



OPINIÓN

Enrique Dans

Monopolios y paradojas

Tras tres años de negociaciones, Google parece poner un final a su litigio con las autoridades de competencia de la Unión Europea: un acuerdo que la obligará a mostrar resultados de tres competidores junto a sus servicios de búsqueda especializada, los que habitualmente ocupan la parte superior en sus páginas de resultados.

La decisión lleva a comparaciones entre la Microsoft de la pasada década y la Google de hoy, y sobre lo que supone una posición dominante en la escena tecnológica: el apalancamiento que Microsoft llevaba a cabo sobre su sistema operativo evoca indudablemente el que Google pone ahora en práctica utilizando la búsqueda.

A medida que Google ha entrado en nuevas áreas, ha sido como un elefante en una cacharrería: si lanza un servicio de búsqueda de hoteles, los competidores se echan a temblar. Viajes, compras, restaurantes... como reza el subtítulo de un libro de Jeff Jarvis, "Y Google ¿cómo lo haría?": "hagas lo que hagas, Google lo acabará haciendo mejor que tú, y además, gratis".

Las autoridades de la competencia no castigan el dominio de una compañía, sino el abuso del mismo para impedir la competencia. Tampoco buscan beneficiar a los competidores, sino a los consumidores. Editorializar el buscador con el que dominas el 90% de un mercado para que muestre tus productos y no los de la competencia hace que competir con Google se convierta en algo difícil, e indudablemente reduce las opciones del consumidor.

Pero, sobre todo, anula la razón por la que los consumidores, hace años, elegimos a Google: porque mostraba resultados objetivamente ordenados por un acertado criterio de relevancia. La triste paradoja es que, en realidad, a quien habría que proteger es a Google... de sí misma.

Profesor IE Business School.