

Resumen de la Decisión de la Comisión
de 27 de junio de 2017
relativa a un procedimiento en virtud del artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión
Europea y del artículo 54 del Acuerdo EEE

[Asunto AT.39740 – Búsqueda de Google (Shopping)]

[notificada con el número C(2017) 4444]

(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)

(2018/C 9/08)

El 27 de junio de 2017, la Comisión adoptó una Decisión relativa a un procedimiento en virtud del artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea y el artículo 54 del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo («Acuerdo EEE»). De conformidad con el artículo 30 del Reglamento (CE) n.º 1/2003 del Consejo ⁽¹⁾, la Comisión publica los nombres de las partes y el contenido principal de la Decisión, incluidas las sanciones impuestas, teniendo en cuenta el interés legítimo de las empresas por que no se revelen sus secretos comerciales.

1. INTRODUCCIÓN

- (1) La Decisión establece que el posicionamiento y visualización más favorables de Google Inc. (en lo sucesivo, «Google»), en sus páginas de resultados de búsqueda general, de su propio servicio de compras comparativas en comparación con el de los competidores, infringen lo dispuesto en el artículo 102 del TFUE y el artículo 54 del Acuerdo EEE. La Decisión ordena a Google y a su sociedad matriz Alphabet Inc. (en lo sucesivo, «Alphabet») a poner inmediatamente fin a la infracción, e impone una multa a Alphabet y a Google por comportamiento abusivo en el período comprendido entre el 1 de enero de 2008 hasta la fecha.
- (2) El 20 de junio de 2017 y el 26 de junio de 2017, el Comité Consultivo en materia de Prácticas Restrictivas y Posiciones Dominantes emitió un dictamen favorable sobre la Decisión de conformidad con el artículo 7 del Reglamento (CE) n.º 1/2003 y sobre la multa impuesta a Alphabet y a Google.

2. DEFINICIÓN DEL MERCADO Y DE LA POSICIÓN DOMINANTE

- (3) La Decisión concluye que los mercados de productos de referencia, a los efectos del presente asunto, son el mercado de servicios de búsqueda general y el mercado de servicios de compras comparativas.
- (4) La prestación de servicios de búsqueda general constituye un mercado de productos diferenciado, puesto que: i) constituye una actividad económica; ii) existe una escasa sustituibilidad de la demanda y una escasa sustituibilidad de la oferta entre servicios de búsqueda general y otros servicios en línea, y iii) esta conclusión no varía si se consideran los servicios de búsqueda general en dispositivos estáticos frente a dispositivos móviles.
- (5) La prestación de servicios de compras comparativas constituye un mercado de productos de referencia distinto. Esto se debe a que los servicios de compras comparativas no son intercambiables con los servicios ofrecidos por: i) los servicios de búsqueda especializados en distintos ámbitos (como, por ejemplo, vuelos, hoteles, restaurantes o noticias); ii) las plataformas de publicidad de búsqueda en línea; iii) los minoristas de comercio electrónico; iv) las plataformas comerciales, y v) las herramientas de comparación de precios fuera de línea.
- (6) La Decisión concluye que los mercados geográficos de referencia de los servicios de búsqueda general y los servicios de compras comparativas son de ámbito nacional.

La posición dominante de Google en la búsqueda general

- (7) La Decisión concluye que, desde 2007, Google tiene una posición dominante en cada uno de los mercados nacionales de búsqueda general en el EEE, salvo en el caso de Chequia, donde Google tiene una posición dominante desde 2011.
- (8) Esta conclusión se basa en las cuotas de mercado de Google, la existencia de barreras a la expansión y a la entrada, el hecho de que los usuarios usan múltiples motores de búsqueda general a la vez (*multihoming*) con poca frecuencia y la existencia de efectos de marca, y la falta de poder de negociación compensatorio de los usuarios. La conclusión es válida, pese al hecho de que se ofrezcan de forma gratuita servicios de búsqueda general y con independencia de si la búsqueda general en los dispositivos estáticos constituye un mercado distinto del de la búsqueda general en los dispositivos móviles.

⁽¹⁾ Reglamento (CE) n.º 1/2003 del Consejo, de 16 de diciembre de 2002, relativo a la aplicación de las normas sobre competencia previstas en los artículos 81 y 82 del Tratado (DO L 1 de 4.1.2003, p. 1).

3. ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE

- (9) La Decisión concluye que Google incurre en abuso en los mercados de referencia de servicios de búsqueda general en elEEE al posicionar y visualizar de manera más favorable, en sus páginas de resultados de búsqueda general, su propio servicio de compras comparativas en comparación con los de la competencia.
- (10) La conducta de Google es abusiva porque: i) desvía los flujos de tráfico de los servicios de compras comparativas competidores hacia su propio servicio de compras comparativas, en el sentido de que reduce el tráfico de los servicios de compras comparativas desde sus páginas de resultados de búsqueda general e incrementa el tráfico de sus páginas de resultados de búsqueda general a favor de su propio servicio de compras comparativas, y ii) puede tener, o es probable que tenga, efectos anticompetitivos en los mercados nacionales de servicios de compras comparativas y los servicios de búsqueda general.

La conducta de Google: el posicionamiento y la visualización más favorables de su propio servicio de compras comparativas en sus páginas de resultados de búsqueda general

- (11) La Decisión explica la forma en que Google posiciona y visualiza de manera más favorable, en sus páginas de resultados de búsqueda general, su propio servicio de compras comparativas en comparación con los servicios de compras comparativas de la competencia.
- (12) En primer lugar, se explica cómo se posicionan y visualizan los servicios de compras comparativas de la competencia en las páginas de resultados de búsqueda general de Google. En relación con su posicionamiento, la Decisión explica cómo algoritmos específicos hacen que los servicios de compras comparativas de la competencia sean más proclives a que su clasificación se vea reducida en las páginas de resultados de búsqueda general de Google, y cómo ello ha influido en la visibilidad que tienen en esas páginas. En relación con su visualización, la Decisión explica el formato en el que se pueden mostrar los servicios de compras comparativas competidores en los resultados de búsqueda general de Google.
- (13) En segundo lugar, se explica cómo el propio servicio de compras comparativas de Google se posiciona y visualiza en sus páginas de resultados de búsqueda general. En relación con su posicionamiento, en la Decisión se explica que el servicio de Google se posiciona en un lugar destacado y no está sujeto a los algoritmos específicos que hacen que los servicios de los competidores tengan una clasificación reducida en las páginas de búsqueda general de Google. En relación con su visualización, la Decisión explica que el propio servicio de compras comparativas de Google aparece más destacado en la parte superior de la primera página de resultados de búsqueda general, o cerca de ella, mientras que dichas características son inaccesibles para sus rivales.

El posicionamiento y la visualización más favorables del servicio de compras comparativas de Google desvían los flujos de tráfico de los servicios de compras comparativas.

- (14) La Decisión analiza, en primer lugar, la influencia del posicionamiento y la visualización de los resultados de búsqueda general en el comportamiento de los usuarios. Pone de manifiesto que los usuarios tienden a hacer clic más veces sobre los enlaces que son más visibles en la página de resultados de búsqueda general.
- (15) A continuación, la Decisión analiza la evolución real del tráfico hacia los servicios de compras comparativas competidores, lo que confirma sus conclusiones sobre el comportamiento de los usuarios.
- (16) En primer lugar, hay pruebas que muestran la influencia inmediata que tiene la clasificación de los resultados de búsqueda genérica en las páginas de resultados de búsqueda general de Google sobre la frecuencia de clics en estos resultados de búsqueda.
- (17) En segundo lugar, la Comisión comparó la evolución de la visibilidad de servicios importantes de compras comparativas competidores, según los cálculos de la empresa independiente Sistrix, con la evolución del tráfico de búsqueda genérica de Google hacia estos servicios.
- (18) En tercer lugar, las pruebas que figuran en el expediente de la Comisión indican que el posicionamiento y la visualización más favorables del servicio de compras comparativas de Google en sus páginas de resultados de búsqueda general han llevado a un aumento del tráfico hacia dicho servicio.
- (19) En cuarto lugar, las pruebas que figuran en el expediente sobre la evolución real del tráfico hacia el servicio de compras comparativas de Google confirman que, cuanto mejor posicionado y visible está en las páginas de resultados de búsqueda general de Google, más tráfico recibe.

El tráfico de búsqueda genérica de las páginas de resultados de búsqueda general de Google representa una gran parte del tráfico de los servicios compras comparativas competidores y no se puede sustituir fácilmente

- (20) La Decisión concluye que el tráfico de búsqueda genérica de las páginas de resultados de búsqueda general de Google, a saber, la fuente de tráfico desviado de los servicios de compras comparativas competidores, representa una gran proporción del tráfico a dichos servicios.
- (21) También llega a la conclusión de que ninguna de las fuentes alternativas de tráfico disponibles actualmente para los servicios de compras comparativas competidores, incluido el tráfico de AdWords, de aplicaciones móviles y tráfico directo, puede sustituir efectivamente el tráfico de búsqueda genérica de las páginas de resultados de búsqueda general de Google.

La conducta de Google tiene efectos potenciales contrarios a la competencia

- (22) La Decisión concluye que la conducta de Google tiene una serie de posibles efectos contrarios a la competencia.
- (23) En primer lugar, su conducta tiene el potencial de excluir a los servicios de compras comparativas competidores, lo que puede dar lugar a comisiones más elevadas para los comerciantes, unos precios más elevados para los consumidores y menos innovación.
- (24) En segundo lugar, la conducta de Google podría reducir la capacidad de los consumidores para acceder a los servicios de compras comparativas más pertinentes.
- (25) En tercer lugar, la conducta de Google podría también tener efectos contrarios a la competencia aun cuando los servicios de compras comparativas no constituyen un mercado de productos de referencia diferenciado, sino más bien un segmento de un posible mercado de productos de referencia más amplio que comprende tanto las plataformas comerciales como los servicios de compras comparativas.

Justificación objetiva o eficiencias

- (26) La Decisión llega a la conclusión de que Google no ha aportado pruebas fehacientes que demuestren que su comportamiento es indispensable para la realización de eficiencias, así como de que no existe una conducta alternativa menos contraria a la competencia que sea susceptible de producir los mismos efectos de eficiencia. Además, no aporta argumentos ni pruebas que demuestren que es probable que las eficiencias logradas por esa conducta predominen sobre los posibles efectos negativos en la competencia y en el bienestar de los consumidores de los mercados afectados.

Efecto sobre el comercio

- (27) La Decisión concluye que la conducta de Google tiene un efecto apreciable sobre el comercio entre los Estados miembros y entre las Partes Contratantes del EEE.

Duración

- (28) La Decisión concluye que la infracción ha tenido lugar en cada uno de los mercados nacionales pertinentes del EEE desde que Google empezó por primera vez a favorecer a su servicio de compras comparativas en ese mercado, que es:
- desde enero de 2008 en Alemania y el Reino Unido;
 - desde octubre de 2010 en Francia;
 - desde mayo de 2011 en Italia, los Países Bajos y España;
 - desde febrero de 2013 en Chequia, así como
 - desde noviembre de 2013 en Austria, Bélgica, Dinamarca, Noruega, Polonia y Suecia.

Medidas correctoras

- (29) La Decisión concluye que Google debe poner término a esta conducta abusiva y abstenerse de cualquier acto o conducta que tenga un objeto o efecto idéntico o equivalente.
- (30) Google dispone de 90 días desde la fecha de la notificación de la Decisión para aplicar una medida que pueda poner efectivamente fin a la conducta abusiva.

4. MULTA

- (31) La multa impuesta a Alphabet y Google por el comportamiento abusivo se calcula sobre la base de los principios establecidos en las Directrices de 2006 para el cálculo de las multas impuestas en aplicación del artículo 23, apartado 2, letra a), del Reglamento (CE) n.º 1/2003. La Decisión concluye que el importe final de la multa impuesta a Alphabet y Google es de 2 424 495 000 EUR.
-