

Empresas & Finanzas

La CE vigilará a Google para corregir su abuso de mercado

Contrata a expertos externos de KPMG y Mavens para controlar durante cinco años su comparador de precios

Jorge Valero BRUSELAS.

La batalla entre Google y la Comisión Europea cerrará hoy uno de sus primeros frentes. Google aplicará los cambios requeridos por Bruselas para no dar "una ventaja ilegal" a uno de sus servicios, su comparador de precios. Con las modificaciones, el gigante tecnológico deberá garantizar la igualdad de trato a otras webs que comparan precios de productos, y que se habían quejado de la primacía que daba Google a su propia herramienta (*Google Shopping*). Este abuso de posición dominante le costó a Google 2.420 millones el pasado junio. La Comisión dio entonces tres meses al buscador para corregir la presentación de los resultados.

La empresa tiene aún otros dos casos abiertos con el Ejecutivo comunitario. Uno es su servicio de anuncios para su propio buscador o páginas externas (*AdSense*). El más relevante, y el que más daño puede causar a la firma, es el que afecta a su sistema operativo para móviles Android. El veredicto de Bruselas podría llegar hacia finales de este año.

La comisaria responsable de Competencia, Margrethe Vestager, avisó ayer a la firma de Mountain View que vigilará de cerca la aplicación de las correcciones propuestas para *Google Shopping*. "Depende de Google demostrar que lo harán y nosotros lo controlaremos activamente", avisó en una rueda de prensa.

La principal queja de la Comisión era que Google priorizaba en los resultados de su buscador a *Google Shopping*. Para corregirlo, la compañía sacará a subasta los recuadros en la parte superior de la página de resultados, en los que se destacan los productos cuando se realiza una búsqueda para comprar tostadoras, ordenadores o gafas de sol.



Margrethe Vestager, comisaria europea de Competencia. REUTERS

La Comisión sancionó el pasado junio a Google con una multa de 2.420 millones de euros

La compañía asegura que de esta manera se garantizará la igualdad de trato. "Estamos dando a otros servicios de comparación de compras la misma oportunidad que a *Google Shopping* para mostrar anuncios de

ventas de sus comerciantes en los resultados de búsqueda de Google", indicó un portavoz de Google.

Como parte de este control activo, Vestager explicó que la institución ha contratado recientemente los servicios de KPMG y Mavens por su experiencia en el campo digital y las búsquedas online. "Es importante para nosotros tener gente muy buena a bordo para que nos ayude en el control", explicó. Además, Google tendrá que enviar un informe cada cuatro meses, y así hasta 2022, para informar sobre la aplicación de las medidas prometidas.

Uno de los puntos más sensibles será demostrar que *Google Shopping* no mantiene el acceso privilegiado a los espacios o al buscador para que pueda alterar los resultados. Para ello, un portavoz de la firma anunció que operará como si fuera un negocio separado, y participará en la subasta de los espacios como cualquier otro agregador de precios. Desde la compañía insisten que se aislarán los equipos y no habrá ningún intercambio de información.

Vestager no quiso ayer desvelar si se daba por satisfecha. "He aprendido a no permitir que mi felicidad dependa del diseño de un sitio web, y pienso que debería seguir así", bromeó la danesa. Eso sí, advirtió a la tecnológica que parte del veredicto dependerá de sus rivales. "Es importante tomarnos muy en serio la consideración de otros participantes del mercado", comentó. La importancia dada por la danesa a la opinión que puedan tener rivales, incluidas aquellas webs que formalizaron la queja ante la Comisión, contrasta con la posición de Google. Para la compañía, lo importante es asegurarse que el principio de igualdad de trato se cumple. Si es así, perderán peso las quejas que aún se puedan escuchar de sus rivales, más aun cuando considera exagerada la importancia dada a algunas de las críticas. La confianza de Google con su propuesta no está convenciendo sin embargo al resto de webs que deberían pujar por esos espacios que ofrece desde hoy. A pesar de que existen más de 200 comparadores de precios en la web, tan solo una docena están colaborando con el nuevo sistema de subasta. En la compañía minimizan esta fría recepción y señalan que habrá que esperar hasta el lanzamiento formal hoy del nuevo formato para valorar su acogida.

La firma estadounidense no ha corregido en su propuesta la degradación detectada por la Comisión al buscar otras webs agregadoras de productos usando Google. Algunos aparecieron hasta en la cuarta página, como resultado de criterios introducidos en su algoritmo. Google indicó que no tiene intención de modificar el algoritmo y subrayó que las modificaciones en el diseño al presentar los resultados introducidas garantizarán la igualdad de trato.