

Análisis de la Sentencia 98/2025, de 19 de noviembre, dictada por el Juzgado de lo Mercantil nº 15 de Madrid (AMI vs. META). Tratamiento ilícito de datos y ventaja competitiva: relación entre el RGPD y la competencia desleal

I. Introducción

La sentencia nº 98/2025, de 19 de noviembre, dictada por el Juzgado de lo Mercantil nº 15 de Madrid en el conocido litigio planteado por AMI frente a META, constituye uno de los pronunciamientos judiciales más relevantes de los últimos años, no sólo por la indemnización millonaria reconocida a las demandantes, sino porque determina la relación entre la protección de datos y la competencia desleal.

Por primera vez, un tribunal español declara que la utilización de una base legal inadecuada para el tratamiento de datos personales, cuando ello genera una ventaja competitiva significativa en el mercado, puede constituir una infracción de la normativa en materia de competencia desleal. El fallo se apoya de forma decisiva en las Decisiones Vinculantes del Comité Europeo de Protección de Datos (CEPD), que corrigieron la posición inicial de la Comisión de Protección de Datos de Irlanda (CPDI) respecto a la licitud de la base jurídica empleada por META en el tratamiento de datos de los usuarios de Facebook e Instagram.

La resolución concluye que META trató los datos personales de millones de usuarios españoles de forma ilícita durante más de cinco años, y que este tratamiento le permitió obtener una ventaja competitiva frente a sus competidores. Como consecuencia, se declara la infracción del artículo 15.1 de la Ley de Competencia Desleal (LCD) y se reconoce el derecho de las demandantes a ser indemnizadas por el lucro cesante derivado de la ventaja competitiva ilícita.

II. Planteamiento de la demanda y de la contestación

La demanda fue promovida por ochenta y siete empresas editoras de prensa, agencias de noticias y cadenas de radio que gestionan y explotan publicidad digital, todas ellas integradas en AMI (Asociación de Medios de Información). Se demandó de forma acumulada.

Las demandantes promovieron una acción en virtud de la cual solicitaron, en primer lugar, y sobre la base de los artículos 15.1 y 15.2 de la LCD, la declaración de deslealtad de META por haber llevado a cabo tratamientos de datos de los usuarios de Facebook e Instagram, para fines de publicidad personalizada, sin una base legal válida, desde el 25 de mayo de 2018 hasta el 31 de julio de 2023. En consecuencia, las demandantes reclamaron la condena a META al pago de una indemnización por las ganancias dejadas de obtener en el mercado de publicidad en *display*, donde todas ellas competían con META.

Por su parte, META planteó una declinatoria por falta de competencia internacional, alegando que el domicilio de su establecimiento principal se encuentra en Irlanda, y que la controversia debía sustanciarse ante los tribunales irlandeses. Sin embargo, el juzgado rechazó esta tesis y consideró que a los tribunales españoles eran competentes. En consecuencia, META contestó a la demanda y solicitó la íntegra desestimación de la demanda.

III. El análisis del artículo 15 de la LCD realizado por el juzgado

El juzgado realiza un profuso análisis del artículo 15 de la LCD, diferencia claramente entre los apartados 1 y 2, y subraya que la finalidad del artículo es asegurar la igualdad de condiciones entre competidores.

En relación con el artículo 15.1 de la LCD, el juzgado recuerda la exigencia de que exista la infracción de una norma jurídica de carácter imperativo -no necesariamente con rango legal, puede ser una norma administrativa- y que dicha infracción proporcione al infractor una ventaja competitiva significativa. En el caso del artículo 15.2 de la LCD, la infracción ha de recaer sobre normas específicamente dirigidas a la regulación de la actividad concurrencial.

Asimismo, el juzgado añade que la ventaja competitiva debe ser real y significativa, no meramente potencial, y que debe existir un vínculo causal directo entre la infracción y la ventaja obtenida. También señala que el juez de lo mercantil puede declarar la existencia de una infracción normativa, aunque ninguna autoridad administrativa o jurisdiccional la haya declarado previamente.

IV. Las bases legales utilizadas por META

Las distintas bases legales utilizadas por META y los periodos en que las utilizó fueron las siguientes:

- i. El consentimiento fue utilizado por META como base legal para el tratamiento de datos de los usuarios hasta la entrada en vigor del RGPD (25/05/2018).
- ii. Posteriormente, META usó la base legal del artículo 6.1 b) del RGPD (necesidad de ejecución del contrato) desde el 25/05/2018, fecha de entrada en vigor del RGPD, hasta el 05/04/2023. META justificó el cambio en la personalización publicitaria era una parte esencial del servicio de Facebook e Instagram, necesaria para cumplir la finalidad principal descrita en los términos de servicio: conectar a las personas.
- iii. Entre el 05/04/2023 y el 01/08/2023, META pasa a usar como base legal del tratamiento la prevista en el artículo 6.1 f) del RGPD (interés legítimo).
- iv. Finalmente, META deja de usar la base legal del artículo 6.1 f) del RGPD (interés legítimo), y pasa a usar desde el 01/08/2023 la base legal del consentimiento del interesado prestado para uno o varios fines específicos (artículo 6.1 a) del RGPD).

Por tanto, la sentencia fija el periodo relevante entre el 25 de mayo de 2018, fecha de aplicabilidad del RGPD, y el 1 de agosto de 2023, día en el cual META volvió a adoptar el consentimiento como base legal para su publicidad personalizada.

V. Las resoluciones de la Comisión de Protección de Datos de Irlanda (CPDI) y del Comité Europeo de Protección de Datos (CEPD)

Un elemento decisivo en la controversia son las resoluciones dictadas por la Comisión de Protección de Datos de Irlanda (CPDI) y por el Comité Europeo de Protección de Datos (CEPD).

La CPDI, en su condición de autoridad de control de protección de datos principal, elaboró inicialmente proyectos de decisión que no apreciaban la infracción del artículo 6.1.b del RGPD. Sin embargo, varias autoridades de control de protección de datos interesadas -entre ellas la española- formularon objeciones, y señalaron que la publicidad comportamental no podía ampararse en la necesidad contractual.

Como la CPDI no aceptó dichas objeciones, se puso en marcha el Mecanismo de Coherencia del artículo 63 del RGPD, y el conflicto se elevó al Comité Europeo de Protección de Datos. El CEPD, mediante dos Decisiones Vinculantes ([Binding Decisions 3/2022](#) y [4/2022](#)33), rechazó el enfoque de la autoridad de control irlandesa, y afirmó que META había infringido el artículo 6.1.b del RGPD desde el 25 de mayo de 2018. Estas decisiones obligaron a la CPDI a modificar sus proyectos y a declarar la infracción en sus [Decisiones Finales de 31 de diciembre de 2022](#).

La sentencia reconoce y toma en consideración estas conclusiones, que se integran como parte del análisis del artículo 15.1 de la LCD, tal y como se explicará a continuación. En este sentido, la sentencia destaca que ni el fundamento de la necesidad contractual ni el fundamento del interés legítimo cumplían los requisitos exigidos por el RGPD: el primero, porque la publicidad comportamental no constituye un elemento necesario del contrato celebrado entre META y los usuarios; el segundo, porque no superaba el test de necesidad ni la ponderación entre intereses. De ahí que el tratamiento realizado durante todo el periodo relevante sea calificado como ilícito, en línea con lo que acordó la CPDI.

VI. La infracción del artículo 15.1 de la LCD

A partir de las infracciones declaradas por las autoridades de protección de datos, el juzgado examina si existió una ventaja competitiva significativa, y si ésta se obtuvo gracias a la infracción.

La sentencia expone que la publicidad comportamental exige manejar grandes volúmenes de datos personales para generar perfiles muy precisos sobre intereses, hábitos y comportamientos de los usuarios. META dispone de una masa ingente de datos -incluyendo categorías especialmente sensibles- que trató sin base legal adecuada durante el periodo relevante.

Esa acumulación de información, utilizada para elaborar perfiles extremadamente detallados, proporcionó a META una capacidad de segmentación comercial ampliamente superior a la que podían alcanzar sus competidores, según el juzgado.

En efecto, la sentencia determina que los editores de prensa digital carecen, por su propia actividad, de acceso a un volumen de datos equivalente al tratado (ilícitamente) por META, por lo que, aun empleando tecnologías de segmentación similares, nunca podrían llegar a generar perfiles con el mismo grado de precisión. En consecuencia, la infracción del RGPD permitió a META ofrecer una publicidad personalizada mucho más directa y eficaz que el resto de los operadores. Este vínculo causal, unido al carácter masivo del tratamiento, lleva al juzgado a concluir que la ventaja competitiva fue real, significativa y obtenida directamente mediante la infracción normativa.

A la luz de estos criterios, el juzgado concluye que las infracciones declaradas por la CPDI (tras las decisiones vinculantes del CEPD), en particular el tratamiento ilícito del artículo 6.1.b RGPD, encajan en el artículo 15.1 LCD.

VII. La infracción del artículo 15.2 de la LCD

En cambio, el juzgado rechaza la infracción del artículo 15.2 de la LCD, toda vez que la parte actora no pudo acreditar la infracción de una norma específicamente orientada a regular la competencia en el mercado (concretamente, el artículo 2 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia, relativo al abuso de posición de dominio), ni tampoco se definió adecuadamente el mercado relevante.

La renuncia de las demandantes a su prueba pericial dejó sin soporte la tesis de que existe un mercado unitario de publicidad *display* en el que META ocuparía una posición cuasi dominante (con una cuota cercana al 40%). Por su parte, la pericial de la parte demandada describió un ecosistema publicitario multicanal y diversificado, donde la segmentación depende de múltiples factores y donde los anunciantes reparten su inversión entre diversos soportes.

En consecuencia, y tras la valoración de la prueba practicada, el tribunal no apreció la infracción del artículo 15.2 de la LCD.

VIII. El resarcimiento y el cálculo del daño

La sentencia considera acreditados los cuatro elementos necesarios para el resarcimiento: la acción antijurídica, la culpa, el daño y la relación de causalidad:

- i. En relación con la acción antijurídica, el juzgado determina que el tratamiento ilícito de datos para fines publicitarios durante más de cinco años es indiscutible.
- ii. La culpa se fundamenta en que META era plenamente consciente de las implicaciones del RGPD para su modelo de negocio y modificó su base legal precisamente para evitar las restricciones que le imponía el consentimiento.
- iii. El daño se configura como un lucro cesante: las ganancias dejadas de obtener por los competidores de META debido a la ventaja competitiva obtenida por ésta. Para cuantificarlo, el tribunal parte de los ingresos netos reales estimados de META en España durante el periodo relevante, cifra que se fija en 5.281,69 millones de euros. Esta cifra se considera probada ante la negativa de META a aportar sus cuentas en España, pese a tener la facilidad probatoria para hacerlo. Dado que durante todo el periodo META operó sin base legal válida, el juzgado determinó que no es posible distinguir ingresos obtenidos lícitamente y de forma ilícita.
- iv. Relación de causalidad: la sentencia dedica un análisis específico a la relación de causalidad, elemento indispensable para la procedencia del resarcimiento del daño. A diferencia de lo que ocurre en los supuestos de daño emergente, en los que el perjuicio aparece de manera inmediata, directa y fácilmente trazable respecto de la conducta infractora, en los supuestos de lucro cesante, como el que nos ocupa, el daño consiste en una ganancia no obtenida. Su prueba es necesariamente más compleja y exige reconstruir un escenario hipotético: qué habría ocurrido en el mercado si la infracción

no se hubiese producido. En este contexto, el juzgado concluye que el lucro cesante es consecuencia directa y adecuada de la conducta ilícita de META y considera que si META hubiera respetado el RGPD y hubiera utilizado una base legal válida --lo que habría exigido un consentimiento explícito de los usuarios- la cantidad de datos disponibles para elaborar perfiles habría sido sensiblemente menor, la eficacia de la publicidad comportamental también habría disminuido, y los competidores habrían podido captar una parte más relevante de la inversión en publicidad *display*. El daño, por tanto, no es hipotético ni especulativo, sino que es resultado directo de la infracción.

IX. Los intereses

A diferencia del criterio asentado en materia de Derecho de la Competencia (por la Guía de cuantificación de daños, y por el Tribunal Supremo en las recientes sentencias dictadas en el *Cártel de Sobres*), el juzgado rechaza la aplicación de interés compuesto solicitada por las demandantes, y opta por aplicar el interés simple, conforme al artículo 1108 CC. El juzgado determina que los intereses deben devengarse desde finales de cada ejercicio anual, cuando los ingresos ya se han materializado y contabilizado, salvo en 2023, cuyo devengo comienza el 31 de julio. Finalmente, la sentencia señala que el *dies ad quem* es la fecha de la sentencia y el interés aplicable es el legal.

X. Fallo

El juzgado declara que META incurrió en una práctica desleal prohibida por el artículo 15.1 de la LCD al prevalerse de una ventaja competitiva significativa obtenida mediante la infracción del RGPD. En cambio, desestima la acción basada en el artículo 15.2 de la LDC. Sobre esta base, el juzgado condena a META a indemnizar los daños y perjuicios derivados de la práctica desleal prohibida.

En relación con la condena al resarcimiento de estos daños y perjuicios, la sentencia condena a META al pago de indemnizaciones diferenciadas en relación con distintos grupos de demandantes.

XI. Conclusión

La sentencia constituye un precedente determinante en la interacción entre el RGPD y las normas relativas a la competencia desleal. El juzgado reconoce que el tratamiento masivo e ilícito de datos puede alterar sustancialmente la igualdad entre competidores, especialmente en mercados digitales donde los datos son el activo más cotizado.

El caso confirma que las infracciones en materia de protección de datos no sólo afectan a los derechos de los interesados, sino que también pueden distorsionar las condiciones de competencia, abriendo un camino para futuras controversias en las que la frontera entre privacidad y competencia será cada vez más permeable.

Por último, entendemos que es probable que la parte perjudicada por la sentencia recurra en apelación, lo que abocará a un “partido de vuelta” en esta controversia