Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Octava ampliada)

de 17 de julio de 2024 * [i]

«Servicios digitales — Reglamento (UE) 2022/1925 — Designación de un guardián 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 — Derecho de defensa — Igualdad de trato»

En el asunto T-1077/23,

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

parte demandante,

contra

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

parte demandada,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Octava ampliada),

integrado por el Sr. A. Kornezov (Ponente), Presidente, y los Sres. G. de Baere, D. Petrlík y K. Kecsmár y la Sra. S. Kingston, Jueces;

Secretario: Sr. A. Marghelis, administrador;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos, en particular:

– la solicitud de procedimiento acelerado presentada por la demandante el 16 de noviembre de 2023, así como la versión abreviada de la demanda, en la que renunciaba a determinados motivos en caso de que se estimara la solicitud de procedimiento acelerado;

– la decisión del Tribunal General de 8 de diciembre de 2023 por la que se estima 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;

* Lengua de procedimiento: inglés.

– las preguntas escritas del Tribunal General a las partes y sus respuestas a dichas preguntas presentadas en la Secretaría del Tribunal General el 16 de febrero de 2024;

celebrada la vista el 29 de abril de 2024;

dicta la siguiente

Sentencia

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, que 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, sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital y por el que se modifican las Directivas (UE) 2019/1937 y (UE) 2020/1828 (Reglamento de Mercados Digitales) (DO 2022, L 265, p. 1; en lo sucesivo, «DMA») (en lo sucesivo, «Decisión impugnada»).

I. Antecedentes del litigio

2 La demandante, una sociedad constituida en China en 2012 y sujeta al Derecho de las Islas Caimán, explota, junto con las sociedades que controla directa o indirectamente (en lo sucesivo, conjuntamente, «ByteDance»), entre otras, la plataforma digital TikTok.

3 La plataforma digital TikTok, que, en su versión actual, fue puesta en marcha en la Unión Europea en agosto de 2018, permite a sus usuarios buscar, ver y difundir vídeos, así como interactuar, transmitir y compartir contenidos con otros usuarios.

4 El 3 de julio de 2023, la demandante presentó una notificación a la Comisión Europea, con arreglo al artículo 3, apartado 3, párrafo primero, del DMA (en lo sucesivo, «notificación»), en la que declaró, antes de nada, que TikTok es una plataforma de intercambio de vídeos, en el sentido del artículo 2, puntos 2, letra d), y 8, del DMA; a continuación, que no se había alcanzado el umbral establecido en el artículo 3, apartado 2, letra c), del DMA, por lo que no podía considerarse que ByteDance cumpliera los requisitos del artículo 3, apartado 1, del DMA, para ser designada como guardián de acceso, y, por último, que las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA a efectos de designar a una empresa como guardián de acceso se habían refutado, en cualquier caso, sobre la base de los argumentos y de las pruebas que había presentado con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA.

5 Mediante escrito de 26 de julio de 2023, la Comisión comunicó a la demandante su dictamen preliminar por lo que respecta, por una parte, a la designación de ByteDance como guardián de acceso de conformidad con el artículo 3, apartado 4, del DMA y, por otra parte, a la calificación de TikTok como servicio de red social en línea que puede ser una puerta de acceso importante para que los usuarios profesionales lleguen a sus usuarios finales (en lo sucesivo, «puerta de acceso importante»), en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA (en lo sucesivo, «dictamen preliminar»).

6 Mediante escrito de 2 de agosto de 2023, la demandante respondió al dictamen preliminar.

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, del DMA, y, por consiguiente, un servicio básico de plataforma (en lo sucesivo, «SBP»), en el sentido del artículo 2, punto 2, letra c), del DMA.

9 En segundo lugar, la Comisión señaló que ByteDance alcanzaba los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA en cuanto atañe a TikTok, lo que permitía presumir que se cumplían los requisitos del artículo 3, apartado 1, del DMA, relativos a la designación de un guardián de acceso.

10 En tercer lugar, la Comisión consideró que los argumentos presentados por la demandante con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta tales presunciones. Por consiguiente, de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo segundo, del DMA, rechazó estos argumentos sin iniciar una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA.

11 Los artículos 1 y 2 de la parte dispositiva de la Decisión impugnada tienen el siguiente tenor:

«Artículo 1

Se designa a ByteDance como guardián de acceso de conformidad con el artículo 3 del [DMA].

Artículo 2

El siguiente [SBP] de ByteDance es una [puerta de acceso importante] en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del [DMA]:

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

II. Pretensiones de las partes

12 La demandante solicita al Tribunal General que:

– Anule la Decisión impugnada.

– Condene en costas a la Comisión.

13 La Comisión solicita al Tribunal General que:

– Desestime el recurso.

– Condene en costas a la demandante.

III. Fundamentos de Derecho

14 En apoyo del recurso, la demandante invoca tres motivos basados, el primero, en la infracción del artículo 3, apartados 1 y 5, del DMA; el segundo, en la vulneración del derecho de defensa, y, el tercero, en la violación del principio de igualdad de trato.

A. Primer motivo, basado en la infracción del artículo 3, apartados 1 y 5, del DMA

15 El primer motivo se articula en cinco partes, basadas, la primera, en que la Comisión aplicó un criterio jurídico erróneo al examinar los argumentos presentados para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA; las partes segunda a cuarta, en que la Comisión infringió el artículo 3, apartados 1 y 5, del DMA, al rechazar los argumentos presentados para refutar, respectivamente, la presunción de que ByteDance tenía una gran influencia en el mercado interior, la presunción de que TikTok era una puerta de acceso importante y la presunción de que ByteDance tenía una posición afianzada y duradera, y, la quinta, en que la Comisión infringió el artículo 3, apartados 1 y 5, del DMA, al no efectuar una apreciación global de las pruebas presentadas.

16 Antes de examinar el primer motivo en sus diferentes partes, es preciso recordar, por una parte, el origen y el contenido normativo del DMA y, por otra parte, los aspectos relevantes que no fueron cuestionados en la Decisión impugnada.

1. Sobre el origen y el contenido normativo del DMA

17 Hoy en día, los servicios digitales, y las plataformas en línea en particular, desempeñan un papel cada vez más importante en la economía, posibilitando que las empresas lleguen a usuarios de toda la Unión, facilitando el comercio transfronterizo y ofreciendo oportunidades de negocio completamente nuevas a un gran número de empresas en la Unión en beneficio de los consumidores de esta, como se desprende, en esencia, del considerando 1 del DMA.

18 Sin embargo, como señala el legislador de la Unión en el considerando 2 del DMA, algunos servicios digitales, denominados SBP, presentan a menudo características tales como economías de escala extremas, efectos de red muy potentes, la capacidad de conectar a muchos usuarios profesionales con muchos usuarios finales gracias al carácter multilateral de estos servicios, un importante grado de dependencia de los usuarios profesionales y de los usuarios finales, efectos de cautividad, falta de multiconexión para el mismo propósito por parte de los usuarios finales, integración vertical y ventajas derivadas de los datos, que, combinadas con las prácticas desleales de las empresas prestadoras de los SBP, pueden tener el efecto de socavar sustancialmente la disputabilidad de los SBP, así como de afectar a la equidad de la relación comercial entre las empresas prestadoras de dichos servicios y sus usuarios profesionales y usuarios finales. Ello podría dar lugar, a su vez, a una disminución rápida y potencialmente amplia de las opciones de los usuarios profesionales y de los usuarios finales y, por lo tanto, podría conferir al proveedor de esos servicios la posición de «guardián de acceso».

19 A este respecto, el legislador de la Unión observó que la dinámica del mercado a menudo era incapaz de garantizar resultados económicos justos con respecto a los SBP y que el Derecho vigente de la Unión no permitía abordar adecuadamente los posibles efectos negativos vinculados a algunas de las características de los SBP. En particular, aunque los artículos 101 TFUE 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, dominio en mercados específicos) y de comportamiento contrario a la competencia y que el control del cumplimiento de estas disposiciones solo se produce *ex post* y requiere una investigación extensa caso por caso de hechos a menudo muy complejos. Además, dicho legislador hizo constar que el Derecho vigente de la Unión no abordaba, o al menos no de manera eficaz, los retos 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 del DMA). También subrayó que el DMA perseguía un objetivo complementario, pero distinto al de proteger la competencia no falseada en un mercado determinado, tal como se define en el Derecho de la competencia, que es el de garantizar que los mercados donde haya guardianes de acceso sean y sigan siendo disputables y equitativos, independientemente de los efectos reales, potenciales o supuestos sobre la competencia en un mercado determinado de la conducta de un determinado guardián de acceso al que se aplique el DMA (véase, en este sentido, el considerando 11 del DMA).

20 Además, el legislador de la Unión señaló que ya se habían adoptado a escala nacional, o se habían propuesto, una serie de soluciones normativas para abordar las prácticas desleales y la disputabilidad de los servicios digitales o, al menos, con respecto a algunas de ellas, y que esto había creado soluciones normativas divergentes, lo que provocaba la fragmentación del mercado interior y, por lo tanto, aumentaba el riesgo de incremento de los costes de cumplimiento debido a la existencia de diferentes conjuntos de requisitos normativos nacionales (véase, en este sentido, el considerando 6 del DMA).

21 En este contexto, el legislador de la Unión decidió adoptar el DMA, con objeto, en particular, de contribuir al buen funcionamiento del mercado interior estableciendo normas para garantizar la disputabilidad y la equidad de los mercados en el sector digital en general y garantizarlas a los usuarios profesionales y los usuarios finales de SBP prestados por guardianes de acceso en particular (véanse, en este sentido, el artículo 1, apartado 1, y el considerando 7 del DMA).

22 El objetivo de garantizar la disputabilidad de los mercados en el sector digital está relacionado, como se desprende de los considerandos 32 y 33 del DMA, con la capacidad de las empresas para superar de forma efectiva los obstáculos a la entrada y la expansión y competir con el guardián de acceso sobre la base de la calidad intrínseca de sus productos y servicios. El objetivo de garantizar la equidad de dichos mercados tiene por objeto prevenir un desequilibrio entre los derechos y las obligaciones de los usuarios profesionales en el que el guardián de acceso obtenga una ventaja desproporcionada, precisándose que, debido a su posición de puerta de acceso y a su mayor poder de negociación, es posible que los guardianes de acceso adopten comportamientos que no permitan que otros cosechen plenamente los beneficios de sus propias contribuciones y establezcan unilateralmente condiciones desequilibradas para el uso de sus SBP o de servicios prestados junto con sus SBP o en apoyo de estos.

23 A tal efecto, el artículo 3, apartado 1, del DMA establece que una empresa será designada como guardián de acceso si cumple los tres requisitos acumulativos siguientes:

a) tiene una gran influencia en el mercado interior;

b) presta un SBP que es una puerta de acceso importante, y

c) tiene una posición afianzada y duradera, por lo que respecta a sus operaciones, o es previsible que alcance dicha posición en un futuro próximo.

24 En virtud del artículo 3, apartado 2, del DMA, se presume que una empresa cumple los respectivos requisitos establecidos en el apartado 1:

a) en relación con el apartado 1, letra a), cuando la empresa consiga un volumen de negocios anual en la Unión igual o superior a 7 500 millones de euros en cada uno de los tres últimos ejercicios (en lo sucesivo, «umbral de volumen de negocios conseguido en la Unión») o cuando su capitalización bursátil media o su valor justo de mercado equivalente ascienda como mínimo a 75 000 millones de euros en el último ejercicio (en lo sucesivo, «umbral del valor de mercado mundial») y preste el mismo SBP en al menos tres Estados miembros;

b) en relación con el apartado 1, letra b), cuando proporcione un SBP que, en el último ejercicio, haya tenido al menos 45 millones mensuales de usuarios finales activos establecidos o situados en la Unión (en lo sucesivo, «usuarios finales») y al menos 10 000 usuarios profesionales activos anuales establecidos en la Unión (en lo sucesivo, «usuarios profesionales»), identificados y calculados de conformidad con la metodología y los indicadores establecidos en el anexo;

c) en relación con el apartado 1, letra c), cuando se hayan alcanzado los umbrales establecidos en la letra b) del presente apartado en cada uno de los últimos tres ejercicios.

25 El artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA dispone que la empresa prestadora de SBP puede presentar, junto con su notificación con arreglo al artículo 3, apartado 3, párrafo primero, del DMA, argumentos suficientemente fundamentados para demostrar que, excepcionalmente, pese a haber alcanzado todos los umbrales establecidos en el apartado 2, dadas las circunstancias en las que opera el SBP de que se trate, no cumple los requisitos enumerados en el apartado 1.

26 De conformidad con los párrafos segundo y tercero del artículo 3, apartado 5, del DMA, cuando la Comisión considere que los argumentos presentados con arreglo al párrafo primero por la empresa prestadora de SBP no están suficientemente fundamentados porque no ponen en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el apartado 2 de dicho artículo, podrá rechazarlos en el plazo a que se refiere el apartado 4 del mismo artículo, sin abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA.

27 En cambio, cuando la empresa prestadora de SBP presente unos argumentos suficientemente fundamentados que pongan en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, la Comisión podrá, en el mismo plazo, abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA.

28 Por último, cabe señalar que el DMA establece un conjunto de obligaciones jurídicas que las empresas que hayan sido designadas como guardianes de acceso deben cumplir respecto de cada uno de los SBP enumerados en la decisión de designación correspondiente. Estas obligaciones se refieren a determinadas prácticas que se considera que menoscaban la disputabilidad o que no son equitativas —o ambas cosas— cuando se tienen en cuenta las características del sector digital y que tienen un impacto directo especialmente negativo en los usuarios profesionales y en los usuarios finales (véase, en este sentido, el considerando 31 del DMA).

2. Aspectos que no fueron cuestionados en la Decisión impugnada

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

30 En segundo lugar, la demandante no niega que se alcanzaron los umbrales previstos en el artículo 3, apartado 2, letras a) a c), del DMA y que, por consiguiente, cabía presumir que ByteDance cumplía los respectivos requisitos del artículo 3, apartado 1, del DMA a efectos de su designación como guardián de acceso.

31 En particular, en primer término, la demandante no discute la apreciación realizada en la Decisión impugnada según la cual el valor de mercado mundial de ByteDance, estimado en [> 75 000 millones] [1] de euros en el último ejercicio, superaba el umbral del valor de mercado mundial establecido en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA, ni que TikTok estaba disponible en todos los Estados miembros de la Unión y que, por lo tanto, también se cumplía el requisito, previsto en la misma disposición, de que el SBP en cuestión debía prestarse en al menos tres Estados miembros de modo que podía considerarse que ByteDance tenía una gran influencia en el mercado interior, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra a), del DMA.

32 En segundo término, la demandante no niega que también se alcanzaron los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA de al menos 45 millones de usuarios finales y al menos 10 000 usuarios profesionales, por lo que podía presumirse que TikTok constituía una puerta de acceso importante en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del 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 término, la demandante tampoco niega que los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA se alcanzaron en cada uno de los tres últimos ejercicios y que, en consecuencia, podía presumirse, con arreglo al artículo 3, apartado 2, letra c), del DMA, que ByteDance tenía una posición afianzada y duradera por lo que respecta a sus operaciones o que era previsible que alcanzaría dicha posición en un futuro próximo, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra c), del DMA. En efecto, de la Decisión impugnada resulta que, en 2020, en 2021 y en 2022, TikTok contaba, respectivamente, con [> 45], [> 45] y 125 millones de usuarios finales y, según un método conservador, con al menos [> 10 000], [> 10 000] y [> 10 000] usuarios profesionales, lo que supera los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

34 En cambio, las partes discrepan en cuanto a si la Comisión podía considerar, sin incurrir en error, que los argumentos presentados por la demandante, con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA, no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA en lo que respecta a TikTok.

35 A la luz de estas consideraciones, procede examinar las diferentes partes del primer motivo.

[1] Datos confidenciales ocultos.

3. Sobre el criterio jurídico aplicado por la Comisión al examinar los argumentos presentados para refutar las presunciones (primer motivo, primera parte)

36 La demandante sostiene, en esencia, que, en la Decisión impugnada, la Comisión aplicó un criterio jurídico erróneo al examinar los argumentos y las pruebas que había presentado, con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA, para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA. Reprocha a la Comisión, mediante una primera alegación, haber rechazado determinados argumentos y pruebas «cualitativos» y, mediante una segunda alegación, haber impuesto un nivel de prueba demasiado elevado, consistente en exigir pruebas «convincentes».

a) Sobre el tipo de argumentos y pruebas que pueden presentarse para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA

1) Alegaciones de las partes

37 La demandante alega, como declaró en la vista, que la Comisión rechazó erróneamente, 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, del DMA. En su opinión, la interpretación del considerando 23 del DMA, en el que se basó la Comisión para rechazar tales argumentos y pruebas, según la cual se excluye cualquier prueba que no se mencione en dicho considerando, entra en contradicción tanto con el tenor del citado considerando como con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA, en virtud del cual la calificación de guardián de acceso debe cumplir los requisitos enumerados en el apartado 1 de dicho artículo teniendo en cuenta las «circunstancias en las que opera el [SBP] de que se trate». Afirma que el considerando en cuestión únicamente excluye las justificaciones por motivos económicos con las que se pretenda entrar en la definición del mercado o demostrar eficiencias. En cambio, no excluye las pruebas «cualitativas» que estén relacionadas de manera directa con la refutación de dichas presunciones según las cuales los umbrales cuantitativos acreditan la condición de guardián de acceso. Pues bien, sería redundante aceptar únicamente elementos cuantitativos para refutar los umbrales igualmente cuantitativos en los que se basan estas presunciones.

38 La Comisión coincide con la demandante en que el considerando 23 del DMA no puede interpretarse en el sentido de que excluye los argumentos y pruebas «cualitativos», siempre que estén relacionados de manera directa con los umbrales cuantitativos en los que se basan las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, y en que los elementos que pueden tomarse en consideración, enumerados en dicho considerando, se dan a título de ejemplo. No obstante, arguye que, en la Decisión impugnada, no rechazó por carecer de pertinencia los argumentos o pruebas «cualitativos» presentados por la demandante, sino que los examinó, al igual que los argumentos y pruebas «cuantitativos» presentados por esta, siempre que estuvieran directamente relacionados con esas presunciones. En su opinión, los únicos argumentos que se excluyeron por no estar relacionados de manera directa con los umbrales cuantitativos en los que se basan dichas presunciones eran los argumentos «adicionales» de la demandante, como se desprende del considerando 161 de la Decisión impugnada.

2) Apreciación del Tribunal General

39 Con carácter preliminar, procede señalar que, mediante la expresión «argumentos y pruebas “cualitativos”», la demandante se refiere, en el marco de la primera alegación, a los argumentos y pruebas que presentó en el curso del procedimiento administrativo para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA y que no se expresaron en valores numéricos.

40 A este respecto, cabe señalar que puede resultar difícil, e incluso imposible, distinguir entre los argumentos o pruebas «cuantitativos» y los «cualitativos». En efecto, los argumentos de naturaleza «cualitativa» a menudo están respaldados por cifras. Así pues, podría parecer artificial separar uno de otro y aceptar únicamente la pertinencia del elemento cuantitativo aun cuando este pretenda fundamentar un argumento de carácter cualitativo.

41 Así las cosas, procede señalar que los requisitos que deben cumplirse para ser designado guardián de acceso, establecidos en el artículo 3, apartado 1, del DMA, no se expresan en valores numéricos. Así, para esta designación, la empresa en cuestión debe tener una gran influencia en el mercado interior, prestar un SBP que sea una puerta de acceso importante y tener una posición afianzada y duradera por lo que respecta a sus operaciones, o que sea previsible que alcance dicha posición en un futuro próximo.

42 Es cierto que los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA, que permiten presumir que se cumplen los requisitos previstos en el artículo 1 de dicho artículo, son en esencia cuantitativos.

43 No obstante, se trata de presunciones *iuris tantum*. En efecto, el artículo 3, apartado 5, párrafos primero y segundo, del DMA permite a la empresa afectada presentar argumentos suficientemente fundamentados para demostrar que, excepcionalmente, pese a haber alcanzado todos los umbrales cuantitativos establecidos en el apartado 2 de dicho artículo, dadas las circunstancias en las que opera el SBP de que se trate, no cumple los requisitos enumerados en el apartado 1 del citado artículo. Cuando estos argumentos no estén suficientemente fundamentados porque no pongan en entredicho de forma manifiesta dichas presunciones, la Comisión puede rechazarlos sin abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA.

44 Así, nada en el tenor del artículo 3, apartado 5, del DMA permite a la Comisión excluir de entrada, por carecer de pertinencia, argumentos o pruebas presentados por una empresa, basándose en que no se expresan en valores numéricos.

45 A este respecto, el considerando 23 del DMA precisa, en particular, que, «en su valoración de las pruebas y los argumentos presentados [con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA], la Comisión únicamente debe tener en cuenta aquellos elementos relacionados de manera directa con los criterios cuantitativos, en particular la influencia de la empresa prestadora de [SBP] en el mercado interior más allá de los ingresos o de la capitalización bursátil, 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 [SBP] de la empresa, teniendo en cuenta la escala global de las actividades del [SBP] de que se trate; y el número de años en los que se hayan alcanzado los umbrales». Además, según el mismo considerando, «debe descartarse cualquier justificación por motivos económicos con la que se

pretenda entrar en la definición del mercado o demostrar eficiencias derivadas de un tipo específico de comportamiento por parte de la empresa prestadora de [SBP], ya que no es pertinente para la designación como guardián de acceso».

46 Del considerando 23 del DMA se desprende que las únicas categorías de argumentos y pruebas que el legislador de la Unión decidió excluir expresamente por carecer de pertinencia son las basadas en una justificación por motivos económicos con la que se pretenda entrar en la definición del mercado o demostrar eficiencias.

47 Del considerando 23 del DMA también se infiere que, para ser tomados en consideración, los argumentos y las pruebas deben estar «relacionados de manera directa con los criterios cuantitativos», precisándose que el término «criterios cuantitativos» se refiere a los umbrales cuantitativos establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA. Sin embargo, este requisito de relación directa no significa que un argumento o prueba deba excluirse *a priori* por carecer de pertinencia por el mero hecho de que no se exprese en valores numéricos. En efecto, tal argumento o prueba puede, según las circunstancias, estar relacionado de manera directa con esos umbrales cuantitativos, de modo que debe tomarse en consideración al examinar los argumentos y las pruebas presentados para refutar las presunciones establecidas en dicha disposición. A la inversa, un argumento o prueba de carácter cuantitativo puede, según las circunstancias, no estar relacionado de manera directa con esos umbrales cuantitativos, de modo que no debería tomarse en consideración en el marco de ese examen.

48 De ello se desprende que el considerando 23 del DMA no excluye *a priori* por carecer de pertinencia los argumentos o pruebas que no se expresen en valores numéricos, siempre que estén relacionados de manera directa con una o varias de las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, que adoptan la forma de umbrales cuantitativos.

49 Procede señalar asimismo que la lista de elementos que pueden tomarse en consideración, citados en el considerando 23 del DMA, no es exhaustiva.

50 En efecto, la lista en cuestión se introduce con la expresión «en particular» y algunos de los elementos que figuran en dicha lista se explican a continuación mediante ejemplos («como»). Además, el único elemento mencionado en el considerando 23 del DMA en relación con la refutación de la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra c), del DMA es «el número de años en los que se hayan alcanzado los umbrales [relativos al número de usuarios profesionales y usuarios finales]». Pues bien, este elemento se solapa, en esencia, con el umbral en el que se basa la misma presunción. Así pues, si este elemento fuera el único elemento admisible para refutar dicha presunción, esta se convertiría entonces *de facto* en una presunción irrefutable, lo que sería contrario al artículo 3, apartado 5, del DMA. Además, este último artículo tampoco contiene una lista exhaustiva de elementos que puedan presentarse a tal fin, sino que se limita a hacer referencia a las «circunstancias en las que opera el [SBP] de que se trate».

51 Por consiguiente, procede concluir que el artículo 3, apartado 5, del DMA, leído a la luz del considerando 23 del DMA, debe interpretarse en el sentido de que permite a la empresa afectada presentar, para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, argumentos y pruebas, expresados o no en valores numéricos, siempre que estén relacionados de manera directa con una o varias de estas presunciones.

52 En el presente asunto, tal como declaró en la vista, la demandante reprocha a la Comisión haber rechazado, en el considerando 161 de la Decisión impugnada, sus argumentos «adicionales» por no estar relacionados de manera directa con los umbrales cuantitativos previstos en el artículo 3, apartado 2, del 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, del DMA, incluidos los de carácter «cualitativo», estaban relacionados de manera directa con tales presunciones, si bien los rechazó por otros motivos, con excepción de sus argumentos «adicionales», los cuales rechazó, en el considerando 161 de la Decisión impugnada, porque no estaban relacionados de manera directa con dichas presunciones.

54 A este respecto, debe señalarse que la Comisión únicamente examinó los argumentos «adicionales» de la demandante después de haber examinado los argumentos y las pruebas presentados por esta para refutar cada una de las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA.

55 En estas circunstancias, procede examinar si la Comisión podía, sin incurrir en error, rechazar los argumentos «adicionales» presentados por la demandante alegando que no estaban relacionados de manera directa con dichas presunciones según el orden en el que tales argumentos se abordan en la Decisión impugnada. Por lo tanto, esta cuestión se examinará tras considerar los argumentos presentados por esta relativos 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 alegación de la primera parte del primer motivo depende de la fundamentación de los argumentos de la demandante relativos al considerando 161 de la Decisión impugnada, que se examinarán en los apartados 321 a 328 posteriores.

b) Sobre el nivel de prueba requerido para poner en entredicho las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA

1) Alegaciones 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 requerido por el artículo 3, apartado 5, del DMA, al considerar que, para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, la demandante debía aportar pruebas «convincentes». Pues bien, en otras decisiones en la materia, la Comisión ha trazado una distinción entre, por una parte, los argumentos que ponen manifiestamente en entredicho las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA y que justifican la apertura de una investigación de mercado y, por otra parte, los argumentos que demuestran «de manera completa e inequívoca» que no se cumplen los requisitos enumerados en el artículo 3, apartado 1, del DMA. Por último, señala que la existencia de «dudas» o de indicios *prima facie* en cuanto a si la empresa afectada cumple dichos requisitos debería bastar para abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del 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 afectada debe aportar pruebas «convincentes» no fija un nivel de prueba más elevado que el previsto en el DMA. En su opinión, el mero uso del término «convincente» no indica el nivel de prueba aplicado, ya que, sea cual sea el nivel de prueba, para extraer conclusiones de una prueba es necesario que esta sea convincente. Añade, en esencia, que la distinción a la que se refiere la demandante entre el nivel de prueba requerido para abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA y el requerido para considerar que se han refutado las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA carece de pertinencia en el presente asunto, puesto que los argumentos de la demandante no han alcanzado ninguno de los dos niveles de prueba.

2) Apreciación del Tribunal General

59 Según el considerando 23 del DMA, «la obligación de acreditar que no debe aplicarse la presunción derivada del hecho de haber alcanzado los umbrales cuantitativos [previstos en el artículo 3, apartado 2, de dicho Reglamento] debe recaer sobre [la] empresa [afectada]».

60 En cuanto al nivel de prueba requerido para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, el apartado 5, párrafo primero, de dicho artículo establece que la empresa afectada podrá presentar argumentos suficientemente fundamentados para demostrar que, excepcionalmente, pese a haber alcanzado todos los umbrales establecidos en el apartado 2 del citado artículo, no cumple los requisitos enumerados en el apartado 1 del mismo artículo. Además, según el artículo 3, apartado 5, párrafos segundo y tercero, del DMA, cuando la Comisión considere que los argumentos presentados por la empresa afectada no están suficientemente fundamentados porque no ponen en entredicho de forma manifiesta tales presunciones, puede rechazarlos sin abrir una investigación de mercado, mientras que, si dicha empresa presenta unos argumentos suficientemente fundamentados que pongan en entredicho de forma manifiesta esas presunciones, la Comisión puede abrir tal investigación.

61 Así, el nivel de prueba requerido para poner en entredicho las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA ha sido determinado por el propio legislador de la Unión, exigiendo a la empresa afectada, sobre la que recae la carga de la prueba, que presente unos argumentos suficientemente fundamentados que pongan en entredicho de forma manifiesta tales presunciones.

62 En el presente asunto, el único considerando de la Decisión impugnada identificado por la demandante en el que la Comisión requirió, en su opinión, un nivel de prueba más elevado que el definido en el artículo 3, apartado 5, del DMA es el considerando 126 de dicha Decisión. Procede señalar asimismo que, en ese considerando, la Comisión indicó en particular, en el marco de su examen de los argumentos presentados para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, que incumbía a la empresa afectada aportar «pruebas convincentes» que demostraran que, aunque su SBP superaba con creces los umbrales fijados en esta última disposición, no era una puerta de acceso importante en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA y que, por las razones expuestas en los considerandos 127 a 154 de dicha Decisión, la demandante no había aportado tal prueba.

63 A este respecto, en primer lugar, procede señalar que la Comisión examinó los argumentos y las pruebas presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA en el apartado 5.1.3.2.2 de la Decisión impugnada. Observó, en el considerando 125 de dicha Decisión, que los argumentos presentados por la demandante con

arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA «no [estaban] suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), [del DMA]». Además, en el marco de su análisis de los diferentes argumentos y pruebas presentados por la demandante, señaló que no podían o eran insuficientes para «poner en entredicho de forma manifiesta» esta presunción (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, del DMA, que figura en el apartado 5.1.3.2.5 de la Decisión impugnada, la Comisión infirió que los argumentos presentados por la demandante de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA «no [estaban] suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del [DMA]», por lo que debían rechazarse sin abrir una investigación de mercado, con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo segundo, del DMA.

65 De ello se desprende que, al examinar los argumentos y las pruebas presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, la Comisión afirmó haber aplicado el nivel de prueba previsto en el artículo 3, apartado 5, del DMA, descrito en el apartado 60 anterior.

66 Así, la Comisión únicamente hizo referencia al requisito de aportar pruebas «convincentes» para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA una sola vez, en el considerando 126 de la Decisión impugnada, por lo que se trata de un hecho aislado. Por otra parte, si esta referencia debiera entenderse, como pretende la demandante, en el sentido de que debe aportar pruebas que refuten definitivamente dicha presunción, tal requisito no correspondería ciertamente al nivel de prueba exigido en virtud del artículo 3, apartado 5, del DMA. Sin embargo, en el presente asunto, no hay nada en la Decisión impugnada, leída en su totalidad, que sugiera que, con el término «convincente», la Comisión pretendiera exigir la presentación de pruebas que refutaran definitivamente esa presunción.

67 En cualquier caso, en el marco de la tercera parte del primer motivo se examinará si, con independencia de la forma en que la Comisión describió, en el considerando 126 de la Decisión impugnada, el nivel de prueba requerido, el nivel de prueba efectivamente aplicado por ella al examinar los argumentos y las pruebas presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA se ajusta al determinado en el artículo 3, apartado 5, del DMA.

68 En segundo lugar, procede desestimar la alegación de la demandante basada en el hecho de que, en otras decisiones en la materia, la Comisión ha trazado una distinción entre, por una parte, los argumentos que ponen manifiestamente en entredicho las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA y que justifican la apertura de una investigación de mercado y, por otra parte, los argumentos que demuestran «de manera completa e inequívoca» que no se cumplen los requisitos enumerados en el artículo 3, apartado 1, del DMA, lo que permitiría a la Comisión concluir que dichas presunciones han quedado refutadas sin necesidad de abrir una investigación de mercado. En efecto, la demandante no alega que, en la Decisión impugnada, la Comisión rechazara sus argumentos porque no podían demostrar «de manera completa e inequívoca» que no se cumplían tales requisitos, por lo que sus alegaciones son inoperantes. Por otra parte, en cualquier caso, procede recordar que la Comisión ha de efectuar un análisis individual de las características propias de cada asunto, sin encontrarse vinculada por decisiones

anteriores que afectan a otros operadores económicos o a otros SBP (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 la alegación de la demandante según la cual el nivel de prueba requerido a la empresa afectada por el DMA equivale a demostrar la existencia de «dudas» o de indicios *prima facie*, lo que debe bastar, en su opinión, para abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA.

70 En efecto, tal nivel de prueba no se corresponde con el previsto en el artículo 3, apartado 5, párrafo tercero, del DMA, en virtud del cual puede iniciarse una investigación de mercado cuando los argumentos de la empresa afectada estén suficientemente fundamentados para, excepcionalmente, poner en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de dicho Reglamento.

71 A este respecto, de las expresiones «excepcionalmente» y «de forma manifiesta», recogidas en el artículo 3, apartado 5, del DMA, se desprende inequívocamente que el nivel de prueba requerido a la empresa afectada es elevado, en el sentido de que los argumentos presentados por esta deben poder demostrar, con un alto grado de plausibilidad, que las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA quedan en entredicho. Pues bien, el nivel de prueba alegado por la demandante, a saber, la demostración de la existencia de meras «dudas» o de indicios *prima facie*, es inferior al exigido por el DMA.

72 Por lo tanto, sin perjuicio del examen del nivel de prueba efectivamente aplicado por la Comisión al examinar los argumentos y las pruebas presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, procede desestimar las alegaciones de la demandante relativas al nivel de prueba requerido para poner en entredicho la presunción establecida en dicha disposición.

4. Sobre la puesta en entredicho de la presunción de que ByteDance tenía una gran influencia en el mercado interior (primer motivo, segunda parte)

a) Alegaciones de las partes

73 La demandante sostiene que, en los considerandos 120 a 124 de la Decisión impugnada, la Comisión infringió el artículo 3, apartados 1, letra a), y 5, del DMA al rechazar sus argumentos dirigidos a demostrar que ByteDance no tenía una gran influencia en el mercado interior. Como aclaró en la vista, no reprocha a la Comisión no haber examinado determinados argumentos y pruebas que había presentado durante el procedimiento administrativo, sino haberlos examinado de manera superficial y errónea en dichos considerandos. En esencia, sostiene que la influencia de ByteDance en el mercado interior no era «grande», en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra a), del DMA, como demuestra el hecho de que el volumen de negocios de ByteDance en la Unión era reducido, de que TikTok era [*confidencial*] desde su lanzamiento en la Unión y de que el valor de mercado global de ByteDance se debía principalmente a sus actividades en China, de modo que no era representativo de su influencia en el mercado interior.

74 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante reproduciendo fundamentalmente los motivos que figuran en los considerandos 120 a 124 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se recuerda 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, del DMA, no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del 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 fueran inferiores al umbral del volumen de negocios conseguido en la Unión carecía de pertinencia, puesto que se había alcanzado el umbral del valor de mercado mundial y estos dos umbrales eran alternativos.

77 En segundo lugar, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, la Comisión observó, en particular, que los argumentos de la demandante relativos al origen de los ingresos publicitarios de ByteDance en la Unión carecían también de pertinencia, dado que alcanzaba el umbral del valor de mercado mundial.

78 En tercer lugar, en el considerando 123 de la Decisión impugnada, la Comisión estimó fundamentalmente que el hecho de que TikTok tenga [*confidencial*] en la Unión no puede, como tal, poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA, dado que ByteDance tenía un gran potencial de monetización de sus usuarios en la Unión en un futuro próximo, habida cuenta de su valor justo de mercado a escala mundial y del número de usuarios de TikTok en la Unión, que excedían ampliamente los umbrales previstos en el artículo 3, apartado 2, letras a) y b), del DMA, respectivamente.

79 En cuarto lugar, en el considerando 124 de la Decisión impugnada, la Comisión rechazó, por carecer de pertinencia, el argumento de la demandante según el cual el valor justo de mercado de ByteDance a escala mundial no constituía un indicio de la capacidad de esta para monetizar a los usuarios de TikTok en la Unión, puesto que se debía principalmente a sus actividades en China, basándose, por una parte, en que el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA hace referencia al valor justo de mercado a escala mundial de la empresa afectada en su conjunto, y no en una zona geográfica específica, y, por otra parte, en que esta disposición pretende reflejar la capacidad financiera de la empresa afectada, incluido su acceso a los mercados financieros y su capacidad, por ejemplo, de adquirir otras empresas innovadoras que presten servicios similares.

c) Apreciación del Tribunal General

80 En primer lugar, procede analizar la alegación de la demandante según la cual, 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 del volumen de negocios conseguido en la Unión carecía de pertinencia para demostrar que no tenía una gran influencia en el mercado interior en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra a), del DMA.

81 A este respecto, cabe recordar que, de conformidad con el artículo 3, apartado 1, letra a), del DMA, una empresa únicamente puede ser designada como guardián de acceso si tiene una gran influencia en el mercado interior.

82 El artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA permite presumir que así sucede cuando se alcanza uno de los dos umbrales alternativos. El primer umbral se refiere al volumen de negocios anual conseguido por la empresa afectada 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 a su valor justo de mercado equivalente, que debe haber ascendido como mínimo a 75 000 millones de euros en el último ejercicio. En ambos casos, es necesario que dicha empresa preste el SBP en cuestión en al menos tres Estados miembros.

83 En el presente asunto, la demandante no niega que ByteDance alcanzaba el umbral del valor de mercado mundial y que, por ello, se consideraba que tenía una gran influencia en el mercado interior.

84 Tampoco se discute que, en cambio, no alcanzaba el umbral del volumen de negocios conseguido en la Unión. En efecto, durante este período, el volumen de negocios de ByteDance conseguido en la Unión pasó de [< 7 500 millones] de euros en 2020, a [< 7 500 millones] de euros en 2021 y posteriormente a [< 7 500 millones] de euros en 2022, de modo que permaneció por debajo de dicho umbral.

85 A este respecto, debe subrayarse antes de nada que el hecho de que el volumen de negocios conseguido en la Unión no se alcance en cada uno de los tres últimos ejercicios no basta, por sí solo, para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA, en la medida en que, como se ha señalado en el apartado 83 anterior, en el presente asunto se alcanzaba el otro umbral alternativo, por lo que tal presunción era aplicable. En caso contrario, los dos umbrales se convertirían *de facto* en acumulativos, lo que entraría en conflicto con el tenor claro de dicha disposición.

86 Sin embargo, el carácter alternativo de los dos umbrales previstos en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA no resta en modo alguno relevancia al primero de ellos a efectos de examinar si dicha prueba, junto con otros argumentos suficientemente fundamentados, ponen en entredicho de forma manifiesta esta presunción.

87 En efecto, del considerando 17 del DMA se infiere que un volumen de negocios elevado en la Unión, unido al número de usuarios de SBP afectados en la Unión previsto en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, refleja una capacidad relativamente grande de monetizar a esos usuarios, mientras que una capitalización bursátil o un valor justo de mercado a escala mundial elevado, unido al mismo número de usuarios, refleja un potencial relativamente grande para monetizar a esos usuarios en un futuro próximo. La capitalización bursátil también puede reflejar la posición y el efecto futuros previstos de las empresas de que se trate en el mercado interior, a pesar de que el volumen de negocios actual pueda ser relativamente bajo.

88 Por lo tanto, estos dos umbrales reflejan supuestos afines, pero distintos. Mientras que un elevado volumen de negocios conseguido en la Unión permite demostrar que la empresa en cuestión ya dispone de capacidad para monetizar a sus usuarios en el mercado interior, una capitalización bursátil o un valor justo de mercado a escala mundial indican más bien que dicha empresa dispone del potencial de monetización de sus usuarios en el mercado interior en un futuro próximo.

89 Por otra parte, el legislador de la Unión consideró específicamente el volumen de negocios conseguido en la Unión por la empresa afectada como indicador de la influencia de esta en el mercado interior, como se desprende del artículo 3, apartado 2, letra a), y del considerando 17 del DMA.

90 Así pues, no cabe excluir que la empresa afectada pueda demostrar, sobre la base de varios argumentos suficientemente fundamentados, entre ellos su reducido volumen de negocios en la Unión, que, a pesar de un valor de mercado mundial situado por encima del umbral previsto en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA, solo tiene una presencia limitada en el mercado interior, de modo que dicho valor de mercado no refleja, dadas las circunstancias en las que opera el SBP de que se trate, el potencial de monetización de sus usuarios en la Unión en un futuro próximo y que, por tanto, no tiene una gran influencia en el mercado interior en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra a), del DMA.

91 Además, solo cabe rechazar la afirmación de la Comisión, que figura en la última frase del considerando 121 de la Decisión impugnada, de que el nivel de ingresos de ByteDance en la Unión no era un dato relativo a su influencia en el mercado interior «más allá de los ingresos o de la capitalización bursátil», en el sentido del considerando 23 del DMA. En efecto, por una parte, la precisión «más allá de los ingresos o de la capitalización bursátil» que figura en este último considerando solamente aclara que, en vista de que estos dos datos ya se han tenido en cuenta en el marco del artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA, la empresa afectada puede presentar, para refutar la presunción establecida por dicha disposición, otros datos, además de estos, relativos a su influencia en dicho mercado. Por otra parte, como se ha señalado en el apartado 89 anterior, el volumen de negocios conseguido en la Unión se menciona claramente en el artículo 3, apartado 2, letra a), y en el considerando 17 del DMA, como uno de los criterios pertinentes para apreciar la influencia de dicha empresa en ese mercado.

92 En consecuencia, la Comisión incurrió en error de Derecho al rechazar, por carecer de pertinencia, el argumento de la demandante relativo al volumen de negocios de ByteDance conseguido en la Unión durante los tres últimos ejercicios. La incidencia de este error en la legalidad de la Decisión impugnada se examinará en los apartados 111 a 117 posteriores.

93 En segundo lugar, la demandante reprocha a la Comisión haber rechazado por carecer de pertinencia, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, sus argumentos relativos, por una parte, al número limitado de usuarios profesionales cuyos gastos publicitarios en TikTok son significativos y, por otra parte, al número limitado de «países afectados».

94 A este respecto, en primer término, es preciso señalar que, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, la Comisión no se pronunció sobre el argumento de la demandante de que un número limitado de usuarios profesionales incurren en gastos publicitarios significativos en TikTok, siendo la razón de esta falta de pronunciamiento que tal argumento no se había formulado en la notificación para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA. En consecuencia, la alegación de la demandante procede de una lectura errónea de dicha Decisión y, por este motivo, debe desestimarse.

95 En segundo término, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, la Comisión se pronunció sobre el argumento de la demandante presentado en la notificación para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA según el cual TikTok solo obtenía ingresos publicitarios significativos en [*confidencial*] Estados miembros, a saber [*confidencial*].

96 A este respecto, basta con señalar que, ante el Tribunal General, la demandante no presenta ninguna alegación concreta dirigida a impugnar específicamente el rechazo, en el considerando 122 de la Decisión impugnada, de la pertinencia del hecho de que TikTok solo obtuviera ingresos publicitarios significativos en [*confidencial*] Estados miembros. Además, de la notificación se desprende que TikTok ha obtenido ingresos publicitarios en [*confidencial*] de los Estados miembros. Pues bien, no explica cómo el hecho de que la mayoría de ellos se haya generado en algunos de los Estados miembros más poblados podría influir en la evaluación de su influencia en el mercado interior en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra a), del DMA.

97 En tercer lugar, la demandante reprocha a la Comisión, en esencia, haber considerado erróneamente, en el considerando 123 de la Decisión impugnada, que su argumento basado en el hecho de que ByteDance era [*confidencial*] en la Unión desde su lanzamiento no podía poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA.

98 A este respecto, procede señalar, como explica la demandante en sus escritos, que la plataforma TikTok, en su versión actual, fue puesta en marcha en la Unión en agosto de 2018 y, por lo tanto, en el momento de la adopción de la Decisión impugnada, se encontraba en una fase temprana de monetización en la Unión. Así pues, desde el lanzamiento de TikTok en la Unión, ByteDance seguía invirtiendo más en dicha plataforma para atraer a más usuarios y anunciantes, en particular incitando a los creadores a producir contenido para TikTok.

99 Por consiguiente, el hecho de que ByteDance haya podido ser [*confidencial*] durante los primeros años siguientes a su entrada en el mercado interior no puede, por sí solo, poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA, dado que, como señaló acertadamente la Comisión en el considerando 123 de la Decisión impugnada, otros diversos factores pertinentes demostraban, en su conjunto, su potencial significativo de monetizar a los usuarios de TikTok en la Unión en un futuro próximo.

100 En efecto, la medida en que se superan los umbrales previstos en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA y, más concretamente, el particularmente elevado valor justo de mercado de ByteDance a escala mundial, a saber, [> 75 000 millones] de euros, que excede ampliamente el umbral de 75 000 millones de euros previsto en dicha disposición, así como el gran número de usuarios finales y de usuarios profesionales de TikTok en la Unión, a saber, 125 millones y [> 10 000], respectivamente, en 2022, que también superó con mucho y en cada uno de los tres últimos ejercicios los umbrales de al menos 45 millones de usuarios finales y 10 000 usuarios profesionales, previstos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, acreditan el gran potencial de ByteDance de monetización de sus usuarios en la Unión en un futuro próximo, a pesar de su estatus [*confidencial*] durante un período inicial tras su lanzamiento en la Unión y, en consecuencia, su gran influencia en el mercado interior.

101 Por consiguiente, deben desestimarse por infundadas las alegaciones de la demandante contra el considerando 123 de la Decisión impugnada.

102 En cuarto lugar, la demandante reprocha a la Comisión haber rechazado erróneamente, en el considerando 124 de la Decisión impugnada, su argumento de que el valor justo de mercado de ByteDance a escala mundial no constituía un indicio de la capacidad de esta para monetizar a los usuarios de TikTok en la Unión, puesto que este valor se debía principalmente a sus actividades en China, que, no obstante, no tenían ninguna relación con sus actividades en el mercado interior.

103 La Comisión rechazó este argumento por carecer de pertinencia, basándose en que el umbral del valor de mercado mundial se aplicaba a la empresa afectada en su conjunto y no en relación con una zona geográfica determinada. Además, según la Comisión, dicho argumento era contrario al objetivo subyacente a la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA, que, como se desprende del considerando 17 del DMA, pretende reflejar la capacidad financiera de la empresa afectada, incluido su acceso a los mercados financieros y su capacidad, 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 de la empresa de que se trata a escala mundial, sin distinción alguna en cuanto al origen geográfico de dicho valor. En consecuencia, la Comisión consideró acertadamente que el hecho de que el valor justo de mercado de ByteDance se debiera principalmente a sus operaciones en China no era pertinente.

105 En efecto, antes de nada, el hecho de que, como sostiene la demandante, el valor justo de mercado de ByteDance a escala mundial se deba principalmente a sus actividades en China, de que sus «actividades asiáticas» no estuvieran disponibles en la Unión y de que algunas de esas actividades fracasaran en la Unión no incide 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.

106 A continuación, contrariamente a lo que sostiene la demandante, la Comisión no estaba obligada a analizar específicamente si las «actividades asiáticas» de ByteDance se enfrentaban a barreras culturales y reglamentarias en la Unión. En efecto, correspondía a la demandante, sobre quien recae la carga de la prueba, demostrar que así era y que, debido a tales barreras culturales y reglamentarias, ByteDance no podía beneficiarse en el mercado interior de su valor justo de mercado a escala mundial.

107 Sin embargo, la demandante no ha presentado tales pruebas. 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, TikTok registra un crecimiento muy rápido, como demuestra el volumen de negocios de ByteDance en la Unión, que pasó de [< 7 500 millones] de euros en 2020 a [< 7 500 millones] de euros en 2022, es decir, un aumento de aproximadamente el [100-2 000] %, así como el número cada vez mayor de usuarios finales en la Unión, que pasaron 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 la 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 de aproximadamente el [100-2 000] %. Pues bien, la demandante no explica cómo las barreras culturales y reglamentarias alegadas se concilian con el hecho de que TikTok haya registrado un crecimiento muy rápido en la Unión desde su lanzamiento.

108 En este contexto, la Comisión podía considerar acertadamente que el valor justo de mercado de ByteDance a escala mundial, unido al gran número de usuarios de TikTok en la Unión, reflejaba su capacidad financiera y su potencial de monetización de los usuarios de TikTok en la Unión.

109 Por último, el hecho, planteado por la demandante, de que los ingresos generados por TikTok en la Unión representaran menos del [0-5] % de los ingresos de ByteDance a escala mundial y de que, si las actividades de TikTok en la Unión se valorizaran por separado, solo corresponderían a una [*confidencial*] del valor mundial de ByteDance, tampoco puede poner en entredicho de forma manifiesta el potencial de monetización por parte de ByteDance de los usuarios de TikTok en la Unión, habida cuenta de los elementos señalados en el apartado 107 anterior.

110 En consecuencia, deben desestimarse las alegaciones de la demandante contra el considerando 124 de la Decisión impugnada.

111 Por lo tanto, queda por determinar qué efecto tiene el error cometido por la Comisión, señalado en el apartado 92 anterior, en la legalidad de la Decisión impugnada.

112 A este respecto, procede recordar que, según la jurisprudencia, un error en el razonamiento del acto impugnado no da lugar a la anulación de ese acto si, en las circunstancias particulares del presente asunto, dicho error no pudo ejercer 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 General ha tenido ocasión de declarar que, sea cual sea la amplitud de los errores que puede presentar la Decisión impugnada, solo pueden dar lugar a la anulación si —y en la medida en que— todos los demás elementos contenidos en dicha decisión permiten al Tribunal General considerar acreditado que, en cualquier caso, las alegaciones formuladas por la demandante no estaban suficientemente fundamentadas para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del 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 consiguiente, procede examinar si el error cometido por la Comisión, mencionado en el apartado 92 anterior, en la medida en que rechazó, por carecer de pertinencia, el volumen de negocios conseguido por ByteDance en la Unión, pudo ejercer una influencia determinante, en las circunstancias particulares del presente asunto, en el rechazo por parte de la Comisión de los argumentos presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA.

114 A este respecto, en primer término, procede señalar que el error cometido por la Comisión, mencionado en el apartado 92 anterior, solo vicia el considerando 121 de la Decisión impugnada. Por otra parte, 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 refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA, adolezcan de errores, como se desprende de los apartados 93 a 110 anteriores.

115 En segundo término, como se ha señalado en el apartado 85 anterior, el hecho de que el volumen de negocios conseguido en la Unión no se alcance en cada uno de los tres últimos ejercicios no basta, por sí solo, para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA. Sin embargo, ninguno de los demás elementos invocados por la demandante ha prosperado.

116 En tercer término, todos los demás datos contenidos en la Decisión impugnada y tenidos en cuenta por la Comisión para concluir que ByteDance tenía un gran potencial de monetización de sus usuarios en la Unión en un futuro próximo siguen siendo válidos a pesar de su volumen de negocios conseguido en la Unión, que, aunque se sitúa por debajo del umbral previsto en el artículo 3, apartado 2, letra a), del DMA, no ha dejado de aumentar, como se ha expuesto en los apartados 84 y 107 anteriores (véase también el considerando 98 de la Decisión impugnada), extremo que, por lo demás, no discute la demandante. En efecto, de los considerandos 121, 123 y 124 de dicha Decisión se desprende que el valor justo de mercado de ByteDance era «muy superior» al umbral de 75 000 millones de euros, que el número de usuarios finales y de usuarios

profesionales en la Unión ha seguido aumentando durante los tres últimos ejercicios, superando con creces los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA (véase el apartado 107 anterior), y que, habida cuenta de estas circunstancias, la Comisión concluyó que los argumentos de la demandante no podían refutar el gran potencial de ByteDance de monetización de sus usuarios en la Unión en un futuro próximo.

117 En estas circunstancias, el error cometido por la Comisión, mencionado en el apartado 92 anterior, no pudo ejercer una influencia determinante 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), del DMA no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta dicha presunción y, por lo tanto, no incide en la legalidad de la Decisión impugnada.

118 Por lo tanto, procede desestimar por infundada la segunda parte del primer motivo.

5. Sobre la puesta en entredicho de la presunción de que TikTok era una puerta de acceso importante (primer motivo, tercera parte)

119 La demandante sostiene que, en los considerandos 125 a 154 de la Decisión impugnada, la Comisión infringió el artículo 3, apartados 1, letra b), y 5, del DMA al rechazar sus argumentos dirigidos a demostrar que TikTok no era una puerta de acceso importante.

120 La presente parte se articula en cuatro alegaciones basadas fundamentalmente, en primer término, en que, a diferencia de otras empresas que operan en el sector digital, ByteDance no dispone de un ecosistema ni de efectos de red importantes; en segundo término, en que una parte considerable de los usuarios de TikTok opta por una multiconexión, es decir, que utiliza una o más plataformas además de TikTok, por lo que no existen efectos de cautividad significativos; en tercer término, en que TikTok tiene una menor escala en comparación con otros servicios de redes sociales en línea, como Facebook e Instagram, y, en cuarto término, en que el nivel de interacción de los anunciantes y de los usuarios profesionales registrados en la plataforma TikTok es bajo. En su opinión, estos elementos demuestran que TikTok no era una puerta de acceso importante en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA.

a) Sobre la supuesta inexistencia de un ecosistema y de efectos de red importantes

1) Alegaciones de las partes

121 La demandante sostiene en esencia que, a diferencia de otras empresas que operan en el sector digital, ByteDance no dispone de un ecosistema ni de efectos de red importantes, lo que pone en entredicho, a su juicio, la presunción de que TikTok era una puerta de acceso importante. Pues bien, afirma que, en los considerandos 127 a 133 de la Decisión impugnada, la Comisión rechazó erróneamente sus argumentos.

122 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante, reproduciendo fundamentalmente los motivos que figuran en los considerandos 127 a 133 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se recuerda 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 a través de sus ecosistemas y lo rechazó por carecer de pertinencia debido a que el SBP en cuestión era un servicio de red social en línea y no un servicio de publicidad en línea, ya que estas dos categorías de SBP se distinguen en el DMA.

124 En cualquier caso, la Comisión consideró que las alegaciones de la demandante no podían poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA por las razones que se exponen a continuación.

125 En primer lugar, en los considerandos 130 y 131 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló que nada en el DMA indicaba que la existencia de un ecosistema fuera un requisito previo absoluto para que un SBP pudiera considerarse una puerta de acceso importante y que el concepto de «ecosistema» incluía diferentes modelos de empresa, de modo que cada ecosistema debía examinarse caso por caso. Además, señaló que podía haber más de un guardián de acceso en una categoría específica de SBP y que no había nada en el DMA que indicara que el mero hecho de que algunos guardianes de accesos fueran capaces de monetizar un servicio mejor que otros significara que estos últimos no fueran una puerta de acceso importante en esta categoría de SBP.

126 En segundo lugar, en el considerando 132 de la Decisión impugnada, la Comisión hizo constar que ByteDance disponía de su propio ecosistema, compuesto por servicios de edición de vídeos muy populares, programas informáticos de empresa y aplicaciones publicitarias, de noticias y de asistencia sanitaria, con la precisión de que, según la Comisión, algunos de los servicios prestados por ByteDance, como su aplicación de edición de vídeo CapCut, habían tenido mucho éxito en la Unión.

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 y del de Instagram, aunque no disponía de un ecosistema del tamaño del de Meta.

3) Apreciación del Tribunal General

128 El DMA no contiene una definición del término «ecosistema». No obstante, el contenido de este concepto puede deducirse de los considerandos 3, 32 y 64 del DMA, de los que se desprende, en esencia, que un ecosistema de plataformas digitales puede consistir en uno o incluso varios SBP, así como en otros servicios conectados a ellos, por ejemplo, mediante enlaces tecnológicos o la interoperabilidad, lo que puede obstaculizar aún más la entrada en el mercado de competidores de estas empresas e incrementar los costes para los usuarios finales que quieran cambiar de proveedor, dificultando así que los operadores del mercado establecidos o nuevos compitan con dichas empresas o disputen su posición.

129 Así pues, existe un «ecosistema» digital cuando varias categorías de proveedores, de clientes y de consumidores se reúnen e interactúan dentro de una plataforma, y los productos o servicios que componen este ecosistema pueden imbricarse o conectarse entre sí debido a su complementariedad horizontal o vertical.

130 Del considerando 3 del DMA se desprende que una de las características de algunos guardianes de acceso es precisamente el hecho de que controlan ecosistemas completos de plataformas en la economía digital.

131 De ello se sigue que el hecho de disponer de un ecosistema de plataformas digitales podría constituir un elemento pertinente para evaluar si la empresa afectada es un guardián de acceso y si, más concretamente, el SBP en cuestión constituye una puerta de acceso importante.

132 No obstante, cabe 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 «determinados» guardianes de acceso mencionadas en los considerandos 2 y 3 del DMA. Del mismo modo, ninguna disposición o considerando del DMA sugiere que, para ser designada como guardián de acceso, una empresa deba controlar necesariamente un ecosistema de plataformas. Por el contrario, al prever que «un [SBP]» puede constituir una puerta de acceso importante, el artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA implica que un SBP puede, por sí solo, constituir tal puerta, sin formar necesariamente parte de un ecosistema.

133 Por lo tanto, el hecho de que un SBP no se inscriba en un ecosistema no basta para demostrar que ese SBP no es una puerta de acceso importante.

134 Asimismo, debe precisarse que son las ventajas o desventajas asociadas a la existencia o a la inexistencia de un ecosistema las que permiten apreciar si el SBP en cuestión constituye una puerta de acceso importante, y no la mera existencia o inexistencia de un ecosistema como tales. En efecto, como señaló acertadamente la Comisión en el considerando 130 de la Decisión impugnada, el propio concepto de «ecosistema» comprende diferentes modelos de negocio. Por consiguiente, cada ecosistema debe ser objeto de un examen caso por caso, teniendo en cuenta las ventajas o la falta de ventajas que se derivan de dicho modelo de negocio, en particular en lo que respecta a la disputabilidad.

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

136 En efecto, 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 ningún ecosistema. Así, rebate la afirmación realizada por la Comisión en el considerando 132 de dicha Decisión, según la cual ByteDance disponía de un ecosistema compuesto por servicios de edición de vídeos muy populares, programas informáticos de empresa y aplicaciones publicitarias, de noticias y de asistencia sanitaria, entre ellas CapCut, alegando que no es así y que, en cualquier caso, la Comisión no había motivado de modo suficiente en Derecho su conclusión sobre este punto.

137 La Comisión replica en particular que, durante el procedimiento administrativo, la demandante no fundamentó su afirmación de que ByteDance no disponía de un ecosistema.

138 A este respecto, en primer término, procede recordar que la carga de la prueba para refutar las presunciones establecidas por el artículo 3, apartado 2, del DMA recae sobre la empresa afectada, como se ha señalado en el apartado 59 anterior.

139 En consecuencia, correspondía a la demandante fundamentar de modo suficiente en Derecho su argumento de que ByteDance no disponía de un ecosistema y precisar la incidencia de esta circunstancia en la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

140 Tras ser interrogada en el marco de una diligencia de ordenación del procedimiento a este respecto, la demandante respondió haber fundamentado durante el procedimiento administrativo su argumento de que ByteDance no disponía de un ecosistema, remitiéndose a determinados documentos que había presentado durante dicho procedimiento.

141 No obstante, debe señalarse que, en los documentos de que se trata, la demandante se limitó fundamentalmente a afirmar que, a diferencia de determinados competidores, en particular Meta y Alphabet, ByteDance no disponía de un ecosistema, sin aportar ninguna prueba motivada que permitiera considerar que los diferentes servicios digitales que ByteDance prestaba en la Unión no formaban parte de un ecosistema a la luz de los criterios recordados en los apartados 128 y 129 anteriores.

142 Es cierto que no puede exigirse a la empresa afectada que, para refutar una presunción, realice gestiones 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, el requisito de fundamentar su afirmación de que ByteDance no disponía de un ecosistema no equivale a imponer a la demandante gestiones excesivas o poco realistas. En efecto, podía explicar cuáles eran los servicios digitales que ByteDance prestaba en la Unión y describir las relaciones entre ellos a la luz de los criterios recordados en los apartados 128 y 129 anteriores, máxime cuando, en su condición de prestador de dichos servicios, se encontraba en la mejor posición para hacerlo.

144 Así, es preciso señalar, como señala acertadamente la Comisión en el marco del presente litigio, que la demandante, sobre la que recaía la carga de la prueba, no ha fundamentado su alegación de que ByteDance no disponía de un ecosistema del que formaba parte TikTok.

145 Por consiguiente, dado que la demandante no ha demostrado la premisa en la que se basan todas sus alegaciones relativas a los considerandos 127 a 133 de la Decisión impugnada, tales alegaciones deben desestimarse por inoperantes, sin que sea necesario examinar si el considerando 132 de la Decisión impugnada está suficientemente motivado.

146 En segundo lugar, y en cualquier caso, aun suponiendo que ByteDance no disponga de un ecosistema, como pretende la demandante, la conclusión de la Comisión sigue siendo válida.

147 Ciertamente, como alega la demandante, los motivos expuestos en los considerandos 127 a 129 de la Decisión impugnada no responden íntegramente a los argumentos que había formulado en la notificación. En efecto, de esta se desprende que había enumerado varias ventajas asociadas al hecho de disponer de un ecosistema, una de las cuales se refería a la venta de publicidad en línea. De ello se deduce que sus alegaciones basadas en la supuesta inexistencia de un ecosistema no se limitaban a las ventajas vinculadas a la venta de publicidad en línea, contrariamente a lo declarado por la Comisión en el considerando 127 de dicha Decisión. Así, los motivos expuestos en los considerandos 127 a 129 de la Decisión impugnada proceden de una interpretación incompleta de los argumentos de la demandante.

148 No obstante, debe señalarse que, como observó la Comisión en el considerando 133 de la Decisión impugnada, sin que la demandante lo niegue, TikTok vio aumentar su número de usuarios finales de [> 45] millones en 2020 a 125 millones en 2022, alcanzando así, según los datos de que disponía la Comisión, la mitad del tamaño de Facebook y del de Instagram, y ello incluso sin disponer de un ecosistema o, al menos, de un ecosistema comparable al de Meta.

149 Del mismo modo, en el considerando 126 de la Decisión impugnada, la Comisión puso de relieve que, en términos de escala absoluta, en 2022 TikTok superaba con creces los umbrales de usuarios previstos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, con más de [> 10 000] usuarios profesionales y 125 millones de usuarios finales.

150 De ello se infiere que TikTok, que, en su versión actual, no fue puesta en marcha en la Unión hasta agosto de 2018, ha conseguido en poco tiempo atraer a un número muy elevado de usuarios finales, de modo que, en 2022, dicho número superaba casi tres veces el umbral previsto en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, así como a un número muy elevado de usuarios profesionales, a saber, más de [> 10 000] en 2022, superando así con mucho el umbral de 10 000 usuarios profesionales previsto en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA y alcanzando, en un breve lapso de tiempo, la mitad del tamaño de Facebook y del de Instagram.

151 Esto tiende a demostrar que la supuesta inexistencia de un ecosistema no impidió en modo alguno a TikTok crecer tanto en términos absolutos como en términos relativos, siguiendo una tendencia exponencial al alza en términos de número de usuarios.

152 En tercer lugar, contrariamente a lo que sostiene la demandante, la inexistencia de un ecosistema no significa en modo alguno que el SBP en cuestión carezca de efectos de red importantes.

153 Ciertamente, los efectos de red se producen cuando el valor de un producto o de un servicio aumenta a medida que más personas lo utilizan. Así, las redes sociales en línea generan fuertes efectos de redes y ventajas derivadas de los datos a medida que aumenta su número de usuarios, dado que, cuantos más usuarios hay, más útil les resulta esa red y su valor aumenta a ojos de dichos usuarios, lo que, a su vez, atrae a más usuarios. Además, cuanto mayor es el número de usuarios finales de una red social en línea, mayor es el número de usuarios profesionales que se sienten atraídos por ella [véase, en este sentido, el documento de trabajo de los servicios de la Comisión de 15 de diciembre de 2020, titulado «Informe de la 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 [Reglamento de Mercados Digitales]» [SWD(2020) 363 final], puntos 130 a 386]. Así, una plataforma de red social en línea puede generar efectos de red significativos por sí misma, aun cuando no forme parte de un ecosistema. En efecto, no hay ningún elemento en el DMA que sugiera que un SBP solo puede producir efectos de red importantes en presencia de un ecosistema. Por el contrario, de los considerandos 2 y 13 del DMA se desprende que los efectos de red importantes son una característica de los SBP distinta de la relativa a la existencia de una integración vertical.

154 Pues bien, debe señalarse que la demandante no formula ninguna alegación autónoma que pueda sugerir que TikTok carece de efectos de red importantes. En efecto, sus alegaciones se basan en la premisa de que la supuesta inexistencia de un ecosistema se traduce en la falta de efectos de red importantes. Sin embargo, como se ha demostrado en los apartados 152 y 153 anteriores, esta premisa es errónea.

155 A este respecto, la demandante se limita a mencionar en la demanda, sin mayores precisiones, que «TikTok no se beneficia de efectos de red asociados al “grafo social” que caracteriza a las verdaderas redes sociales como Facebook o Instagram». Pues bien, esta alegación no es suficientemente clara.

156 Además, en la medida en que esta alegación parece basarse en una distinción entre un «grafo social» y un «grafo de contenido», basta con señalar que, como puso de relieve la Comisión en el considerando 57 de la Decisión impugnada, sin que la demandante haya negado este extremo, el DMA no hace referencia a estos conceptos y no existe una delimitación clara entre ellos.

157 Del mismo modo, la demandante no explica por qué el hecho de que TikTok no se base en un «grafo social» debe significar necesariamente que carece de efectos de red importantes. Por el contrario, los datos recordados en los apartados 33 y 107 anteriores tienden más bien a demostrar lo contrario.

158 Por lo demás, como se desprende de los considerandos 38 a 66 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que TikTok constituía un servicio de red social en línea, en el sentido del artículo 2, punto 7, del DMA, y no un servicio de plataforma de intercambio de vídeos, en el sentido del artículo 2, punto 8, del DMA. La demandante no ha impugnado esta calificación en el marco del presente recurso. Sin embargo, mediante su alegación mencionada en el apartado 155 anterior, cuestiona de hecho esta calificación, 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 sostiene que lo importante a efectos de la designación de ByteDance como guardián de acceso no es el número de usuarios de TikTok, sino la cuestión de si estos están bloqueados debido, en particular, a la existencia de un ecosistema, de efectos de red o de otras razones.

160 Sin embargo, la supuesta inexistencia de un ecosistema no significa, como tal, ni que los usuarios de TikTok no estén bloqueados (véase el apartado 179 posterior) ni que TikTok no tenga efectos de red importantes (véanse los apartados 152 y 157 anteriores), y la demandante no aporta pruebas motivadas que permitan considerar lo contrario. En consecuencia, la demandante no demuestra que los usuarios de TikTok no estén bloqueados debido a la inexistencia de un ecosistema o de efectos de red importantes.

161 Por consiguiente, aun suponiendo que ByteDance no dispusiera de un ecosistema, esta circunstancia no impide por sí misma, habida cuenta de lo anterior, considerar que TikTok era una puerta de acceso importante en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA, de modo que la Comisión pudo concluir, sin incurrir en error, que este argumento no podía poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

162 Por lo tanto, procede desestimar por infundada la primera alegación de la tercera parte del primer motivo.

b) Sobre la existencia de multiconexión y la supuesta inexistencia de efectos de cautividad

1) Alegaciones de las partes

163 La demandante sostiene, en esencia, que una parte importante de los usuarios de TikTok opta por una multiconexión, lo que demostraría que no existen efectos de cautividad importantes y que los usuarios profesionales de TikTok no dependen de ella para llegar a sus usuarios finales. Además, el hecho de que TikTok invierta en interoperabilidad y fomente la multiconexión demuestra que no es un guardián de acceso.

164 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante, reproduciendo fundamentalmente los motivos que figuran en los considerandos 134 a 142 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se recuerda a continuación.

2) Decisión impugnada

165 En el considerando 134 de la Decisión impugnada, la Comisión admitió la existencia de un cierto grado de multiconexión por parte de los usuarios finales y profesionales en relación con TikTok y otras redes sociales en línea. Sin embargo, consideró que esta circunstancia era insuficiente para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del 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 señaló fundamentalmente que, aunque la falta de multiconexión podía constituir un elemento pertinente para apreciar si un SBP es una puerta de acceso importante, la existencia de un cierto grado de multiconexión no indicaba en sí misma que un SBP no fuera tal puerta de acceso y no significaba que la disputabilidad del mercado no estuviera limitada o que no pudieran producirse prácticas desleales.

167 En segundo lugar, en los considerandos 137 a 139 de la Decisión impugnada, la Comisión declaró, en esencia, que el hecho de que los usuarios profesionales y los usuarios finales utilicen en paralelo distintos servicios de las redes sociales en línea no significa que los utilicen por igual, dado que dichos usuarios pueden utilizarlos de manera asimétrica. En cualquier caso, aun suponiendo que algunos usuarios finales o usuarios profesionales fueran igualmente activos en varias redes sociales en línea, extremo que la demandante no ha demostrado, ello no significa que un servicio de red social en línea determinado no sea una puerta de acceso importante que permita a los usuarios profesionales llegar a sus usuarios finales, por ejemplo, a determinados grupos demográficos de usuarios finales.

168 En tercer lugar, en el considerando 140 de la Decisión impugnada, la Comisión puso de relieve, en esencia, que la comparación entre los gastos publicitarios en que habían incurrido los usuarios profesionales en las plataformas de TikTok, Meta y Alphabet presentada por la demandante no podía poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

169 En cuarto lugar, en el considerando 141 de la Decisión impugnada, la Comisión declaró que el valor probatorio de los datos presentados por la demandante para demostrar que la mayoría de los usuarios de TikTok utilizan también Instagram y Facebook era limitado, dado que estos últimos tenían un mayor número de usuarios finales y operaban en la Unión antes de TikTok, de modo que, desde un punto de vista estadístico, cabía esperar que un gran número de usuarios de Facebook e Instagram utilizaran también TikTok. Además, en su opinión, estos datos no reflejaban la intensidad de la utilización de las diferentes redes sociales en línea, debiendo precisarse que TikTok alcanzó un índice de participación más elevado que el resto de redes sociales, en el sentido de que dichos usuarios finales, especialmente los jóvenes, pasan más tiempo en TikTok que en otras plataformas.

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, como empresa nueva en el mercado, invierte en interoperabilidad y fomenta la multiconexión se invocó en apoyo de la argumentación de la demandante relativa a la multiconexión en general y que, en consecuencia, debía rechazarse por las mismas consideraciones que las expuestas en los considerandos 134 a 141 de dicha Decisión.

3) Apreciación del Tribunal General

171 Procede señalar que, en el contexto de los servicios digitales en general y de las plataformas en línea en particular, el concepto de «multiconexión» describe la situación en la que los usuarios utilizan en paralelo varios servicios digitales competidores (en el presente asunto, servicios de redes sociales en línea).

172 Del considerando 2 del DMA se desprende que los SBP se distinguen de los demás servicios digitales por determinadas características que permiten a las empresas que los prestan explotarlos, como sus economías de escala extremas, que a menudo se derivan de los costes marginales prácticamente nulos que implica añadir usuarios profesionales o usuarios finales, sus efectos de red muy potentes, su capacidad de conectar a muchos usuarios profesionales con muchos usuarios finales gracias al carácter multilateral de esos servicios, un importante grado de dependencia de los usuarios profesionales y los usuarios finales, efectos de cautividad, falta de multiconexión para el mismo propósito por parte de los usuarios finales, integración vertical y ventajas derivadas de los datos.

173 El considerando 13 del DMA explica que la escasa disputabilidad y las prácticas desleales en el sector digital son más frecuentes y pronunciadas por lo que respecta a algunos servicios digitales que por lo que respecta a otros y que estas afectan especialmente a los servicios digitales generalizados y de uso común, que sirven principalmente de intermediarios directos entre los usuarios profesionales y los usuarios finales y presentan con mayor frecuencia características como las recordadas en el apartado 172 anterior.

174 De ello se desprende que la falta de multiconexión y la existencia de efectos de cautividad son factores pertinentes, entre otros, que permiten caracterizar a un guardián de acceso que presta un SBP que constituye una puerta de acceso importante.

175 Dicho esto, conviene precisar, por una parte, que los factores enumerados a modo de ejemplo en los considerandos 2 y 13 del DMA no constituyen condiciones *sine qua non* para que un SBP pueda considerarse una puerta de acceso importante.

176 Por otra parte, cuando la empresa afectada presenta argumentos relativos a los factores enumerados a modo de ejemplo en los considerandos 2 y 13 del DMA, procede tener en cuenta, con arreglo al artículo 3, apartado 5, del DMA, las circunstancias en las que opera el SBP de que se trate.

177 Así, la existencia o la falta de multiconexión o de efectos de cautividad no debe examinarse de forma abstracta, sino en relación con las circunstancias en las que opera el SBP de que se trate.

178 Además, deben tenerse en cuenta las características específicas y concretas de la multiconexión en cuestión. En efecto, como se desprende del considerando 137 de la Decisión impugnada, sin que la demandante haya negado este extremo, el mero hecho de que los usuarios de una plataforma de red social en línea utilicen paralelamente otras plataformas de red social en línea no significa que

esas diferentes plataformas tengan la misma importancia para ellos. Así, como se desprende en esencia de los considerandos 138, 139 y 141 de la citada Decisión, la intensidad de dicho uso, es decir, el tiempo que un usuario pasa interactuando en esa plataforma, o, incluso, la importancia de tal plataforma para determinadas categorías de usuarios podrían constituir, entre otros factores y según el caso, factores pertinentes que deben tenerse en cuenta para apreciar si la existencia de un cierto grado de multiconexión permite poner en entredicho de forma manifiesta la presunción de que el SBP de que se trate constituye una puerta de acceso importante.

179 También es importante subrayar que los efectos de cautividad que una plataforma de red social en línea puede producir frente a sus usuarios es un factor distinto del relativo a la existencia o a la falta de multiconexión, como se desprende de los considerandos 2 y 13 del DMA. Es cierto que tales efectos podrían producirse incluso en presencia de multiconexión, en función, por ejemplo, de efectos de red importantes generados por la plataforma de que se trate, de la intensidad del uso de una determinada plataforma de red social en línea, del índice de participación más elevado de determinadas categorías de usuarios en dicha plataforma o incluso de los sesgos de comportamiento que determinados grupos de usuarios pudieran mostrar frente a tal plataforma, a la que podrían estar particularmente vinculados. Además, incluso en presencia de multiconexión, algunos usuarios podrían tener que hacer frente a costes de cambio cuando reorientan sus actividades de una plataforma a otra, como los relacionados con la adaptación de su contenido al formato y al algoritmo de las diferentes 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 la falta de multiconexión y de efectos de cautividad podrían constituir, según el caso, elementos pertinentes para apreciar si puede ponerse en entredicho de forma manifiesta la presunción de que el SBP de que se trate constituye una puerta de acceso importante, deben tenerse en cuenta las características específicas y concretas de dicha multiconexión y de los efectos de cautividad tal como se manifiestan en las circunstancias en las que opera el SBP de que se trate.

181 Las alegaciones de la demandante deben examinarse a la luz de lo anterior.

182 En primer lugar, de los apartados 174 a 177 anteriores se colige que la Comisión señaló acertadamente, en los considerandos 135 y 136 de la Decisión impugnada, que, aunque la falta de multiconexión puede constituir un elemento pertinente para apreciar si un SBP es una puerta de acceso importante, la existencia de un cierto grado de multiconexión no indica en sí misma que un SBP no sea tal puerta de acceso. Así, la pertinencia de este factor, como elemento que debe tenerse en cuenta a efectos de determinar si un SBP es tal puerta de acceso, puede variar en función de las distintas categorías de SBP.

183 A este respecto, como explicó la Comisión en su respuesta a una diligencia de ordenación del procedimiento, sin que la demandante haya negado este extremo, la multiconexión es una práctica muy extendida para determinadas categorías de SBP, como los servicios de redes sociales en línea. Pues bien, si la mera existencia de multiconexión tuviera una importancia particular a efectos de determinar si una red social en línea constituye una puerta de acceso importante, ello tendría como consecuencia que ninguno, o casi ninguno, de los servicios de red social en línea sería considerado una puerta de acceso de este tipo, lo que iría en contra del tenor y de la *ratio legis* del DMA, que incluye los servicios de redes sociales en línea entre los SBP contemplados en el artículo 2, punto 2, letra c), del DMA.

184 La prevalencia de la multiconexión entre los usuarios de redes sociales en línea queda ilustrada por los datos presentados por la propia demandante. En efecto, de tales datos se desprende que todas las redes sociales en línea mencionadas por ella presentan grados elevados de multiconexión, dado que más del 65 % de sus usuarios finales utilizan simultáneamente otras dos plataformas.

185 De ello se sigue que, teniendo en cuenta las características del SBP de que se trate, la mera existencia de multiconexión, incluso cuando esta es significativa, no basta por sí sola para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

186 En segundo lugar, como se desprende del apartado 178 anterior, las apreciaciones de la Comisión que figuran en los considerandos 137 a 139 de la Decisión impugnada, según las cuales, en esencia, el uso paralelo de diferentes servicios de redes sociales en línea no implica un uso igual, dado que los usuarios presentes en más de una red social pueden utilizarlas de forma asimétrica, no adolecen 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 practique la multiconexión no proporciona indicación alguna acerca de la importancia de cada plataforma, ya que dichos creadores de contenidos pueden, por ejemplo, estar principalmente activos en TikTok y utilizar otras plataformas solo de manera limitada. Así pues, la Comisión podía afirmar fundadamente que, dado que los creadores de contenidos tienen interés en aumentar su exposición a un público lo más amplio posible, el hecho de que opten por la multiconexión no es sorprendente. Del mismo modo, podía señalar acertadamente que, en la medida en que algunos creadores de contenidos centran la mayor parte de sus actividades en una plataforma determinada, podrían tener que hacer frente a costes de cambio si deciden reorientar sus actividades hacia otra plataforma, vinculados en particular a la necesidad de atraer a público o de adaptar 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, aun cuando algunos usuarios utilizaran varias redes sociales en línea de manera similar, un servicio de red social en línea determinado podría seguir constituyendo una puerta de acceso importante en la medida en que permitiera a los usuarios profesionales llegar en particular a un determinado grupo demográfico de usuarios finales, como los más jóvenes.

189 Pues bien, procede señalar que los argumentos y las pruebas presentados por la demandante, sobre quien recae la carga de la prueba, durante el procedimiento administrativo solo se referían a la existencia de multiconexión en general, y no a la intensidad del uso de las distintas plataformas de redes sociales.

190 En el marco del presente recurso, la demandante se limita, por lo demás, a afirmar que la Comisión debería haber tenido en cuenta el hecho de que la intensidad del uso de TikTok «como red social» es prácticamente nula, dado que el objetivo principal de esta plataforma es ofrecer servicios de intercambio de vídeos.

191 Pues bien, esta alegación no puede sino desestimarse.

192 Por una parte, mediante su alegación mencionada en el apartado 190 anterior, la demandante cuestiona de hecho la calificación de TikTok como servicio de red social en línea, sin demostrar, no obstante, que las reflexiones expuestas en los considerandos 38 a 66 de dicha Decisión sean erróneas.

193 Por otra parte, de conformidad con el artículo 2, punto 7, del DMA, el concepto de «servicio de redes sociales en línea» se define como una plataforma que permite que los usuarios finales se conecten y se comuniquen entre sí, compartan contenidos y descubran contenidos y a otros usuarios a través de múltiples dispositivos y, en particular, mediante chats, publicaciones, vídeos y recomendaciones. De ello se deduce que una de las funciones esenciales de una red social en línea es permitir el intercambio y el descubrimiento de contenidos y, en particular, de vídeos. Así, los elementos relativos al intercambio y descubrimiento de vídeos en TikTok son perfectamente pertinentes para apreciar la intensidad del uso por parte de los usuarios finales de dicha plataforma.

194 Por consiguiente, debe concluirse que las apreciaciones de la Comisión que figuran en los considerandos 137 a 139 de la Decisión impugnada no adolecen de error.

195 En tercer lugar, la Comisión podía afirmar fundadamente, en el considerando 141 de la Decisión impugnada, que el valor probatorio de los datos presentados por la demandante que demostraban que la mayoría de los usuarios de TikTok utilizan también Instagram y Facebook era limitado.

196 A este respecto, la demandante presenta datos según los cuales en torno al 82 % y al 77 % de los usuarios finales de TikTok también utilizan, respectivamente, Instagram y Facebook, mientras que el 38 % y el 48 % de los usuarios finales, respectivamente, de Facebook e Instagram utilizan también TikTok. Señala que la naturaleza asimétrica de la multiconexión demuestra que, a diferencia de las «verdaderas redes sociales», como Facebook o Instagram, TikTok no se beneficia de efectos de red y de cautividad.

197 Sin embargo, por una parte, como se ha señalado en el apartado 184 anterior, los datos presentados por la demandante ponen de manifiesto grados elevados de multiconexión entre todas las plataformas mencionadas, en la medida en que más del 65 % de los usuarios finales de estas utilizan simultáneamente otras dos plataformas.

198 Por otra parte, como se señala en el considerando 141 de la Decisión impugnada, el carácter asimétrico de la multiconexión, por lo que respecta a los usuarios de TikTok, puede explicarse por el contexto económico e histórico en el que operan las redes sociales en línea en la Unión. En efecto, consta que Facebook e Instagram operaban en la Unión mucho antes que TikTok y que ya disponían de una base considerable de usuarios en la Unión antes de la puesta en marcha de TikTok en el mercado interior. En estas circunstancias, era de esperar que una gran parte de los usuarios de TikTok utilizara ya, antes de la puesta en marcha de TikTok, Facebook e Instagram y que siguiera utilizándolos de manera simultánea posteriormente.

199 Además, como señaló la Comisión en el considerando 141 de la Decisión impugnada, sin que la demandante haya negado este extremo, los datos presentados por esta no reflejan la intensidad del uso de las distintas redes sociales en línea, en particular porque, como también puso de relieve la Comisión en este marco, TikTok alcanzó un índice de participación más elevado que el resto de redes sociales, debido a que los usuarios finales, especialmente 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 de la multiconexión de los usuarios de TikTok, por un lado, y de Facebook e Instagram, por otro, no se deba al contexto económico e histórico en el que operan las redes sociales en línea en la Unión (véase el apartado 198 anterior), sino a la falta de efectos de red y de cautividad en TikTok.

201 Por una parte, como se ha señalado en los apartados 152 a 157 anteriores, la demandante no ha presentado pruebas motivadas que permitan considerar que TikTok no se beneficiaba de efectos de red importantes.

202 Por otra parte, la demandante no formula ninguna alegación autónoma relativa a la supuesta inexistencia de efectos de cautividad vinculados a TikTok. En efecto, sus alegaciones se basan en la premisa de que la existencia de un grado elevado de multiconexión demuestra por sí misma la inexistencia de efectos de cautividad. Sin embargo, por las razones expuestas en el apartado 179 anterior, esta premisa es errónea.

203 Del mismo modo, la referencia al hecho de que TikTok no funciona sobre la base de un «grafo social» no puede prosperar por las razones expuestas en los apartados 155 a 157 anteriores.

204 En cuarto lugar, la demandante alega que ByteDance estableció varios mecanismos en TikTok para permitir a sus usuarios republicar y publicar simultáneamente contenido en otras plataformas, así como conectar sus cuentas en otras plataformas a sus cuentas en TikTok. A su juicio, el hecho de haber fomentado la multiconexión demuestra que es una empresa nueva en el mercado que pretende atraer a más usuarios y que no es un guardián de acceso que disponga de un SBP que sea una puerta de acceso importante.

205 En la Decisión impugnada, la Comisión rechazó acertadamente, en el considerando 142, este argumento por las mismas razones que justifican el rechazo de sus argumentos relativos a la existencia de multiconexión.

206 En efecto, el establecimiento de tales mecanismos puede explicarse, en particular, por el hecho de que, en su versión actual, TikTok no fue puesta en marcha en la Unión hasta agosto de 2018 y de que, por lo tanto, ha tratado de 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 republicar y publicar simultáneamente en plataformas competidoras.

207 En estas circunstancias, el hecho de que ByteDance permita a los usuarios de TikTok republicar y publicar simultáneamente contenido en otras plataformas, así como conectar sus cuentas en otras plataformas a sus cuentas en TikTok, no basta para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

208 En quinto lugar, la demandante aduce que sus argumentos demuestran, de manera general, que los usuarios profesionales de TikTok no «dependen» de esta plataforma para llegar a sus usuarios finales, puesto que disponen de medios alternativos para hacerlo, como confirma el hecho de que una gran parte de ellos opte por una multiconexión. Ello significaría que TikTok no es una puerta de acceso importante en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA.

209 A este respecto, del considerando 20 del DMA se desprende fundamentalmente que, en principio, debe considerarse que una empresa presta un SBP que constituye una puerta de acceso importante cuando dicho SBP dispone de un número muy importante de usuarios profesionales

que dependen de él para llegar a un número muy elevado de usuarios finales, dado que esta circunstancia posibilita que la empresa que presta ese SBP influya a su favor en las operaciones de gran parte de los usuarios profesionales.

210 Sin embargo, para considerar que los usuarios profesionales de un SBP «dependen» de él para llegar a sus usuarios finales, no es necesario que dicho SBP sea el único canal a través del cual esos usuarios profesionales pueden llegar a dichos usuarios finales. Basta con que se trate de un canal importante a tal efecto, al que tales usuarios profesionales solo pueden acceder si disponen de una cuenta en dicho SBP.

211 Esto es precisamente lo que ocurre en el presente asunto. Por una parte, no se discute que TikTok cuenta con un número muy elevado de usuarios profesionales y de usuarios finales. Por otra parte, 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. Así, en particular, dicho usuario profesional no puede acceder a esos usuarios finales desde su cuenta registrada en otra plataforma.

212 Por lo tanto, debe desestimarse la alegación de la demandante basada en la falta de «dependencia» de los usuarios profesionales de TikTok para llegar en dicha plataforma a los usuarios finales.

213 Por último, el argumento de la demandante relativo a los gastos publicitarios de los anunciantes en TikTok en comparación con los de los anunciantes en las plataformas de Alphabet y Meta, al que la Comisión respondió en el considerando 140 de la Decisión impugnada, se solapa con sus argumentos relativos a la interacción supuestamente escasa de los anunciantes con la plataforma TikTok, que fueron examinados en una parte distinta de la Decisión impugnada y que, por lo tanto, se examinarán en los apartados 248 a 285 posteriores.

214 De ello se deduce que la Comisión no incurrió en error al rechazar los argumentos y las pruebas de la demandante relativos a la existencia de multiconexión y a la supuesta inexistencia de efectos de cautividad basándose en que no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

215 En consecuencia, procede desestimar por infundada la segunda alegación de la tercera parte del primer motivo.

c) Sobre la menor escala de TikTok en comparación con otras plataformas y la existencia de un gran número de competidores

1) Alegaciones de las partes

216 La demandante sostiene, en esencia, que TikTok opera a menor escala que otros servicios de redes sociales en línea, como Facebook e Instagram, y que debe enfrentarse a un gran número de competidores.

217 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante reproduciendo fundamentalmente los motivos que figuran en los considerandos 143 a 146 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se recuerda a continuación.

2) Decisión impugnada

218 En primer lugar, en los considerandos 143 a 146 de la Decisión impugnada, la Comisión estimó que el argumento de la demandante de que la escala de TikTok en la Unión era menor que la de otras plataformas en términos de ingresos, de número de usuarios finales y de ingresos medios por usuario no podía poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

219 A este respecto, en primer término, en los considerandos 144 y 145 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló que el argumento de la demandante relativo a la dimensión de TikTok en términos de ingresos y de ingresos medios por usuario carecía de pertinencia, puesto que se refería a los ingresos procedentes de la publicidad en línea, y que la escala relativa calculada sobre la base de los ingresos y de los ingresos medios por usuario no era un buen indicador para evaluar si un SBP constituía una puerta de acceso importante.

220 En segundo término, en el considerando 146 de la Decisión impugnada, la Comisión declaró que la escala absoluta de TikTok en términos de número de usuarios finales y de usuarios profesionales en la Unión superaba con creces los umbrales previstos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del 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, dado que había alcanzado aproximadamente la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram. Añadió que el mero hecho de que TikTok fuera más pequeño que otras plataformas no bastaba para refutar la presunción establecida por dicha disposición, en la medida en que el número de usuarios finales de TikTok en la Unión había aumentado en los años anteriores y en que TikTok contaba con un índice de participación más elevado que el resto de redes sociales en línea, en particular entre los jóvenes usuarios.

221 En segundo lugar, en los considerandos 150 a 154 de la Decisión impugnada, la Comisión rechazó el argumento de la demandante según el cual, en esencia, TikTok debía enfrentarse a un gran número de competidores, algunos de los cuales disponían de ecosistemas bien asentados.

3) Apreciación del Tribunal General

222 Entre los elementos mencionados en el considerando 23 del DMA que la Comisión puede tener en cuenta en el marco de su examen de los argumentos presentados por la empresa afectada para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA figura, en particular, la «importancia del [SBP] de la [empresa afectada], teniendo en cuenta la escala global de las actividades del [SBP] de que se trate». Sin embargo, este considerando no especifica los parámetros en función de los cuales deben medirse la importancia y la escala del SBP de que se trate.

223 En el presente asunto, la demandante arguye que TikTok no constituye una puerta de acceso importante, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA, debido a que su dimensión es más reducida que la de las demás plataformas bien establecidas en términos, por una parte, de ingresos publicitarios y de ingresos medios por usuario y, por otra parte, de número de usuarios finales.

224 A este respecto, en primer lugar, la Comisión estimó, en el considerando 146 de la Decisión impugnada, sin incurrir en error y sin que la demandante rebatiera los datos mencionados por ella en dicho considerando, que la escala absoluta de TikTok en términos de número de usuarios

finales y de usuarios profesionales en la Unión superaba con creces los umbrales previstos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA y que la escala relativa de TikTok no era pequeña, dado que había alcanzado aproximadamente la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram. Además, el número de usuarios de TikTok en la Unión no ha dejado de aumentar en los últimos años.

225 Por otra parte, en el considerando 153 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló, sin que la demandante haya negado este extremo, que el número de usuarios profesionales de TikTok en la Unión ha aumentado asimismo de manera muy significativa desde 2020, superando también con creces el umbral previsto en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, lo que pone de relieve que la importancia de TikTok para los usuarios profesionales también ha aumentado desde 2020.

226 En el marco del presente recurso, la demandante presenta nuevos argumentos y datos que no había presentado durante el procedimiento administrativo, para demostrar la supuesta pequeña escala de TikTok en comparación con otras plataformas en línea.

227 Antes de nada, la demandante alega que el número de usuarios finales de TikTok en la Unión en 2022 solo representa 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 señala que, en la Decisión impugnada, contrariamente a lo que exige el considerando 23 del DMA, la Comisión no comparó TikTok con la escala global de las actividades de los servicios de redes sociales en línea, sino que se limitó a compararla con Instagram y Facebook.

229 Por último, la demandante arguye que la Comisión también debería haber tenido en cuenta los servicios de intercambio de vídeos en línea, en particular DailyMotion y Vimeo.

230 Sobre esta base comparativa, la demandante considera que la Comisión debería haber concluido que la escala relativa reducida de TikTok demostraba que no era una puerta de acceso importante, al igual que las conclusiones a las que llegó en su Decisión C(2023) 6078 final, de 5 de septiembre de 2023, en los asuntos DMA.100015, DMA.100028 y DMA.100034, Decisión de la que se desprende que el hecho de que Bing representara el 10 % de las búsquedas por ordenador y de que Edge representara una cuota de mercado del 12 %, en comparación con la cuota de mercado del 60,5 % de Chrome, era suficiente para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

231 No obstante, en primer término, es preciso 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, tampoco comparó el número de usuarios finales de TikTok con los de Pinterest, LinkedIn, Reddit, DailyMotion o Vimeo ni facilitó información alguna al respecto.

232 Pues bien, en el marco del presente recurso de anulación, el papel del Tribunal General consiste en determinar si la Comisión incurrió en error al apreciar los argumentos presentados por la empresa afectada durante el procedimiento administrativo para refutar las presunciones y no en examinar si tales presunciones podrían refutarse a la luz de nuevos argumentos y pruebas presentados por dicha empresa por primera vez ante él.

233 En efecto, debe señalarse que el DMA estableció un marco normativo específico que regula la designación de los guardianes de acceso y que se caracteriza por sus propias especificidades. Así, con el fin de garantizar la aplicación efectiva del DMA, la Comisión debe proceder sin demora a la designación de los guardianes de acceso. A tal efecto, el DMA estableció las presunciones previstas en su artículo 3, apartado 2, destinadas a agilizar el proceso de designación. Por su parte, la posibilidad de refutarlas está sujeta a requisitos estrictos, tanto desde el punto de vista procesal como en lo que respecta a la carga y al nivel de la prueba. Así, el artículo 3, apartado 5, del DMA precisa que la empresa afectada puede presentar, «junto con su notificación», argumentos suficientemente fundamentados para poner en entredicho tales 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 disposiciones detalladas para la tramitación de determinados procedimientos por parte de la Comisión con arreglo al [DMA] (DO 2023, L 102, p. 6), exige que la empresa afectada presente sus argumentos en un anexo de su notificación, indicando claramente a cuál de los tres requisitos acumulativos fijados en el artículo 3, apartado 1, del DMA se refieren sus argumentos y que, respecto de cada argumento, explique por qué, excepcionalmente, el SBP de que se trate no cumple ese requisito a pesar de alcanzar el umbral correspondiente fijado en el artículo 3, apartado 2, del DMA.

234 Por consiguiente, con arreglo al artículo 3, apartado 5, del DMA, la empresa afectada no puede presentar por primera vez ante el Tribunal General argumentos o pruebas que no haya presentado durante el procedimiento administrativo para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, a menos que, mediante tales argumentos o pruebas, pretenda impugnar un elemento de hecho o de Derecho identificado en la decisión impugnada respecto del cual no haya podido pronunciarse en dicho procedimiento. Pues bien, no sucede así en el presente asunto por lo que respecta a las alegaciones expuestas en los apartados 227 a 229 anteriores.

235 De ello se deduce que estas alegaciones son inadmisibles.

236 Esta conclusión no queda puesta en entredicho por la alegación de la demandante de que, al remitirse a determinadas sentencias relativas al Derecho de la competencia y a las ayudas de Estado, estos argumentos y pruebas son admisibles, aun cuando se presenten por primera vez ante el Tribunal General. A este respecto, cita varias sentencias, en particular, 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 Sin embargo, esta jurisprudencia se refiere a marcos jurídicos y ámbitos del Derecho distintos del DMA, que se caracteriza, como se ha recordado en el apartado 233 anterior, por requisitos estrictos que regulan la refutación de las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, tanto desde el punto de vista procesal como en lo que respecta a la carga y al nivel de la prueba, por lo que dicha jurisprudencia no es aplicable en el presente asunto.

238 En segundo término, en cualquier caso, procede señalar, al igual que la Comisión, que las alegaciones presentadas por la demandante por primera vez ante el Tribunal General se basan en un fundamento comparativo erróneo. En efecto, algunas de las plataformas en línea citadas por la demandante a efectos de esta comparación no son redes sociales en línea, sino que pertenecen a otras categorías de SBP, mientras que, de conformidad con el considerando 23 del DMA, procede examinar la importancia del SBP de la empresa teniendo en cuenta la escala global de las

actividades del SBP de que se trate. Este es el caso, en particular, de YouTube, que fue descrita por la Comisión como un SBP consistente en una plataforma de intercambio de vídeos, y de DailyMotion y de Vimeo, descritas por la demandante como plataformas de intercambio de vídeos.

239 Además, como declaró la Comisión en el considerando 146 de la Decisión impugnada, la dimensión de TikTok no puede examinarse de manera estática, sino que debe tenerse en cuenta el crecimiento rápido y significativo del número de usuarios finales en la Unión, que ha alcanzado en pocos años aproximadamente la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram.

240 Por las mismas razones, la referencia que hace la demandante a la Decisión de la Comisión relativa a los servicios Bing y Edge (véase el apartado 230 anterior) no puede conducir a una conclusión diferente. Así, aparte de que el juez de la Unión no está vinculado por la práctica administrativa de la Comisión, la demandante no demuestra que ByteDance se encontrara en una situación comparable a la de Microsoft. En efecto, la Decisión de la Comisión citada por la demandante se refería a otras categorías de SBP 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 SBP son comparables a aquellas en las que opera un servicio de red social en línea como TikTok. Además, en dicha Decisión, la Comisión señaló que Microsoft había presentado datos que demostraban, en particular, que Bing solo representaba el 3,6 % de la escala global de las actividades en el ámbito de los motores de búsqueda en línea y era veinticinco veces más pequeña que Google Search y que Edge solo representaba el 5,8 % de la escala global de las actividades en el ámbito de los navegadores de Internet y era diez veces más pequeña que Google Chrome. Pues bien, en el presente asunto, la demandante no ha presentado en la notificación datos comparables a estos por lo que respecta a la escala de TikTok. En realidad, el hecho de que la escala relativa de TikTok haya alcanzado aproximadamente la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram distingue el presente asunto de los antes citados.

241 En segundo lugar, la demandante tampoco puede reprochar a la Comisión haberse basado, en el considerando 146 de la Decisión impugnada, en el crecimiento del número de usuarios finales de TikTok en la Unión entre 2020 y 2022 sin haberlo comparado con el de las plataformas de Meta y Alphabet ni con el ritmo al que se desarrollaron los servicios de Meta y Alphabet que imitan a TikTok.

242 En efecto, correspondía a la demandante, sobre quien recae la carga de la prueba, presentar a la Comisión durante el procedimiento administrativo datos que mostraran tal comparación, cosa que no hizo. Por consiguiente, estos argumentos, que se han formulado por primera vez ante el Tribunal General, son inadmisibles por las razones expuestas en los apartados 232 a 237 anteriores.

243 En tercer lugar, procede desestimar la alegación de la demandante de que TikTok no puede compararse con las plataformas de Meta ni con otras redes sociales en línea debido a que su objetivo principal es ofrecer servicios de intercambio de vídeos y no servicios de redes sociales en línea. Esta alegación es, por una parte, contradictoria, puesto que la propia demandante compara en reiteradas ocasiones a ByteDance con Facebook e Instagram. Por otra parte, y en cualquier caso, esta alegación debe desestimarse por las mismas razones que las expuestas en los apartados 190 a 193 anteriores.

244 Por último, la demandante no formula ninguna alegación contra 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 ha aumentado asimismo de manera muy significativa desde 2020 (véase el apartado 225 anterior), que los usuarios profesionales que se autoidentifican como tales y disponen, por lo tanto, de cuentas profesionales autoidentificadas en la Unión tienen acceso a funcionalidades específicamente destinadas a las empresas, como informaciones sobre el rendimiento, herramientas creativas y opciones de cuenta exclusiva, y que ByteDance sigue desarrollando nuevas funcionalidades para los usuarios profesionales. Estas circunstancias, consideradas en su conjunto, demuestran que el servicio de red social TikTok es un servicio importante para dichas empresas.

245 Por lo tanto, debe concluirse que la Comisión consideró acertadamente que los argumentos presentados por la demandante en relación con la escala de TikTok en términos de número de usuarios finales, en comparación con la de otras plataformas de red social en línea, así como con la existencia de un gran número de competidores no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

246 En cuanto a la alegación de la demandante sobre la escala relativa de TikTok en términos de ingresos publicitarios y de ingresos medios por usuario, este se solapa con el que se refiere al nivel de interacción de los anunciantes en TikTok y, por lo tanto, se examinará en los apartados 248 a 285 posteriores.

247 Por consiguiente, procede desestimar por infundada la tercera alegación de la tercera parte del primer motivo.

d) Sobre los ingresos publicitarios y el nivel de interacción de los usuarios profesionales registrados en TikTok

1) Alegaciones de las partes

248 La demandante sostiene, en esencia, que el hecho de que sus ingresos publicitarios, sus ingresos medios por usuario o incluso el nivel de interacción de los anunciantes y de los usuarios profesionales registrados en TikTok sean escasos y más reducidos que los de otras plataformas demuestra que TikTok no es una puerta de acceso importante.

249 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante reproduciendo fundamentalmente los motivos que figuran en los considerandos 127 a 129, 140, 144, 145 y 147 a 151 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se recuerda a continuación.

2) Decisión impugnada

250 En la Decisión impugnada, la Comisión rechazó los argumentos de la demandante relativos a los ingresos publicitarios de ByteDance, a los ingresos medios por usuario o incluso al nivel de interacción supuestamente escaso de los anunciantes y de los usuarios profesionales registrados en TikTok, basándose en que, por una parte, carecían de pertinencia y, por otra parte, no estaban, en cualquier caso, suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

251 Así pues, la Comisión rechazó estos argumentos por considerarlos carentes de pertinencia 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 una categoría diferente de SBP, a saber, los servicios de publicidad en línea, y no a los servicios de redes sociales en línea, y a que los usuarios profesionales de estas dos categorías de SBP estaban definidos por separado en la parte E, titulada «Definiciones específicas», del anexo del DMA.

252 Además, la Comisión declaró en el considerando 145 de la Decisión impugnada que los ingresos publicitarios y los ingresos medios por usuario no son indicadores apropiados para evaluar si un SBP particular es una puerta de acceso importante.

253 Por otra parte, la Comisión añadió, en el considerando 148 de la Decisión impugnada, que, en cualquier caso, aunque algunos anunciantes en TikTok pudieran ser también 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), del DMA, al conjunto de los usuarios profesionales y no solo a los que constituían anunciantes de pago, puesto que los usuarios profesionales que no pagaban por insertar anuncios en esa plataforma podían de todos modos depender de ella para dar visibilidad a sus actividades. Además, en el considerando 149 de la Decisión impugnada, declaró que los datos relativos a la interacción de los usuarios profesionales presentados por la demandante no eran representativos.

254 Por último, en el considerando 151 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó que era inadecuado comparar datos relativos a la publicidad en línea de ByteDance con los de Alphabet, Meta y Amazon, puesto que estas últimas empresas ofrecían una gama más amplia de servicios en los que podía mostrarse publicidad que TikTok.

3) Apreciación del Tribunal General

255 En primer lugar, procede examinar si la Comisión podía, sin incurrir en error, rechazar los argumentos de la demandante relativos a la publicidad en línea por carecer totalmente de pertinencia para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, por los motivos expuestos en el apartado 251 anterior.

256 Con carácter preliminar, procede recordar, como se ha señalado en el apartado 53 anterior, que, en la Decisión impugnada, la Comisión consideró que, con excepción de los argumentos «adicionales» de la demandante, todos sus demás argumentos y pruebas presentados para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, incluidos, por lo tanto, los relativos a la publicidad en línea, estaban relacionados de manera directa con los criterios cuantitativos subyacentes a dichas presunciones, en el sentido del considerando 23 del DMA.

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 de publicidad en línea constituyen dos categorías distintas de SBP, con arreglo al artículo 2, puntos 2, letras c) y j), y 7, del DMA.

258 De igual modo, la Comisión observó acertadamente que el concepto de «usuarios profesionales» se define por separado en la parte E, titulada «Definiciones específicas», del anexo del DMA, en lo que respecta, por una parte, a los servicios de redes sociales en línea y, por otra parte, a los servicios de publicidad en línea. Así, los primeros se definen, en esencia, como los usuarios que han anunciado un producto o servicio o disponen de una cuenta comercial en la red social, mientras que los segundos se definen, en esencia, como los anunciantes.

259 Sin embargo, estas diferencias por sí solas no permiten rechazar los argumentos o pruebas relativos a la publicidad en línea en la plataforma TikTok por carecer totalmente de pertinencia, en el marco del examen de la cuestión de si dicha red social en línea es una puerta de acceso importante.

260 En efecto, por una parte, no se discute, como confirmaron las partes en sus respuestas a una diligencia de ordenación del procedimiento, que, aunque estén comprendidos en dos categorías distintas de SBP, 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, es decir, la plataforma TikTok. Así, como explica la demandante, TikTok constituye una plataforma única en la que, por un lado, los usuarios interactúan sobre todo compartiendo y visualizando vídeos, mientras que, por otro lado, los anunciantes pagan para que se publiquen anuncios que generalmente se intercalan entre los vídeos visualizados por dichos usuarios.

261 Por otra parte, también es pacífico entre las partes 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 cierto solapamiento 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 responder a la definición de usuarios profesionales de los servicios de redes sociales en línea.

262 Así, no puede negarse que los ingresos publicitarios o los ingresos medios por usuario generados por TikTok podrían, en principio, constituir un indicio, entre otros, de la importancia que esta plataforma representa para sus usuarios profesionales a fin de llegar a los usuarios finales, en la medida en que la publicidad es, en efecto, 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 carecer totalmente de pertinencia para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

264 Además, en su respuesta a una diligencia de ordenación del procedimiento, la Comisión reconoció que tales argumentos y pruebas podrían invocarse, en principio, para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

265 Dicho esto, debe señalarse que la Comisión rechazó los argumentos y pruebas presentados por la demandante relativos a la publicidad en línea también por otro motivo, que se expuso en la Decisión impugnada, a saber, que tales argumentos y pruebas no estaban, en cualquier caso, suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

266 Así, procede examinar, en segundo lugar, si la Comisión podía, sin incurrir en error, rechazar estos argumentos y pruebas por tal motivo.

267 A este respecto, en primer término, la Comisión observó acertadamente, en el considerando 145 de la Decisión impugnada, en esencia, que la escala relativa calculada sobre la base de los ingresos y de los ingresos medios por usuario, con independencia de otros factores, no era un buen indicador para evaluar si un SBP constituía una puerta de acceso importante, debido a que los distintos modelos de empresa monetizan sus servicios de manera diferente.

268 En efecto, como explicó la Comisión en su respuesta a una diligencia de ordenación del procedimiento, las redes sociales siguen a menudo una estrategia comercial destinada a ampliar su base de usuarios y a crear así efectos de red cada vez más importantes, que puede llevarlas, durante un cierto tiempo, a dar prioridad al aumento del número de usuarios frente a su monetización.

269 En segundo término, la Comisión señaló acertadamente, en el considerando 148 de la Decisión impugnada, que, si bien algunos anunciantes en TikTok también podían responder a la definición de «usuarios profesionales» de los servicios de redes sociales en línea, no es menos cierto que estos últimos constituían una categoría más amplia que la de los anunciantes. En el mismo considerando, señaló fundadamente que, a efectos de examinar si TikTok constituía una puerta de acceso importante, no solo debían tenerse en cuenta los anunciantes de pago, sino también los usuarios profesionales que no pagaban por insertar anuncios en esa plataforma, dado que estos últimos podían de todos modos depender de TikTok para dar visibilidad a sus actividades, extremo que, por lo demás, no discute la demandante.

270 A este respecto, la Comisión también explicó, en el considerando 148 de la Decisión impugnada, sin que la demandante la contradijera al respecto, que varias características de TikTok fueron específicamente desarrolladas y enfocadas para atender las necesidades de los usuarios profesionales que no son necesariamente anunciantes de pago, como el descubrimiento y el intercambio de contenidos a través de múltiples dispositivos y, en particular, mediante conversaciones en línea, publicaciones, vídeos y recomendaciones, con vistas a permitirles desarrollar sus actividades (por ejemplo, a través de una serie de herramientas creativas), a aumentar la presencia de sus marcas (por ejemplo, a través de la mensajería automática o el programador de publicaciones) y a incrementar sus ventas gracias a fórmulas «business-friendly» (favorables a las empresas), por ejemplo, a través de los hipervínculos en la sección biográfica, los datos de contacto y las herramientas de «lead generation» (generación de clientes potenciales).

271 De estas consideraciones se desprende que, además de la publicidad, existen otros medios que permiten a los usuarios profesionales de TikTok ganar visibilidad para sus actividades en dicha plataforma y llegar así a sus usuarios finales, por ejemplo, publicando vídeos en sus cuentas de empresa o celebrando acuerdos con creadores de contenidos o influyentes para promocionar sus marcas.

272 Pues bien, es preciso señalar que los argumentos y pruebas presentados por la demandante no informaban en absoluto sobre la importancia que TikTok podía tener para los usuarios profesionales de dicha plataforma que desearan llegar a los usuarios finales por medios distintos de los anuncios.

273 En tercer término, como señala en esencia la Comisión en el considerando 149 de la Decisión impugnada, los datos presentados por la demandante relativos a la interacción de los «usuarios profesionales registrados» de TikTok con dicha plataforma solo se refieren a una pequeña parte de todos los usuarios profesionales, por lo que estos datos no son suficientemente representativos a efectos de determinar si TikTok constituye una puerta de acceso 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 de empresa registradas» en dicha plataforma. Por lo tanto, este concepto solo engloba a los usuarios profesionales que se registran como tales en TikTok, en particular presentando sus datos de contacto y su número de licencia de explotación.

275 Pues bien, en los considerandos 83 a 87 de la Decisión impugnada, la Comisión explicó las razones por las que, en su opinión, la toma en consideración del número de «usuarios profesionales registrados» no es un método fiable para contabilizar el número de usuarios profesionales de la red social TikTok con arreglo al artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA y da lugar a una subestimación significativa tales usuarios. En particular, señaló que la posibilidad de inscribirse como «usuario profesional registrado» no se introdujo hasta 2022 y en un número limitado de Estados miembros y que tal registro no era obligatorio.

276 Por esta razón, para determinar el número de usuarios profesionales de TikTok, con arreglo al artículo 3, apartado 2, letra b), del 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 infiere que, para TikTok, existen diferencias muy importantes entre el número de «usuarios profesionales registrados» y el número de cuentas profesionales autoidentificadas en la Unión. Así, por ejemplo, en 2022, el número de cuentas profesionales autoidentificadas en la Unión en TikTok era de [> 10 000], mientras que el de «usuarios profesionales registrados» era de [> 10 000].

277 Pues bien, la demandante no impugna, en el marco del presente recurso, el método seguido 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), del DMA y, en particular, la apreciación que figura en los considerandos 83 a 87 de dicha Decisión.

278 De ello se deduce que los argumentos esgrimidos y los datos facilitados por la demandante no eran suficientemente representativos de todos los usuarios profesionales de TikTok, como señaló acertadamente la Comisión.

279 En cuarto término, en el considerando 151 de la Decisión impugnada, la Comisión puso de relieve, sin que la demandante haya negado este extremo, que era inadecuado comparar datos relativos a la publicidad en línea de ByteDance con los de Alphabet, Meta y Amazon, puesto que estas últimas empresas ofrecían una gama más amplia de servicios en los que podía mostrarse publicidad que TikTok.

280 Además, es preciso señalar que los datos relativos a la publicidad en línea facilitados por la demandante, aun suponiendo que sean suficientemente representativos, no corroboran su argumento de que TikTok no es una puerta de acceso importante. Así, por ejemplo, el nivel de ingresos medios por usuario generado en esta plataforma parece elevado, en términos absolutos, y alcanza ya casi [*confidencial*] del de Instagram.

281 De ello se desprende que la Comisión pudo concluir, sin incurrir en error, que los argumentos y pruebas relativos a los ingresos y a los gastos publicitarios, a los ingresos medios por usuario y a la interacción supuestamente limitada de los «usuarios profesionales registrados» de TikTok no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

282 En estas circunstancias, el error cometido por la Comisión identificado en el apartado 263 anterior no incide en la legalidad de la Decisión impugnada.

283 En consecuencia, procede desestimar por infundada la cuarta alegación de la tercera parte del primer motivo.

284 Por otra parte, en cuanto a la cuestión del nivel de prueba efectivamente aplicado por la Comisión al examinar los argumentos y pruebas presentados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA (véase el apartado 72 anterior), de todo lo anterior, en particular de los apartados 119 a 283 anteriores, se desprende que no hay nada en el análisis de la Comisión que sugiera que el nivel de prueba efectivamente aplicado por esta fuera más elevado que el determinado en el artículo 3, apartado 5, del DMA. En efecto, la Comisión rechazó los argumentos de la demandante por considerar que carecían de pertinencia o porque no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

285 Por consiguiente, y habida cuenta de las consideraciones expuestas en los apartados 59 a 72 anteriores, procede desestimar asimismo por infundada la segunda alegación de la primera parte del primer motivo, mediante la cual la demandante reprocha a la Comisión haber impuesto en la Decisión impugnada un nivel de prueba demasiado elevado, consistente en exigir pruebas «convincentes».

6. Sobre la puesta en entredicho de la presunción de que ByteDance tenía una posición afianzada y duradera (primer motivo, cuarta parte)

a) Alegaciones de las partes

286 La demandante arguye que, en los considerandos 155 a 160 de la Decisión impugnada, la Comisión infringió el artículo 3, apartados 1, letra c), y 5, del DMA al rechazar sus argumentos dirigidos a demostrar que no tenía una posición afianzada y duradera.

287 La demandante alega, en esencia, que la posición de ByteDance en el mercado ha sido disputada con éxito por competidores como Meta y Alphabet, que han lanzado nuevos servicios —a saber, Reels y Shorts, respectivamente—, los cuales, al imitar las características principales de TikTok —a saber, el formato de vídeos cortos—, han registrado un rápido crecimiento en perjuicio de TikTok. Del mismo modo, señala que el índice de cancelación de suscripciones de TikTok, es decir, el número de anunciantes y usuarios finales que han abandonado TikTok por otras plataformas, es significativo. Así, afirma que ByteDance es una empresa nueva en el mercado y no un guardián de acceso y que estos dos conceptos son, en su opinión, mutuamente excluyentes.

288 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante reproduciendo fundamentalmente los motivos que figuran en los considerandos 155 a 160 de la Decisión impugnada, cuyo contenido se recuerda 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), del DMA, según la cual tenía una posición afianzada y duradera.

290 En el considerando 156 de la Decisión impugnada, la Comisión observó que, al aducir que la posición de TikTok no era «inexpugnable», la demandante había tratado de introducir un requisito que iba más allá de la exigencia de que la posición de la empresa afectada debía ser afianzada y duradera, lo que ocurre especialmente cuando la disputabilidad es limitada.

291 En los considerandos 157 y 158 de la Decisión impugnada, la Comisión declaró que, en cualquier caso, según el considerando 21 del DMA, es probable que la disputabilidad sea limitada cuando una empresa haya suministrado un SBP en al menos tres Estados miembros a un gran número de usuarios profesionales y de usuarios finales durante un período de al menos tres años y que así sucedía en el presente asunto. Además, añadió que la escala y el crecimiento significativos de TikTok en términos de número de usuarios profesionales y de usuarios finales en los últimos años, siguiendo una trayectoria ascendente, confirman que ByteDance tenía una posición afianzada y duradera. De ello se seguía, en su opinión, que los argumentos de la demandante relativos al índice de cancelación de suscripciones de TikTok no podían poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra c), del DMA.

292 En los considerandos 159 y 160 de la Decisión impugnada, la Comisión explicó que no había nada en el DMA que indicara que una empresa no pudiera ser al mismo tiempo una empresa nueva en el mercado y un guardián de acceso y que el hecho de que algunos competidores de ByteDance, como Meta y Alphabet, hubieran imitado algunos de los 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), del DMA.

c) Apreciación del Tribunal General

293 El artículo 3, apartado 1, letra c), del DMA establece dos criterios alternativos para que una empresa pueda ser designada como guardián de acceso, a saber, que tenga una posición afianzada y duradera por lo que respecta a sus operaciones o que sea previsible que alcance dicha posición en un futuro próximo.

294 En el presente asunto, de la Decisión impugnada se desprende, y así lo confirmó la Comisión en su respuesta a una diligencia de ordenación del procedimiento, que la Comisión consideró que ByteDance tenía una posición afianzada y duradera por lo que respecta a sus operaciones y que, por lo tanto, se cumplía el primer criterio del artículo 3, apartado 1, letra c), del DMA.

295 Además, debe señalarse que, si bien el DMA no define el concepto de «posición afianzada y duradera», contiene elementos que permiten delimitarlo.

296 A este respecto, de una lectura conjunta del artículo 3, apartados 1, letra c), y 2, letra c), del DMA, leído a la luz del considerando 21 del DMA, se infiere que la posición de una empresa se considera «afianzada y duradera» si la disputabilidad de tal posición es limitada. Ese podría ser el caso si esa empresa ha suministrado un SBP en al menos tres Estados miembros a un gran número de usuarios profesionales y de usuarios finales durante un período de al menos tres años.

297 Así, el concepto de posición «afianzada y duradera» pretende captar la escasa disputabilidad de la posición de la empresa de que se trate, así como la estabilidad de dicha posición a lo largo del tiempo.

298 Además, el concepto de «posición afianzada y duradera» que tiene un guardián de acceso no se solapa necesariamente con el de «posición dominante» en el sentido del artículo 102 TFUE. Esto se ve confirmado por el hecho de que el legislador de la Unión optó conscientemente por utilizar un nuevo concepto distinto del de «posición dominante» y por haber incluido en el ámbito de aplicación personal del DMA a los guardianes de acceso que no son necesariamente dominantes en términos de Derecho de la competencia, como se desprende del considerando 5 del DMA, recordado en el apartado 19 anterior.

299 A la luz de estas consideraciones, procede examinar las alegaciones de la demandante.

300 En primer lugar, la Comisión consideró acertadamente, en el considerando 156 de la Decisión impugnada, que el DMA no exige que la posición de la empresa afectada sea «inexpugnable». En efecto, como se ha señalado en el apartado 296 anterior, el concepto de «posición afianzada y duradera» implica, en particular, que la disputabilidad de la posición de la empresa que presta el SBP sea limitada. Así, este concepto no excluye la existencia de un cierto grado de disputabilidad.

301 En segundo lugar, la Comisión no incurrió en error al rechazar, en los considerandos 157 y 158 de la Decisión impugnada, el argumento de la demandante basado en el índice de cancelación de suscripciones de TikTok, habida cuenta del gran número de usuarios finales y de usuarios profesionales de TikTok, así como de su escala y su crecimiento significativos en los últimos años, que siguen una trayectoria estable ascendente.

302 En efecto, si bien es cierto que, como se desprende de los datos presentados por la demandante, algunos anunciantes y usuarios finales de TikTok han «cancelado su suscripción» de esta plataforma, no es menos cierto que, al mismo tiempo, muchos otros se han «suscrito» a ella. Prueba de ello es que, durante el período comprendido entre 2021 y 2022, tanto los ingresos como el número de usuarios finales de TikTok siguieron aumentando de forma exponencial (véanse los apartados 33, 84 y 107 anteriores). Así pues, parece que el número de anunciantes y de usuarios finales que cancelaron su suscripción se vio compensado, e incluso superado, por nuevos anunciantes y usuarios finales que se suscribieron a TikTok durante el mismo período, lo que tiende más bien a demostrar que la posición de ByteDance es afianzada y duradera.

303 En tercer lugar, por lo que respecta al argumento de la demandante basado en el hecho de que determinados servicios competidores de TikTok, en particular, Reels de Meta y Shorts de Alphabet, han imitado ciertas características de TikTok y han registrado un rápido crecimiento en términos de número de usuarios, superando incluso el de TikTok, procede señalar lo siguiente.

304 En primer término, como se ha recordado en el apartado 301 anterior, en el considerando 158 de la Decisión impugnada, la Comisión destacó el crecimiento significativo de TikTok, que sigue una trayectoria estable ascendente, y, en el considerando 160 de dicha Decisión, señaló que no era inusual en los mercados digitales que ciertas características exitosas de un servicio fueran rápidamente imitadas por otros servicios.

305 Sobre esta base, la Comisión pudo considerar acertadamente que el hecho de que algunas plataformas de otros guardianes de acceso hubieran podido lanzar servicios que imitaran determinadas características de TikTok y de que estos hubieran podido experimentar un crecimiento significativo no significa que la posición de ByteDance no fuera afianzada y duradera, dado que esta no dejó de crecer, con independencia de las circunstancias mencionadas.

306 En segundo término, cabe señalar que el argumento de la demandante se basa en el hecho de que otros guardianes de acceso en la misma categoría de SBP, a saber, Meta y Alphabet, han disputado la posición de ByteDance, lo que demuestra, según la demandante, que esta posición no era afianzada y duradera.

307 No obstante, el objetivo del DMA es garantizar la disputabilidad de la posición de los guardianes de acceso no solo por otros guardianes de acceso, sino también, sobre todo, por otros operadores que no son guardianes de acceso para un SBP determinado.

308 En efecto, de conformidad con su artículo 1, apartado 1, el DMA persigue el objetivo de contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior estableciendo normas armonizadas que garanticen «a todas las empresas» la equidad y la disputabilidad de los mercados en el sector digital donde haya guardianes de acceso, en beneficio de los usuarios profesionales y los usuarios finales.

309 A este respecto, el considerando 32 del DMA precisa que la disputabilidad debe estar relacionada con la capacidad de las empresas para superar de forma efectiva los obstáculos a la entrada y la expansión y competir con el guardián de acceso sobre la base de la calidad intrínseca de sus productos y servicios. Al mencionar los obstáculos a la entrada y la expansión, así como la capacidad de las empresas para competir con el guardián de acceso, este considerando establece que el concepto de «disputabilidad» se refiere sobre todo a la capacidad de las empresas que no son guardianes de acceso para un determinado SBP de competir con estos últimos sobre la base de la calidad intrínseca de sus productos y servicios.

310 Asimismo, siempre de conformidad con el considerando 32 del DMA, la disputabilidad de los servicios en el sector digital también puede verse limitada si hay más de un guardián de acceso para un SBP. De ello se deduce implícita pero necesariamente que el hecho de que pueda existir cierto grado de competencia entre varios guardianes de acceso para un SBP no significa que la disputabilidad de dicho SBP no sea limitada.

311 Por consiguiente, los argumentos antes mencionados de la demandante, en la medida en que se basan en el hecho de que la posición de ByteDance ha sido disputada por otros guardianes de acceso, no pueden servir de base para concluir que la disputabilidad de la posición de esta última no es limitada, a efectos del DMA, y que, por ello, tal posición no es afianzada y duradera.

312 En la vista, la demandante sostuvo asimismo que la posición de ByteDance también había sido disputada por otras empresas que no eran guardianes de acceso. A este respecto, se remitió al cuadro 6 que figura en el apartado 125 de la demanda.

313 Sin embargo, el cuadro 6 que figura en el apartado 125 de la demanda no se presentó durante el procedimiento administrativo, por lo que debe declararse inadmisible por los motivos expuestos en los apartados 232 a 237 anteriores. Es cierto que algunos de los datos de ese cuadro se habían enumerado en otro cuadro que figuraba en la parte de la notificación relativa a la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, a efectos de fundamentar el argumento de la demandante de que TikTok debía enfrentarse 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), del DMA, que no fueron rebatidos por la demandante. Sin embargo, durante el procedimiento administrativo, la demandante no se basó en este otro cuadro para sostener que ByteDance no tenía una posición afianzada y duradera, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra c), del DMA. Pues bien, cabe recordar que, como se ha señalado en el apartado 233 anterior, de conformidad con el artículo 2, apartado 3, del Reglamento de Ejecución 2023/814, la empresa afectada debe presentar sus argumentos en un anexo de su notificación, indicando claramente a cuál de los tres requisitos acumulativos fijados en el artículo 3, apartado 1, del DMA se refieren sus argumentos y, respecto de cada argumento, explicar por qué, excepcionalmente, el SBP de que se trate no cumple ese requisito a pesar de alcanzar el umbral correspondiente fijado en el artículo 3, apartado 2, del DMA.

314 Además, y en cualquier caso, este argumento no está suficientemente fundamentado. En efecto, el cuadro 6 que figura en el apartado 125 de la demanda se limita a indicar el año en el que se puso en marcha un servicio que imita a TikTok, sin proporcionar ninguna información específica sobre la escala de dichos servicios u otros datos pertinentes.

315 En cuarto lugar, la demandante describe la posición de ByteDance como la de una «empresa nueva en el mercado» que disputa la posición de los guardias de acceso y considera que este concepto y el de «guardián de acceso» se excluyen mutuamente, contrariamente a lo que señaló la Comisión en el considerando 159 de la Decisión impugnada.

316 A este respecto, basta con señalar que, si bien, en efecto, en 2018 TikTok era una empresa nueva en el mercado interior que pretendía disputar la posición de operadores bien establecidos como Meta y Alphabet, no es menos cierto que, posteriormente, su posición se consolidó rápidamente, superando con creces los umbrales previstos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del 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 haya negado este extremo, la escala relativa de TikTok alcanzó la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram, que, sin embargo, 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 una empresa nueva en el mercado interior que pretendía disputar la posición de los guardianes de acceso puede, posteriormente, convertirse ella misma en un guardián de acceso.

318 Por último, la demandante reprocha a la Comisión no haber explicado las razones por las que el número de usuarios de TikTok demuestra que la posición de ByteDance era afianzada, a pesar de que no tenía ningún ecosistema ni se beneficiaba de efectos de cautividad.

319 A este respecto, basta con señalar que los argumentos de la demandante relativos a la inexistencia de un ecosistema o de efectos de cautividad fueron examinados y rechazados acertadamente por la Comisión en la parte de la Decisión impugnada relativa a la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA (véanse los apartados 121 a 215 anteriores).

320 Por consiguiente, habida cuenta de lo anterior, deben desestimarse las alegaciones formuladas por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra c), del DMA.

7. Sobre el rechazo de los argumentos «adicionales» de la demandante (primera alegación de la primera parte del primer motivo)

a) Alegaciones de las partes

321 Como se ha señalado en los apartados 52 a 56 anteriores, la demandante sostiene, como declaró en la vista, que la Comisión rechazó erróneamente, en el considerando 161 de la Decisión impugnada, sus argumentos «adicionales» por no estar relacionados de manera directa con los criterios cuantitativos en el sentido del considerando 23 del DMA.

322 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante.

b) Apreciación del Tribunal General

323 Procede señalar que, en la notificación, la demandante, tras haber presentado todos sus argumentos y pruebas para refutar cada una de las tres presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, formuló, en una nueva parte titulada «Designación contraria a los objetivos políticos del [DMA]», argumentos «adicionales» mediante los cuales alegaba, en esencia, que la designación de ByteDance como guardián de acceso era contraria a los objetivos perseguidos por el DMA.

324 En particular, como se desprende del apartado 5.1.3.1.4 de la Decisión impugnada, así como del escrito de la demandante de 2 de agosto de 2023 (véase el apartado 6 anterior), mediante sus argumentos «adicionales», la demandante alegaba, en esencia, en primer término, que la aplicación del DMA debía permitir que las empresas nuevas en el mercado, como TikTok, pudieran competir con las plataformas bien establecidas; en segundo término, que la designación de ByteDance como guardián de acceso imponía un coste de cumplimiento significativo a la empresa nueva en el mercado ya [*confidencial*] que estaba y limitaba su capacidad de entrar en nuevos mercados, y, en tercer término, que la Comisión no aplicaba correctamente el marco jurídico material y procedimental previsto en el artículo 3, apartado 5, del DMA, dado que, antes de nada, interpretó tanto esta disposición como el considerando 23 del DMA de manera demasiado restrictiva, privando así al «proceso de refutación de presunciones» de su objetivo, que consiste en eliminar «falsos positivos»; a continuación, rechazó las circunstancias en las que operaba TikTok por considerarlas carentes de pertinencia, sin informarla, no obstante, de las circunstancias que se consideraban a su parecer pertinentes, privando a dicho procedimiento de su objeto y vulnerando con ello sus derechos, y, por último, violó los principios de proporcionalidad y de buena administración, habida cuenta de que, en su opinión, la Comisión debía iniciar una investigación de mercado con arreglo a los artículos 3, apartado 5, párrafo tercero, y 17, apartado 3, del DMA.

325 La Comisión rechazó los argumentos «adicionales» en el considerando 161 de la Decisión impugnada debido a que no estaban relacionados de manera directa con los umbrales cuantitativos previstos en el artículo 3, apartado 2, del DMA, en el sentido del considerando 23 del DMA.

326 A este respecto, cabe señalar que los argumentos «adicionales» de la demandante no tenían por objeto refutar concreta y específicamente una de las tres presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, sino que consistían en afirmaciones generales relativas a los objetivos perseguidos por el DMA y a la finalidad y al efecto útil del artículo 3, apartado 5, del DMA.

327 Por lo tanto, la Comisión dejó constancia, sin incurrir en error, que no se referían de manera directa a dichas presunciones y que, por lo tanto, debían rechazarse por este motivo.

328 Por consiguiente, y habida cuenta de las consideraciones expuestas en los apartados 39 a 56 anteriores, procede desestimar por infundada la primera alegación de la primera parte del primer motivo.

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

a) Alegaciones de las partes

329 La demandante sostiene que la Comisión siguió un enfoque fragmentario y compartimentado en la Decisión impugnada, al no llevar a cabo una valoración global de las pruebas que había presentado para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA. En su opinión, estas pruebas, consideradas en su conjunto, demuestran que no es un guardián de acceso o, al menos, que la Comisión debería haber abierto una investigación de mercado para determinar si ese era el caso.

330 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante.

b) Apreciación del Tribunal General

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, del DMA, que no estaban suficientemente fundamentados para ponerlas en entredicho de forma manifiesta, 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 para poner en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA.

333 De ello se deduce que, tras haber rechazado cada uno de los argumentos presentados por la demandante, la Comisión estimó que estos, considerados individualmente o en su conjunto en el marco de cada una de las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, no estaban suficientemente fundamentados para ponerlas en entredicho de forma manifiesta.

334 La demandante, haciendo referencia a los considerandos 130 y 135 de la Decisión impugnada, en los que la Comisión subrayó que la existencia de un ecosistema no era un requisito indispensable para la designación como guardián de acceso y que la existencia de multiconexión no era, como tal, un indicio de que el SBP en cuestión no constituía una puerta de acceso importante, reprocha a la Comisión no haber llevado a cabo una apreciación global de dichos argumentos.

335 Sin embargo, la Comisión no rechazó los argumentos de la demandante basados en la inexistencia de un ecosistema y en la existencia de multiconexión simplemente porque la existencia de un ecosistema no era un requisito indispensable para la designación como guardián de acceso y porque la existencia de multiconexión no era, como tal, un indicio de que el SBP en cuestión no constituía una puerta de acceso importante. En efecto, también rechazó estos argumentos por otros motivos, expuestos en los considerandos 127 a 142 de la Decisión impugnada, basados, en particular, en el hecho de que no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, como se desprende de los apartados 121 a 215 anteriores.

336 Pues bien, 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 examinado sus argumentos y pruebas en su conjunto.

337 Por consiguiente, procede desestimar por infundada la quinta parte del primer motivo.

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

1. Alegaciones 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»), dado que, en la Decisión impugnada, se basó en elementos de hecho y de Derecho sobre los que no había tenido ocasión de formular observaciones durante el procedimiento administrativo. A su modo de ver, estos elementos eran esenciales para que la Comisión respondiera a los argumentos que había presentado para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA.

339 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante.

2. Apreciación del Tribunal General

340 El artículo 34, apartado 1, del DMA, titulado «Derecho a ser oído y de acceso al expediente», establece en particular la obligación que incumbe a la Comisión de dar a la empresa de que se trate, antes de adoptar una decisión con arreglo a los artículos 8, 9, apartado 1, 10, apartado 1, 17, 18, 24, 25, 29, 30 y 31, apartado 2, del DMA, la oportunidad de ser oída con respecto a sus conclusiones preliminares.

341 Dado que las decisiones adoptadas con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo segundo, del DMA, es decir, las decisiones en las que la Comisión designa a una empresa como guardián de acceso rechazando sus argumentos destinados a poner en entredicho las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA sin abrir una investigación de mercado, no se mencionan en el tenor del artículo 34, apartado 1, del DMA, procede señalar que esta última disposición no era aplicable en el presente asunto.

342 Dicho esto, el artículo 34, apartado 4, del DMA prevé que en todo procedimiento deben respetarse plenamente los derechos de defensa del guardián de acceso, la empresa o asociación de empresas de que se trate. El considerando 109 del DMA dispone, en particular, que dicho Reglamento respeta los derechos fundamentales y observa los principios reconocidos en la Carta y que, en consecuencia, la interpretación y la aplicación del DMA deben respetar dichos derechos y principios.

343 Además, según la jurisprudencia, el derecho de defensa figura entre los derechos fundamentales que forman parte de los principios generales del Derecho cuyo respeto garantiza el juez de la Unión. Este principio general del Derecho de la Unión se reconoce, 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 la Administración se propone adoptar un acto lesivo para una persona (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). Así, el respecto del derecho a ser oído se impone incluso cuando la

normativa aplicable no establezca expresamente tal formalidad (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 De este modo, con arreglo al artículo 41 de la Carta, toda persona tiene derecho a que las instituciones, órganos y organismos de la Unión traten sus asuntos imparcial y equitativamente y dentro de un plazo razonable, lo que incluye, en particular, el derecho de toda persona a ser oída antes de que se tome en contra suya una medida individual que la afecte desfavorablemente. Según la jurisprudencia, este derecho garantiza a cualquier persona la posibilidad de expresar de manera adecuada y efectiva su punto de vista durante el procedimiento administrativo y antes de que se adopte cualquier decisión que pueda afectar desfavorablemente 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 asunto, de los autos se desprende que, antes de la adopción de la Decisión impugnada, la demandante fue oída en varias ocasiones. Así, para empezar, antes de la propia notificación, se celebraron al menos cuatro reuniones entre la demandante y la Comisión, los días 15 de diciembre de 2022 y 23 de marzo, 2 de mayo y 13 de junio de 2023. A continuación, tras la presentación de la notificación, que tuvo lugar el 3 de julio de 2023, la Comisión comunicó a la demandante, el 26 de julio de 2023, el dictamen preliminar y le dio la posibilidad de manifestar su posición, lo que esta 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 No obstante, la demandante alega que, a pesar de estos numerosos intercambios, no se le dio la oportunidad de presentar sus observaciones sobre cuatro elementos de hecho y de Derecho específicos considerados en su contra en la Decisión impugnada.

347 En primer lugar, la demandante sostiene que no fue oída, durante el procedimiento administrativo, sobre la supuesta exclusión de las pruebas «cualitativas» con arreglo al considerando 23 del DMA.

348 Sin embargo, de los autos se desprende que, contrariamente a lo que señala la demandante, tuvo ocasión de presentar sus observaciones sobre la interpretación del considerando 23 del DMA antes de la adopción de la Decisión impugnada. En efecto, de un acta de la reunión celebrada entre la demandante y la Comisión el 17 de agosto de 2023, redactada por la propia demandante, se colige que tanto esta interpretación como la conexión de dicho considerando con el artículo 3 del DMA fueron objeto de debate.

349 En cualquier caso, según reiterada jurisprudencia, si bien el derecho a ser oído abarca todos los antecedentes de hecho y fundamentos de Derecho en los que se basa el acto decisorio, no comprende la posición final que adopte la Administración (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 no haberla oído, durante el procedimiento administrativo, sobre la afirmación que figura en el considerando 128 de la Decisión impugnada según la cual la escala relativa de TikTok, en comparación con la de otros servicios de redes sociales en línea, es determinante para la designación de un guardián de acceso.

351 A este respecto, debe señalarse de entrada que, en el considerando 128 de la Decisión impugnada, la Comisión no estimó que la escala relativa de TikTok, en comparación con la de otros servicios de redes sociales en línea, fuera «determinante para la designación de un guardián de acceso», como pretende la demandante, sino que se limitó a subrayar que, en el presente asunto, «la comparación pertinente es la que se realiza entre la escala del servicio de red social en línea de ByteDance, TikTok, y la de otros prestadores de servicios similares, con independencia de la escala de sus actividades publicitarias en línea». Además, del propio tenor del considerando 23 del DMA se desprende que debe tenerse en cuenta, en particular, «la importancia del [SBP] de la empresa, teniendo en cuenta la escala global de las actividades del [SBP] de que se trate». Debe recordarse que, como se ha señalado en el apartado 348 anterior, la demandante tuvo ocasión de presentar observaciones sobre la interpretación de este último considerando antes de la adopción de dicha Decisión.

352 En cualquier caso, cabe señalar que la cuestión de la escala relativa de TikTok en comparación con la de otros servicios de redes sociales en línea fue objeto de debate durante el procedimiento administrativo. En efecto, en el dictamen preliminar, la Comisión precisó que la afirmación de la demandante de que TikTok debía enfrentarse a un gran número de competidores en el ámbito de las redes sociales en línea ignoraba el hecho de que la escala era significativa, incluso en comparación con otros servicios de redes sociales en línea, dado que el tamaño de TikTok en la Unión había alcanzado aproximadamente la mitad del tamaño de Facebook y de Instagram, lo que indicaba, a su parecer, que la escala 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, debe señalarse en cambio que, como sostiene la demandante, sin que la Comisión haya negado enérgicamente este extremo, la demandante no tuvo la oportunidad de presentar sus observaciones durante el procedimiento administrativo sobre la afirmación realizada por la Comisión en el considerando 132 de la Decisión impugnada, según la cual ByteDance poseía su propio ecosistema, por lo que se vulneró su derecho a ser oída. En efecto, si bien la inexistencia de un ecosistema y sus consecuencias para la designación de ByteDance como guardián de acceso habían sido ciertamente objeto de debate entre las partes, la Comisión no había comunicado a la demandante su opinión de que ByteDance tenía, de hecho, un ecosistema.

354 La Comisión alega, sin embargo, que la afirmación realizada en el considerando 132 de la Decisión impugnada no era decisiva, sino que tenía un carácter secundario en la estructura de esta, y que la demandante no ha demostrado que habría podido defenderse mejor de no haber existido la irregularidad comprobada.

355 Según reiterada jurisprudencia, la vulneración del derecho a ser oído no implica automáticamente la anulación del acto impugnado. En efecto, la parte demandante aún debe demostrar, no que la decisión de la Comisión habría sido diferente de no haber existido la irregularidad procedimental en cuestión, sino, únicamente, que tal posibilidad no queda del todo excluida, puesto que dicha parte habría podido defenderse mejor de no ser por tal 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 presente asunto, el rechazo por parte de la Comisión de los argumentos de la demandante relativos a la supuesta inexistencia de un ecosistema tiene su origen en una serie de motivos que se basan, con excepción del considerando 132 de la Decisión impugnada, en la hipótesis más favorable a la demandante, a saber, que ByteDance no tenía ningún ecosistema. Pues bien, como se desprende de los apartados 121 a 162 anteriores, esos otros motivos bastaban por sí solos, con

independencia de la afirmación realizada en el considerando 132, para fundamentar la conclusión de la Comisión de que tales argumentos no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

357 En estas circunstancias, la demandante no ha demostrado que, de no haber existido la irregularidad comprobada, no queda del todo excluida la posibilidad de que la Decisión de la Comisión hubiera podido ser diferente.

358 En cuarto y último lugar, la demandante reprocha a la Comisión no haberla oído durante el procedimiento administrativo sobre las afirmaciones realizadas en los considerandos 54 y 141 de la Decisión impugnada, según las cuales la intensidad del uso de TikTok es, a juicio de la Comisión, más elevada que la observada en otras plataformas de redes sociales en línea.

359 A este respecto, en primer término, procede señalar que el considerando 54 de la Decisión impugnada forma parte del apartado 5.1.1 de dicha Decisión, titulado «Calificación y delimitación del SBP» (considerandos 25 a 66 de la citada Decisión), en el 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, del DMA.

360 Pues bien, dado que, en el marco del presente recurso, la demandante no impugna la calificación de TikTok como servicio de red social en línea, solo cabe desestimar por inoperante su alegación basada en la supuesta vulneración de su derecho a ser oída en relación con las apreciaciones de la Comisión que figuran en el considerando 54 de la Decisión impugnada.

361 En segundo término, por lo que se refiere al considerando 141 de la Decisión impugnada, la Comisión no discute el hecho de que no oyó a la demandante específicamente sobre la cuestión de la intensidad del uso de TikTok, pero alega que este aspecto de dicha Decisión solo tenía carácter secundario en su estructura y que la demandante no demuestra que, de haber sido oída, habría podido defenderse mejor.

362 En el considerando 141 de la Decisión impugnada, la Comisión dejó constancia de que los datos presentados por la demandante para demostrar que los usuarios de TikTok optaban por una multiconexión en mayor proporción que los identificados entre los usuarios de Facebook e Instagram tenían un valor probatorio limitado debido a que Facebook e Instagram operaban en la Unión antes de la puesta en marcha de TikTok y tenían una base de usuarios finales mayor que la de TikTok. Añadió que, «además», tales datos no reflejaban la intensidad del uso de esas distintas plataformas. A este último respecto, la Comisión observó que se había comprobado en reiteradas ocasiones que TikTok tenía un índice de participación significativamente más elevado que el resto 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 este era el caso, en particular, de los usuarios finales más jóvenes. En apoyo de estas afirmaciones, la Comisión hizo referencia a dos artículos publicados en línea, citados en las notas 152 y 153 de dicha Decisión.

363 Así, por un lado, del tenor del considerando 141 de la Decisión impugnada se desprende que la Comisión consideró que el valor probatorio de los datos presentados por la demandante en apoyo de su argumento relativo a la multiconexión era limitado debido a que podían explicarse por el mero hecho de que Facebook e Instagram operaban en la Unión antes de la llegada de TikTok y ya contaban con un mayor número de usuarios finales. De este modo, el motivo basado

en que tales datos no reflejaban la intensidad del uso de las diferentes plataformas de red social en línea revestía un carácter adicional que demostraba su escaso valor probatorio, como demuestra el uso de la palabra «además».

364 Por otro lado, la parte criticada del considerando 141, *in fine*, de la Decisión impugnada no es más que un motivo de los varios que permitieron a la Comisión rechazar los argumentos de la demandante basados en la multiconexión de sus usuarios.

365 Por otra parte, tras ser interrogada en el marco de una diligencia de ordenación del procedimiento sobre si había impugnado, en el presente recurso, la propia esencia de las afirmaciones realizadas en el considerando 14, *in fine*, de la Decisión impugnada por lo que se refiere a la intensidad del uso y si, de no haber existido la irregularidad alegada, habría podido defenderse mejor, la demandante respondió afirmativamente. A este respecto, se remitió a sus alegaciones formuladas en la demanda relativas a los gastos publicitarios de los anunciantes y a los gastos de los usuarios profesionales registrados en TikTok, que demostraban, a su parecer, que el nivel de interacción entre estas dos categorías de usuarios era escaso. Sin embargo, dicho considerando se refiere a la intensidad del uso de los usuarios finales y no a la de los anunciantes o usuarios profesionales.

366 La demandante también se refirió, en su respuesta, a su alegación formulada 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 identifican el tiempo que los usuarios pasan en TikTok viendo vídeos de forma pasiva, y no interactuando en el marco de una red social en línea. En su opinión, el tiempo dedicado a ver vídeos no es un criterio adecuado para medir la interacción de los usuarios de TikTok en comparación con redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn u otras.

367 Por lo tanto, debe señalarse que la demandante no cuestionó, ni en la demanda ni en su respuesta a las preguntas del Tribunal General, la exactitud del hecho, señalado en el considerando 141 de la Decisión impugnada, de que los usuarios finales, en particular los jóvenes, pasan mucho más tiempo en TikTok que en otras plataformas de redes sociales en línea.

368 En efecto, la demandante se limita a alegar que el tiempo que los usuarios finales pasan en TikTok lo dedican principalmente a ver vídeos y que, por ello, no se trata de un criterio adecuado para medir la intensidad del uso de TikTok como servicio de red social en línea. No obstante, como se ha recordado en el apartado 193 anterior, con arreglo al artículo 2, punto 7, del DMA, un servicio de red social en línea es una plataforma que permite que dichos usuarios finales se conecten y se comuniquen entre sí, compartan contenidos y descubran contenidos y a otros usuarios a través de múltiples dispositivos y, en particular, mediante vídeos. Por lo tanto, el descubrimiento y el intercambio de vídeos podría 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 del uso de sus usuarios.

369 Además, en los considerandos 42 y 49 de la Decisión impugnada, la Comisión estimó que una de las funcionalidades esenciales de TikTok consistía en la puesta a disposición del público de vídeos generados por los usuarios y que sus funcionalidades iban más allá de las propias de una plataforma de intercambio de vídeos, por lo que TikTok debía calificarse de servicio de red social en línea. Pues bien, la demandante no impugna, en el marco del presente recurso, ni tales considerandos ni la calificación de TikTok como servicio de red social en línea. Por consiguiente, dado que la puesta a disposición del público de vídeos generados por los usuarios es una de las

funcionalidades esenciales de TikTok como servicio de redes sociales en línea, la demandante no puede negar que, en lo que respecta a TikTok, el tiempo que sus usuarios dedican a ver 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 mencionada en el apartado 355 anterior, que no quede del todo excluido que la Decisión de la Comisión habría sido diferente si hubiera tenido ocasión de presentar sus observaciones sobre las afirmaciones realizadas en dicho considerando 141, *in fine*, de la Decisión impugnada en relación con la intensidad del uso de TikTok.

371 Por lo tanto, procede desestimar el segundo motivo por infundado.

C. Tercer motivo, basado en la violación del principio de igualdad de trato

1. Alegaciones de las partes

372 La demandante sostiene, en esencia, que la Comisión violó el principio de igualdad de trato al rechazar, en la Decisión impugnada, sus argumentos «cualitativos», cuando en otras decisiones sí había estimado argumentos de la misma naturaleza.

373 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante.

2. Apreciación del Tribunal General

374 Mediante su tercer motivo, la demandante alega un trato desigual como consecuencia de la práctica decisoria de la Comisión.

375 Sin embargo, como se ha señalado en el apartado 68 anterior, la Comisión ha de efectuar un análisis individual de las características propias de cada asunto, sin encontrarse vinculada por decisiones anteriores que afecten a otros operadores económicos o a otros SBP.

376 En cualquier caso, debe señalarse que, según reiterada jurisprudencia, el principio de igualdad de trato, que constituye un principio general del Derecho de la Unión, consagrado por los artículos 20 y 21 de la Carta, exige que no se traten de manera diferente situaciones que son comparables y que situaciones diferentes no sean tratadas de manera idéntica, salvo que este trato esté justificado objetivamente (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 Asimismo, procede recordar que, de conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA, el examen de los argumentos presentados por la empresa afectada para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA debe tener en cuenta «las circunstancias en las que opera el [SBP] de que se trate».

378 En el presente asunto, basta con señalar que los considerandos de decisiones de la Comisión citados por la demandante en su demanda se referían a otras categorías de SBP y no a los servicios de redes sociales en línea. Pues bien, la demandante no explica por qué las circunstancias en las operan estas otras categorías de SBP son a su juicio comparables a aquellas en las que opera un servicio de red social en línea como TikTok.

379 Por consiguiente, procede desestimar el tercer motivo por infundado y, en consecuencia, 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 haya visto desestimadas sus pretensiones será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte.

381 En el presente asunto, al haber sido desestimadas las pretensiones de la demandante, procede condenarla en costas, conforme a lo solicitado por la Comisión, incluidas las correspondientes al procedimiento sobre medidas provisionales.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Octava ampliada)

decide:

1) Desestimar el recurso.

2) Condenar en costas a Bytedance Ltd, incluidas las correspondientes al procedimiento sobre medidas provisionales.

Kornezov De Baere Petrlík

Kecsmár Kingston

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 17 de julio de 2024.

Firmas

[i] El apartado 128 del presente texto ha sufrido una modificación de carácter lingüístico con posterioridad a su primera publicación en línea.