

Spread the love



Sentencia del Tribunal General de la UE [T-612/2017](#), El 10.11.2021, el TGUE confirma la sanción impuesta a Google por la Comisión Europea en el asunto de infracción del art 102 TFUE (abuso de posición dominante) en relación con sus servicios de comparación de compras

Resumen

Los motores de búsqueda general, como el de Google Search, son infraestructuras cuya razón de ser y principal interés radica en su capacidad para identificar resultados de fuentes externas (de terceros) y para mostrarlas. En este asunto dirimido por el Tribunal General de la UE (TGUE), se debate (y confirma una sanción previa) sobre el comportamiento del motor de Google en relación con el servicio de comparación de compras. La posición de dominio del gigante tecnológico no constituye , por si misma, un supuesto sancionable. Pero, el abuso de tal posición si lo es, conforme al Derecho de la UE.

Antecedentes



Perbes-

Google puso en marcha un servicio de comparación de compras en 2002, en un tiempo en el que también lo ofrecieron otros motores de búsqueda como Alta Vista, Yahoo, AskJeeves o America On Line (AOL) ya que hasta ese momento, los procesos utilizados por los motores de búsqueda no devolvían necesariamente los resultados más relevantes, cuando se les interrogaba específicamente por compras o por noticias. De este modo, Google comenzó a ofrecer resultados de comparación de compras, primero en Estados Unidos y dos años más tarde fue introduciendo el servicio, progresivamente, en varios países europeos.

- Los resultados que obtenía el motor de google a tales efectos no procedían de la aplicación de sus algoritmos ordinarios de búsqueda general a la información presentada en los sitios web - *que se extrae en primer lugar mediante un proceso conocido como «crawling»* por el que Google explora el contenido de la web con el fin de *indexarlo*, luego *se selecciona para añadirlo al «índice web»* de Google y, por último, *se clasifica por relevancia* para mostrarlo en respuesta a la consulta usuario de Internet-. Aquí, lo que mostraba la pantalla era el resultado de la aplicación de algoritmos específicos a la información contenida en una base de datos alimentada por los propios vendedores, denominada *«índice de productos»*. Estos resultados se ofrecían primero a través de una página de búsqueda especializada, llamada **Froogle**, que estaba separada de la página de búsqueda general del motor de búsqueda, y luego, a partir de 2003 en Estados Unidos y de 2005 en algunos países de Europa, también estaban disponibles en la página de búsqueda general del motor de búsqueda. En este último caso, los resultados de los productos se agrupaban en las páginas de resultados generales en lo que se denominaba **Product OneBox** por debajo o en paralelo a los anuncios que aparecían en la parte superior o en el lateral de la página y por

encima de los resultados de la búsqueda general.

- Si los internautas utilizaban la página de búsqueda general para introducir su consulta en relación con un producto, las respuestas devueltas por el motor de búsqueda incluían tanto las de la búsqueda especializada como las de la búsqueda general. Cuando los internautas hacían clic en el enlace del resultado de una Product OneBox, eran conducidos directamente a la página correspondiente del sitio web del vendedor que ofrecía el producto buscado, donde podían comprarlo. Además, un enlace especial en el Product OneBox dirigía a los usuarios a una página de resultados de Froogle con una selección más amplia de resultados de productos especializados. Sin embargo, Google explica que los resultados de Froogle nunca aparecieron en los resultados de la búsqueda general, mientras que los resultados de otros motores de búsqueda especializados en la comparación de compras sí lo hicieron.
- A partir de 2007, cambió la forma en que desarrollaba los resultados de los productos, abandonó el nombre de Froogle en favor de *Product Search* para sus páginas de búsqueda y de resultados especializados en la comparación de compras. En cuanto a los resultados de productos mostrados desde la página de búsqueda general en las páginas de resultados generales, Google enriqueció el contenido de la Product OneBox añadiendo imágenes. También *diversificó los posibles resultados de la acción de hacer clic* en un enlace de resultado mostrado: dependiendo de las circunstancias, los internautas eran llevados, como ya ocurría antes, directamente a la página correspondiente del sitio web del vendedor del producto buscado, donde se podía comprar el producto, o eran dirigidos a la página de resultados especializada de Búsqueda de Productos para ver más ofertas del mismo producto. Con el tiempo, el Product Onebox pasó a llamarse Product Universal en diferentes países y su presentación se hizo más atractivo

Tras las investigaciones realizadas y mediante decisión de 27 de junio de 2017, la Comisión Europea declaró que Google había abusado de su posición dominante en el mercado de los servicios de búsqueda general en línea, en 13 países del Espacio Económico Europeo. Concretamente, la conducta infractora consistía en haber favorecido a su propio servicio de comparación de productos, posicionándolo delante de sus competidores. En efecto, la Comisión Europea constató que los resultados de las búsquedas de productos realizadas a través del motor de búsqueda de Google se posicionaban y mostraban de forma más llamativa cuando procedían del propio servicio de comparación de compras de Google que cuando procedían de servicios de comparación de compras de la competencia. Además, estos últimos aparecían en una presentación más simple (mostrados en forma de enlaces azules), eran desechados por los algoritmos, o situados en peores puestos con mayor probabilidad que los resultados de Google. En consecuencia, la Comisión impuso a Google una sanción pecuniaria de 2.424.495.000 euros, de los cuales 523.518.000 euros se imponían solidariamente con Alphabet, su sociedad matriz



Costa galega no outono

Google y Alphabet interpusieron un recurso contra la Decisión de la Comisión, ante el Tribunal General Tribunal General de la Unión Europea. Y, éste órgano jurisdiccional,

mediante sentencia de 10.11.2021, desestimó el recurso.

El caso ante el Tribunal General de la UE

Por una parte, el Tribunal General considera que Google violó el Derecho de la Libre Competencia al favorecer su propio servicio de comparación de compras en sus páginas de resultados generales, mediante una representación más atractiva y completa; y mediante un posicionamiento más favorable, al tiempo que, a través de los algoritmos de clasificación utilizados se relegan los resultados de los servicios de comparación. En su conclusión, el TGUE tiene en cuenta una serie de circunstancias concurrentes en el asunto, comenzando por la *importancia del tráfico que genera el motor de búsqueda de Google para los servicios de comparación de compras*; continuando por el *comportamiento de los usuarios de estos motores*, que suelen concentrarse en los primeros resultados; y además la gran proporción de *tráfico efectivamente desviado* en un servicio de búsqueda que *no puede ser reemplazado fácilmente*. Estos hechos y circunstancias, y no la mera posición de dominio que, como es sabido, no basta para fundamentar una decisión de infracción de competencia, son los que subyacen en la sanción conformada por el TGUE.

El TGUE señala que las características de la página de resultados de comparación coinciden con las de un servicio esencial, desde la perspectiva de la competencia, en la medida en que actualmente no existe un sustituto que permita intercambiarla de forma económicamente viable. En cuanto al comportamiento infractor de la operadora se debe, en esencia, al trato discriminatorio que confiere con sus servicios. Así, aunque los resultados de los servicios de comparación de compras competidores fueran más relevantes, no recibían el mismo trato de posicionamiento ni de visualización que los resultados del servicio de compras comparativas de Google. E, incluso aunque Google permitió, a partir de cierto momento, a los servicios de comparación de compras de la competencia mejorar la calidad de la de sus resultados apareciendo en sus «cajas», esta mejora se realizó a cambio de una remuneración es decir, a cambio de un cambio de modelo de negocio de los competidores, que dejaban de ser competidores directos de Google para convertirse en sus clientes.

También recuerda el TGUE que existe un existe abuso de posición dominante cuando la empresa dominante, mediante el recurso a métodos diferentes de los que rigen la competencia normal, obstaculiza el mantenimiento del grado de competencia en el mercado o el crecimiento de dicha competencia, o simplemente mediante comportamientos susceptibles de restringir la competencia. Y, concretamente en este asunto, los efectos reales de la conducta en cuestión sobre el tráfico de los servicios de comparación de compras de las páginas de resultados generales de Google, la Comisión disponía de una base suficiente para averiguar que ese tráfico representaba una parte importante de su tráfico total y no podía ser efectivamente sustituida por otras fuentes de tráfico, como la publicidad (AdWords) o las aplicaciones móviles, de modo que el resultado potencial era la desaparición de los servicios de comparación de precios, limitando además la innovación y las opciones para los consumidores, rasgos que en conjunto son característicos de los efectos de las infracciones de derecho de la competencia.



Catedral de León by M.A. Díaz