la Decisión impugnada, que figuran en sus considerandos 78 y 79, se desprende que, en lo que respecta a TikTok, existen diferencias muy significativas entre el número de «usuarios profesionales registrados» y el número de cuentas profesionales autoidentificadas en la Unión. Así, a modo de ejemplo, en 2022, el número de cuentas profesionales autoidentificadas de TikTok en la Unión era de [>10 000], mientras que el número de «usuarios profesionales registrados» era de [>10 000].
- 277 La demandante no cuestiona, en el presente recurso, la metodología utilizada por la Comisión en la Decisión impugnada para determinar el número de usuarios profesionales de TikTok con arreglo al artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA y, en particular, la evaluación contenida en los considerandos 83 a 87 de dicha Decisión.
- 278 De ello se desprende que los argumentos expuestos y los datos facilitados por la demandante no eran suficientemente representativos de todos los usuarios profesionales de TikTok, como acertadamente consideró la Comisión.
- 279 En cuarto lugar, en el considerando 151 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó, sin que la demandante lo cuestionara, que no era adecuado comparar las cifras de publicidad en línea de ByteDance con las de Alphabet, Meta y Amazon, porque estas últimas empresas ofrecían una gama más amplia de servicios en los que podía mostrarse publicidad que la ofrecida por TikTok.
- 280 En cualquier caso, las cifras de publicidad en línea aportadas por la demandante, incluso si se consideraran suficientemente representativas, no respaldan su argumento de que TikTok no es

una puerta de entrada importante. Así, por ejemplo, el nivel del ARPU generado en esta plataforma parece ser elevado, en términos absolutos, y ya alcanza casi [*confidencial*] el de Instagram.

- 281 De ello se desprende que la Comisión podía concluir, sin incurrir en error, que los argumentos y pruebas relativos a los ingresos y gastos publicitarios, el ARPU y la participación supuestamente limitada de los «usuarios comerciales registrados» de TikTok no estaban suficientemente fundamentados como para poner manifiestamente en tela de juicio la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 282 En estas circunstancias, el error cometido por la Comisión mencionado en el apartado 263 anterior no tiene ninguna incidencia sobre la legalidad de la Decisión impugnada.
- 283 Por consiguiente, procede desestimar por infundada la cuarta alegación de la tercera parte del primer motivo.
- 284 Por otra parte, en lo que respecta a la cuestión del grado de prueba efectivamente aplicado por la Comisión al valorar los argumentos y las pruebas aportadas por la demandante para refutar la presunción prevista en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA (véase el apartado 72 supra), de todo lo anterior, y en particular de los apartados 119 a 283 supra, se desprende que nada en el análisis de la Comisión permite pensar que el grado de prueba efectivamente aplicado por ella fuera más elevado que el previsto en el artículo 3, apartado 5, de la DMA. En efecto, la Comisión rechazó los argumentos de la demandante por considerar que carecían de pertinencia o que no estaban suficientemente fundamentados como para poner manifiestamente en tela de juicio la presunción prevista en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.
- 285 Por consiguiente, y a la luz de las consideraciones expuestas en los apartados 59 a 72 supra, la segunda imputación de la primera parte del primer motivo, mediante la que la demandante reprocha a la Comisión haber impuesto, en la Decisión impugnada, un estándar de prueba demasiado elevado, consistente en exigir pruebas «convincientes», debe también desestimarse por infundada.

6. La refutación de la presunción de que ByteDance gozaba de una posición arraigada y duradera (primer motivo, cuarta parte)

(a) Argumentos de las partes

- 286 La demandante alega que, en los considerandos 155 a 160 de la Decisión impugnada, la Comisión infringió el artículo 3, apartado 1, letra c), y el artículo 3, apartado 5, de la DMA al rechazar sus argumentos destinados a demostrar que no disfrutaba de una posición arraigada y duradera.
- 287 La demandante alega, en esencia, que la posición de mercado de ByteDance ha sido impugnada con éxito por competidores como Meta y Alphabet, que han lanzado nuevos servicios, a saber, Reels y Shorts, respectivamente, y que, al imitar las principales características de TikTok, a saber, el formato de vídeos cortos, han experimentado un rápido crecimiento en detrimento de TikTok. Asimismo, señala que la «tasa de abandono de usuarios» de TikTok, es decir, el número de anunciantes y usuarios finales que han abandonado TikTok para pasarse a otras plataformas, es significativa. En consecuencia, afirma que ByteDance es un competidor y no un guardián, siendo, en su opinión, ambos conceptos mutuamente excluyentes.
- 288 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante, reiterando, en esencia, los motivos expuestos en los considerandos 155 a 160 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se expone a continuación.

(b) Decisión impugnada

- 289 En los considerandos 155 a 160 de la Decisión impugnada, la Comisión rechazó los argumentos y las pruebas presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra c), de la DMA, según la cual gozaba de una posición arraigada y duradera.
- 290 En el considerando 156 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó que, al afirmar que la posición de TikTok no era «inatacable», la demandante había intentado introducir una condición que va más allá del requisito de que la posición de la empresa en cuestión debe ser arraigada y duradera, lo que ocurre, en particular, cuando la impugnabilidad es limitada.

- 291 En los considerandos 157 y 158 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que, en cualquier caso, según el considerando 21 de la DMA, es probable que la impugnabilidad sea limitada cuando una empresa ha proporcionado un CPS en al menos tres Estados miembros a un número muy elevado de usuarios profesionales y usuarios finales durante un período de al menos tres años, como era el caso en el presente caso. Además, añadió que la importante escala y el crecimiento de TikTok en términos de número de usuarios profesionales y usuarios finales en los últimos años con una trayectoria ascendente respaldaban la conclusión de que ByteDance disfrutaba de una posición consolidada y duradera. De ello se deducía, en su opinión, que los argumentos de la demandante sobre la tasa de abandono de usuarios de TikTok no pueden poner manifiestamente en entredicho la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra c), de la DMA.
- 292 En los considerandos 159 y 160 de la Decisión impugnada, la Comisión explicó que no había nada en la DMA que indicara que una empresa no pudiera ser simultáneamente un retador y un guardián y que el hecho de que algunos competidores de ByteDance, como Meta y Alphabet, hubieran emulado ciertos productos de TikTok no era inusual en los mercados digitales y, por lo tanto, no podía, como tal, refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra c), de la DMA.

(c) Conclusiones del Tribunal

- 293 El artículo 3(1)(c) de la DMA establece dos criterios alternativos para que una empresa sea designada como guardián, a saber, que goce de una posición arraigada y duradera en sus operaciones, o que sea previsible que goce de dicha posición en un futuro próximo.
- 294 En el presente caso, de la Decisión impugnada, y como confirmó la Comisión en su respuesta a una diligencia de ordenación del procedimiento, se desprende que la Comisión consideró que ByteDance disfrutaba de una posición arraigada y duradera en sus operaciones y que, por tanto, se cumplía el primer criterio del artículo 3, apartado 1, letra c), de la DMA.
- 295 También cabe señalar que, si bien la DMA no define el concepto de “posición arraigada y duradera”, contiene elementos que permiten determinar el alcance de dicho concepto.
- 296 A este respecto, de una lectura conjunta del artículo 3, apartados 1, letra c), y 2, letra c), de la DMA, a la luz del considerando 21 de dicha ley, se desprende que la posición de una empresa se considera «arraigada y duradera» si la impugnabilidad de dicha posición es limitada. Es probable que así suceda cuando dicha empresa haya proporcionado un CPS en al menos tres Estados miembros a un número muy elevado de usuarios profesionales y usuarios finales durante un período de al menos tres años.
- 297 En consecuencia, el concepto de una posición «arraigada y duradera» pretende captar la baja discutibilidad de la posición de la empresa en cuestión, así como la estabilidad de dicha posición a lo largo del tiempo.
- 298 Además, el concepto de «posición arraigada y duradera» de la que disfruta un guardián de acceso no se solapa necesariamente con el de «posición dominante» en el sentido del artículo 102 TFUE. Prueba de ello es que el legislador de la Unión optó conscientemente por utilizar un concepto nuevo, distinto del de «posición dominante», y por incluir en el ámbito de aplicación *ratione personae* de la LMD a los guardianes de acceso que no ocupan necesariamente una posición dominante en el sentido del Derecho de la competencia, como se desprende del considerando 5 de la LMD, mencionado en el apartado 19 supra.
- 299 Los argumentos de la demandante deben examinarse a la luz de estas consideraciones.
- 300 En primer lugar, la Comisión consideró acertadamente, en el considerando 156 de la Decisión impugnada, que la DMA no exige que la posición de la empresa de que se trate sea «inatacable». Como se ha señalado en el apartado 296 supra, el concepto de «posición arraigada y duradera» implica, en particular, que la impugnabilidad de la posición de la empresa que proporciona el CPS es limitada. Por tanto, dicho concepto no excluye la existencia de un cierto grado de impugnabilidad.
- 301 En segundo lugar, la Comisión no cometió ningún error al rechazar, en los considerandos 157 y 158 de la Decisión impugnada, el argumento de la demandante basado en la tasa de abandono de

usuarios de TikTok, habida cuenta del gran número de usuarios finales y profesionales de TikTok, de su importante escala y de su crecimiento en los últimos años que sigue una trayectoria ascendente constante.

- 302 Si bien es cierto que, como se desprende de los datos aportados por la demandante, algunos anunciantes y usuarios finales de TikTok «se dieron de baja» de dicha plataforma, no es menos cierto que, al mismo tiempo, muchos otros se «suscribieron» a ella. Prueba de ello es que, durante el período comprendido entre 2021 y 2022, los ingresos y el número de usuarios finales de TikTok siguieron aumentando de forma exponencial (véanse los apartados 33, 84 y 107 supra). Así pues, resulta evidente que el número de anunciantes y usuarios finales que se dieron de baja se vio compensado, o incluso superado, por el número de nuevos anunciantes y usuarios finales que se adhirieron a TikTok durante el mismo período, lo que más bien tiende a demostrar que la posición de ByteDance es sólida y duradera.
- 303 En tercer lugar, en cuanto al argumento de la demandante de que determinados servicios competidores de TikTok, en particular Reels de Meta y Shorts de Alphabet, han emulado determinadas características de TikTok y han crecido rápidamente en número de usuarios, superando incluso el ritmo de crecimiento de TikTok, cabe señalar lo siguiente.
- 304 En primer lugar, como se ha recordado en el apartado 301 anterior, la Comisión destacó, en el considerando 158 de la Decisión impugnada, el importante crecimiento de TikTok, que siguió una trayectoria ascendente constante, y, en el considerando 160 de dicha Decisión, indicó que no era inusual en los mercados digitales que ciertas características exitosas de un servicio fueran rápidamente emuladas por otros servicios.
- 305 Sobre esta base, la Comisión podía considerar que el hecho de que algunas plataformas de otros guardianes pudieran lanzar servicios que emulaban algunas de las características de TikTok y que dichas plataformas experimentaran un crecimiento significativo no significa que la posición de ByteDance no fuera sólida y duradera, ya que ByteDance siguió creciendo independientemente de las circunstancias antes mencionadas.
- 306 En segundo lugar, es preciso señalar que el argumento de la demandante se basa en el hecho de que otros guardianes de la misma categoría de CPS, a saber, Meta y Alphabet, han cuestionado la posición de ByteDance, lo que demuestra, según la demandante, que dicha posición no estaba arraigada ni era duradera.
- 307 Sin embargo, el propósito de la DMA es asegurar la disputabilidad de la posición de los guardianes no sólo por otros guardianes sino también, o incluso especialmente, por otros operadores que no sean guardianes de una CPS determinada.
- 308 En efecto, de conformidad con su artículo 1, apartado 1, el objetivo de la DMA es contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior estableciendo normas armonizadas que garanticen «para todas las empresas» mercados disputables y justos en el sector digital en toda la Unión donde existan guardianes de acceso, en beneficio de los usuarios comerciales y los usuarios finales.
- 309 A este respecto, el considerando 32 de la DMA indica que la impugnabilidad debe referirse a la capacidad de las empresas para superar eficazmente las barreras de entrada y expansión y desafiar al guardián de acceso sobre la base de los méritos de sus productos y servicios. Al referirse a las barreras de entrada y expansión y a la capacidad de las empresas para desafiar al guardián de acceso, dicho considerando establece que el concepto de «impugnabilidad» se refiere sobre todo a la capacidad de las empresas que no son guardianes de acceso de un determinado CPS para desafiar a dichos guardianes de acceso sobre la base de los méritos de sus productos y servicios.
- 310 Además, siempre según el considerando 32 de la DMA, la posibilidad de disputar los servicios en el sector digital también puede verse limitada si hay más de un guardián de un CPS. De ello se desprende implícita pero necesariamente que el hecho de que pueda haber un cierto grado de competencia entre varios guardianes de un CPS no significa que la posibilidad de disputar dicho CPS no esté limitada.
- 311 Por consiguiente, los argumentos antes mencionados de la demandante, en la medida en que alegan que la posición de ByteDance fue cuestionada por otros guardianes, no pueden servir de

base para concluir que la cuestionabilidad de la posición de la demandante no está limitada, a los efectos de la DMA, y que dicha posición no está, por esa razón, arraigada y duradera.

- 312 En la vista, la demandante alegó también que la posición de ByteDance había sido cuestionada también por otras empresas que no eran guardianes de acceso. A este respecto, se refirió a la figura 6 que figura en el apartado 125 de la demanda.
- 313 Sin embargo, la figura 6 que figura en el apartado 125 de la demanda no fue presentada durante el procedimiento administrativo, de modo que debe ser rechazada por inadmisión por las razones expuestas en los apartados 232 a 237 anteriores. Es cierto que algunos de los datos que figuran en dicha figura se enumeraron en otro cuadro incluido en la parte de la notificación relativa a la presunción prevista en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, con el fin de apoyar la alegación de la demandante de que TikTok se enfrentaba a un gran número de competidores. Además, la Comisión respondió a esta argumentación en los considerandos 150 a 154 de la Decisión impugnada, relativos al artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, que no fueron cuestionados por la demandante. Sin embargo, durante el procedimiento administrativo, la demandante no se basó en ese otro cuadro para alegar que ByteDance no disfrutaba de una posición arraigada y duradera en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra c), de la DMA. Hay que tener en cuenta que, como se ha señalado en el apartado 233 supra, de conformidad con el artículo 2, apartado 3, del Reglamento de Ejecución 2023/814, la empresa interesada debe presentar sus argumentos en un anexo a su notificación, identificando claramente a cuál de los tres requisitos acumulativos establecidos en el artículo 3, apartado 1, de la DMA se refieren sus argumentos y explicar, para cada argumento, por qué, excepcionalmente, la CPS en cuestión no cumple dicho requisito, a pesar de que alcanza el umbral correspondiente establecido en el artículo 3, apartado 2, de la DMA.
- 314 Además, y en cualquier caso, esta alegación no está suficientemente fundamentada. En efecto, la figura 6 del apartado 125 de la demanda se limita a indicar el año en el que se lanzó un servicio de imitación de TikTok, sin aportar ninguna información específica sobre la escala de dichos servicios ni otros datos pertinentes.
- 315 En cuarto lugar, la demandante describe la posición de ByteDance como la de un «challenger» que impugna la posición de los «gatekeepers» y sostiene que este concepto y el de «gatekeeper» son mutuamente excluyentes, contrariamente a lo que afirmó la Comisión en el considerando 159 de la Decisión impugnada.
- 316 A este respecto, basta con señalar que, si bien en 2018 TikTok era un competidor que intentaba disputar la posición de operadores establecidos como Meta y Alphabet, no es menos cierto que su posición se consolidó rápidamente después, superando con creces los umbrales previstos en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, y disfrutando de un ritmo de crecimiento exponencial, tanto en términos de ingresos como de número de usuarios, de modo que, como se desprende del considerando 159 de la Decisión impugnada, sin que la demandante lo cuestionara, la escala relativa de TikTok alcanzó la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram, que, no obstante, estaban presentes en el mercado interior desde hacía mucho tiempo.
- 317 Estas circunstancias tienden a ilustrar el hecho de que una empresa que inicialmente era un retador que intentaba disputar la posición de los guardianes puede posteriormente convertirse en un guardián.
- 318 Por último, la demandante denuncia que la Comisión no explicó por qué el número de usuarios de TikTok demuestra que la posición de ByteDance estaba consolidada, a pesar de que no tenía un ecosistema y no se beneficiaba de efectos de bloqueo.
- 319 A este respecto, basta con señalar que los argumentos de la demandante relativos a la inexistencia de un ecosistema o de efectos de bloqueo fueron valorados y rechazados correctamente por la Comisión en la parte de la Decisión impugnada relativa a la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA (véanse los apartados 121 a 215 supra).
- 320 Por consiguiente, a la luz de lo anterior, deben rechazarse los argumentos presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3(2)(c) de la DMA.

7. Sobre la desestimación de los argumentos «adicionales» de la demandante (primera imputación de la primera parte del primer motivo)

(a) Argumentos de las partes

- 321 Como se ha señalado en los apartados 52 a 56 supra, la demandante sostiene, como ya indicó en la vista, que la Comisión se equivocó al rechazar, en el considerando 161 de la Decisión impugnada, sus argumentos «adicionales» por considerar que no se referían directamente a los criterios cuantitativos en el sentido del considerando 23 de la DMA.
- 322 La Comisión rebate los argumentos del demandante.

(b) Conclusiones del Tribunal

- 323 Es preciso señalar que, en la notificación, la demandante, tras presentar todos sus argumentos y pruebas en refutación de cada una de las tres presunciones establecidas en el artículo 3(2) de la DMA, formuló, en una nueva parte titulada «Designación contraria a la intención política de la DMA», argumentos «adicionales» mediante los cuales alegaba, en esencia, que la designación de ByteDance como guardián es contraria a los objetivos perseguidos por la DMA.
- 324 En particular, como se desprende de la sección 5.1.3.1.4 de la Decisión impugnada, y del escrito de la demandante de 2 de agosto de 2023 (véase el apartado 6 supra), mediante sus alegaciones «adicionales», la demandante alegó, en esencia, que (i) la aplicación de la DMA tenía por objeto permitir a los competidores, como TikTok, competir con plataformas bien establecidas, (ii) la designación de ByteDance como guardián de acceso impondría un coste de cumplimiento significativo a un competidor ya [*confidencial*] y obstaculizaría su capacidad de expandirse a nuevos mercados, y (iii) la Comisión no había aplicado correctamente el marco jurídico sustantivo y procesal previsto en el artículo 3, apartado 5, de la DMA porque, en primer lugar, había interpretado dicha disposición y el considerando 23 de la DMA de forma demasiado restrictiva, privando así al «proceso de refutación [de presunciones]» de su objetivo de eliminar los «falsos positivos», y, a continuación, había rechazado por irrelevantes las circunstancias en las que operaba TikTok, sin que, no obstante, informándole de las circunstancias que se considerarían relevantes, impidiendo así dicho trámite en vulneración de sus derechos, y, por último, había vulnerado los principios de proporcionalidad y de buena administración, puesto que, en su opinión, la Comisión estaba obligada a abrir una investigación de mercado de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo tercero, y el artículo 17, apartado 3, de la DMA.
- 325 La Comisión rechazó los argumentos «adicionales» del considerando 161 de la Decisión impugnada porque no se referían directamente a los umbrales cuantitativos establecidos en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, en el sentido del considerando 23 de la DMA.
- 326 A este respecto, es preciso señalar que los argumentos «adicionales» de la demandante no tenían por objeto refutar de manera concreta y específica una de las tres presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, sino que consistían en afirmaciones generales sobre los objetivos perseguidos por la DMA, el objeto de su artículo 3, apartado 5, y la eficacia de dicha disposición.
- 327 Por consiguiente, la Comisión no cometió un error al concluir que no se relacionaban directamente con dichas presunciones y que, por tanto, debían descartarse por ese motivo.
- 328 En consecuencia, y a la luz de las consideraciones expuestas en los apartados 39 a 56 supra, procede desestimar por infundada la primera imputación de la primera parte del primer motivo.

8. La valoración holística de las pruebas presentadas por la demandante (primer motivo, quinta parte)

(a) Argumentos de las partes

- 329 La demandante sostiene que la Comisión adoptó un enfoque fragmentado y compartimentado en la Decisión impugnada al no llevar a cabo una evaluación global de las pruebas que había presentado para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA. En su opinión, esas pruebas, consideradas en su conjunto, demuestran que no es un guardián del mercado o, como mínimo, que la Comisión debería haber abierto una investigación de mercado para determinar si era así.
- 330 La Comisión rebate los argumentos del demandante.

(b) Conclusiones del Tribunal

- 331 En la Decisión impugnada, la Comisión rechazó todos los argumentos y pruebas presentados por la demandante, concluyendo, respecto de cada una de las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, que no estaban suficientemente fundamentadas como para cuestionarlas manifiestamente, como se desprende de los considerandos 120, 125 y 155 de la Decisión impugnada.
- 332 A continuación, en el considerando 163 de la Decisión impugnada, la Comisión concluyó que, por las razones expuestas en los considerandos 120 a 162 de dicha Decisión, los argumentos presentados por la demandante no estaban suficientemente fundamentados como para cuestionar manifiestamente las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA.
- 333 De ello se desprende que, tras haber rechazado cada uno de los argumentos formulados por la demandante, la Comisión consideró que dichos argumentos, tomados individualmente o en su conjunto en el contexto de cada una de las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA, no estaban suficientemente fundamentados como para cuestionar manifiestamente dichas presunciones.
- 334 La demandante, refiriéndose a los considerandos 130 y 135 de la Decisión impugnada, en los que la Comisión señaló que la existencia de un ecosistema no era un requisito absoluto para la designación como guardián de acceso y que la existencia de multihoming no era, en sí misma, una indicación de que el CPS en cuestión no constituía un portal importante, critica a la Comisión por no haber realizado una evaluación holística de dichos argumentos.
- 335 Sin embargo, la Comisión no rechazó las alegaciones de la demandante relativas a la inexistencia de un ecosistema y a la existencia de multihoming únicamente porque la existencia de un ecosistema no fuera un requisito absoluto para la designación como gatekeeper y porque la existencia de multihoming no fuera, en sí misma, una indicación de que el CPS en cuestión no constituyera una puerta de entrada importante. También rechazó dichas alegaciones basándose en otros motivos, expuestos en los considerandos 127 a 142 de la Decisión impugnada, derivados del hecho de que no estaban suficientemente fundamentados como para cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA, como se desprende de los apartados 121 a 215 supra.
- 336 La demandante no formula ningún otro argumento específico que pueda demostrar que la conclusión a la que llegó la Comisión habría sido diferente si hubiera valorado sus argumentos y pruebas en su conjunto.
- 337 Por consiguiente, debe rechazarse por infundada la quinta parte del primer motivo.

B. El segundo motivo, basado en la vulneración del derecho de defensa

1. Argumentos de las partes

- 338 La demandante sostiene que la Comisión infringió el artículo 41 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (en lo sucesivo, «Carta») porque, en la Decisión impugnada, se basó en elementos de hecho y de Derecho sobre los que la demandante no tuvo la posibilidad de presentar sus observaciones durante el procedimiento administrativo. Según la demandante, estos elementos eran fundamentales para la apreciación por parte de la Comisión de los argumentos que había presentado para refutar las presunciones previstas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA.
- 339 La Comisión rebate los argumentos del demandante.

2. Conclusiones del Tribunal

- 340 El apartado 1 del artículo 34 de la DMA, titulado «Derecho a ser oído y acceso al expediente», establece en particular la obligación de la Comisión de ofrecer a la empresa interesada, antes de la adopción de una decisión con arreglo al artículo 8, al artículo 9, apartado 1, al artículo 10, apartado 1, a los artículos 17, 18, 24, 25, 29 y 30 y al artículo 31, apartado 2, de la DMA, la posibilidad de ser oída sobre las conclusiones preliminares de la Comisión.

- 341 Dado que las decisiones adoptadas con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo segundo, de la DMA –es decir, las decisiones en las que la Comisión designa a una empresa como guardián de acceso al rechazar sus argumentos destinados a cuestionar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA sin abrir una investigación de mercado– no están contempladas en el tenor del artículo 34, apartado 1, de la DMA, procede señalar que dicha disposición era inaplicable en el presente caso.
- 342 No obstante, el artículo 34, apartado 4, de la DMA establece que los derechos de defensa del guardián de acceso, de la empresa o de la asociación de empresas de que se trate se respetarán plenamente en cualquier procedimiento. El considerando 109 de la DMA indica, en particular, que la DMA respeta los derechos fundamentales y observa los principios reconocidos por la Carta y que, en consecuencia, la interpretación y la aplicación de la DMA deben respetar esos derechos y esos principios.
- 343 Además, según la jurisprudencia, el derecho de defensa es un derecho fundamental que forma parte de los principios generales del Derecho cuyo respeto garantiza el juez de la Unión. Este principio general del Derecho de la Unión está consagrado, en el marco del derecho a una buena administración, en el artículo 41, apartado 2, letras a) y b), de la Carta y se aplica cuando las autoridades tienen intención de adoptar una medida que perjudica a un particular (véase la sentencia de 25 de marzo de 2021, *Slovak Telekom / Comisión*, C-165/19 P, EU:C:2021:239, apartado 80 y jurisprudencia citada). Por tanto, el respeto del derecho a ser oído es exigible incluso cuando la legislación aplicable no prevea expresamente tal requisito procesal (véanse las sentencias de 22 de noviembre de 2012, *M.*, C-277/11, EU:C:2012:744, apartado 86 y jurisprudencia citada, y de 18 de junio de 2020, *Comisión / RQ*, C-831/18 P, EU:C:2020:481, apartado 67 y jurisprudencia citada).
- 344 Por tanto, de conformidad con el artículo 41 de la Carta, toda persona tiene derecho a que las instituciones, órganos y organismos de la Unión traten sus asuntos de manera imparcial, equitativa y dentro de un plazo razonable, lo que incluye, en particular, el derecho de toda persona a ser oída antes de que se adopte contra ella cualquier medida individual que la afecte desfavorablemente. Según la jurisprudencia, este derecho garantiza a toda persona la posibilidad de dar a conocer de manera efectiva su punto de vista durante un procedimiento administrativo y antes de que se adopte cualquier decisión que pueda afectar negativamente a sus intereses (véase la sentencia de 18 de junio de 2020, *Comisión / RQ*, C-831/18 P, EU:C:2020:481, apartado 67 y jurisprudencia citada).
- 345 En el presente caso, de los autos se desprende que, antes de la adopción de la Decisión impugnada, la demandante fue oída en varias ocasiones. En efecto, en primer lugar, antes de la propia notificación, se celebraron al menos cuatro reuniones entre la demandante y la Comisión, el 15 de diciembre de 2022, el 23 de marzo, el 2 de mayo y el 13 de junio de 2023. A continuación, tras la presentación de la notificación el 3 de julio de 2023, la Comisión envió a la demandante sus observaciones preliminares el 26 de julio de 2023 y le dio la oportunidad de exponer su posición, lo que la demandante hizo mediante escrito de 2 de agosto de 2023. Por último, el 17 de agosto de 2023 tuvo lugar otra reunión entre la demandante y la Comisión.
- 346 La demandante sostiene, sin embargo, que, a pesar de estos numerosos intercambios, no tuvo la oportunidad de presentar sus observaciones sobre cuatro cuestiones de hecho y de Derecho específicas invocadas en su contra en la decisión impugnada.
- 347 En primer lugar, la demandante alega que no fue escuchada durante el procedimiento administrativo sobre la supuesta exclusión de la prueba «cualitativa» en virtud del considerando 23 de la DMA.
- 348 No obstante, de los autos se desprende que, contrariamente a lo que afirma la demandante, tuvo la posibilidad de formular observaciones sobre la interpretación del considerando 23 de la DMA antes de la adopción de la Decisión impugnada. Del acta de la reunión entre la demandante y la Comisión de 17 de agosto de 2023, redactada por la propia demandante, se desprende que se discutió sobre dicha interpretación y sobre la relación entre dicho considerando y el artículo 3 de la DMA.
- 349 En cualquier caso, de reiterada jurisprudencia se desprende que, si bien el derecho a ser oído se extiende a todos los elementos de hecho y de Derecho que sirven de base al acto decisorio, no se extiende a la posición final que la administración pretende adoptar (véanse, en este sentido, las sentencias de 4 de marzo de 2020, *Tulliallan Burlington / EUIPO*, C-155/18 P a C-158/18 P,

EU:C:2020:151, apartado 94, y de 1 de febrero de 2023, *SJ / Comisión*, T-659/20, no publicada, EU:T:2023:32, apartado 11).

- 350 En segundo lugar, la demandante reprocha a la Comisión haber vulnerado su derecho a ser oída durante el procedimiento administrativo en relación con la afirmación, contenida en el considerando 128 de la Decisión impugnada, de que la escala relativa de TikTok en comparación con la de otros servicios de redes sociales en línea es determinante para el estatuto de guardián de acceso.
- 351 A este respecto, procede señalar de entrada que, en el considerando 128 de la Decisión impugnada, la Comisión no consideró que la escala relativa de TikTok en comparación con la de otros servicios de redes sociales en línea fuera «determinante de la condición de guardián de acceso», como alega la demandante, sino que se limitó a indicar que, en el presente caso, «la comparación pertinente se realiza entre la escala del servicio de redes sociales en línea TikTok de ByteDance y la de otros proveedores de servicios similares, independientemente de la escala de sus actividades de publicidad en línea». Además, del propio tenor del considerando 23 de la Decisión impugnada se desprende que es necesario tener en cuenta, en particular, «la importancia del [CPS] de la empresa teniendo en cuenta la escala global de las actividades del [CPS] respectivo», teniendo en cuenta que, como se ha señalado en el apartado 348 supra, la demandante había tenido la oportunidad de formular observaciones sobre la interpretación de dicho considerando antes de que se adoptase la Decisión.
- 352 En cualquier caso, la cuestión de la dimensión relativa de TikTok en comparación con la de otros servicios de redes sociales en línea se debatió durante el procedimiento administrativo. En las observaciones preliminares, la Comisión indicó que la afirmación de la demandante de que TikTok se enfrentaba a un gran número de competidores en el sector de las redes sociales en línea no tenía en cuenta el hecho de que la dimensión de TikTok era considerable, también en comparación con otros servicios de redes sociales en línea, ya que el tamaño de TikTok en la Unión ascendía aproximadamente a la mitad del tamaño de Facebook e Instagram, lo que indicaba que la dimensión de TikTok no era insignificante. La demandante respondió a esta observación, en particular, en los apartados 32 y 42 de su escrito de 2 de agosto de 2023.
- 353 En tercer lugar, procede señalar, en cambio, que, como alega la demandante, sin que la Comisión lo haya rebatido seriamente, no tuvo la posibilidad de presentar sus observaciones durante el procedimiento administrativo sobre la constatación de la Comisión, recogida en el considerando 132 de la Decisión impugnada, de que ByteDance disponía de su propio ecosistema, de modo que se vulneró su derecho a ser oída. Si bien es cierto que la inexistencia de un ecosistema y sus consecuencias para la designación de ByteDance como «gatekeeper» habían sido objeto de debates entre las partes, la Comisión no había informado a la demandante de su opinión de que, en realidad, ByteDance disponía de un ecosistema.
- 354 La Comisión sostiene, sin embargo, que la constatación del considerando 132 de la Decisión impugnada no era decisiva, sino de carácter secundario en el sistema de dicha Decisión, y que la demandante no ha demostrado que habría estado en mejores condiciones de defenderse si no hubiera existido irregularidad.
- 355 Según reiterada jurisprudencia, la vulneración del derecho a ser oído no implica automáticamente la anulación del acto impugnado. Además, es necesario que la parte demandante demuestre, no que la decisión de la Comisión habría sido diferente de no haberse producido la irregularidad de procedimiento de que se trata, sino simplemente que no puede excluirse totalmente tal posibilidad, puesto que dicha parte habría podido defenderse mejor de no haberse producido la irregularidad (véase la sentencia de 5 de mayo de 2022, *Zhejiang Jiuli Hi-Tech Metals / Comisión*, C-718/20 P, EU:C:2022:362, apartado 49 y jurisprudencia citada).
- 356 En el caso de autos, la desestimación por parte de la Comisión de las alegaciones de la demandante basadas en la supuesta inexistencia de un ecosistema se basa en una serie de motivos que, con excepción del considerando 132 de la Decisión impugnada, se basan en la hipótesis más favorable a la demandante, a saber, que ByteDance no disponía de un ecosistema. Como se desprende de los apartados 121 a 162 supra, esos otros motivos eran suficientes por sí mismos, e independientemente de la constatación realizada en el considerando 132, para justificar la conclusión de la Comisión de que dichas alegaciones no estaban suficientemente fundamentadas como para cuestionar manifiestamente la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), de la DMA.

- 357 En estas circunstancias, la demandante no ha demostrado que, de no existir la irregularidad constatada, no se pudiera excluir por completo que la decisión de la Comisión hubiera sido diferente.
- 358 En cuarto y último lugar, la demandante reprocha a la Comisión haber vulnerado su derecho a ser oída durante el procedimiento administrativo sobre las apreciaciones formuladas en los considerandos 54 y 141 de la Decisión impugnada, según las cuales la intensidad de uso de TikTok es superior a la observada en otras plataformas de redes sociales en línea.
- 359 A este respecto, en primer lugar, procede señalar que el considerando 54 de la Decisión impugnada forma parte de la sección 5.1.1 de dicha Decisión, titulada «Calificación y delimitación de la CPS» (considerandos 25 a 66 de dicha Decisión), en la que la Comisión expuso las razones por las que TikTok debía considerarse un servicio de red social en línea en el sentido del artículo 2, punto 7, de la DMA.
- 360 Dado que, en el marco del presente recurso, la demandante no cuestiona la clasificación de TikTok como servicio de red social en línea, su alegación basada en la supuesta vulneración de su derecho a ser oída en relación con las apreciaciones de la Comisión en el considerando 54 de la Decisión impugnada debe rechazarse por inoperante.
- 361 En segundo lugar, en lo que respecta al considerando 141 de la Decisión impugnada, la Comisión no niega que no haya oído a la demandante específicamente sobre la cuestión de la intensidad del uso de TikTok, pero sostiene que este aspecto de la Decisión impugnada era meramente secundario en su estructura y que la demandante no demuestra que, si hubiera sido escuchada, habría estado en mejores condiciones de defenderse.
- 362 En el considerando 141 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que las cifras presentadas por la demandante para demostrar que los usuarios de TikTok practicaban multihomes en mayor proporción que las registradas para los usuarios de Facebook e Instagram tenían un valor probatorio limitado porque Facebook e Instagram estaban activos en la Unión antes del lanzamiento de TikTok y tenían una base de usuarios finales mayor que TikTok. Añadió que, «además», esas cifras no reflejaban la intensidad de uso de esas distintas plataformas. A este respecto, la Comisión señaló que se había informado en numerosas ocasiones de que TikTok tenía una tasa de interacción significativamente más alta que otros servicios de redes sociales en línea, que los usuarios finales pasaban mucho más tiempo en TikTok que en otros servicios de redes sociales en línea y que esto era así, en particular, en el caso de los usuarios finales más jóvenes. En apoyo de estas afirmaciones, la Comisión se refirió a dos artículos publicados en línea, citados en las notas a pie de página 152 y 153 de dicha Decisión.
- 363 En primer lugar, del tenor del considerando 141 de la Decisión impugnada se desprende que la Comisión consideró que el valor probatorio de las cifras aportadas por la demandante en apoyo de su argumento sobre el multihoming era limitado, puesto que podían explicarse por el mero hecho de que Facebook e Instagram ya estaban activos en la Unión antes de la llegada de TikTok y de que ambas contaban ya con un mayor número de usuarios finales. El motivo basado en el hecho de que no reflejaban la intensidad de uso de las distintas plataformas de redes sociales en línea era, por tanto, complementario, lo que demuestra el escaso valor probatorio de dichas cifras, como lo demuestra el uso del término «además».
- 364 Además, la parte criticada del considerando 141 *in fine* de la Decisión impugnada es sólo una de las razones que llevaron a la Comisión a rechazar las alegaciones de la demandante basadas en el multi-homing por parte de sus usuarios.
- 365 En segundo lugar, cuando se le preguntó, en el marco de una diligencia de ordenación del procedimiento, si había cuestionado, en el marco del presente recurso, la esencia misma de las apreciaciones formuladas en el considerando 141 *in fine* de la Decisión impugnada sobre la intensidad de uso y si habría podido defenderse mejor de no haberse producido la irregularidad alegada, la demandante respondió afirmativamente. A este respecto, se refirió a sus alegaciones formuladas en la demanda en relación con los gastos publicitarios de los anunciantes y los gastos de los usuarios profesionales registrados en TikTok, que demostraban que el nivel de interacción de estas dos categorías de usuarios era bajo. No obstante, dicho considerando se refiere a la intensidad de uso de los usuarios finales y no a la de los anunciantes o los usuarios profesionales.
- 366 La demandante también se refirió, en su escrito de contestación, a la alegación que formuló en la demanda de que TikTok se utiliza poco o nada «como red social», mientras que la Comisión se

basó, en la Decisión impugnada, en datos que registran el tiempo que los usuarios pasan en TikTok viendo vídeos de forma pasiva y no el tiempo que pasan interactuando en el contexto de una red social en línea. En opinión de la demandante, el tiempo dedicado a ver vídeos no es un criterio adecuado para medir la participación de los usuarios de TikTok en comparación con la participación de los usuarios de redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn u otras.

- 367 Sin embargo, ni en la demanda ni en su respuesta a las preguntas del Tribunal la demandante ha cuestionado la exactitud del hecho, señalado en el considerando 141 de la Decisión impugnada, de que los usuarios finales, y en particular los jóvenes, pasan mucho más tiempo en TikTok en comparación con el tiempo que pasan en otras plataformas de redes sociales en línea.
- 368 La demandante se limita a alegar que el tiempo que los usuarios finales pasan en TikTok consiste principalmente en ver vídeos y que, por ello, no es un criterio adecuado para medir la intensidad de uso de TikTok como servicio de red social en línea. Sin embargo, como se ha señalado en el apartado 193 anterior, de conformidad con el artículo 2, punto 7, de la DMA, un servicio de red social en línea es una plataforma que permite a esos usuarios finales conectarse y comunicarse entre sí, compartir contenidos y descubrir a otros usuarios y contenidos a través de múltiples dispositivos y, en particular, a través de vídeos. Por tanto, el descubrimiento y el intercambio de vídeos puede ser una de las funcionalidades esenciales de una plataforma de red social en línea, de modo que el tiempo dedicado a ver vídeos en dicha plataforma constituye un criterio pertinente para medir la intensidad de uso por parte de sus usuarios.
- 369 Además, en los considerandos 42 y 49 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que una de las funcionalidades esenciales de TikTok consistía en poner a disposición del público vídeos generados por los usuarios y que sus funcionalidades iban más allá de las propias de una plataforma de intercambio de vídeos, de modo que TikTok debía clasificarse como servicio de red social en línea. En el presente recurso, la demandante no cuestiona ni estos considerandos ni la clasificación de TikTok como servicio de red social en línea. Por tanto, dado que poner a disposición del público vídeos generados por los usuarios es una de las funcionalidades esenciales de TikTok como servicio de red social en línea, la demandante no puede negar que, por lo que respecta a TikTok, el tiempo que sus usuarios pasan viendo vídeos es un parámetro adecuado para medir la intensidad de su uso de dicha plataforma.
- 370 En estas circunstancias, la demandante no ha demostrado, de conformidad con la jurisprudencia citada en el apartado 355 anterior, que no se pueda excluir por completo que la decisión de la Comisión hubiera sido diferente si hubiera tenido la posibilidad de pronunciarse sobre las conclusiones formuladas en el considerando 141 *in fine* de la Decisión impugnada sobre la intensidad del uso de TikTok.
- 371 Por consiguiente, debe desestimarse el segundo motivo por infundado.

C. El tercer motivo, basado en la vulneración del principio de igualdad de trato

1. Argumentos de las partes

- 372 La demandante alega, en esencia, que la Comisión vulneró el principio de igualdad de trato porque, en la Decisión impugnada, rechazó sus argumentos «cualitativos», mientras que, en otras decisiones, la Comisión había aceptado ese tipo de argumentos.
- 373 La Comisión rebate los argumentos del demandante.

2. Conclusiones del Tribunal

- 374 Mediante su tercer motivo, la demandante alega una desigualdad de trato resultante de la práctica decisoria de la Comisión.
- 375 Sin embargo, como se ha señalado en el apartado 68 *supra*, la Comisión está obligada a realizar una apreciación individual de las circunstancias de cada caso, sin estar vinculada por decisiones anteriores relativas a otras empresas u otros SPC.
- 376 En todo caso, procede recordar que, según reiterada jurisprudencia, el principio de igualdad de trato, que es un principio general del Derecho de la Unión, consagrado en los artículos 20 y 21 de la Carta, exige que no se traten de manera diferente situaciones comparables y que no se traten

de manera idéntica situaciones diferentes, a menos que dicho trato esté objetivamente justificado (véase la sentencia de 16 de junio de 2022, *Sony Optiarc y Sony Optiarc America / Comisión*, C-698/19 P, EU:C:2022:480, apartado 153 y jurisprudencia citada).

- 377 También debe tenerse presente que, de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, de la DMA, la apreciación de los argumentos presentados por la empresa interesada para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de la DMA debe tener en cuenta «las circunstancias en las que opera el [CPS] pertinente».
- 378 En el presente caso, basta con señalar que los considerandos de las decisiones de la Comisión a las que se refiere la demandante en su demanda se refieren a otras categorías de CPS y no a servicios de redes sociales en línea. Sin embargo, la demandante no explica por qué las circunstancias en las que operan esas otras categorías de CPS son comparables a las de un servicio de redes sociales en línea como TikTok.
- 379 Por consiguiente, procede rechazar el tercer motivo por infundado y, en consecuencia, desestimar el recurso en su totalidad.

IV. Costas

- 380 A tenor del artículo 134, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal General, la parte que pierda el proceso será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte.
- 381 Por haber sido desestimadas las pretensiones de la demandante, procede condenarla en costas, conforme a lo solicitado por la Comisión, incluidas las correspondientes al procedimiento de medidas provisionales.

Por estos motivos,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Octava Ampliada)

por la presente:

1. **Desestima la acción;**
2. **Condenar a Bytedance Ltd al pago de las costas, incluidas las relativas al procedimiento de medidas provisionales.**

Kornezov
Kecsmár

De Baere

Petrlík
Kingston

Pronunciado en audiencia pública en Luxemburgo, el 17 de julio de 2024.

V. Di Bucci

S. Papasavvas

Registrador

Presidente