

Multa récord a Google por monopolio con su comparador de precios online



La Comisión Europea impone una sanción de 2.400 millones de euros, la mayor de la historia en territorio comunitario.

El regulador acusa al gigante de internet de perjudicar a empresas rivales mientras que la empresa americana lo niega

Cierre a uno de los tres frentes que tiene abiertos Alphabet, multinacional que aglutina la empresa Google. La Comisión Europea (CE) ha impuesto una multa de 2.420 millones de euros al gigante de internet norteamericano por abuso de posición dominante con su servicio de comparación de precios de productos Google Shopping.

Es la mayor sanción impuesta a una empresa en territorio europeo después de las recibidas con anterioridad Intel o Microsoft. El regulador europeo entiende que la firma americana ha abusado «de su posición dominante» como motor de búsquedas en internet al «dar ventajas ilegales» a su servicio. Esta multa sienta un precedente para futuras actuaciones de empresas del sector de la tecnológica.

«Lo que ha hecho Google es ilegal bajo las normas antimonopolio de la UE. Ha negado a otras empresas la oportunidad de competir sobre la base de sus méritos y la innovación», argumenta la comisaria europea de Competencia, Margrethe Vestager, en un comunicado. «Y lo que es más importante, ha negado a los consumidores europeos una verdadera elección de servicios y los beneficios completos de la innovación».

Bruselas envió un primer pliego de cargos a Google en abril de 2015 en el que denunció que la empresa reserva sistemáticamente «un trato favorable» a su comparador en sus páginas de resultados de búsquedas. La compañía, a partir de ahora, dispone de un plazo de 90 días para «poner fin a su conducta» o, en caso contrario, hacer frente a multas de hasta un 5% de la facturación diaria a nivel mundial de Alphabet, su empresa matriz.

El gigante de internet piensa en apelar

La compañía tecnológica americana se ha mostrado en desacuerdo con la sanción impuesta y no acepta las acusaciones. «Cuando compras online quieres encontrar los productos que estás buscando de manera fácil y rápida y los anunciantes promocionarlos», señala en un comunicado emitido a este diario Kent Walker, vicepresidente y principal asesor legal de Google.

Por esta razón -insiste- Google muestra 'shopping Ads', con el objetivo de conectar a usuario con miles de anunciantes, pequeños y grandes, «de una manera que sea útil» para ambos. «Dicho esto, estamos en desacuerdo con las conclusiones anunciadas hoy. Vamos a revisar con la Comisión la decisión en detalle y consideraremos apelar y continuar exponiendo nuestros argumentos», asegura.

Esta sanción viene justo un día después de que la compañía anunciase una serie de cambios importantes que afectan a su tratamiento de los datos personales. Google aseguró que su servidor de correo electrónico Gmail dejará de «rastrear y examinar» los mensajes privados de los usuarios – como sucedía hasta ahora- para personalizar los anuncios que mostraba en su plataforma gratuita.

Cifras por encima de las expectativas

Según la normativa antimonopolio de la UE, las sanciones por posición dominante en el mercado están limitadas a un máximo del 10% del volumen de negocio de la empresa en cuestión, que en el caso de la matriz de Google, Alphabet, alcanzó los 90.272 millones de dólares (84.410 millones de euros) en 2016. De esta forma, la sanción podría alcanzar los 8.000 millones de euros, una cifra que se ha quedado lejos del resultado, aunque se rumoreó en un principio que superaría los mil millones.



Hasta la fecha, la mayor multa a una empresa en territorio europeo fue a Intel (1.060 millones de euros), en 2009, por abuso de posición dominante con sus componentes informáticos para ordenadores. Esta es una de las investigaciones que tiene abierta la compañía. Los casos pendientes se remontan, incluso, con el anterior comisario de la Competencia, Joaquín Almunia. La CE también ha iniciado sendas investigaciones por posible abuso de posición dominante a la empresa tecnológica con su sistema operativo Android y con su plataforma publicitaria Google AdSense.

Según los expertos, la sanción es adecuada y responde a la posición de dominio que ejerce la compañía con su servicio de búsquedas, que alcanza una cuota del 90% en algunos países de la región. «No estamos hablando de un trato neutral hacia los competidores, la Comisión analiza los cambios en la posición de los competidores, y resulta llamativo que el primer competidor aparezca de media en la página cuatro y cómo afecta este hecho», asegura a este diario Sergio Carrasco, abogado especializado en derecho tecnológico en Fase Consulting,

De acuerdo con las pruebas recopiladas por la Comisión, el

primer resultado de la página dos solo recibe un 1% de los clics, generando una situación de desigualdad. «Pese a que todo se realiza en base a un algoritmo, esto muestra que la manera en que se ha configurado beneficia de manera clara al servicio de Google», explica este experto. Este experto sostiene, además, que no se trata únicamente que se coloca el servicio de Google en una posición prominente que atraiga a los usuarios, sino que además se actúa sobre los competidores para «ocultarlo».

«El uso de una multa coercitiva también es adecuado, dado que lo que se busca no es solo sancionar por una actuación realizada en el pasado, sino que se cese en el abuso que se sigue practicando. Y aunque se ha hecho mucho hincapié en el tema de la sanción, recordemos que el incumplimiento también podría conllevar una sanción de hasta el 5% del volumen de negocios de Alphabet, con lo cual también podría llegar a ser importante», apunta.

Fuente: abc.