



Antitrust: la Comisión impone a Google una multa de 2,42 mil millones de euros por abuso de posición dominante como motor de búsqueda por dar una ventaja ilegal a su propio servicio de compras comparativas

Bruselas, 27 de junio de 2017

La Comisión Europea ha impuesto a Google una multa de 2,42 mil millones de euros por infringir la legislación antitrust de la UE. Google ha abusado de su posición dominante en el mercado en cuando motor de búsqueda ofreciendo una ventaja ilegal a otro producto de Google, su servicio de compras comparativas.

La empresa debe poner ahora un término a su forma de proceder en el plazo de noventa días o enfrentarse al pago de una multa que puede llegar hasta el 5% de la cifra de negocios media diario de Alphabet, la sociedad matriz de Google, a nivel mundial.

La comisaria Margrethe **Vestager**, a cargo de la política de competencia, ha afirmado lo siguiente: *«Google nos ha traído numerosos productos y servicios innovadores que han supuesto un gran cambio en nuestras vidas y eso es algo positivo. Pero la estrategia de Google para su servicio de compras comparativas no se limita a atraer clientes ofreciendo un producto que sea mejor que los de sus rivales, sino que Google ha abusado de su posición dominante como motor de búsqueda situando en mejor lugar su propio servicio de compras comparativas dentro de sus resultados de búsqueda y colocando en peor situación los de sus competidores.*

Lo que Google ha hecho es ilegal según la legislación antitrust de la UE, pues ha denegado a otras empresas la posibilidad de innovar y de competir según sus méritos. Y lo que es más importante, ha denegado a los consumidores europeos una auténtica oferta de servicios y todas las ventajas de la innovación».

Estrategia de Google para su servicio de compras comparativas

El producto emblemático de Google es su motor de búsqueda, que ofrece resultados de búsqueda a los consumidores, los cuales pagan el servicio con sus datos. Casi el 90 % de los ingresos de Google proceden de los anuncios, como los que muestra a los consumidores como respuesta a una consulta.

En 2004, Google entró en el mercado de los servicios de compras comparativas en Europa, con un producto que se llamó inicialmente «Froogle», al que se denominó posteriormente «Google Product Search» en 2008 y que desde 2013 se llama «Google Shopping». Este producto permite a los consumidores comparar productos y precios en internet, así como encontrar ofertas de minoristas en línea de todo tipo, como tiendas virtuales de fabricantes, plataformas (Amazon, eBay, etc.) y otros revendedores.

Cuando Google hizo su entrada en los mercados de las compras comparativas con Froogle, ya eran conocidos diversos agentes económicos. Datos de la época procedentes de Google muestran que la empresa era consciente de que los resultados de Froogle en el mercado eran relativamente flojos, como queda patente en un documento interno de 2006, en el que se decía que *«Froogle simply doesn't work»/«Sencillamente, Froogle no funciona».*

Los servicios de compras comparativas dependen en gran medida del tráfico para ser competitivos. A mayor tráfico, mayor número de clics, y mayores ingresos. Además, un mayor tráfico atrae a un mayor número de vendedores que desean asociar sus productos a un servicio de compras comparativas. Teniendo presente la posición dominante de Google en las búsquedas de carácter general en internet, su motor de búsqueda es una fuente importante de tráfico para los servicios de compras comparativas.

En 2008, Google inició en los mercados europeos un cambio fundamental de estrategia para impulsar su servicio de compras comparativas. Esta estrategia se basaba en la posición dominante de Google en las búsquedas de carácter general en internet, y no en la competencia según los méritos en los mercados de las compras comparativas:

- **Google coloca sistemáticamente en un lugar destacado su propio servicio de compras comparativas:** cuando un consumidor hace una consulta en el motor de búsqueda de Google sobre la cual el servicio de compras comparativas de Google desea mostrar resultados, estos aparecen en la parte superior de la lista de resultados de búsqueda, o cerca de ella.

- **Google coloca en peor lugar los servicios de compras comparativas rivales en los resultados de búsqueda que ofrece:** los servicios de compras comparativas rivales aparecen en la lista de resultados de búsqueda de Google según los algoritmos de búsqueda genérica de esta compañía. Google incluye diversos criterios en estos algoritmos, con el resultado de que los servicios de compras comparativas rivales aparecen en peor posición. Puede comprobarse que, incluso el servicio rival mejor situado, aparece por término medio solo en la cuarta página de resultados de búsqueda de Google, y otros figuran incluso más abajo. El propio servicio de compras comparativas de Google no está sometido a los algoritmos de búsqueda genérica de aquel, incluida la colocación en posiciones menos favorables.

La consecuencia de todo ello es que el servicio de compras comparativas de Google les aparece a los consumidores de forma mucho más visible en los resultados de las búsquedas, mientras que la visibilidad de los servicios rivales es mucho menor.

Es fácil comprobar que los consumidores clican mucho más a menudo en los resultados más visibles, es decir, los que aparecen en una posición superior entre los resultados de las búsquedas de Google. Incluso en un ordenador de mesa, los diez resultados de búsqueda genérica mejor situados en la primera página reciben en conjunto, por lo general, aproximadamente el 95 % de todos los clics de los resultados de búsqueda genérica (el resultado mejor situado recibe en torno al 35 % de todos los clics). El primer resultado de la segunda página de resultados de búsqueda genérica de Google recibe tan solo en torno al 1 % de todos los clics. Esto no puede explicarse tan solo por el hecho de que el primer resultado sea más importante, porque las pruebas también demuestran que desplazar el primer resultado al tercer puesto produce una reducción del número de clics de aproximadamente un 50 %. Los efectos en los dispositivos móviles son incluso más pronunciados, ya que el tamaño de la pantalla es mucho menor.

De lo anterior se deduce que, por el hecho de colocar en un lugar destacado únicamente su servicio de compras comparativas y de situar a sus competidores en peor lugar, Google ha dado a su servicio una ventaja considerable en comparación con sus rivales.

Vulneración de la legislación antitrust de la UE

Las prácticas de Google suponen un abuso de su posición dominante en la búsqueda general de internet por inhibir la competencia en los mercados de compras comparativas.

La posición dominante no es ilegal en sí misma según la legislación antitrust de la UE. No obstante, las empresas dominantes tienen la especial responsabilidad de no abusar de su posición en el mercado restringiendo la competencia, bien en el mercado en que son dominantes o en otros mercados.

- En la Decisión adoptada hoy se llega a la conclusión de que **Google ocupa una posición dominante en los mercados de búsqueda general en internet en todo el Espacio Económico Europeo (EEE)**, es decir, en los treinta y un países que lo integran. La Decisión indica que Google mantiene una posición dominante en los mercados de búsqueda general en internet de todos los países del EEE desde 2008, salvo en Chequia, donde la Decisión fija la posición dominante desde 2011. Esta evaluación se basa en que el motor de búsqueda de Google mantiene cuotas de mercado muy altas en todos los países del EEE, superiores al 90 % en la mayoría de ellos, y lo lleva haciendo de forma constante desde al menos 2008, que es el periodo que ha investigado la Comisión. Hay también barreras muy altas para entrar en estos mercados, en parte debido a los efectos de la red: cuanto más utilizan los usuarios un motor de búsqueda, más atractivo resulta para los anunciantes. Las ganancias generadas pueden utilizarse entonces para atraer más consumidores. De igual modo, los datos que reúne un motor de búsqueda sobre los consumidores pueden a su vez utilizarse para mejorar los resultados.
- **Google ha abusado de esta posición dominante dando a su propio servicio de compras comparativas una ventaja ilegal.** Google solo coloca en una posición destacada en sus resultados de búsqueda su propio servicio de compras comparativas, mientras que los servicios rivales los sitúa en un lugar más desfavorable. Google ha estado inhibiendo la competencia basada en los méritos en los mercados de las compras comparativas.

Google ha implantado esta práctica en todos los países del EEE donde utiliza este producto de compras comparativas, comenzando en enero de 2008 en Alemania y el Reino Unido. Posteriormente hizo extensiva esta práctica a Francia en octubre de 2010, a Italia, Países Bajos y España en mayo de 2011, a Chequia en febrero de 2013 y a Austria, Bélgica, Dinamarca, Noruega, Polonia y Suecia en noviembre de 2013.

Google abuses dominance as search engine to give illegal advantage to “Google Shopping”



El efecto de las prácticas ilegales de Google

Las prácticas ilegales de Google han influido considerablemente en la competencia entre su propio servicio de compras comparativas y los servicios rivales, lo que le ha permitido a su servicio mejorar considerablemente el tráfico a expensas de sus rivales y en perjuicio de los consumidores europeos.

Teniendo presente el predominio de Google en las búsquedas de carácter general en internet, su motor de búsqueda es una fuente importante de tráfico. De resultas de las prácticas ilegales de Google, el tráfico del servicio de compras comparativas de esta empresa aumentó considerablemente, mientras que sus rivales han sufrido unas pérdidas de tráfico muy significativas de forma duradera.

- Desde el comienzo de cada situación de abuso, el servicio de compras comparativas de Google ha aumentado su tráfico cuarenta y cinco veces en el Reino Unido, treinta y cinco veces en Alemania, diecinueve veces en Francia, veintinueve veces en los Países Bajos, diecisiete veces en España y catorce veces en Italia.
- Por otro lado, a raíz de la posición desfavorable aplicada por Google en sus resultados, el tráfico de los servicios de compras comparativas rivales ha disminuido considerablemente. A modo de ejemplo, la Comisión ha encontrado pruebas concretas de descensos repentinos del tráfico en determinados sitios web rivales, que van del 85 % en el Reino Unido, hasta el 92 % en Alemania y el 80 % en Francia. Además, estos descensos repentinos no pueden explicarse por otros factores. Algunos competidores han efectuado adaptaciones y logrado recuperar una parte del tráfico, pero nunca totalmente.

En combinación con otros resultados de la Comisión, los datos anteriores ponen de manifiesto que las prácticas de Google han inhibido la competencia basada en los méritos en los mercados de compras comparativas, lo que ha privado a los consumidores europeos de una verdadera oferta y de la innovación.

Pruebas reunidas

Para adoptar esa Decisión, la Comisión ha reunido y analizado de forma exhaustiva un conjunto amplio de pruebas, entre las que cabe citar las siguientes:

- 1) documentos actuales de Google y de otros agentes del mercado;
- 2) cantidades muy importantes de datos del mundo real, entre ellos 5,2 terabytes de resultados de búsquedas reales de Google (en torno a 1 700 millones de consultas);
- 3) experimentos y estudios, en los que se analizan en particular la repercusión de la visibilidad de los resultados de las búsquedas en el comportamiento de los consumidores y en el número de clics;
- 4) datos financieros y de tráfico que resumen la importancia de la visibilidad en los resultados de las búsquedas de Google y los efectos de que se aplique una posición desfavorable en los resultados; y
- 5) una importante investigación de mercado de los clientes y los competidores en los mercados afectados (la Comisión remitió cuestionarios a varios cientos de empresas).

Consecuencias de la Decisión

La multa de la Comisión, cuyo importe asciende a 2 424 495 000 de euros, tiene en cuenta la duración

y la gravedad de la infracción. De conformidad con las [Directrices de la Comisión sobre la imposición de multas, de 2006](#) (véanse [comunicado de prensa](#) y [MEMO](#)), la multa se ha calculado en función del valor de los ingresos de Google derivados de su servicio de compras comparativas en los trece países del EEE afectados.

La Decisión de la Comisión exige que Google ponga fin a su conducta ilegal en el plazo de noventa días desde la adopción de aquella y que se abstenga de aplicar toda medida que tenga un objeto o un efecto igual o equivalente. En particular, la Decisión ordena a Google cumplir el sencillo principio de la igualdad de trato, ya se trate de los servicios de compras comparativas rivales o de su propio servicio:

- Google tiene que aplicar los mismos procesos y métodos para situar y mostrar los servicios de compras comparativas rivales en las páginas de resultados de las búsquedas de Google que los que aplica a su propio servicio.

Compete a Google exclusivamente garantizar el cumplimiento y le incumbe a esta sociedad explicar cómo piensa hacerlo. Con independencia de la opción que elija Google, la Comisión realizará un estrecho seguimiento del cumplimiento por parte de aquella, la cual está obligada a mantener a la Comisión al corriente de sus actuaciones (inicialmente en un plazo de sesenta días desde la adopción de la Decisión, al término del cual deberá remitir informes periódicos).

En caso de que Google incumpla la Decisión de la Comisión, se verá obligada a efectuar pagos por incumplimiento de hasta el 5 % de la cifra de negocios media diaria de Alphabet, la sociedad matriz de Google, a nivel mundial. La Comisión tendría que determinar el incumplimiento en otra decisión y fijar los pagos con efecto retroactivo desde el momento inicial del incumplimiento.

Por último, Google también está expuesta a las acciones civiles que podrá interponer ante los tribunales de los Estados miembros cualquier persona o empresa que se sienta lesionada por su comportamiento anticompetitivo. La nueva [Directiva de la UE sobre daños por infracciones de la legislación antitrust facilita a las víctimas de prácticas anticompetitivas la obtención de indemnizaciones](#).

Otros casos de Google

La Comisión ya ha llegado a la conclusión preliminar de que Google ha abusado de posición dominante en otros dos casos, que se están investigando. Son estos:

- 1) el [sistema operativo Android](#), que preocupa a la Comisión por considerar que Google ha restringido las ofertas y la innovación en diversas aplicaciones y servicios móviles mediante la aplicación de una estrategia global en los dispositivos móviles para proteger y ampliar su posición dominante en las búsquedas de internet de carácter general; y
- 2) [AdSense](#); en este caso, la Comisión teme que Google haya reducido la oferta impidiendo que los sitios web de terceros obtengan anuncios de búsqueda de los competidores de Google.

Asimismo, la Comisión sigue examinando el trato de Google en sus resultados de búsqueda de otros servicios de búsqueda especializados de esta compañía. La Decisión adoptada hoy es el precedente que establece el marco para la evaluación de la legalidad de este tipo de conducta. Al mismo tiempo, no sustituye la necesidad de un análisis específico que explique las características específicas de cada mercado.

Contexto

Véase también la ficha de datos.

La Decisión adoptada hoy se dirige a Google Inc. y Alphabet Inc., sociedad matriz de Google.

El artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) y el artículo 54 del Acuerdo EEE prohíben el abuso de posición dominante. La Decisión adoptada hoy es la continuación de dos pliegos de cargos remitidos a Google en [abril de 2015](#) y [julio de 2016](#).

Puede consultarse más información sobre esta investigación en el sitio web sobre [competencia](#) de la Comisión, en el [registro de asuntos](#) público referido al número de asunto [39740](#).

IP/17/1784

Personas de contacto para la prensa:

[Ricardo CARDOSO](#) (+32 2 298 01 00)
[Yizhou REN](#) (+32 2 299 48 89)

Solicitudes del público en general: [Europe Direct](#) por teléfono [00 800 67 89 10 11](#) , o por [e-mail](#)

Attachments

