



2025/1156

3.11.2025

REGLAMENTO DELEGADO (UE) 2025/1156 DE LA COMISIÓN

de 12 de junio de 2025

por el que se completa el Reglamento (UE) n.º 600/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta a las normas técnicas de regulación relativas a la obligación de poner a disposición del público los datos de mercado en condiciones comerciales razonables

(Texto pertinente a efectos del EEE)

LA COMISIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea,

Visto el Reglamento (UE) n.º 600/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo de 2014, relativo a los mercados de instrumentos financieros y por el que se modifica el Reglamento (UE) n.º 648/2012 ⁽¹⁾, y en particular su artículo 13, apartado 5, párrafo cuarto,

Considerando lo siguiente:

- (1) Para garantizar que los datos de mercado se faciliten en condiciones comerciales razonables, con cláusulas contractuales imparciales y justas y de manera uniforme en toda la Unión, es necesario establecer las condiciones que deben cumplir los organismos rectores del mercado y las empresas de servicios de inversión que gestionen un centro de negociación, los agentes de publicación autorizados (APA), los proveedores de información consolidada (PIC) y los internalizadores sistemáticos. Dichas condiciones deben garantizar que la obligación de facilitar datos de mercado en condiciones comerciales razonables sea suficientemente clara y se aplique de manera eficaz y uniforme, teniendo en cuenta al mismo tiempo los diferentes modelos operativos y estructuras de costes de los organismos rectores del mercado y las empresas de servicios de inversión que gestionen un centro de negociación, los APA, los PIC y los internalizadores sistemáticos.
- (2) Para garantizar que los datos de mercado se faciliten en condiciones comerciales razonables, es necesario especificar cómo deben calcularse los costes atribuibles a los datos de mercado. El cálculo de los costes atribuibles a los datos de mercado solo debe incluir los costes directamente relacionados con la producción y difusión de los datos de mercado. Para realizar dicho cálculo, los costes deben clasificarse diferenciando entre los costes relacionados con la infraestructura que se utiliza para producir y difundir datos de mercado, los activos físicos y los programas informáticos que se utilizan para permitir la conectividad necesaria para la producción y difusión de datos de mercado, los costes de personal, los costes financieros y otros costes, incluidos los costes administrativos dedicados a la producción y difusión de dichos datos de mercado. Para garantizar que no se produzca una doble contabilización de los costes, los costes relativos a la producción y difusión de datos de mercado deben asignarse, sobre la base de la naturaleza de cada factor de coste, a una única categoría de costes. Los costes de las auditorías no deben incluirse en la asignación de los costes de producción y difusión de los datos de mercado.
- (3) Los proveedores de datos de mercado, en particular los centros de negociación, a menudo ofrecen una variedad de servicios que van más allá del suministro de datos de mercado. Por lo tanto, estas entidades incurren en diversos costes que abarcan categorías como la tecnología y la infraestructura, el desarrollo de programas informáticos, las ventas y la comercialización, el análisis, la investigación cuantitativa, las operaciones o el cumplimiento. Para establecer tarifas por los datos de mercado en condiciones comerciales razonables, es importante diferenciar, por ejemplo, los costes atribuibles a la actividad principal de reunir a compradores y vendedores de los costes directamente imputables a la producción y difusión de datos de mercado.
- (4) En algunos casos, los activos físicos, los programas informáticos, el personal y los servicios administrativos podrían utilizarse parcialmente para la producción de otros servicios no directamente relacionados con la producción y difusión de datos de mercado. A este respecto, es necesario repartir los costes atribuibles a los recursos compartidos sobre la base de una metodología clara, especificando en qué medida cada recurso contribuye a la producción y difusión de datos de mercado. Los costes financieros derivados de los recursos compartidos también deben repartirse, sobre la base de la asignación de dichos recursos a la producción y difusión de datos de mercado. La metodología utilizada para el reparto de los costes debe revisarse anualmente para garantizar su exactitud. Los proveedores de datos de mercado deben proporcionar a la autoridad competente pertinentes pruebas justificativas de la metodología elegida y de sus modificaciones.

⁽¹⁾ DO L 173 de 12.6.2014, p. 84, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2014/600/oj>.

- (5) El margen incluido en las tarifas aplicadas a los datos de mercado debe fijarse para lograr un equilibrio entre la necesidad de garantizar que la producción y difusión de datos de mercado siga siendo comercialmente viable para los proveedores de datos de mercado y la necesidad de garantizar un acceso lo más amplio posible a dichos datos. En el caso de los PIC, que se establecerán en los próximos años, el margen debe ser suficiente para cubrir la inversión de establecimiento y la viabilidad comercial durante el período necesario para desarrollar su actividad.
- (6) Para garantizar que los datos de mercado se faciliten en condiciones comerciales razonables, es necesario especificar cómo debe determinarse el margen incluido en las tarifas aplicadas a los datos de mercado. En particular, el margen debe ser el beneficio de explotación obtenido por el proveedor de datos de mercado tras deducir de sus ingresos todos los gastos relacionados con la producción y difusión de datos de mercado. Dichos gastos deben incluir costes operativos como la infraestructura, los activos utilizados a efectos de conectividad, el personal dedicado a la producción y difusión de datos de mercado y los gastos financieros. Para aumentar la transparencia, el margen debe expresarse como porcentaje de los costes.
- (7) A fin de garantizar que el margen incluido en las tarifas aplicadas a los datos de mercado sea razonable, es necesario especificar que el margen no debe ser desproporcionado en comparación con los costes soportados en la producción y difusión de los datos de mercado, y que el margen debe ajustarse a los márgenes aplicables a la actividad global que lleva a cabo el proveedor de datos de mercado.
- (8) Para garantizar la no discriminación entre clientes, los proveedores de datos de mercado deben disponer de capacidades modulables para conceder a todos los clientes acceso oportuno a los datos de mercado.
- (9) En los últimos años, la posibilidad de aplicar diferenciales en las tarifas proporcionales al valor que los datos de mercado representan para el cliente dio lugar a la creación de múltiples categorías de clientes que se aplicaron simultáneamente al mismo cliente con la consiguiente duplicación de comisiones.
- (10) Para garantizar que los datos de mercado se faciliten en condiciones comerciales razonables, los proveedores de datos de mercado deben poder establecer categorías de clientes sobre la base de elementos fácticos, incluido el tamaño del cliente o el uso que hace de los datos. La categorización de los clientes debe permitir a los proveedores de datos de mercado tratar de manera diferente a clientes que presenten características fácticas diferentes. Los clientes de una categoría deben distinguirse claramente de los clientes de otras categorías por uno o varios elementos que los diferencien de los clientes de otras categorías. Un cliente solo debe pertenecer a una categoría. Por ejemplo, los proveedores de datos de mercado podrían crear una categoría de clientes separada para los redistribuidores de datos, los clientes profesionales o los no profesionales. Los criterios utilizados para establecer las categorías de clientes deben ser lo suficientemente generales como para ser aplicables a un grupo de clientes. Por lo tanto, la categorización debe dar lugar a un número limitado de categorías.
- (11) Para garantizar que los datos de mercado se faciliten en condiciones comerciales razonables, las tarifas cobradas a los clientes pertenecientes a una determinada categoría deben fijarse sobre la base de los costes soportados para facilitar datos a dichos clientes y un margen razonable, expresado como porcentaje de los costes, que debe ser homogéneo entre los clientes pertenecientes a la misma categoría. Los proveedores de datos de mercado deben poder cobrar tarifas diferentes por distintos tipos de datos (por ejemplo, datos de visualización y no visualización) sobre la base de las diferencias en los costes de producción y difusión de dichos tipos de datos.
- (12) En los últimos años, se han detectado una serie de problemas en relación con las condiciones introducidas en los acuerdos de datos de mercado en detrimento de los clientes. Algunos de estos problemas se refieren a la práctica de los proveedores de datos de mercado de imponer obligaciones administrativas onerosas a los clientes de datos de mercado, en particular mediante solicitudes frecuentes y detalladas sobre el uso de dichos datos. Otras prácticas incluyen el uso de un lenguaje ambiguo en los acuerdos sobre datos de mercado, o sus frecuentes modificaciones que obligan al cliente a destinar recursos para interpretar o revisar el acuerdo. A veces, los clientes de datos de

mercado se han visto obligados a suprimir los datos históricos de sus sistemas en el momento de la resolución del contrato, a pagar comisiones por ubicación o a restringir innecesariamente la forma en que podrían utilizar los datos de mercado. Estas prácticas corren el riesgo de suponer un coste injustificado para acceder a los datos del mercado. Por lo tanto, para que las condiciones sean justas e imparciales, deben prohibirse tales prácticas. Los requisitos sobre cláusulas contractuales justas e imparciales del presente Reglamento deben complementar las demás disposiciones aplicables del Derecho de la Unión, en particular el Reglamento (UE) 2023/2854 del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽²⁾ (Reglamento de Datos), así como otros reglamentos relativos a la protección de los consumidores, incluida la Directiva 93/13/CEE del Consejo ⁽³⁾ (Directiva sobre cláusulas contractuales abusivas).

- (13) Para aumentar la transparencia, los proveedores de datos de mercado deben velar por que las condiciones para el suministro de datos de mercado se especifiquen de manera clara y concisa. Esto implica que las condiciones sean comprensibles para los clientes de manera autónoma, sin hacer referencia a otros documentos, a menos que dichos documentos estén claramente identificados y sean fáciles de obtener por los clientes.
- (14) A fin de que el cliente disponga de tiempo suficiente para comprender un cambio introducido en el acuerdo de datos de mercado y comparar y reflexionar sobre otras ofertas disponibles en el mercado, en caso de que los acuerdos de datos de mercado permitan modificaciones unilaterales, los proveedores de datos de mercado deben notificar al cliente cualquier modificación de este tipo con 90 días de antelación. Con objeto de evitar modificaciones unilaterales que generen resultados onerosos o gravosos para el cliente de datos de mercado, incluidas las modificaciones que den lugar a un aumento de las tarifas, el acuerdo debe otorgar al cliente el derecho a rescindir el contrato sin incurrir en sanciones cuando se produzcan tales cambios unilaterales. Los proveedores de datos de mercado no deben utilizar la posibilidad de rescindir y renovar el acuerdo de datos de mercado para eludir la aplicación de las salvaguardias pertinentes en caso de modificaciones unilaterales del contrato.
- (15) A fin de evitar cobrar a los clientes varias veces por el mismo suministro de datos de mercado al comprarlos a diferentes proveedores y vendedores, cuando así lo solicite el cliente, los datos de mercado deben ofrecerse de forma individual para cada cliente. Los PIC recopilan datos de los centros de negociación y los APA y los consolidan en un flujo electrónico continuo de datos en directo que proporciona datos básicos de mercado y datos reglamentarios. Por lo tanto, el suministro de esos datos por parte de los PIC debe considerarse distinto del suministro de datos de mercado por parte de los centros de negociación y los APA. Por consiguiente, los PIC deben poder cobrar una tarifa a su cliente incluso si un centro de negociación o un APA cobra a ese cliente por los datos de mercado.
- (16) Los datos de mercado deben ofrecerse disociados de otros servicios, para que los clientes de datos de mercado puedan obtenerlos sin tener que contratar esos otros servicios.
- (17) Se ha reconocido que las condiciones relativas a las sanciones y las auditorías son excesivamente gravosas para los clientes de datos de mercado y contribuyen al aumento del coste de los datos de mercado más allá del coste de producción y difusión y de un margen razonable. Para evitar sanciones injustificadas, las sanciones solo deben imponerse sobre la base de pruebas de infracción del acuerdo sobre datos de mercado. Además, las sanciones no deben ser excesivamente onerosas, y su tamaño debe basarse en el importe que el cliente habría pagado en caso de cumplimiento del acuerdo de datos de mercado. Asimismo, para que el cliente pueda adoptar medidas oportunas a fin de evitar la repetición de infracciones del acuerdo de datos de mercado, el proveedor de datos de mercado debe imponer la sanción en un plazo razonable a partir del momento en que se produzca la infracción. El plazo razonable no debe exceder de cinco años a partir de la fecha de notificación de la auditoría. Dicho plazo está en consonancia con las obligaciones de conservación de registros de las empresas de servicios de inversión establecidas en el artículo 16 de la Directiva 2014/65/UE del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽⁴⁾.

⁽²⁾ Reglamento (UE) 2023/2854 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de diciembre de 2023, sobre normas armonizadas para un acceso justo a los datos y su utilización, y por el que se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y la Directiva (UE) 2020/1828 (DO L, 2023/2854, 22.12.2023, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2023/2854/oj>).

⁽³⁾ Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores (DO L 95 de 21.4.1993, p. 29, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/1993/13/oj>).

⁽⁴⁾ Directiva 2014/65/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo de 2014, relativa a los mercados de instrumentos financieros y por la que se modifican la Directiva 2002/92/CE y la Directiva 2011/61/UE (DO L 173 de 12.6.2014, p. 349, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2014/65/oj>).

- (18) En la actualidad, los acuerdos sobre datos de mercado prevén auditorías que resultan engorrosas para los clientes de datos de mercado debido a su frecuencia, duración y carga de la prueba necesaria para el cliente de datos de mercado. Por lo tanto, para garantizar que los acuerdos sobre datos de mercado sean justos e imparciales, cuando el acuerdo de datos de mercado establezca que el proveedor de datos de mercado puede solicitar auditorías, las condiciones del acuerdo de datos de mercado deben exigir que la auditoría se base en indicios concretos y creíbles de una posible infracción que se haya producido no más de cinco años antes de la fecha de notificación de la auditoría. Además, para mitigar los riesgos de parcialidad y aumentar la equidad, los proveedores de datos de mercado que lleven a cabo una auditoría solo deben poder exigir la información necesaria para recopilar pruebas en relación con la presunta infracción.
- (19) Para que los clientes y las autoridades competentes puedan evaluar eficazmente si se facilitan datos de mercado en condiciones comerciales razonables, los proveedores de datos de mercado deben revelar toda la información pertinente para la oferta de datos de mercado en términos claros e inequívocos. Esa información debería permitir a los clientes y a las autoridades competentes comprender las políticas en materia de datos de mercado, incluida la forma en que se determina el nivel de las tarifas aplicadas a los datos de mercado, y debería proporcionarse con un contenido uniforme y utilizando un formato y una terminología uniformes. Los proveedores de datos de mercado deben facilitar a la autoridad competente, previa solicitud, la información sobre los costes totales de producción y difusión de los datos de mercado, incluido un margen razonable, utilizando un formato armonizado.
- (20) Para que los clientes y las autoridades competentes puedan comprender cómo se calculan las tarifas, la política de datos marcada debe indicar la unidad de recuento utilizada para facturar la tarifa a los clientes. La unidad de recuento puede distinguir entre tipos de datos de mercado (por ejemplo, datos de visualización y de no visualización) y debe ser única para el mismo tipo de datos de mercado. La unidad de recuento debe estar relacionada con los costes soportados para proporcionar los datos de mercado.
- (21) A fin de garantizar un proceso de aplicación fluido y eficiente, es necesario establecer una fecha de aplicación diferida para que los participantes en el mercado autorizados antes de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento dispongan de tiempo suficiente para volver a redactar, negociar y celebrar acuerdos revisados, minimizando así las posibles perturbaciones. Dado que actualmente no existen PIC autorizados y operativos, no es necesaria una fecha de aplicación diferida para los PIC.
- (22) El tratamiento de datos personales a efectos del presente Reglamento debe llevarse a cabo de conformidad con el Derecho de la Unión en materia de protección de datos personales. A ese respecto, toda operación de tratamiento de datos personales realizada por las autoridades nacionales competentes en aplicación del presente Reglamento debe llevarse a cabo de conformidad con el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽⁵⁾ y con los requisitos nacionales relativos a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales. Toda operación de tratamiento de datos personales realizada por la Autoridad Europea de Valores y Mercados (AEVM) en aplicación del presente Reglamento debe llevarse a cabo de conformidad con el Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽⁶⁾.
- (23) El presente Reglamento se basa en los proyectos de normas técnicas de regulación presentados por la AEVM a la Comisión.
- (24) La AEVM ha llevado a cabo consultas públicas abiertas sobre los proyectos de normas técnicas de regulación en que se basa el presente Reglamento, ha analizado los costes y beneficios potenciales conexos y ha recabado el asesoramiento del Grupo de Partes Interesadas del Sector de los Valores y Mercados establecido de conformidad con el artículo 37 del Reglamento (UE) n.º 1095/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽⁷⁾.

⁽⁵⁾ Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) (DO L 119 de 4.5.2016, p. 1, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>).

⁽⁶⁾ Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2018, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales por las instituciones, órganos y organismos de la Unión, y a la libre circulación de esos datos, y por el que se derogan el Reglamento (CE) n.º 45/2001 y la Decisión n.º 1247/2002/CE (DO L 295 de 21.11.2018, p. 39, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj>).

⁽⁷⁾ Reglamento (UE) n.º 1095/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de noviembre de 2010, por el que se crea una Autoridad Europea de Supervisión (Autoridad Europea de Valores y Mercados), se modifica la Decisión n.º 716/2009/CE y se deroga la Decisión 2009/77/CE de la Comisión (DO L 331 de 15.12.2010, p. 84, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2010/1095/oj>).

- (25) El Supervisor Europeo de Protección de Datos, al que se consultó de conformidad con el artículo 42, apartado 1, del Reglamento (UE) 2018/1725, formuló sus observaciones formales el 17 de marzo de 2025.

HA ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

CAPÍTULO I

DEFINICIONES

Artículo 1

Definiciones

A los efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

- a) «cliente de datos de mercado»: la persona física o jurídica que firma el acuerdo de datos de mercado y a la que se facturan las tarifas correspondientes a los datos de mercado;
- b) «datos de mercado»: la información que los organismos rectores del mercado y las empresas de servicios de inversión que gestionan un centro de negociación, los agentes de publicación autorizados (APA), los proveedores de información consolidada (PIC) y los internalizadores sistemáticos publican de conformidad con los artículos 3 y 4, 6 a 11 bis, y 14, 20, 21, 27 octies y 27 nonies del Reglamento (UE) n.º 600/2014;
- c) «datos de mercado diferidos»: los datos de mercado que se ponen a disposición del público quince minutos después de su publicación, en virtud del artículo 13, apartado 2, del Reglamento (UE) n.º 600/2014;
- d) «proveedor de datos de mercado»: un organismo rector del mercado o una empresa de servicios de inversión que gestiona un centro de negociación, un APA, un PIC o un internalizador sistemático que ejerza una actividad comercial de difusión de datos de mercado a clientes;
- e) «costes totales»: el total de los costes soportados por el proveedor de datos de mercado que están directamente relacionados con la producción y difusión de dichos datos;
- f) «resultado de explotación»: los ingresos netos obtenidos por el proveedor de datos de mercado, que resultan de restar los costes totales a los ingresos brutos generados por la producción y difusión de datos de mercado;
- g) «acuerdo de datos de mercado»: todo acuerdo entre el proveedor de datos de mercado y el cliente de datos de mercado para el suministro de datos de mercado y en el que se reflejan la información y las tarifas recogidas en la política de datos de mercado;
- h) «política de datos de mercado»: uno o varios documentos del proveedor de datos de mercado en los que se recoge información sobre el suministro de datos de mercado, de conformidad con el capítulo V del presente Reglamento;
- i) «tarifa por cliente»: un modelo de tarificación de los datos de mercado en virtud del cual los clientes pueden evitar que se les facture varias veces cuando dichos datos se hayan obtenido a través de varios proveedores o redistribuidores.

CAPÍTULO II

CÁLCULO DE LOS COSTES TOTALES Y MÁRGENES DE LOS DATOS DE MERCADO

Artículo 2

Costes totales

1. Los proveedores de datos de mercado calcularán los costes totales soportados a lo largo de un ejercicio contable. El cálculo de los costes totales incluirá las siguientes categorías de costes:
 - a) costes de infraestructura atribuibles a los activos físicos, licencias de programas informáticos y servicios arrendados o cualquier otra infraestructura necesaria para la producción y difusión de datos de mercado;

- b) costes de conectividad atribuibles a cualquier activo físico, licencias de programas informáticos y servicios arrendados que garanticen la conectividad necesaria para la producción y difusión de datos de mercado;
 - c) costes atribuibles al personal dedicado a la producción y difusión de datos de mercado;
 - d) costes financieros, incluidos la depreciación, la amortización y el coste de los servicios de datos de mercado de financiación de capitales;
 - e) otros costes, incluidos los costes administrativos necesarios para la producción y difusión de datos de mercado.
2. Los costes de infraestructuras que se compartan con otros servicios que no estén directamente relacionados con la producción y difusión de datos de mercado se repartirán teniendo en cuenta el uso pertinente de la infraestructura por cada servicio.
3. Los costes de conectividad que se compartan con otros servicios que no estén directamente relacionados con la producción y difusión de datos de mercado se repartirán teniendo en cuenta el uso del marco de conectividad pertinente por cada servicio.
4. Los costes atribuibles al personal dedicado parcialmente a la producción y difusión de datos de mercado se asignarán teniendo en cuenta la parte de la actividad laboral de dicho personal que esté relacionada con la producción y difusión de datos de mercado.
5. Los costes financieros relacionados con la infraestructura, la conectividad y el personal que se compartan con otros servicios que no estén directamente relacionados con la producción y difusión de datos de mercado se repartirán teniendo en cuenta el uso de los activos y servicios pertinentes.
6. Los proveedores de datos de mercado podrán indicar cualquier otro coste que atribuyan a la producción y difusión de datos de mercado y justificar la inclusión de dichos costes.
7. Los proveedores de datos de mercado revisarán anualmente la metodología utilizada para el reparto de costes a que se refieren los apartados 2 a 6.

Artículo 3

Principios para establecer un margen razonable para los datos de mercado

- 1. El margen razonable para los datos de mercado será el beneficio de explotación.
- 2. El margen razonable para los datos de mercado:
 - a) se fijará como un porcentaje de los costes totales;
 - b) no superará desproporcionadamente los costes totales;
 - c) en el caso de los proveedores de datos de mercado que ofrezcan servicios distintos de la producción y difusión de datos de mercado, será razonablemente comparable al beneficio de explotación atribuible a la actividad global llevada a cabo por el proveedor de datos de mercado.
- 3. El margen razonable se logrará estableciendo tarifas para los datos de mercado que posibiliten su acceso al mayor número posible de clientes.

CAPÍTULO III

ACCESO NO DISCRIMINATORIO

Artículo 4

Obligación de suministrar los datos de mercado en condiciones no discriminatorias

1. Los proveedores de datos de mercado concederán acceso a dichos datos de forma no discriminatoria, en lo que respecta a las tarifas, las condiciones relativas al acceso, las disposiciones técnicas y los canales de distribución.
2. Los proveedores de datos de mercado aplicarán el mismo baremo de tarifas y las mismas condiciones para acceder a los datos de mercado a todos los clientes que soliciten acceso a dichos datos.
3. Los proveedores de datos de mercado dispondrán de capacidades modulables para garantizar que los clientes puedan acceder de manera oportuna a los datos de mercado en todo momento de forma no discriminatoria.
4. Los proveedores de datos de mercado ofrecerán a los clientes el mismo conjunto de opciones con respecto a los mecanismos técnicos y velarán por que estos no discriminen ni creen ninguna ventaja o desventaja injusta.
5. Los proveedores de datos de mercado podrán justificar cualquier divergencia en las soluciones proporcionadas para el acceso a los datos de mercado adoptadas sobre la base de limitaciones técnicas válidas.

Artículo 5

Diferencias en las tarifas

1. Los proveedores de datos de mercado solo podrán aplicar diferencias en las tarifas si estas se determinan sobre la base de una categorización de clientes y siempre que se cumplan todas las condiciones siguientes:
 - a) los criterios utilizados para establecer las categorías se basan en elementos fácticos, fácilmente verificables y suficientemente generales para ser aplicables a un grupo de clientes;
 - b) que el margen para los datos de mercado, establecido de conformidad con el artículo 3, sea el mismo para todos los clientes de la misma categoría;
 - c) que las diferencias entre categorías sean claras y los clientes puedan comprender la categoría a la que pertenecen;
 - d) que solo sea aplicable una categoría a cada cliente.
2. Cuando se produzcan costes adicionales múltiples y significativos para el suministro de los datos de mercado al mismo cliente, los proveedores de datos de mercado podrán añadir un incremento a la tarifa aplicable determinada por los costes adicionales incurridos.
3. Los proveedores de datos de mercado solo podrán conceder descuentos u otras reducciones temporales de las tarifas cuando dichos descuentos o reducciones se basen en elementos que sean factuales, fácilmente verificables y lo suficientemente generales como para aplicarse a más de un cliente.

*Artículo 6***Canales de distribución**

Los proveedores de datos de mercado velarán por que los datos de mercado, incluidos los datos de mercado diferidos, se envíen a través de todos los canales de distribución al mismo tiempo.

CAPÍTULO IV

CLÁUSULAS CONTRACTUALES IMPARCIALES Y JUSTAS*Artículo 7***Suministro de información precontractual**

1. Antes de la celebración del acuerdo de datos de mercado, a petición del cliente, los proveedores de datos de mercado les facilitarán toda la información necesaria sobre las tarifas reales y las disposiciones aplicables a dichos clientes para comparar las ofertas de datos de mercado disponibles en el mercado y tomar una decisión informada sobre la celebración del acuerdo de datos de mercado.
2. La información a que se refiere el apartado 1 será coherente con las tarifas mostradas en la política de datos de mercado.

*Artículo 8***Cláusulas justas**

1. El acuerdo de datos de mercado deberá lograr un equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes derivados del contrato y deberá cumplir los requisitos de buena fe.
2. Las partes del acuerdo de datos de mercado se abstendrán de realizar solicitudes o provisiones de información extensas o frecuentes que no sean necesarias para la correcta ejecución del contrato, así como de llevar a cabo otras prácticas que generen costes adicionales injustificados para alguna de las partes.

*Artículo 9***Cláusulas contractuales**

1. El acuerdo de datos de mercado indicará de manera clara y concisa las condiciones para el suministro de datos de mercado y permitirá al cliente comprender fácilmente las obligaciones y los derechos de dicho acuerdo.
2. El acuerdo de datos de mercado utilizará definiciones y términos claros y comprensibles y utilizará la terminología de la política de datos de mercado establecida en el artículo 18.

*Artículo 10***Conformidad de las cláusulas con la política de datos de mercado**

Los proveedores de datos de mercado velarán por que las condiciones del acuerdo de datos de mercado se ajusten a la información facilitada en la política de datos de mercado publicada.

*Artículo 11***Tasas adicionales**

Las condiciones de los acuerdos de datos de mercado que puedan dar lugar a tarifas adicionales o a aumentos de tarifas, incluidos los ajustes vinculados a la inflación, se divulgarán claramente en el acuerdo de datos de mercado.

*Artículo 12***Tasas por cliente**

1. Los proveedores de datos de mercado establecerán mecanismos para garantizar que un mismo suministro de datos de mercado se cobre una sola vez.
2. A tal fin, cuando los datos de mercado se hayan obtenido a través de múltiples proveedores o redistribuidores de datos de mercado, los proveedores de datos de mercado ofrecerán la posibilidad de cobrar tarifas una sola vez por cliente por el mismo suministro de datos de mercado.

*Artículo 13***Obligación de mantener los datos desvinculados**

Los proveedores de datos de mercado no vincularán el suministro de datos de mercado con otros servicios.

*Artículo 14***Sanciones**

1. Los proveedores de datos de mercado indicarán claramente en el acuerdo de datos de mercado las infracciones de los derechos y obligaciones derivados de dicho acuerdo a las que se aplican sanciones.
2. El importe de las sanciones no excederá injustificadamente las tarifas que el cliente habría pagado en caso de cumplimiento del acuerdo de datos de mercado.
3. La solicitud de pago de una sanción solo podrá presentarse en un plazo razonable a partir del momento en que se haya producido la infracción, que no excederá de cinco años a partir de la fecha de notificación de la auditoría, y se basará en pruebas claras de la infracción.

*Artículo 15***Cláusulas contractuales sobre auditoría**

Cuando el acuerdo de datos de mercado establezca que el proveedor de datos de mercado puede solicitar auditorías para determinar si se ha producido una infracción de dicho acuerdo, las condiciones del acuerdo garantizarán que:

- a) la solicitud de auditoría se base en indicios concretos y creíbles de una posible infracción que se haya producido no más de cinco años antes de la fecha de notificación de la auditoría;
- b) los documentos y la información solicitados al cliente de datos de mercado se limiten a lo necesario para recabar pruebas en relación con la presunta infracción.

*Artículo 16***Modificación unilateral de tarifas y condiciones**

1. Cuando las condiciones del acuerdo de datos de mercado permitan al proveedor modificar unilateralmente las tarifas o condiciones aplicables al suministro de los datos, el cambio deberá ser notificado al cliente con al menos 90 días de antelación a su entrada en vigor.
2. Cuando los cambios a que se refiere el apartado 1 den lugar a tarifas y condiciones menos favorables para el cliente de datos de mercado, este tendrá derecho a retirarse del acuerdo de datos de mercado sin incurrir en tarifas o sanciones adicionales. Este derecho se especificará en el acuerdo de datos de mercado.

CAPÍTULO V

CONTENIDO, FORMATO Y TERMINOLOGÍA DE LAS POLÍTICAS DE DATOS DE MERCADO*Artículo 17***Información que debe incluirse en la política de datos de mercado**

1. Los proveedores de datos de mercado pondrán a disposición del público una política de datos de mercado que divulgue toda la información pertinente para la oferta de datos de mercado en términos claros e inequívocos. Dicha información incluirá los elementos siguientes:
 - a) el baremo de tarifas aplicable al suministro de datos de mercado;
 - b) las condiciones del suministro de datos de mercado, incluido cualquier servicio indirecto necesario para acceder a los datos de mercado;
 - c) las condiciones de la auditoría a que se refiere el artículo 15.
2. La información sobre la oferta de datos de mercado divulgada en la política de datos permitirá a los clientes comprender las tarifas y las condiciones que les son aplicables, antes de la celebración de un acuerdo de datos de mercado.

*Artículo 18***Terminología de las políticas de datos de mercado**

Además de las definiciones pertinentes establecidas en el artículo 1, los proveedores de datos de mercado adoptarán la siguiente terminología en su política de datos de mercado y sus baremos de tarifas:

- a) «unidad de recuento»: la unidad utilizada para medir la cantidad de datos de mercado que se facturará al cliente y que se aplica a efectos de determinación de la tarifa. Cuando proceda, la unidad de recuento podrá distinguir entre datos de visualización y no visualización u otros tipos de datos;
- b) «cliente profesional»: un cliente que gestiona un servicio financiero regulado o una actividad financiera regulada o que presta un servicio a terceros;
- c) «cliente no profesional»: un cliente que no se ajusta a la definición de cliente profesional a que se refiere la letra b);
- d) «datos de visualización»: los datos de mercado facilitados a través de un monitor o una pantalla y que son legibles por personas;
- e) «datos de no visualización»: los datos de mercado que no se ajustan a la definición de datos de visualización a que se refiere la letra d);
- f) «datos históricos»: los datos de mercado relativos a un período previo al día hábil anterior que son archivados y almacenados por el proveedor de datos de mercado.

*Artículo 19***Formato accesible de las políticas de datos de mercado**

1. Los proveedores de datos de mercado publicarán la política de datos de mercado en sus sitios web de forma gratuita, no discriminatoria y fácilmente accesible. Cuando la política de datos de mercado consista en más de un documento, los proveedores de datos de mercado lo indicarán claramente y harán accesibles todos los documentos de la política de datos de mercado a través de una única ubicación en su sitio web.
2. Los proveedores de datos de mercado publicarán las políticas de datos de mercado de los cinco años anteriores en sus sitios web de forma gratuita, no discriminatoria y fácilmente accesible y velarán por que se indiquen claramente la fecha y hora de publicación y aplicación de dichas políticas de datos de mercado.

*Artículo 20***Unidad de recuento**

1. Los proveedores de datos de mercado mostrarán la tarifa aplicada a los datos de mercado por unidad de recuento para medir el suministro de datos de mercado en su política de datos de mercado y en la plantilla establecida en el anexo I.
2. La unidad de recuento utilizada por un proveedor de datos de mercado para los datos de mercado será única por tipo de datos de mercado, incluidos, cuando proceda, los datos de visualización y no visualización, y se basará en los costes de producción y distribución del tipo de datos de mercado.

*Artículo 21***Formato para la publicación de la política de datos de mercado**

1. Los proveedores de datos de mercado publicarán la política de datos de mercado utilizando la plantilla que figura en el anexo I. Esta plantilla no se utilizará para ninguna otra información.
2. En la política de datos de mercado, los proveedores de datos de mercado deberán proporcionar la información de manera coherente y con el mismo nivel de detalle, y garantizar que las ofertas dirigidas a los clientes de datos de mercado puedan compararse fácilmente. La información sobre los datos prenegociación y postnegociación se facilitará por separado.

*Artículo 22***Publicación de los costes**

1. Los proveedores de datos de mercado incluirán en la política de datos de mercado un resumen de cómo se estableció el nivel de las tarifas y una explicación más detallada de la metodología de contabilidad de costes utilizada.
2. La explicación de la metodología de contabilidad de costes proporcionará, como mínimo, la lista de todos los tipos de costes incluidos en las tarifas aplicadas a los datos de mercado, con ejemplos de dichos costes y los principios de asignación y las claves de reparto de los costes compartidos con otros servicios que no estén directamente relacionados con la producción y difusión de los datos de mercado.
3. Los proveedores de datos de mercado revelarán si incluyen un margen en las comisiones de los datos de mercado y explicarán cómo garantizan que los márgenes sean razonables.

4. Los proveedores de datos de mercado actualizarán la información a que se refieren los apartados 1, 2 y 3 del presente artículo inmediatamente después de haber finalizado la revisión a que se refiere el artículo 2, apartado 7.

CAPÍTULO VI

ACCESO A LOS DATOS, CONTENIDO Y FORMATO DE LOS DATOS DE MERCADO DIFERIDOS

Artículo 23

Acceso a los datos de mercado diferidos

Los organismos rectores del mercado y las empresas de servicios de inversión que gestionen un centro de negociación, los APA y los internalizadores sistemáticos facilitarán a cualquier cliente acceso a los datos de mercado diferidos de forma no discriminatoria sin exigir ningún tipo de registro.

Artículo 24

Contenido de los datos de mercado diferidos

Los organismos rectores del mercado y las empresas de servicios de inversión que gestionen un centro de negociación, los APA y los internalizadores sistemáticos pondrán a disposición del público los datos de mercado diferidos de todos los sistemas gestionados, de conformidad con los siguientes criterios:

- a) los datos prenegociación diferidos del mercado contendrán los mejores precios actuales de compra y venta disponibles y la profundidad del interés de negociación a esos mejores precios de compra y venta;
- b) los datos de mercado postnegociación diferidos contendrán todos los campos pertinentes a efectos de transparencia postnegociación, tal como se especifica en los Reglamentos Delegados (UE) 2017/587 y (UE) 2017/583 de la Comisión ⁽⁸⁾ ⁽⁹⁾, y ningún otro campo.

Artículo 25

Formato de los datos de mercado diferidos

Los organismos rectores del mercado y las empresas de servicios de inversión que gestionen un centro de negociación, los APA y los internalizadores sistemáticos pondrán a disposición del público los datos de mercado diferidos en un formato adaptado a las necesidades de los clientes durante un período de tiempo suficiente, de la siguiente manera:

- a) los datos prenegociación diferidos del mercado se pondrán a disposición en formato legible por máquina y por personas, hasta el siguiente día hábil inclusive;
- b) los datos de mercado postnegociación diferidos se facilitarán en un formato legible por máquina y por personas y se pondrán a disposición en programas de uso común que permitan a los clientes automatizar la extracción de datos.

A efectos de la letra b), los datos de mercado postnegociación diferidos se pondrán a disposición para todos los instrumentos negociados o para una categoría de instrumentos en el mismo archivo, que incluirá únicamente los datos de mercado diferidos. Los datos de cada día de negociación se facilitarán en el mismo fichero.

⁽⁸⁾ Reglamento Delegado (UE) 2017/587 de la Comisión, de 14 de julio de 2016, por el que se completa el Reglamento (UE) n.º 600/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a los mercados de instrumentos financieros, en lo que respecta a las normas técnicas de regulación relativas a los requisitos de transparencia aplicables a los centros de negociación y las empresas de servicios de inversión respecto de las acciones, los certificados de depósito de valores, los fondos cotizados, los certificados y otros instrumentos financieros similares y a las obligaciones de realización de las operaciones respecto de ciertas acciones en un centro de negociación o por un internalizador sistemático (DO L 87 de 31.3.2017, p. 387, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/587/oj).

⁽⁹⁾ Reglamento Delegado (UE) 2017/583 de la Comisión, de 14 de julio de 2016, por el que se completa el Reglamento (UE) n.º 600/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a los mercados de instrumentos financieros, en lo que respecta a las normas técnicas de regulación sobre los requisitos de transparencia aplicables a los centros de negociación y las empresas de servicios de inversión con relación a los bonos, los productos de financiación estructurada, los derechos de emisión y los derivados (DO L 87 de 31.3.2017, p. 229, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/583/oj).

El fichero diario a que se refiere el párrafo segundo se actualizará cada minuto. Si el período de tiempo transcurrido entre los datos comunicados es superior a un minuto, dicho archivo se actualizará tan pronto como los datos de mercado sean admisibles para su publicación diferida. El fichero diario se pondrá a disposición al menos hasta el día hábil siguiente inclusive, a fin de permitir la extracción de datos por parte de los clientes.

CAPÍTULO VII

CONTENIDO, FORMATO Y TERMINOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN QUE DEBE SUMINISTRARSE A LAS AUTORIDADES COMPETENTES

Artículo 26

Información que debe suministrarse a las autoridades competentes

1. Los proveedores de datos de mercado facilitarán a las autoridades competentes, previa solicitud, la información sobre los costes totales y los márgenes razonables a que se refiere el capítulo II, mediante la plantilla que figura en el anexo II.
2. La información que debe suministrarse a las autoridades competentes incluirá:
 - a) detalles que identifiquen al proveedor de datos de mercado y, en su caso, al grupo al que pertenece dicho proveedor de datos de mercado;
 - b) detalles sobre el tipo de datos de mercado ofrecidos;
 - c) detalles sobre los costes totales, incluidos los siguientes elementos:
 - i) una descripción de las infraestructuras clave utilizadas por el proveedor de datos de mercado;
 - ii) los componentes de dichas infraestructuras que sean pertinentes para determinar los costes totales;
 - iii) una especificación de las cifras de costes atribuibles a la producción y difusión de los datos de mercado;
 - d) el margen razonable aplicado;
 - e) explicaciones sobre cómo se establece el nivel de las tarifas;
 - f) cuando se apliquen diferencias en las tarifas, una explicación de cómo se reparten los costes y los márgenes entre las distintas categorías de clientes de datos de mercado, si procede;
 - g) cualquier otra información o documentos justificativos, o ambos, que puedan considerarse pertinentes para la autoridad competente a la hora de considerar los costes totales y los márgenes razonables.

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 27

Medidas transitorias

En el caso de los organismos rectores del mercado y las empresas de servicios de inversión que gestionen un centro de negociación, APA e internalizadores sistemáticos autorizados antes del 23 de noviembre de 2025, el presente Reglamento será aplicable a partir del 23 de agosto de 2026.

*Artículo 28***Entrada en vigor**

El presente Reglamento entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el *Diario Oficial de la Unión Europea*.

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el 12 de junio de 2025.

Por la Comisión

La Presidenta

Ursula VON DER LEYEN

ANEXO I

Plantilla para la publicación de la política de datos de mercado

Base jurídica	Índice			
Artículo 17 del presente Reglamento	Política de datos de mercado: año XXXX			
	[Insértese el enlace a:			
	i)	las tarifas aplicables al suministro de datos de mercado;		
	ii)	las condiciones del suministro de datos de mercado, incluido cualquier servicio indirecto necesario para acceder a los datos de mercado;		
	iii)	las condiciones de la auditoría a que se refiere el artículo 15.]		
Artículos 5 y 20 del presente Reglamento	[Insértese un resumen de alto nivel de las tarifas ofrecidas en el baremo de tarifas. El baremo de tarifas debe incluir los siguientes elementos:			
	i)	las tarifas por unidad de recuento aplicadas a los datos de mercado prenegociación y postnegociación;		
	ii)	las categorías de clientes y los criterios utilizados para establecer las categorías;		
	iii)	la política de descuentos;		
	iv)	las tarifas aplicadas a otros subconjuntos de información, incluidas las exigidas de conformidad con el nivel de desagregación de datos con arreglo al Reglamento (UE) 2017/572 de la Comisión;		
	v)	otras condiciones contractuales.		
	Todo cambio en la lista de precios deberá indicarse y explicarse claramente.]			
Artículo 16 del presente Reglamento	Divulgación previa con un preaviso mínimo de tres meses de una futura modificación de la tarifa con entrada en vigor el DD/MM/AAAA [Insértese el hipervínculo al futuro baremo de tarifas con la fecha de entrada en vigor]			
Artículo 13, apartado 1, del Reglamento (UE) n.º 600/2014	Información sobre el contenido de los datos de mercado			
	Período abarcado: 1.1.aaaa — 31.12.aaaa			
	Clase de activo	(1) Número de instrumentos cubiertos	(2) Efectivo negociado total de los instrumentos cubiertos	(3) Proporción entre los datos de mercado de prenegociación y de postnegociación
	Instrumentos de renta variable (acciones, fondos cotizados, certificados de depósito, certificados, otros instrumentos financieros asimilados a acciones)			
	Bonos			
	ETC ETN			
	PFE			
	Derivados titulizados			
	Derivados sobre tipos de interés			
	Derivados de crédito			
	Derivados sobre renta variable			
	Derivados FX			
	Derivados sobre derechos de emisión			
	Derivados C10			
	Derivados sobre materias primas			
	CFD			
	Derechos de emisión			

Base jurídica	Índice	
Artículo 22 del presente Reglamento	Publicación de los costes: año XXXX	
	Información sobre cómo se establece el nivel de las tarifas	[Insértese un resumen sobre cómo se establece el nivel de las tarifas]
	Metodología de contabilidad de costes	[Insértese el enlace a la metodología de contabilidad de costes]
		(1) Lista de tipos de costes, de conformidad con el artículo 2 del presente Reglamento
		(2) Claves de asignación (%)
		(3) Principios de asignación
		(4) Explique si se incluye un margen y cómo se garantiza que este sea razonable

ANEXO II

Plantilla para la información que debe suministrarse a la autoridad competente con arreglo al artículo 13, apartado 4, del Reglamento (UE) n.º 600/2014

SECCIÓN 1

Proveedor de datos de mercado que presenta la información

Cuadro 1.A

Información general

Nombre del ente	[Nombre completo del proveedor de datos de mercado, que incluya: — la forma jurídica, según lo establecido en el registro del país con arreglo a cuya legislación se haya constituido, si procede, y — el código de identificación como entidad jurídica (código LEI) de conformidad con la norma ISO 17442, en su caso.]
Dirección	[Dirección completa (esto es: calle, número, código postal, localidad, estado/provincia) y país.]
Contacto para la solicitud de información adicional	[Persona de contacto en el proveedor de datos de mercado para información relativa a esta plantilla (por ejemplo, CFO) y datos de contacto pertinentes: — nombre(s) y apellido(s), — cargo de la persona de contacto en el proveedor de datos de mercado, — dirección de correo electrónico profesional.]

Cuadro 2.B

Información sobre el grupo

¿Forma parte la entidad de un grupo?	☐ sí ☐ no
En caso afirmativo, ¿es la entidad la única entidad del grupo que soporta el coste de producción y difusión de datos?	☐ sí ☐ no
En caso negativo, especifique qué otra entidad del grupo soporta el coste de producción y difusión de datos	[Denominación completa de la entidad, que incluya: — la forma jurídica, según lo establecido en el registro del país con arreglo a cuya legislación se haya constituido, si procede, y — el código de identificación como entidad jurídica (código LEI) de conformidad con ISO 17442, en su caso. — Dirección completa (esto es: calle, número, código postal, localidad, estado/provincia) y país.]

SECCIÓN 2

INFORMACIÓN SOBRE LOS DATOS SUMINISTRADOS

Datos ofrecidos	Enlace a la política de datos de mercado mostrada en el sitio web de conformidad con [artículos sobre los datos suministrados] [SECCIÓN A de la política de datos de mercado]
Qué tipo de datos se ofrecen	Especifique el tipo de datos ofrecidos: ☐ libro completo ☐ top del libro ☐ última venta ☐ desequilibrio en la subasta ☐ otros (especifíquese): _____

SECCIÓN 3

COSTES

3.A Descripción general del sistema

Insértese una breve descripción del sistema y de los procesos de producción y difusión de datos de mercado.

3.B Componentes considerados para determinar el coste de los datos de mercado

Teniendo en cuenta el sistema descrito, indique los **componentes** de dicho sistema que se tuvieron en cuenta para determinar el coste de los datos de mercado y los criterios utilizados para identificarlos.

3.C Costes de los datos de mercado

Indíquese a continuación el coste necesario para producir datos, calculado a lo largo del ejercicio contable por componente (categoría del artículo 2)

COSTES NO COMPARTIDOS

Infraestructura, incluidos los activos físicos, las licencias de programas informáticos y los servicios arrendados necesarios para la producción y difusión de datos de mercado

Componente (como en 3B)	Coste

Conectividad, incluidos los activos físicos, las licencias de programas informáticos y los servicios arrendados que garanticen la conectividad necesaria para la producción y difusión de datos de mercado

Componente (como en 3B)	Coste

Costes atribuibles al personal dedicado a la producción y difusión de datos de mercado

Componente (como en 3B)	Coste

Costes financieros, incluida la depreciación, la amortización y el coste del capital

Componente (como en 3B)	Coste

Otros

Componente (como en 3B)	Coste

COSTES COMPARTIDOS

Infraestructura, incluidos los activos físicos, las licencias de programas informáticos y los servicios arrendados necesarios para la producción y difusión de datos de mercado

Componente (como en 3B)	Coste total	Porcentaje asignado a efectos de los datos de mercado	Motivo de la asignación

Conectividad, incluidos los activos físicos, las licencias de programas informáticos y los servicios arrendados que garanticen la conectividad necesaria para la producción y difusión de datos de mercado

Componente (como en 3B)	Coste	Porcentaje asignado a efectos de los datos de mercado	Motivo de la asignación

Costes atribuibles al personal dedicado a la producción y difusión de datos de mercado

Componente (como en 3B)	Coste	Porcentaje asignado a efectos de los datos de mercado	Motivo de la asignación

Costes financieros resultantes de las categorías anteriores, incluida la depreciación, la amortización y el coste del capital

Componente (como en 3B)	Coste	Porcentaje asignado a efectos de los datos de mercado	Motivo de la asignación

OTROS

Componente (como en 3B)	Coste	Porcentaje asignado a efectos de los datos de mercado	Motivo de la asignación

Cuadro sobre el coste global resultante de los datos calculado a lo largo del ejercicio contable del proveedor de datos

Tipo de coste	Valor
Costes no compartidos	
Costes compartidos	
Total	

SECCIÓN 4

CATEGORÍAS DE CLIENTES

Tarifas publicadas	[Insértese el enlace a la política de datos de mercado según el sitio web del proveedor de datos de mercado]
¿Aplica tarifas diferenciadas para los datos ofrecidos, es decir, distingue entre diferentes categorías de clientes?	☐ sí ☐ no
En caso afirmativo, ¿cuáles son los criterios para clasificar a los clientes?	
¿Cuál es el número de categorías de clientes y cuántos clientes se encuentran a título indicativo en cada categoría?	# número de categorías: # en la categoría 1: # en la categoría 2: [añádanse más en caso necesario]

SECCIÓN 5

MARGEN RAZONABLE

Margen por categoría de cliente

Categoría de cliente	Margen expresado en términos absolutos, calculado como beneficio de explotación	Margen expresado como porcentaje del coste total de los datos	Razonabilidad del margen [inclúyase una explicación de los elementos tenidos en cuenta para fijar el margen]
[añádanse más en caso necesario]			
Total			NP

Variación porcentual del margen en comparación con el año anterior

Categoría de cliente	Variación porcentual	Razonamiento
[añádanse más en caso necesario]		

SECCIÓN 6

COSTE ANUAL, MARGEN Y SANCIONES

6.A Margen de los datos de mercado

Ejercicio contable	Coste anual ⁽¹⁾ total	Margen anual total	Tarifas anuales totales ⁽²⁾	Margen medio en %	Total de las sanciones

⁽¹⁾ Por anual se entiende el ejercicio contable.
⁽²⁾ Debe entenderse como la suma de todas las facturas de datos de mercado emitidas a lo largo del ejercicio contable.

6.B Datos de mercado comparados con el margen global

Únicamente para los proveedores de datos de mercado a que se refiere el artículo 3, apartado 2, letra c)

Ejercicio contable	Ingresos anuales totales del grupo del que forma parte el proveedor de datos.	Margen anual total del grupo del que forma parte el proveedor de datos.	Margen en %	Margen medio de datos de mercado en % (cuadro 6A).

¿Cómo se compara el margen establecido para la producción y difusión de datos de mercado con el margen global de su negocio?	
--	--

SECCIÓN 7

INFORMACIÓN ADICIONAL

¿Desea añadir información adicional?	☐ sí ☐ no
En caso afirmativo, indíquese:	
Enumere cualquier documento adicional adjunto a la presente notificación.	