

Abuso de posición de dominio en el Mercado de búsquedas por internet en Europa – Junio 27 de 2017

*Observatorio Internacional de Decisiones de Defensa de la Libre Competencia
Grupo de Estudios Económicos*

Resumen de la investigación adelantada por la Comisión Europea

La Comisión Europea sancionó el día de hoy a Google por una suma de €2.420 millones, cerca de \$8,2 billones de pesos colombianos, por abusar de su posición de dominio en el mercado de búsquedas por internet al favorecer otros productos de la empresa relacionados con ventas de productos por encima de otros competidores. Lo anterior constituye una infracción al artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea que prohíbe todo tipo de prácticas anticompetitivas por parte de empresas dominantes en los mercados. En el caso en particular, la práctica anticompetitiva negaba a otras compañías la posibilidad de competir meritoriamente e innovar en el mercado. Adicionalmente, la Comisión estableció que esta infracción no permitía a los consumidores europeos elegir de forma auténtica y espontánea los servicios deseados y beneficiarse de la innovación en este mercado.

La Comisión estableció en su investigación que desde que Google entró al mercado de servicios de comparación de compras en internet¹, con la plataforma Froogle en 2004, su desempeño en el mercado de este servicio fue relativamente bajo comparado con otras plataformas que ofrecían el mismo servicio.

La importancia de la posición de dominio de Google en las búsquedas en línea radica en que estas últimas son una fuente importante de tráfico para los servicios de comparación de compras cuya fuente principal de ingresos son los clics de los consumidores, que aumentan con el tráfico, y el pago por los minoristas para listar sus productos en el servicio, atraídos también por el nivel de tráfico en el servidor.

¹ El servicio de comparación de compras en línea consiste en permitir a los consumidores comparar productos y precios en línea y encontrar promociones específicas de todo tipo de ventas al por menor, plataformas como Amazon y eBay, entre otros.



La investigación permitió a la Comisión establecer que desde 2008, Google llevó a cabo la siguiente estrategia:

- Cuando los consumidores ingresaban una búsqueda en Google con relación a algún servicio prestado por Froogle, actualmente llamado Google Shopping, los resultados de este último eran mostrados como los primeros resultados de la búsqueda.
- Como parte de los algoritmos para generar resultados de búsqueda, Google arrojaría resultados de sus competidores mucho después de los primeros resultados, por ejemplo, en la página 4 o en páginas posteriores, haciendo menos visibles los productos rivales.

Lo anterior, en conjunto con estudios que demuestran que las personas hacen clic mucho más seguido a aquellos resultados mostrados en la primera página en comparación con los demás², demostraría la ventaja en la que resultaría el servicio de comparación de productos en línea de Google frente a los de sus competidores.

Para determinar la responsabilidad de Google, la Comisión estableció en primer lugar su efectiva posición de dominio, concluyendo que desde 2008 la compañía ostentaba dicha posición en 30 de 31 países del Área Económica Europea y desde 2011 en el país restante, República Checa, excediendo en todos los casos una participación de mercado del 90%. Además estableció la existencia de altas barreras a la entrada en este mercado, en parte generadas por los efectos de red del mismo. Y en segundo lugar, estableció que Google abusó de dicha posición dominante al brindar una ventaja ilegal a su propia plataforma de comparación de compras en línea frente a sus competidores.

En cuanto al mercado geográfico, la Comisión reconoció que Google llevó a cabo la práctica en Alemania y el Reino Unido desde 2008, en Francia desde 2010, Italia, Países Bajos y España desde 2011 y República Checa, Austria, Bélgica, Dinamarca, Noruega, Polonia y Suecia desde 2013.

Finalmente, para establecer el efecto que tuvo la práctica en el mercado, la Comisión estableció que desde el inicio de la misma, la herramienta de comparación de Google aumentó su tráfico en 45 veces en el Reino Unido, 35 veces en Alemania, 19 en Francia, 29 en Holanda, 17 en España y 14 en Italia. Por otro lado, desde el inicio de ejecución

² La Comisión estableció, por ejemplo, que aproximadamente el 95% de clics suceden en resultados contenidos en la primera página mientras que el primer resultado de la segunda página genera únicamente el 1% de clics. Además comprobó que mover el primer resultado a la tercera posición genera una caída en el número de clics de cerca del 50%, demostrando así la importancia de los primeros lugares.

de la estrategia, la Comisión estableció que el tráfico en los sitios rivales ha caído cerca del 85%, disminución drástica que para la Comisión no puede ser explicada por otros factores.

Además de la sanción monetaria de €2,424,495,000, la Comisión ordenó a Google suspender su conducta en los próximos 90 días con el fin de evitar penalidades adicionales a la ya establecida.

Durante la primera hora siguiente al comunicado de prensa de la Comisión, las acciones de Google cayeron 1,5% en el intercambio previo a abrir la bolsa de Nueva York.

Para la Comisionada Margrethe Vestager, “Google ha traído diversos productos y servicios innovadores que han hecho la diferencia en nuestras vidas. Esto es algo positivo. Sin embargo, la estrategia de Google para sus servicios de venta en línea no se refería únicamente a atraer consumidores haciendo mejores sus productos a los de sus rivales. En cambio, Google abusó de su posición de dominio como un buscador en línea promoviendo su propio servicio en sus resultados de búsqueda, y degradando los de sus competidores.” (Traducción libre).

El abogado de Google, Kent Walker, afirmó que la compañía no está de acuerdo con las conclusiones y que está considerando apelar la decisión. Agregó que “cuando uno usa Google para buscar productos, nosotros tratamos de ofrecerle lo que está buscando. Nuestra capacidad de hacerlo bien no es favoreciéndonos a nosotros mismos, ni a ningún sitio o vendedor particular, sino que es el resultado de un trabajo duro y una innovación constante, basada principalmente en la retroalimentación de los usuarios” (traducción libre)

Por su parte, Thomas Vinje, abogado de FairSearch, una de las compañías que envió quejas a la Comisión para el caso en particular, “esta decisión significa que los consumidores van a recibir resultados de comparaciones de sus compras que ofrecerán verdaderamente las mejores opciones de compra posibles”. (Traducción libre)

Fuente: Página web de la Comisión, consultado el 27 de junio de 2017:

[http://europa.eu/rapid/press-release MEMO-17-1785_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-17-1785_en.htm)

Blog de Kent Walker, Asesor legal de Google, consultado el 27 de junio de 2017:

<https://www.blog.google/topics/google-europe/european-commission-decision-shopping-google-story/>