

Javier BENGEOA TORTAJADA

MICROSOFT VS. GOOGLE
¿VULNERACIÓN DEL DERECHO EUROPEO DE LA COMPETENCIA?

*Trabajo de Final de Carrera
dirigido por la
Dra. Carmen PARRA*

Universidad Abat Oliba CEU
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
Licenciatura en Derecho

Junio de 2011

*Para Carlos BR,
a quien siempre llevaré en mi corazón.*

*La ilusión es muy bella, pero vuela,
también ella tiene alas como los pájaros,
y no hay que dejarla escapar.*

GARCÍA FERRÉ

*Entre los individuos, como entre las Naciones,
el respeto al derecho ajeno
es la paz.*

BENITO JUÁREZ

*Agradezco al profesor Terence L. O'Rourke la inspiración
y reflexión crítica recibida en sus clases,
origen de este trabajo.*

*Agradezco a Beatriz Lucena su apoyo incondicional
y ayuda en todos los momentos difíciles,
así como a Carina y demás amigos.*

Resumen

El presente Proyecto de Final de Carrera desarrolla un análisis de la noción y Derecho de la competencia, orientado a sentar las bases para la configuración de la normativa comunitaria sobre el abuso de posición dominante y su vertebración en el caso Microsoft. Todo ello de forma que permita, en última instancia, resolver si Google podría vulnerar el Derecho europeo de la competencia.

Resum

El present Treball de Fi de Carrera desenvolupa un anàlisi del concepte y el Dret de la competència, orientat a establir els fonaments per a la configuració de la normativa comunitària sobre l'abús de la posició dominant y la seva vertebració en el cas Microsoft. Tot això de forma que permeti, en ultima instancia, resoldre si Google podria vulnerar el dret europeu de la competència.

Abstract

My Career Final project is going to explore the competition concept and Law, focus on establishing the grounds for abuse of dominant position policy and its expression on the Microsoft case. The way I'm going to do it will allows us to answer whether or not Google would be violating European competition policy.

Palabras claves / Keywords

Competencia – Derecho – Derecho europeo de la competencia – Abuso de posición dominante – Microsoft – Google – Posición de dominio – Prácticas vinculantes
--

Sumario

	Página
Introducción	10
I. DERECHO DE LA COMPETENCIA	15
1. Noción de competencia.....	15
2. Los prolegómenos del Derecho de la competencia.....	18
3. Derecho europeo de la competencia	22
3.1. Consideraciones previas	22
3.2. Caracterización	23
3.3. Regulación	27
4. Política europea de la competencia.....	30
4.1. Caracterización	30
4.2. Instituciones comunitarias de la competencia	33
II. EL ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE Y MICROSOFT	36
1. Consideraciones previas.....	36
2. Introducción al caso Microsoft	39
3. Posición de dominio.....	41
4. Abuso de posición dominante	54
III. GOOGLE Y EL HIPOTÉTICO ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE ...	66
1. Consideraciones previas.....	66
2. Introducción al caso Google	67
2.1. Logro empresarial	67
2.2. Actividad y funcionamiento del motor de búsqueda	68
3. ¿Posición de dominio?	71
4. ¿Abuso de posición dominante?	76
Conclusiones	84
Bibliografía	87
Anexo	90
Anexo Primero. Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE): Normas sobre la competencia. Sección Primera (arts. 101-106) y Segunda (arts.107-109).....	90
Sección I. Disposiciones aplicables a las empresas.	90

Sección II. Ayudas otorgadas por los estados.....	93
Anexo Segundo. Computadores y computación personal.....	96
Anexo Tercero. Microsoft Corporation y Windows.	97
Anexo Cuarto. Internet y la <i>World Wide Web</i>	99
Anexo Quinto. Motor de búsqueda	100
Anexo Sexto. Google Inc.	101
Anexo Séptimo. Proyecto de final de carrera	103
Anexo Octavo. Google Maps	104
Anexo Noveno. Youtube.....	105
Anexo Décimo. Google Translate	106
Anexo Undécimo. Google Shopping	107
Anexo Duodécimo. Google Finance I	108
Anexo Decimotercero. Google Finance II.....	109

Introducción

En la era de la tecnología, en la era de los grandes avances científicos y en la era de internet el mundo ha sufrido—o disfrutado—una de las mayores transformaciones de su historia reciente, únicamente superada, por lo que deparará el futuro. Sin embargo, y pese a que todo es evolución, la Historia tiende a fijar puntos de inflexión, incisos a partir de los cuales la forma de pensar, actuar y discurrir de la humanidad queda insoslayablemente alterada para siempre. En ocasiones y probablemente acertadamente, se considera que la unión de estos puntos críticos constituye la forma más elemental y eficaz de explicar nuestro desarrollo.

Esta conceptualización pone meridianamente de manifiesto la relevancia que la conducción y el trato de estos puntos álgidos de la historia conlleva. Y es que a la par que su importancia y su ingente capacidad de cambio, va la responsabilidad y el decoro con que éstos sean abrazados por la sociedad. Nuestra época atiende a un extraordinario florecimiento de múltiples de estas revoluciones, dada la aceleración especialmente, de todo lo relativo a la esfera del desarrollo tecnológico.

Para interés del presente trabajo de investigación brillan con luz propia dos de los mayores hitos de nuestro tiempo y que a la vez se entrelazan generando unas consecuencias binomiales de carácter exponencial. Por un lado, el nacimiento de la computación personal a principios de los años 80 y popularizada a través de los visuales sistemas operativos desarrollados en la siguiente década, marcó el nacimiento de una nueva forma de comprender la realidad a través de los *ordenadores—o microcomputadores—personales*. Determinaron la puerta de entrada de la sociedad desarrollada a un nuevo mundo, el mundo de la informática y de lo digital. Se abrieron un sinfín de posibilidades inexploradas que perdurarán todavía largo tiempo se su mano.

Por otro lado y hacia la década de los 90, se añadiría a la revolución informática otro gran hito del desarrollo tecnológico. Nació la red de redes, el exponente más elevado hasta la fecha de las telecomunicaciones de alcance mundial. En definitiva nació *internet* que a través de la *world wide web* conquistó en pocos años a cientos—próximamente miles—de millones de usuarios y alteró de un modo sin parangón la forma de relacionarse, trabajar, estudiar y en conjunto de actuar y pensar de la humanidad.

Ambas cúspides de nuestro desarrollo asentaron su imparable crecimiento en la construcción de una suerte de arquitectura empresarial a su alrededor. Erigieron mercados de miles de millones de euros y de millones de puestos de trabajo, causantes de un porcentaje sustancial del crecimiento del mundo desarrollado durante la última década. Es por ello que se puede afirmar que ambas revoluciones, ambos mercados, inauguraron un nuevo panorama empresarial al que este trabajo y gran número de estudiosos convergieron en atribuir sendos símbolos económico-empresariales.

Por una parte, *Microsoft*, icono de la informática por excelencia, fue el artífice mundial del salto hacia la computación personal en los hogares a gran escala. Su sistema operativo *Windows* se convirtió en un estándar, en la *puerta de entrada* de la sociedad a las nuevas herramientas y aplicaciones que ofrecía todo el nuevo espectro informático y de los ordenadores de consumo, alcanzando unas cuotas de mercado cercanas al 95% en el mundo.

Por otra, a imagen y semejanza pero unos años más tarde, un nuevo coloso—igualmente nacido de la cultura de los archifamosos garajes norteamericanos—se hizo con el punto de referencia por antonomasia en internet. ¿Su cometido? Fue entrever la necesidad de ordenar el ingente tamaño de internet a través del conocido motor de búsqueda que lleva su mismo nombre. *Google* se convirtió en la otra *puerta de entrada* que el presente proyecto aborda. Aquélla que dio paso a cientos de millones de usuarios en búsqueda de una red ordenada y accesible, alcanzando unas cuotas de mercado cercanas al 95% en Europa.

Como cualquier sucesión de hechos que no es otra cosa que un proceso, ya sea expansivo o contractivo, creciente o decreciente cuanto mayor es su rapidez probablemente mayor será su inestabilidad. La economía y el ámbito empresarial no constituyen una excepción al citado planteamiento. Cuando un proceso empresarial—como el de *Microsoft* y *Google*—apoyado en un mercado incipientemente novedoso y en vertiginosa expansión, crece con la rapidez que lo han hecho ambos gigantes de la industria es posible que con el tiempo, en un pequeño receso y con una visión retrospectiva, se avisten ciertas *imperfecciones en sus modelos de conducta empresarial* con capacidad real de afectar a esos nuevos hitos de la historia, a esos nuevos mercados nacidos en sus alrededores y cuya proyección futura conlleva gran responsabilidad.

Éste es precisamente el prisma—en sentido genérico o de marco—que ostenta adoptar quien escribe estas líneas y se pretende plasmar en el presente Trabajo de Final de Carrera. Una visión focalizada sobre las vicisitudes que desde el punto de vista del Derecho suscitan prácticas empresariales ilegítimas y contraproducentes en tanto afectan al sacrosanto espíritu de la *competencia* entendido, como instrumento básico y fundamental del desarrollo de la economía de mercado efectiva, basada en la máxima de que *gane el mejor* y asentada sobre unos principios reglados y justos. Por tanto, el eje que vertebrará los futuros párrafos se ajustará al derecho de la competencia, y posteriormente, a su versión comunitaria—europea—en la medida que es éste el que asume el rol de guardián en el espacio económico europeo.

Considerando esa línea, probablemente el lector recordará, que a lo largo de la pasada década, las autoridades comunitarias de la competencia investigaron y juzgaron condenables las prácticas, que en el ámbito de la computación personal, desarrolló precisamente Microsoft, por interpretarlas abusivas de su tremenda posición dominante y por ende, contrarias al espíritu fundamental de la competencia comunitaria. Este veredicto se dilucidó en uno de los procedimientos más costosos y relevantes en materia de Derecho europeo de la competencia que acabó con la imposición de las mayores sanciones pecuniarias que ha conocido nunca una empresa por este concepto.

Curiosamente también, una década después de que las primeras voces se alzaran contra Microsoft parecen haber ciertos *susurros* en el mismo sentido pero esta vez contra su homólogo en internet, el motor de búsqueda Google. Quizás se trate de puras coincidencias infundadas pero ciertas similitudes en el origen, desarrollo y posición dominante de ambas empresas nos llevan a valorar seriamente esta realidad. A la luz de todo ello, el presente trabajo aspira—siempre en la medida de sus posibilidades— a desarrollar un análisis del derecho de la competencia que en última instancia sirva para plantearse, de un modo justificado y serio, si las prácticas empresariales *vinculantes* de Google para con el Derecho europeo de la competencia, pudieran hipotéticamente ser abusivas.

De este modo, el presente trabajo pretende tomar una forma piramidal, en cuyo primer eslabón reposará un análisis del derecho de la competencia que sirva, a un segundo eslabón, encargado de desarrollar la concreta noción del abuso de posición dominante y su aplicación práctica al caso Microsoft. En último lugar, estos dos eslabones darán paso a un tercero, situado justo en el vértice superior de la pirámide,

que a través de todo lo aprehendido en los niveles inferiores pretenderá dar respuesta a la hipótesis final que plantea este trabajo con respecto a Google y la legitimidad de su conducta.

Para ello, y poniendo fin a la presente introducción al proyecto se seguirá una estructura en buena medida previsible, comprensible y didáctica. Así, se quiere introducir al lector, en un primer plano, a la noción de competencia y al Derecho que se conforma a su alrededor de forma que se haga comprensible el nacimiento del Derecho europeo de la competencia y la política que lo impulsa.

Una vez asentada esta base, se procederá desarrollar la política europea del abuso de posición dominante y a orientar un trabajo práctico que permita ver el funcionamiento dinámico de esta regulación. Esto es, observar la traslación de dicha normativa europea a uno de los mayores y más importantes casos concernientes al abuso de la posición dominante como es el de Microsoft

Este conjunto nos permitirá en un tercer punto sostener con propiedad un ejercicio de investigación, comparación y reflexión que permita considerar con cierto rigor la conducta empresarial de la empresa Google a fin de determinar si ésta, hipotéticamente, pudiera sobrepasar lo que la política europea de la competencia estima legítimo.

I. DERECHO DE LA COMPETENCIA

1. Noción de competencia

Tal y como se ha expuesto meridianamente en la introducción, el presente capítulo nace con la vocación de introducir sucintamente al lector a un concepto muy concreto pero a la vez de tan amplias repercusiones para la economía como es la *competencia*. Ésta, en sí misma, hace referencia a cierta *rivalidad* entre dos o más partes, siendo concretamente según la tercera acepción de la Real Academia Española aquella “situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio”¹.

Notará el lector que se ha escogido convenientemente aquella noción de competencia, podríamos llamar *empresarial*, pues será éste el prisma a través del cual pretenderán enfocarse las líneas venideras. Retomando la noción de competencia enunciada, podemos advertir que, de primeras, describe una suerte de disputa entre partes² por un determinado bien o servicio. Esto es que trabajan para la consecución, ya sea ofertando o demandando, de un elemento en las mejores condiciones posibles. Dado el ámbito empresarial y por tanto económico en el que nos incardinamos, parece claro que la motivación hacia la búsqueda de esas *mejores condiciones* yacerá en la obtención de mejores beneficios³.

De este modo, si las partes en contienda buscan cierto elemento de interés mutuo, parece razonable comprender que emplearán en este propósito todos los recursos a su alcance y en la mejor manera posible, a fin de acometer su objetivo. Ello, y de forma simplificada, supone una lógica básica para sostener que la competencia constituye un fundamento teórico para los modernos sistemas económicos capitalistas⁴. Sin embargo, faltaría añadir cierto elemento que se ha venido obviando de la susodicha enunciación. Y es que, se sostiene que ésta—la competencia—sucede en un *mercado*. Dice MANKIW que, a grandes rasgos, este último es aquel “grupo de compradores y

¹ (RAE, 2011).

² En este caso y dado el enfoque empresarial de la definición deberá asociarse siempre el término “partes” a empresas, o lo que es lo mismo, a aquellas organizaciones de personas con un capital y dedicadas a la obtención de un propósito económico.

³ En la teoría económica actual, los beneficios pueden ser multidimensionales y por tanto habría que evitar planteamientos reduccionistas a un mero provecho económico.

⁴ (González-Orús, y otros, 2008). Habida cuenta de que en el sistema capitalista los agentes económicos compiten entre sí, vía producción o intercambio de bienes o servicios, a fin de obtener un beneficio que rentabilice la inversión previa.

vendedores de un bien o de un servicio”⁵. Por tanto, aquel espacio donde se suceden todo un conjunto de transacciones que va más allá de la simple venta.

De esta forma podemos plantear que la competencia va a suponer una rivalidad entre partes, destinada a obtener un beneficio y desarrollada sobre un determinado mercado, que en principio⁶, será igualmente competitivo. Ahora bien su competitividad quizás explica en buena parte una de las claves de la noción de competencia. Y es que para que ésta exista, ninguna de las partes en disputa debe ser capaz de “ejercer más allá que una influencia insignificante en el precio de mercado”⁷. O lo que es lo mismo, que debe de existir una verdadera disputa de intereses que únicamente podrá acaecer sobre el presupuesto de cierta libertad gravitando sobre cada una de las partes, y a su vez, sobre el conjunto del sistema.

Lo anterior, lleva—y de un modo eminentemente lógico—a asentar que la competencia, en cuanto sea verdadera competencia, debe ser *libre* de forma que cada una de estas partes u operadores pueda concurrir a la persecución de sus intereses en igualdad de condiciones o en “condiciones justas para todos”⁸, como asevera la Comisión Europea. De hecho, la libre competencia “disciplina la oferta y la demanda”⁹ pues con ella se consigue que la economía “asigne los recursos por medio de las decisiones descentralizadas de muchas empresas y hogares cuando interactúan en los mercados de bienes y servicios”¹⁰, en lo que se ha venido en denominar *economía de mercado*.

De este modo y en dicho contexto, “las empresas con la habilidad de ofrecer un producto en las condiciones que en ese momento solicita el mercado, aumentarán sus beneficios”¹¹, y consecutivamente, este ulterior deseo—que ya apuntábamos acaparará todos los esfuerzos posibles—llevará a estos operadores a “producir de manera más eficiente”¹² o a desarrollar en el mercado nuevos productos que puedan resultar más

⁵ (Mankiw, 2004).

⁶ Siempre y cuando tomemos como referencia una economía de mercado.

⁷ (Mankiw, 2004).

⁸ (Europa - Competencia, 2011a).

⁹ (González-Orús, y otros, 2008).

¹⁰ (Mankiw, 2004).

¹¹ (González-Orús, y otros, 2008).

¹² Por ejemplo, a través de una reducción en los costes o con un mejor aprovechamiento de los recursos existentes que permita reducir precios.

atractivos o que satisfagan nuevas demandas”¹³, a fin de alcanzar el elemento de interés o beneficio que ya enunciábamos.

La gran virtud de este mecanismo reposa en que las consecuencias de una sana y libre competencia redundarán en el que debería ser el bien máspreciado de los modernos estados de bienestar levantados sobre modelos capitalistas, y que no es otro que el *bienestar precisamente del consumidor*, clave de la competencia libre y base sobre la cual se volcarán todos los esfuerzos de protección. Un espíritu competitivo libre que promueva el desarrollo económico y por ende beneficie al consumidor ha venido siendo recogido por la tradición jurídica comunitaria con el apelativo de *competencia leal*¹⁴.

Ésta y en palabras de la Comisión europea supone “reducir los precios, mejorar la calidad, ofrecer más opciones al cliente y propiciar la innovación tecnológica”¹⁵, siendo de tal modo una “competencia efectiva por el suministro de bienes y servicios”¹⁶. Atenderá el lector que esta competencia leal incorpora un nuevo matiz en cuanto se conecta con la noción de *efectividad* de la misma. Pues hablamos de competencia leal en tanto en cuanto su efectividad quede asegurada sin merma alguna. Ello únicamente podrá acometerse salvaguardando la preceptiva libertad que debe rodear el susodicho concepto de competencia de aquellas prácticas que eventualmente pudieran obstaculizarla.

De lo contrario, “la ausencia de libre competencia distorsiona este mecanismo de incentivos”¹⁷, conduciendo a las partes en disputa a buscar aumentar sus beneficios recurriendo a *métodos distintos a los de la normal competencia*¹⁸ y que, en última instancia, acabarán por reducir el bienestar de los consumidores. Y es que, si bien la libertad es necesaria, además de en éste, en muchos ámbitos suele ser igualmente necesario arbitrar una suerte de regulación que lejos de coartarla, contribuya precisamente a preservar una sana y libre competencia entre los operadores o agentes económicos del mercado.

¹³ (González-Orús, y otros, 2008).

¹⁴ (Europa - Competencia, 2011a).

¹⁵ Ídem.

¹⁶ Ídem.

¹⁷ (González-Orús, y otros, 2008)

¹⁸ En una típica expresión utilizada por la Comisión europea y que posteriormente se desarrollará con detenimiento.

Es exactamente la que otrora se consideraran sucintas normativas, tendentes a desactivar aquellos casos donde se pusieran de manifiesto prácticas desafiantes para con la presupuesta libertad que debe rodear la rivalidad empresarial, las que con el paso de los años y el consecuente desarrollo de las prácticas económicas y empresariales, darían lugar al nacimiento del *Derecho de la competencia*.

Éste es por tanto una consecuencia lógica del crecimiento de la complejidad que rodea la competencia entre los operadores económicos en el mercado, lo cual llevó progresivamente a la configuración de un cuerpo normativo—aún hoy en constante evolución—lo suficientemente complejo para gozar de dicho estatuto.

Así y en términos generales, el Derecho de la competencia “interviene para paliar las consecuencias del funcionamiento imperfecto¹⁹ de los mercados”²⁰, con miras a preservar los incentivos que fundamentan la competencia y emanan de la libertad que debe recaer en las partes concurrentes, siendo el fin último, después de vastas disquisiciones doctrinales²¹, servir al bienestar del consumidor.

2. Los prolegómenos del Derecho de la competencia

El concepto de Derecho de la competencia que se acaba de alcanzar obedece a una construcción lógico-teórica y toma sus notas prácticas de la Norteamérica del siglo XIX²². Este emplazamiento histórico, supone el punto de partida desde donde el binomio entre interés y necesidad de dotarse de una legislación de estas características, se extendería gradualmente a la mayoría de ordenamientos jurídicos desarrollados e incluso para alcanzar, en la actualidad, la categoría de normas casi universalmente aplicables²³.

Las peculiaridades de la sociedad norteamericana de la época—muchas de las cuales todavía perduran—incardinadas en su versión constitucional, son un buen punto

¹⁹ A lo que podrían traerse a colación las teorías de la competencia perfecta e imperfecta. Siendo la primera, territorio exclusivo de los libros de texto de la materia, y la segunda, la presente en los mercados reales. Otra cuestión será el grado de imperfección, otorgando precisamente a este Derecho, el cometido de minimizarlo.

²⁰ (González-Orús, y otros, 2008).

²¹ Relativas al fin último del Derecho de la competencia.

²² No obstante y en puridad histórica, cabe atribuir a Canadá el mérito de ser el primer país en dotarse de una legislación sobre la competencia. Sin embargo, es meridianamente habitual considerar a los Estados Unidos como pioneros en esta materia.

²³ Sobre este extremo recúrrase a (GAL, Junio 2004).

de referencia en aras a entender el nacimiento de estas regulaciones. En concreto, pueden destacarse dos notas características.

Por un lado, el desarrollo económico del “nuevo mundo” y en concreto en lo concerniente a las prácticas corporativas o empresariales, partió en muchas ocasiones de una situación *ex novo*. Esto es, empezando de cero sin adeudar nada a la tradición anterior. Por otro lado, constituye uno de los elementos fundacionales de la república americana, la devoción por la autonomía e iniciativa privada tendente a relegar al Estado y todo lo estatal a un segundo plano.

Ambas características, sumadas a la entonces incipiente pujanza de los primeros conglomerados industriales—cuya capacidad económica empezó a alcanzar cotas insospechadas—alertó a la opinión pública como consecuencia del poder que concentraban. Es más, llegaron a suponer un “peligro para la democracia y la libertad tanto o más importante que la propia intervención estatal, ante el que, además, los ciudadanos se encontraban indefensos”²⁴.

Probablemente este contexto supuso la base histórica que precipitó la actuación del legislador norteamericano en esta materia. En concreto, lo hizo a través de una regulación que recibió el nombre de *Sherman Antitrust Act*²⁵ y que supone, en buena medida, el primer precedente legislativo de calado en lo concerniente al Derecho de la competencia. Precisamente y en su proposición ante el Congreso norteamericano, toma especial relevancia el planteamiento, ciertamente *a priori* abstracto, desarrollado en el punto anterior—y al que igualmente se recurrirá posteriormente—. Y es que, el mismo senador J. Sherman ya postulaba los principios anteriormente citados que guían la competencia y su necesario desarrollo en un contexto libre.

Sin embargo, añadía que la experiencia de esos años demostró como dichos entes en competencia libre, en ocasiones, tendían a “una nueva forma de asociación [claro está, novedosa en su momento] denominada *trust*, cuyo objeto [era] evitar la competencia mediante la coordinación de las sociedades y las personas que actúan en un determinado sector ofreciendo el poder a un número pequeño de personas y, a

²⁴ (González-Orús, y otros, 2008).

²⁵ O Ley Sherman, de 2 de julio de 1890, aprobada por el presidente Benjamin Harrison. Debe su nombre al senador estadounidense de Ohio John Sherman, encargado de proponerla y defenderla en el Congreso norteamericano de la época.

menudo, a una sola”²⁶. Estos pactos o *trust* pusieron nombre a las primeras distorsiones de la competencia pues su “único objetivo [era] hacer que la competencia [resultara] imposible”²⁷ a la vez que evidenciaban, para este senador, al principal perjudicado, y por tanto objeto de protección de esta regulación que no era otro que el consumidor. Resumiendo, que “la ley del egoísmo, sin el control que la competencia supone, lleva a dejar de lado los intereses de los consumidores”²⁸.

En términos generales, esta incipiente regulación estructuró un cuerpo normativo—cuya arquitectura básica perduraría en ordenamientos posteriores sobre la competencia—basado en castigar una dualidad²⁹ de comportamientos. Por un lado, puso coto a las mencionadas prácticas ilícitas en forma de asociación o *trust* que persiguieran restringir “el tráfico mercantil o el comercio entre varios Estados, o naciones extranjeras”³⁰ y por otro, todas aquellas *prácticas de monopolización*³¹ que cursaran las empresas.

Esta configuración, toda vez que fue cobrando complejidad, empezó a vislumbrar las poderosas fricciones³² a las que posteriormente se vería yendo abocado el Derecho de la competencia. Pues como muchos autores interpretan, ya desde sus inicios se percibió que se “trataría de una materia sujeta a una evolución permanente y de interpretación casi siempre controvertida”³³. De hecho y en el resto del mundo, no sería fácil que cuajaran interpretaciones sobre la política de la competencia tan cercanas a las americanas. Y es que, en Europa, la visión socioeconómica de ésta era considerablemente más laxa. En concreto es sabido³⁴ que los cárteles suponían una

²⁶ Intervención del senador J. Sherman ante el Congreso de los Estados Unidos en 1890 en defensa de la *Sherman Antitrust Act*.

²⁷ Ídem.

²⁸ Ídem.

²⁹ Dualidad que en buena medida perdura en muchas regulaciones posteriores y que veremos manifestarse en el Derecho europeo de la competencia en los epígrafes venideros.

³⁰ *Sherman Antitrust Act*, de 2 de julio de 1890.

³¹ Escenificadas, por ejemplo, en la (*Standard Oil Co. Of New Jersey c. United States*, 1911). En ella se pone de manifiesto la lucha contra la mayor distribuidora de productos refinados del petróleo que actuaba como un virtual monopolio en el mercado norteamericano. El alto tribunal consideró que había alcanzado una posición tan sumamente poderosa en el sector, que ordenó su división estructural—de la que resultaron algunas de las grandes compañías petrolíferas actuales como *ExxonMobil* o *Chevron* entre otras—a fin de garantizar la *competencia efectiva* y en definitiva el bienestar del consumidor.

³² Muchas de las cuales, y en sus primeros años, nacieron en Estados Unidos. Todo ello hasta el punto de que el Tribunal Supremo estadounidense, si bien *a priori* avaló esta regulación, acabaría por atenuarla, de modo que la *Sherman Antitrust Act* debiera interpretarse a la luz de la *rule of reason* o *regla de lo razonable* y así rebajar el tenor literal de alguna de sus disposiciones.

³³ (González-Orús, y otros, 2008).

³⁴ (González-Orús, y otros, 2008). En especial, ello puede atestiguarse a la luz de la legislación alemana desarrollada en la época de entreguerras que veía en estas prácticas un modelo controlado de crecimiento económico.

estructura organizativa habitual hasta el punto de contar con el beneplácito de los poderes públicos en la Europa occidental.

Así y en un primer estadio, las influencias reguladoras de la competencia que se erigían al otro lado del Atlántico, adoptaron su modalidad más “descafeinada” en la Ordenanza contra el abuso de las posiciones de poder económico³⁵ adoptada por el Estado alemán. Ésta no alcanzaba la rigurosidad suficiente como para impedir dichos acuerdos entre empresas o cárteles³⁶ sino que únicamente se atrevía a establecer un control estatal de los abusos o excesos provocados por los mismos y, en especial, cuando estos pusieran en peligro la economía del país o afectaran al interés público.

No sería hasta la consolidación de las aspiraciones unionistas europeas³⁷ posteriores a la Segunda Guerra Mundial que, inaugurando una segunda etapa, fraguaría de un modo sin parangón una verdadera normativa encargada de regular la competencia, salvaguardando la libertad en la contienda empresarial de prácticas ilegítimas que pusieran en riesgo el sistema y al consumidor. En este sentido, serían precisamente los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas los encargados de acoger, desde un primer momento y a imagen y semejanza de las nociones estructurales de las *Sherman Antitrust Act*, normas de defensa de la competencia que prohibieran tanto los acuerdos colusorios como los abusos de posición dominante.

Es digno de apreciar cómo—trayendo causa del apunte que ya se hizo en párrafos anteriores³⁸—, si bien la tradición jurídica europea renombró los conceptos, la esencia sobre la cual se dividían los comportamientos típicamente anticompetitivos en el derecho americano pervivió. Permaneció intacta, por un lado, sobre los acuerdos que desencadenaran perjuicios al normal desarrollo de la competencia y, por otro, sobre aquellas prácticas que se valieran de una situación *de facto* de superioridad en el mercado—ya se le llamara de monopolio o de posición dominante—para el mismo propósito.

³⁵ Adoptada el 2 de noviembre de 1923 a raíz de las críticas consecuencias que deparó para Alemania la Primera Guerra Mundial.

³⁶ Puesto que no los cuestionaba *per se* (González-Orús, y otros, 2008).

³⁷ Relativa, como bien es sabido, a la firma en la década de los 50 de los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas por parte de seis Estados europeos (Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y Países Bajos).

³⁸ Y de aquí, la importancia en muchas ocasiones esencial, de concebir detenidamente los conceptos sobre los que posteriormente se va a discurrir a fin de ver y entrelazar toda su esencia.

En suma, del mismo modo en que los precitados Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas “constituyen la fuente originaria del Derecho comunitario”³⁹ lo son también del *Derecho europeo de la competencia*. Éste bebe, primeramente, de la adhesión a la *Comunidad Europea del Carbón y del Acero*⁴⁰—que establecía un mercado común limitado a ambos productos—por cuanto se dispusieron las primeras prohibiciones sobre acuerdos restrictivos de la competencia entre empresas, de los abusos de posición dominante y se introdujeron mecanismos de control de concentraciones en el sector que cubría la susodicha Comunidad.

Posteriormente, la firma del Tratado de la *Comunidad Económica Europea*⁴¹—que establecía un mercado común, esta vez, para cualquier producto o servicio—completó las normas europeas de la competencia otorgándoles una dimensión y alcance global a todos los sectores de la economía, de forma que se les permitiera controlar todos aquellos acuerdos restrictivos así como los abusos de posición dominante. A partir de este punto, y pese a que se ha recalcado con profusión el dinamismo de la materia, puede empezarse a hablar con propiedad de la configuración del Derecho europeo de la competencia.

3. Derecho europeo de la competencia

3.1. Consideraciones previas

El Derecho de la competencia, y específicamente en su dimensión europea, constituye el contexto insoslayable del presente Trabajo de final de Carrera, en tanto su esencia supone una reflexión seria y comedida sobre los límites de este Derecho en un plano de actualidad y no en abstracto, sino confortándolos contra una realidad práctica.

Por ello, entender el código de identidad y condicionantes de este Derecho, donde brilla con radical importancia la noción de competencia de la cual trae causa, han supuesto el esqueleto cardinal de los apartados anteriores y los prolegómenos básicos

³⁹ (González-Orús, y otros, 2008). En concreto la constituyen los tres tratados constitutivos de la Comunidad Europea del carbón y del Acero, de la Comunidad Económica Europea y de la Comunidad Europea de la Energía Atómica.

⁴⁰ CEEA en sus siglas en español, fue firmado en París en 1951 y entró en vigor en 1952 para un período de 50 años expirando en 2002.

⁴¹ CEE en sus siglas en español, fue firmado en Roma en 1957 y entró en vigor en 1958 para un período ilimitado.

para el presente. Y es que, de esta forma, se pueda aspirar a estar en justificada disposición de conferir una visión generalista de la normativa europea en el ámbito de la competencia.

En concreto, se va a partir de una vocación, no tanto de exhaustividad—pues para eso ya existen prolijos y mejores manuales sobre la materia—, sino de una voluntad más orientada a construir el necesario marco de referencia sobre el que incardinar el desarrollo europeo de la posición dominante y sus abusos desde una perspectiva teórico-práctica. Con ello, se busca introducir, desde una dimensión europea, los fundamentos de la regulación de la competencia así como sus notas más características.

3.2. Caracterización

Si bien hasta el momento se han desarrollado las motivaciones tanto científicas como históricas para el florecimiento de un Derecho de la competencia, resulta ahora preceptivo para introducir el marco en que se incardina el presente trabajo, acotar sus orígenes materiales⁴². A tal efecto, es de por sí evidente y previo a cualquier debate notar que, cuando hablamos de Derecho europeo de la competencia, estamos focalizando la atención sobre una rama de un cuerpo normativo mucho más amplio. Sin lugar a dudas, se está haciendo referencia al Derecho comunitario o europeo en general y que supone la base sobre la que se levantará esta regulación.

Desde una óptica general, el nacimiento de la legislación europea parte de la suscripción y ratificación multilateral de de una serie de acuerdos⁴³—que la tradición jurídico-europeísta ha venido en denominar *Tratados*—por parte de Estados europeos. Son precisamente estos convenios los que identifican la fuente originaria del Derecho europeo y, por lógica derivativa⁴⁴, también del Derecho europeo de la competencia. Siendo a estos efectos el Tratado de la Comunidad Económica Europea, firmado en

⁴² Que acaban de apuntarse en el último apartado.

⁴³ Debe leerse en este punto la sucesión de de instrumentos del proceso de construcción europea. A saber; Tratado de París (firmado en 1951 y entrado en vigor en 1952); Tratado constitutivo de la Comunidad Europea de Defensa (firmado en 1952 pero no entró en vigor); Tratado de Roma (firmado en 1957 y en vigor en 1958); Tratado de Merger, o de Fusión (firmado en 1965 y en vigor en 1967); Acta Única Europea (firmado en 1986 y en vigor en 1987); Tratado de Maastricht (firmado en 1992 y en vigor en 1993); Tratado de Ámsterdam (firmado en 1997 y en vigor en 1999); Tratado de Niza (firmado en 2001 y en vigor en 2003); Tratado por el que se establece una Constitución para Europa (firmado en 2004 pero no entró en vigor y por tanto no tiene relevancia a estos efectos); Tratado de Lisboa (firmado en 2007 y en vigor el 1 de diciembre de 2009).

⁴⁴ Siempre desde un punto de vista inicial en el proceso de construcción europea.

Roma en 1957, el encargado de definir—por primera vez—un mercado común de alcance general y el pionero en desarrollar una noción de derecho europeo de la competencia de la misma proyección.

Por tanto, si bien este tratado supone el origen material del derecho de la competencia de alcance general en la realidad europea y que confiere a sus instituciones “*a wide-ranging powers to oversee and prevent activities that it judges likely to stop competition between firms*”⁴⁵, ya hemos visto que no parte de una situación *ex novo*. Es decir que abraza en su mayoría tanto la construcción lógica como la histórica que hemos visto en los dos apartados anteriores.

De aquí que podamos hablar inicialmente de este Derecho como un compendio de normas reguladoras de la competencia dedicadas a auspiciar el suficiente nivel de libertad que permita una rivalidad empresarial y económica sobre los *méritos* propios de forma que se beneficie al consumidor y se propicie la innovación⁴⁶. Aunque eso sí, ajustando el ámbito de protección a la realidad europea, y en especial, a la de aquellos Estados que suscriban los citados Tratados.

Desde de tradición académica, se mantiene, que la regulación de la competencia “constituye uno de los pilares más importantes del Derecho comunitario”⁴⁷. Además, es comúnmente sostenido que brilla con luz propia en cuanto contribuye a la unificación económica de los mercados pertenecientes a los Estados miembros. Y es que, el establecimiento de una rivalidad empresarial sana y libre es “un complemento necesario al establecimiento de un mercado común.

Con ello se previene que se aviven o fortalezcan barreras de tipo arancelario entre los Estados, se fomenta la erradicación de potentes monopolios y se evitan guerras de subsidios a industrias—entre otros casos—que alteren el normal sentido de la competencia. Este conjunto de beneficios supone el añadido comunitario a los propios que derivan de una economía competitiva por cuanto beneficia a los consumidores y promueve la innovación. Así se pone de manifiesto por WAELBROECK

⁴⁵ (Will James). [traducción propia (t.p.): un amplio número de poderes para supervisar y prevenir actividades que pudieran afectar a la normal competencia entre empresas]

⁴⁶ Tal y como se ha concretado en el apartado sobre la noción de competencia.

⁴⁷ (Waelbroeck, y otros, 1998).

cuando asevera que la normativa comunitaria de la competencia “desempeña un papel esencial en la cristalización del mercado único y como motor de la industria europea”⁴⁸.

Por lo que respecta a la caracterización de la normativa comunitaria de la competencia, debe empezarse considerando que, se desprende de la doctrina⁴⁹ que nos posicionamos ante una materia técnicamente compleja, en muchas ocasiones con gran carga o influencia de la ciencia económica y en general, dotada de gran dinamismo. A tenor del análisis que se viene planteando no parece tanto que la dificultad resida en una dimensión intrínseca, es decir, relativa a la construcción misma de una noción de competencia y la vertebración de unas normas a su alrededor para dotarla de efectividad⁵⁰.

Por el contrario, resultaría más probable apuntar a un ámbito extrínseco por cuanto un Derecho efectivo de la competencia debe solaparse a la propia actividad económica, de modo que cuando ésta crece y se hace más compleja igualmente lo arrastra. Es decir, que debe entenderse que en la medida en que las prácticas empresariales se desarrollan, aparecen nuevos mercados, con nuevos productos y en definitiva, se inauguran nuevas formas de competir la propia regulación de las mismas deba expandirse y evolucionar haciéndose, lógicamente, más capaz, elaborada y compleja de un modo análogo a los desafíos planteados por la sociedad y en especial la realidad económica.

Todo ello supone un planteamiento básico que pronto el lector verá encuadrado con sentido en la propia naturaleza dual de este Derecho de la competencia. Y es que, si bien por un lado se apoya sobre una estructura lógico-teórica que en buena medida se ha asentado sobre la ciencia económica⁵¹, parece resaltar un segundo punto de apoyo. Éste, nace a tenor de la argumentada complejidad extrínseca de este Derecho que a su vez deriva del dinamismo de la realidad y supone la clave para que podamos empezar a hablar con propiedad del *casuismo* que lo caracteriza.

Sin duda, ésta es la nota capital que ha marcado—y seguirá marcando en el futuro—el desarrollo del Derecho comunitario de la competencia. Se trata de la

⁴⁸ (Waelbroeck, y otros, 1998).

⁴⁹ (González-Orús, y otros, 2008).

⁵⁰ Tal y como se ha demostrado en los primeros apartados, que si bien es verdad, requiere cierta concentración y superficiales nociones económicas no supone un ejercicio mucho más costoso.

⁵¹ Y en especial sobre el apartado relativo a la noción de competencia.

herramienta básica que debe tenerse siempre presente⁵²—y que probablemente intuya bien el lector si acierta entrever en ella una raíz anglosajona⁵³—en el análisis de cualquier supuesto de forma que se aprecien las peculiaridades de la materia y los mecanismos que determinan su evolución.

De esta forma, no podrá nunca ser suficiente un estudio de la escueta normativa comunitaria en los aspectos debatidos, puesto que las respuestas no podrán ajustarse a cánones homogéneos. Habrá que estar, de ese modo, al caso concreto para poder discernir en cada momento la regulación y forma de aplicación idónea al caso para cumplir siempre con los intereses de protección de la economía y por ende del consumidor.

A este rasgo primordial pueden añadirse dos cuestiones complementarias. Por un lado, dada la sabida integración del Estado español junto con otros 27⁵⁴ en esa arquitectura supranacional que se viene llamando Unión Europea⁵⁵, gran parte de regulaciones, en forma de normativas, directivas, reglamentos y demás opciones de organización que rigen en nuestro Estado, emanan directa o indirecta—y por lo tanto extraordinariamente influenciadas—del propio gobierno de la Unión. En especial y circunscrito al ámbito que nos ocupa, el Derecho europeo de la competencia detenta amplias repercusiones en la actividad cotidiana de las empresas estatales y europeas.

En segundo y último lugar, evitando que *a priori* pudiera parecer baladí incisos semejantes, su justificación bebe del probado desconocimiento que en muchos casos rodea esta materia por parte de profesionales y organizaciones⁵⁶, motivando infravaloraciones de estas normativas e incluso, problemas en su comprensión. Y es que, aunque en ocasiones no se perciba, su aplicación tiene fundamentalmente como objetivo “velar por que el comportamiento de las empresas no incida negativamente sobre los consumidores y sobre la economía en general”⁵⁷.

⁵² De hecho su relevancia ha sido determinante en la forma de plantear el presente trabajo que no quiere perderse en el abstracto de las normas comunitarias sino que pretende centrarse en su aplicación práctica en el seno del caso Microsoft para confrontarlas con la actuación empresarial de Google.

⁵³ En clara alusión al sabido rasgo casuístico que prevalece en los sistemas de la *Common Law* o de Derecho anglosajón

⁵⁴ A junio de 2011 claro está.

⁵⁵ Tal y como reconoce el Artículo 1 de la versión consolidada del Tratado de la Unión Europea donde se manifiesta que los Estados contratantes “constituyen entre sí una UNIÓN EUROPEA [...] a la que [...] atribuyen competencias para alcanzar sus objetivos comunes”.

⁵⁶ Sobre todo si se compara con el conocimiento que existe en otras ramas como pudiera ser en el Derecho mercantil.

⁵⁷ Según (González-Orús, y otros, 2008) y en la línea de lo reconocido en apartados anteriores.

3.3. Regulación

Una vez consolidada la contextualización conceptual del Derecho europeo de la competencia, se hace indispensable situarlo objetivamente dentro de la legislación comunitaria. Y es que, como se ha venido comentando, si bien tiene su origen en los Tratados suscritos por los Estados de la Unión, será también precisamente en ellos donde se dibujen sus primigenios contornos.

A estos efectos, hay que tener muy presente que, dada la naturaleza dinámica de la estructura convencional⁵⁸ comunitaria, a fecha de 2011 se impondrá necesario partir de las versiones consolidadas del Tratado de la Unión Europea (TUE) y de su Tratado de Funcionamiento (TFUE), resultado de las modificaciones introducidas por el Tratado de Lisboa⁵⁹ y que constituye el derecho europeo vigente y de referencia.

En este sentido, será en el título VII del capítulo primero del TFUE donde finalmente “se sientan las bases de las normas comunitarias de la competencia”⁶⁰ y suponen en la actualidad el articulado básico y de cabecera de cualquier planteamiento que aborde el Derecho europeo de la competencia. El citado capítulo del TFUE, abarca una extensión de nueve artículos—desde el 101 al 109—divididos en dos secciones⁶¹ y recoge un conjunto de disposiciones relativas a cuatro grupos conceptuales, dos de los cuales podríamos considerar principales frente a los otros dos, de un ámbito más complementario.

Por un lado, hay que destacar en primer lugar por su importancia general y en especial para este trabajo, todo el conjunto de disposiciones *aplicables a las empresas*—artículos 101 a 106—y donde se focalizará la atención sobre cuestiones como los acuerdos restrictivos, el abuso de posición dominante o las concentraciones empresariales. A ello, se sumará el otro gran grupo de disposiciones análogamente

⁵⁸ En el sentido de que los Tratados en cuestión se han ido sustituyendo por sus renovaciones a lo largo de los años.

⁵⁹ Firmado el 13 de diciembre de 2007 en Lisboa y que entró en vigor el 1 de diciembre de 2009.

⁶⁰ (Europa - Competencia, 2011b)

⁶¹ Y que dadas las continuas referencias que se vendrán haciendo se encuentran recogidas en el *Anexo Primero* sobre el *Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea* a fin de una estructura de citación más simple.

encargado de marcar la agenda europea de la competencia. Nos estamos refiriendo a las disposiciones *aplicables a las ayudas estatales*—artículos 107 a 109—.

Por otro lado y en un sentido más general, otro grupo de disposiciones, extendidas a lo largo del precitado articulado, hará referencia a sectores específicos como puedan ser la agricultura, la energía, los servicios postales, las telecomunicaciones o los transportes y que por su naturaleza son merecedores de los mismos. De igual modo y en último lugar, otra categoría de disposiciones transversales se referirán al sentido de la competencia en una dimensión internacional como puede ser la dimanante de los acuerdos bilaterales, de ampliación de la Unión o con Estados candidatos a su integración europea.

En general, abandonando una perspectiva descriptiva y de un modo más sintético y sobre todo conciso, el marco legislativo de la competencia comunitaria se ha venido configurando por la doctrina⁶² en torno a cinco ejes o ámbitos de actuación prominentes que vienen a aglutinar el conjunto de disposiciones anteriormente reseñadas.

De ese modo, la voluntad del articulado se encaminará⁶³ a la prohibición de los acuerdos y las prácticas empresariales anticompetitivas en el mercado común⁶⁴; el control preventivo de las operaciones de concentración de dimensión europea, con el fin de determinar, si restringen la competencia; el control de las ayudas otorgadas por los Estados miembros que puedan falsear la competencia favoreciendo a determinadas empresas o producciones; la apertura a la competencia de sectores controlados anteriormente por monopolios públicos, como los mercados de las telecomunicaciones, de los transportes o de la energía; y la cooperación con autoridades de competencia fuera de la Unión.

Sin embargo, notará el lector cierto esfuerzo en subrayar la calificación básica, o en otras palabras, indiciaria o esquemática de la citada regulación. Haber entendido la esencia casuística que caracteriza precisamente el Derecho europeo de la competencia nos sirve ahora en bandeja de plata, el razonamiento en virtud del cual se sostiene que todo ello, toda la regulación anterior, deberá complementarse con otros

⁶² (Europa - Competencia, 2011b) y (Comisión Europea, 2005)

⁶³ Ídem.

⁶⁴ En clara alusión las normas antimonopolio.

muchos instrumentos legales⁶⁵, en buena medida desarrollados a merced de los casos prácticos juzgados por las instituciones comunitarias.

De este modo, “*a number of regulations have later been adopted. [...] some of [them] contain the general rules for the implementation of the Treaty provisions [and] other regulations deal either with particular types of conduct or with specific sectors*”⁶⁶. A todas éstas hay además que añadir una multitud—y a su vez capital—de *non regulatory documents*⁶⁷ que pueden tomar la forma de documentos de discusión, esquemas de aplicación de determinadas provisiones, resúmenes, etc. y cuyo denominador común se asienta en una probada voluntad de explicar “*in more detail the policy of the Commission on a number of issues, either relating to the interpretation of substantive antitrust rules or to procedural issues*”⁶⁸.

Si bien resulta de las anteriores líneas, la importancia de la regulación básica de la competencia así como de sus posteriores desarrollos, de poco servirían si no hubiera una conciencia comunitaria decidida a activar esta regulación. Es decir, a ponerla en práctica de modo que resulte efectiva para la realidad económica europea e incluso mundial. En definitiva, esta vocación, que reposa en las instituciones comunitarias⁶⁹, se vehiculizará a través de la *política europea de la competencia*, importantísima a la hora de perseguir y poner en práctica los objetivos que subyacen en la base del Derecho europeo de la competencia.

⁶⁵ (European Competition - Antitrust, 2011). Cuando se señala que las *Antitrust rules are contained in various legal instruments* [t.p. normas de competencia se encuentran en varios instrumentos legales].

⁶⁶ (European Competition - Antitrust, 2011). [t.p. un determinado número de normas reguladoras han sido adoptadas de forma más tardía, algunas de las cuales contienen los principios generales para la implementación de las provisiones del tratado y otras tratan con tipos de conducta particulares o con sectores específicos]

⁶⁷ Hacen referencia, a todos esos textos comunitarios que no forman parte estrictamente de la regulación de la competencia, y por tanto no pueden ser opuestos ante las autoridades comunitarias en calidad de legislación asentada, pero que dan buena cuenta de la mentalidad subyacente de las instituciones comunitarias en las materias que refieren.

⁶⁸ (European Competition - Antitrust, 2011). [t.p. más detalladamente la política de la Comisión sobre un determinado número de asuntos tanto relacionados con la interpretación sustancial de las reglas de competencia como con temas procedimentales].

⁶⁹ Posteriormente se discernirán cuáles de ellas juegan un papel clave en la aplicación de la política de la competencia.

4. Política europea de la competencia

4.1. Caracterización

Una vez aprehendido el sentido del Derecho europeo de la competencia, tanto en su dimensión conceptual como regulatoria, resulta decisivo entrar en el origen de su impulso que no es otro que una política construida a tal efecto por unas instituciones solventes. Las motivaciones de base que encontramos en el seno de una política de estas características no son muy distintas a las que propiciaron en su día la consolidación de un Derecho efectivo de la competencia.

Es decir, la política europea de la competencia, parte efectivamente de reconocer la valiosísima importancia de la noción de competencia⁷⁰, por cuanto la rivalidad empresarial libre en el mercado identifica la respuesta más eficiente a las demandas del consumidor a la vez que, aquella persecución del elemento de interés, induce al florecimiento de la innovación y por tanto al desarrollo económico.

Sin embargo, no se contenta con que este “mecanismo fundamental de la economía de mercado”⁷¹ quede establecido en una legislación sino que es la verdadera responsable y artífice de trasladar la teoría a la práctica de este pensamiento y estas normas. Busca de un modo efectivo, que las empresas “independientes entre ellas, [ejerzan] la misma actividad y [compitan] para atraer a los consumidores”⁷² de forma que “cada empresa esté sometida a la presión competitiva de las demás”⁷³. Una vocación política fuerte y decidida en este ámbito, es la única forma de lograr estimular la “competitividad económica y ofrecer a los consumidores una gama más amplia de productos y servicios, de mejor calidad y a precios más competitivos”.

Es por ello, que la política de la competencia de la Unión europea, tiene por objeto “garantizar la existencia de una competencia libre y leal”⁷⁴ dentro del mercado común con la mayor vigorosidad posible. Para ello, se valdrá del Derecho europeo de la competencia como instrumento básico y capital, a través del cual evitar que se falsee

⁷⁰ Tratada específicamente en el primer apartado del trabajo y al cual nos remitimos para mayores desarrollos.

⁷¹ (Comisión Europea, 2005).

⁷² (Europa - Competencia, 2011b).

⁷³ (Europa - Competencia, 2011b).

⁷⁴ Cuyas notas específicas han sido analizadas análogamente en el apartado sobre la noción de competencia y a la cual nos remitimos.

dicha rivalidad empresarial a partir del análisis pausado y minucioso⁷⁵ de cualesquiera conductas empresariales sospechosas.

En concreto, las instituciones comunitarias de la competencia prestarán especial atención—por lógicas de eficiencia—a unos determinados grupos de conductas⁷⁶ cuya repercusión es particularmente nefasta para los consumidores y la economía en general. En primer lugar, se observan cuidadosamente aquellos pactos empresariales que pudieran derivar en mecanismos de fijación de precios o de compartimentación de mercados vía reparto de los mismos entre un pequeño grupo de competidores.

El caso de que una empresa adquiera, incluso por su buen hacer, una posición dominante en un mercado será otro foco de atención en aras a que no se abuse de la misma para expulsar a otros rivales. Además, los organismos comunitarios controlan con gran profusión que entre grandes empresas no se produzcan concentraciones que les permitan controlar el mercado.

Por otro lado, aquellas corporaciones de mayor tamaño deben igualmente solicitar una autorización a fin de no levantar sospechas de mala *praxis* frente al regulador europeo de la competencia. Y es que, pese a que la política de la competencia puede tolerar ciertos monopolios en ciertas circunstancias⁷⁷ observará con detenimiento que se demuestre que el comportamiento es leal hacia las demás empresas.

Siguiendo con la atención sobre aquellas figuras empresariales de mayor tamaño, se observa habitualmente que éstas no se valgan de sus capacidades de negociación para con los proveedores para obtener condiciones que, si bien las beneficien, perjudiquen el acceso a los mismos de los competidores menores. Por último, a todo ello se añade un especial cuidado, por parte de las instituciones comunitarias de la competencia, hacia el control del fenómeno de las “ayudas estatales” y relativa a las subvenciones concedidas a empresas por parte de los Estados miembros.

⁷⁵ Recordar en este punto, el eminente casuismo que caracteriza la aplicación de este derecho europeo.

⁷⁶ (Comisión Europea, 2002).

⁷⁷ Por ejemplo, cuando se trate de infraestructuras costosas—monopolios naturales—o deba garantizarse un servicio público.

En suma y según la tradición político-jurídica comunitaria, estas conductas, tienen por objeto “evitar la competencia adoptando comportamientos contrarios a la misma para imponer sus propias normas de mercado”⁷⁸ y pueden agruparse en torno al área nuclear de la política de la competencia o *antitrust area*⁷⁹. Ésta a su vez, “covers two prohibition rules set out in the Treaty on the Functioning of the European Union”⁸⁰ cuya relevancia es primordial y se antepone a cualquier otra conducta encarnando la expresión misma de la política de la competencia.

En primer lugar, nos estamos refiriendo a toda suerte de acuerdos suscritos entre dos o más empresas, cuyas consecuencias se incardinan en torno a una patente restricción de la competencia, tal y como recoge el artículo 101 del TFUE cuando sostiene que “serán incompatibles con el mercado interior y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior”⁸¹. Salvando algunas excepciones la presente disposición cubre una gran variedad de comportamientos cuyo arquetipo supone la consolidación de cárteles entre los competidores.

En segundo y último lugar, el artículo 102 del mismo cuerpo normativo se ocupa de completar el eje de la política de la competencia europea, regulando la institución de los abusos de posición dominante, cuyas consecuencias suponen igualmente la afeción de la normal competencia excluyendo a los competidores o mermando sus capacidades. De este modo, “será incompatible con el mercado interior y quedará prohibida, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición dominante en el mercado interior o en una parte sustancial del mismo”⁸².

Ambos pilares, suponen la base de la actuación de las instituciones comunitarias de la competencia, pues concentran la vasta mayoría de prácticas así como aquellas cuya influencia sobre el normal devenir de la competencia resulta más

⁷⁸ (Europa - Competencia, 2011c).

⁷⁹ Tomando como referencia lo discurrido acerca del *trust* en los prolegómenos del derecho de la competencia, únicamente reseñar que éste y desde una óptica anglosajona recibe al apelativo de derecho *antitrust*.

⁸⁰ (European Commission - Antitrust, 2011). [t.p. cubre dos normativas restrictivas establecidas en Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea].

⁸¹ Para su lectura completa recórrase al *Anexo Primero*.

⁸² Ídem.

notablemente perjudicial. Para todo ello, las autoridades comunitarias detentarán una estructura procesal, especialmente renovada, ampliada y potenciada, a través del Reglamento (CE) 1/2003⁸³, que les conferirá gran capacidad de investigación de dichos supuestos así como la posibilidad de establecer sanciones pecuniarias.

4.2. *Instituciones comunitarias de la competencia*

Por último, resulta vital determinar qué organismo concreto se encuentra detrás de esta política de la competencia. Y es que, se ha reiterado conscientemente como ésta recae sobre las instituciones comunitarias, cuya voluntad así manifestada es la artífice de desarrollar el propio derecho de la competencia. Sin embargo, debe completarse el presente análisis poniendo nombres y apellidos a su último eslabón y brazo ejecutor, es decir, determinando de forma precisa estas autoridades en la materia puesto que, no todas las instituciones europeas van a jugar un papel decisivo.

Así, de entre las diferentes instituciones comunitarias y siguiendo a ORTIZ BLANCO⁸⁴, detentan especial relevancia a efectos de aplicar el derecho de la competencia la Comisión Europea, el Tribunal de Primera Instancia y el Tribunal de Justicia. Complementariamente y en ocasiones, puede también considerarse el papel desempeñado por el Consejo de la Unión Europea que, aún no gozando de tanta relevancia, se ha encargado de adoptar algunos de los reglamentos más importantes en materia de competencia⁸⁵.

Especialmente y en cualquier caso, el papel cardinal, en tanto artífice de la política comunitaria de la competencia, debemos defender que es desempeñado por la *Comisión* que “es la guardiana del Derecho comunitario, y debe actuar con autonomía

⁸³ De acuerdo con la (Comisión Europea - Política de la Competencia, 2011) el objetivo del nuevo régimen de aplicación de la normativa antimonopolio, establecido por el Reglamento (CE) 1/2003 del Consejo, es garantizar un mayor respeto de las normas de competencia de la Unión Europea (UE) en interés de los consumidores y de las empresas, aligerando al mismo tiempo el peso burocrático que sufren las empresas con actividades en Europa. Este Reglamento, que se basa en la aplicación descentralizada de las normas de competencia y en un mayor control a posteriori, reducirá la carga administrativa de la Comisión, lo que le permitirá concentrar sus recursos en la persecución de infracciones más graves de las normas de competencia. Asimismo, aumentará el papel de las autoridades de competencia y los órganos jurisdiccionales nacionales en la ejecución del Derecho de competencia de la UE, garantizando al mismo tiempo su aplicación efectiva y uniforme.

⁸⁴ (González-Orús, y otros, 2008).

⁸⁵ Léanse en este punto, por ejemplo, el Reglamento 17 del Consejo, de 6 de febrero de 1962, primer reglamento de aplicación de los artículos 85 y 86 del Tratado (actualmente artículos 101 y 102 del TFUE). En general, cabe destacar que el Consejo ha delegado sus poderes legislativos en la Comisión con amplios sectores de la política de la competencia.

respecto a los Estados miembros⁸⁶. Lógicamente y a consecuencia de lo anterior, la susodicha institución es la encargada de aplicar el Derecho comunitario de la competencia y además “tiene capacidad legislativa para adoptar algunas normas de Derecho derivado^{87,88}. Para cumplir con su propósito, la Comisión Europea se vertebrará a través de una suerte de estructura administrativa basada en Direcciones Generales de entre la que destacará la *Dirección General de la Competencia*⁸⁹ y cuyo mando corresponde al Comisario responsable de la política de competencia⁹⁰.

No obstante, es capital añadir que las decisiones, en política de la competencia, adoptadas por la Comisión no resultan irrevocables. Por el contrario, sus resoluciones en este ámbito serán susceptibles de recurso ante los órganos jurisdiccionales comunitarios, y por tanto frente al Tribunal de Primera Instancia y el Tribunal de Justicia. De este modo, estos órganos identifican el contrapeso o función de control frente a la iniciativa e impulso que recae en la Comisión en el ámbito de la política de la competencia.

Para concluir, debe añadirse, que la relevancia de las principales expresiones de la política de la competencia incardinadas sobre el control de los acuerdos restrictivos de la competencia y las posiciones dominantes que puedan conllevar abusos anticompetitivos⁹¹, junto con la entrada en vigor del precitado Reglamento (CE) 1/2003, ha llevado a instrumentalizar un efecto directo, en su totalidad, sobre los artículos 101 y 102 del TFUE que las regulan.

De este modo, su fuerza normativa no única y exclusivamente habrá de ser opuesta por la Comisión, sino que podrán ser aplicadas por “los órganos jurisdiccionales nacionales, y en su caso también⁹² [...], por las autoridades nacionales de defensa de la competencia⁹³. Ello sin perjuicio y a todas luces sabido, que cualquier

⁸⁶ (González-Orús, y otros, 2008).

⁸⁷ Por derecho derivado comunitario se pueden entender los diferentes Reglamentos, Directivas o decisiones que emanan de las propias instituciones comunitarias.

⁸⁸ (González-Orús, y otros, 2008)

⁸⁹ También conocida como DG-COMP o DG-IV.

⁹⁰ En la actualidad (European Commission - Competition, 2011e; European Commission - Competition, 2011b), esta posición es ocupada por el político socialista español, también vicepresidente de la Comisión Europea, Joaquín Almunia cuyo mandato comenzó en febrero de 2010 relevando a la comisaria holandesa Neelie Kroes.

⁹¹ Tal y como se ha venido argumentando en los artículos 101 y 102 del TFUE.

⁹² Dependiendo de las legislaciones de los Estados miembros.

⁹³ (González-Orús, y otros, 2008).

duda en sede de esta materia, cuando medie una interpretación de corte estatal, deberá plantearse vía cuestión prejudicial ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea⁹⁴.

⁹⁴ Tal y como se desprende del artículo 267 del TFUE (o el antiguo artículo 234 del TCE).

II. EL ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE Y MICROSOFT

1. Consideraciones previas

Justo en este punto, podemos dar por configurado un análisis sobre el sentido general de la competencia—en la economía—, así como su desarrollo a lo largo de los años en la articulación de unas normas, de unas regulaciones y en definitiva de un Derecho que la protegiera de prácticas empresariales desleales. En el momento en que esta construcción fue abrazada por los tratados constitutivos que rigieron la integración europea hasta nuestros días, se dio paso a constatar con propiedad el nacimiento de un Derecho europeo de la competencia, que es impulsado por la política del mismo nombre.

Este es, con rigor, el marco⁹⁵ que resulta insoslayable vertebrar y tener en cuenta para, como pretende el presente proyecto, oponerle una reflexión comedida sobre el ajuste de aquellas prácticas empresariales controvertidas. O lo que es lo mismo, este Derecho supone el punto de referencia nuclear frente al cual deberemos remitir cualquier práctica desleal para con la competencia en el contorno comunitario.

Ahora bien, desde la senda iniciada por la lógica económica y el pensamiento *antitrust* norteamericano, pasando por el Derecho europeo que desarrolla⁹⁶ una pluralidad de provisiones básicas⁹⁷ que pretenden configurar los ejes fundamentales de protección⁹⁸, de forma que el juego de la competencia sea libre y leal, hasta su culminación con la política comunitaria de la competencia, se ha puesto de manifiesto que la noción de competencia se reconduce al prioritario control⁹⁹ de dos grupos fundamentales de prácticas. Por un lado¹⁰⁰, hacia todos aquellos acuerdos entre empresas susceptibles de restringir la competencia, y por el otro¹⁰¹, en torno a todas aquellas sociedades mercantiles en una posición de dominio, a fin de evitar que abusen de ella.

⁹⁵ Como ya señalaba la introducción y se pretende reiterar a efectos clarificadores.

⁹⁶ Vía Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

⁹⁷ Artículos 101 a 109 del TFUE incluidos en el *Anexo Primero* y divididos entre las disposiciones aplicables a las empresas y las ayudas otorgadas por los Estados.

⁹⁸ Para auspiciar una rivalidad entre las organizaciones que compiten en el mercado.

⁹⁹ Por parte de las instituciones comunitarias reseñadas.

¹⁰⁰ Y de acuerdo con el artículo 101 TFUE.

¹⁰¹ Según el artículo 102 del TFUE.

Esta última, es concretamente y muy en especial, la articulación del derecho de la competencia o grupo de conductas reguladas que ahora merece toda nuestra atención. Pues, hay que recordar, que el presente análisis del derecho de la competencia no nace de una vocación en abstracto, ni las metas de su desarrollo son caprichosas, sino que obedece a la intención de sostener una reflexión sobre la normativa comunitaria de la posición dominante.

Como bien han atestiguado los párrafos anteriores, el control de potenciales abusos por parte de posiciones dominantes sostenidas por determinadas empresas en el mercado, es uno de los puntos cardinales de la política europea de la competencia y cuyo origen estamos ahora en disposición de justificar y remontar a la misma noción de competencia, tal y como se desarrolló por la tradición *antitrust* norteamericana y aprehendió por el propio derecho europeo de la competencia.

Precisamente y a partir de esas bases podría plantearse una conceptualización indiciaria de lo que supone un abuso de posición dominante por parte de una organización. Y es que, si bien entendimos como las primeras líneas de la competencia hacían referencia a una rivalidad empresarial en busca de aquel elemento de interés, y que a su vez esta debía ser libre para no desmotivar dicha búsqueda, suponíamos que todos los entes en competencia se regían por una especie de igualdad.

En concreto, nos valimos de un planteamiento según, el cual para que la competencia fuera efectiva todas las partes que participaban en ella tenían que estar sometidas a las presiones competitivas de las demás. De ese modo ninguna podía ser independiente a su entorno. Ahora bien, cuando empezamos a considerar las notas históricas anglosajonas del inicio de la regulación de la competencia, descubrimos la importancia que, en las mismas, supuso las primeras grandes concentraciones de poder. Es decir, la relevancia que en el juego de la competencia uno de los partícipes acumulara mucho más poder que los demás.

Y es que en ocasiones, este tipo de empresas alcanzaban una preponderancia tal que conseguían no estar sometidas precisamente a dichas presiones competitivas de las demás, es decir, se convertían en cuasi monopolios. La pura lógica económica, marcada en muchas ocasiones por un propósito de maximización de beneficios, ha tendido en ocasiones a aprovechar la prevalencia—o posición—de ciertas empresas en

el mercado para desarrollar conductas que les prorrogaran en el poder más allá de la competencia sobre sus méritos y, consecuentemente, con riesgo de desvirtuar las posibilidades de competir de otros partícipes.

Sin embargo, no podemos limitarnos al análisis de la tradición reguladora de la competencia ni como ésta se ha plasmado en las escuetas provisiones que el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea reseñaba¹⁰². Debemos por lo tanto, ahondar en esta vertiente con mayor profusión y recordando cómo el casuismo¹⁰³ específico de este derecho vertebraba la necesidad de un desarrollo comunitario a través de múltiples instrumentos más allá de los Tratados.

Además debe notarse al lector que las prácticas abusivas¹⁰⁴, en buena medida, como consecuencia de su capacidad para distorsionar la competencia y cuyos efectos para el conjunto de la economía hemos tratado anteriormente, han sido objeto de un especial interés por parte de las instituciones. Tanto es así que la propia Comisión¹⁰⁵ europea inauguró¹⁰⁶ en 2005 una *revisión* sobre esta materia o, en sus palabras, “*a reflection on the policy underlying Article 82¹⁰⁷ and the way in which it should enforce that policy*”¹⁰⁸.

En este sentido se pronunció la entonces comisaria europea de la competencia Neelie Kroes¹⁰⁹ y en concreto a favor de un “*rigorously enforce [of] the Treaty’s prohibition on abusive conduct*”¹¹⁰ de forma que esta normativa se focalizara sobre los principales y reales problemas que afectan a la competencia, o lo que es lo mismo, sobre aquel “*behaviour that has actual or likely restrictive effects on the market, which harm consumers*”¹¹¹. De este modo, el espíritu fundamental que bebe de un esfuerzo clarificador, fue también “*to ensure that the EU’s powers to intervene against monopoly abuses are applied consistently and effectively, not only by the Commission but also by*

¹⁰² En su artículo 102 TFUE.

¹⁰³ Recúrrase a la caracterización del derecho europeo de la competencia donde se ahonda sobre este extremo.

¹⁰⁴ En el marco de una posición dominante.

¹⁰⁵ Habida cuenta de que, tal y como se ha visto en el apartado sobre instituciones comunitarias detenta el rol de guardiana del derecho europeo de la competencia.

¹⁰⁶ (European Commission - Competition, 2011a).

¹⁰⁷ Recuérdese, a efectos de posteriores citas, que se trata de la antigua nomenclatura del artículo 102 TFUE previo a la reordenación efectuada por el Tratado de Lisboa.

¹⁰⁸ (European Commission - Competition, 2011a)

¹⁰⁹ Que en su discurso de Septiembre de 2005 ante el Fordham Corporate Law Institute diseñó las líneas maestras de dicha reflexión.

¹¹⁰ (European Commission, 2005).

¹¹¹ (Neelie Kroes, 2005).

*national competition agencies and courts throughout the EU which also now apply EU competition law*¹¹².

En cualquier caso concluir, que este renovado esfuerzo iniciado en 2005 “*is not [...] a radical shift in enforcement policy*” sino una intención de “*to develop and explain theories of harm on the basis of a sound economic assessment [...] to make it easier to understand our policy not only as stated in policy papers but also in individual decisions based on Article 82*”¹¹³. Habida cuenta del casuismo de este derecho justificado anteriormente, no podremos comparar contra el derecho europeo y en especial contra la rama de este que valora la conducta de las empresas dominantes con corrección, sino planteamos la consideración de esta noción de abuso en un contexto práctico.

2. Introducción al caso Microsoft

El caso Microsoft, supone el perfecto complemento práctico para dotar de dinamismo y sentido el casuismo propio del derecho europeo de la competencia y en especial, para vehicular el desarrollo de la normativa comunitaria del abuso de posición dominante de una forma justificada y que nos permita en último término¹¹⁴ contrastar la hipótesis del trabajo¹¹⁵.

Esta empresa¹¹⁶ fundada en 1975 por Bill Gates y Paul Allen y dedicada a desarrollar, fabricar, licenciar y producir software y equipos electrónicos, ha sido durante décadas sinónimo de gran parte del mundo informático y de la computación¹¹⁷ a nivel personal desde su popularización a gran escala a partir de los años 90. En concreto, fue la artífice de trasladar esta realidad a los hogares de la mano de su sistema operativo “Windows” que se convirtió en un estándar, en la *puerta de entrada* de la sociedad a las nuevas herramientas y aplicaciones que ofrecía todo el nuevo espectro informático y de los ordenadores de consumo, alcanzando unas cuotas de mercado superiores al 95%¹¹⁸ en el mundo.

¹¹² (European Commission, 2005)

¹¹³ (Neelie Kroes, 2005)

¹¹⁴ Concretamente en el último capítulo.

¹¹⁵ Esto es, determinar si Google pudiera vulnerar el derecho europeo de la competencia.

¹¹⁶ Para una noción general sobre Microsoft consultar el *Anexo Tercero*.

¹¹⁷ Para una aproximación más detallada consultar el *Anexo Segundo*.

¹¹⁸ (Comisión Europea, 2004). Los sistemas operativos de Microsoft equipan a más del 95% de los ordenadores personales a nivel mundial.

Hablar de Microsoft en sede de Derecho europeo¹¹⁹ de la competencia, no es menos sorprendente. Y es que, paradójicamente a su éxito empresarial, sugiere *a priori* recordar uno de los procedimientos más costosos, extensos¹²⁰ y relevantes en esta materia y que a su vez, concluyó con la imposición de las mayores sanciones pecuniarias que ha conocido nunca una empresa por este concepto, dejando un bagaje jurisprudencial totalmente capital. En concreto, este caso supone el mayor y principal exponente¹²¹ de la *antitrust*, área enmarcada en el ámbito de las “tecnologías de la información”¹²² y cuyo mercado es especialmente “propenso a la aparición [...] de posiciones dominantes”¹²³.

El caso, originado en diciembre de 1998 como consecuencia de la denuncia interpuesta por el gigante estadounidense Sun Microsystems¹²⁴, motivó el comienzo de la que sería una larga investigación, comandada por la Comisión europea y en torno a las prácticas empresariales del icono de la informática por excelencia de Microsoft. Los procedimientos y las pesquisas, se alargarían hasta marzo de 2004, cuando la Comisión acabaría por pronunciarse, vía decisión condenatoria¹²⁵, sobre la conducta a su juicio abusiva de la posición dominante que mantenía esta empresa.

Dicha postura y previo recurso¹²⁶ de Microsoft al Tribunal de Primera Instancia para anular la anterior Decisión de la Comisión, fue refrendada en Septiembre de 2007¹²⁷ por el mismo órgano jurisdiccional apoyando las consideraciones relativas al abuso de posición dominante que manifestara la Comisión en su día.

¹¹⁹ Puede añadirse que, en Estados Unidos la misma compañía ha sido demandada paralelamente por el gobierno federal y, al menos, otros 20 Estados por vulneración de su normativa *antitrust*.

¹²⁰ Es uno de los casos más largos que se haya desarrollado por las instituciones comunitarias e incluso mayor que la vasta mayoría de casos de cualquier jurisdicción nacional que resume en 301 páginas y 1.080 párrafos (sólo la Decisión de 2004), miles de páginas de materiales de soporte.

¹²¹ (European Commission - Competition, 2011d).

¹²² Ámbito en el que bien se podría inscribir también a Google.

¹²³ (informesobrelapoliticadecompeten).

¹²⁴ Sun Microsystems es una empresa informática recientemente adquirida por Oracle Corporation, anteriormente parte de Silicon Valley, fabricante de semiconductores y software. Fue constituida en 1982 por el alemán Andreas von Bechtolsheim y los norteamericanos Vinod Khosla, Bill Joy, Scott McNealy y Marcel Newman. Las siglas SUN se derivan de «Stanford University Network», proyecto creado para conectar en red las bibliotecas de la Universidad de Stanford. En ese año introducen al mercado su primera estación de trabajo que desde su inicio trabajó con el protocolo TCP/IP, sobre el cual se rige la mayor parte del tráfico de Internet. Actualmente, la empresa cuenta con alrededor de 31.000 empleados a nivel mundial (datos de finales del año fiscal 2005). Se hizo famosa por el eslogan «The network is the computer» («La red es la computadora»). Su valor actual en la bolsa de tecnología Nasdaq está ligeramente sobre los 3.000 millones de dólares americanos (Diciembre 2008), y sus ventas anuales ascienden a 11.000 millones de dólares. Fuente: (Wikipedia, 2011).

¹²⁵ Decisión de la Comisión, de 24 de Marzo de 2004, asunto COMP/C-3/37.792 Microsoft.

¹²⁶ An action for annulment of the Decision with the Court of First Instance (CFI) on 7 June 2004.

¹²⁷ Asunto T-201/04, Microsoft/Comisión, Rec. 2007.

Por último, en diciembre de 2007, a instancias de la denuncia interpuesta por Opera Software¹²⁸, la Comisión volvería a iniciar una investigación¹²⁹ sobre las prácticas de Microsoft y el hipotético abuso de su posición dominante que éstas podrían suponer. Ante esta nueva presunción de conducta ilegítima, la empresa en cuestión, aleccionada por las antecedentes resoluciones europeas en el ámbito de la competencia, contestaría ofertando unos compromisos¹³⁰ que subsanaran las vicisitudes advertidas. Finalmente y en diciembre de 2009 estos serían adoptados—de forma vinculante para Microsoft—a través de una Decisión¹³¹ de la Comisión.

3. Posición de dominio

En general, para analizar pormenorizadamente una conducta de abuso de posición dominante capaz de distorsionar la normal competencia que debe presidir la rivalidad empresarial, parece lógico que, una vez entendida la misma noción de competencia y cómo esta se protege, regula e implementa a través del derecho y la política de la competencia en Europa, se aborde ahora qué se entiende por una posición dominante.

La doctrina comunitaria¹³², habida cuenta de que los Tratados no aportan más luz a la materia, acostumbra a convenir que a grandes líneas se relaciona con “*a position of economic strength on a market*”¹³³ y que puede definirse, de acuerdo a la jurisprudencia¹³⁴, como “la situación de poder económico en que se encuentra una empresa y que permite a ésta impedir que haya una competencia efectiva en el mercado de referencia, confiriéndole la posibilidad de comportarse con un grado

¹²⁸ Opera Software es una empresa de software noruega conocida principalmente por su navegador Opera, fundada el 30 de agosto de 1995 por los ingenieros de software Jon S. von Tetzchner y Geir Ivarsøy, también está implicada en la promoción de los estándares web mediante su participación en el W3C. El nombre completo de la compañía es "Opera Software ASA". ASA significa, Allmennaksjeselskap, (en Noruega, corporación). Fuente: (Wikipedia, 2011).

¹²⁹ On 21 December 2007, the Commission decided to initiate antitrust proceedings in case COMP/C-3/39530 (Microsoft (Tying)) within the meaning of Article 11(6) of Regulation No 1/2003 and Article 2(1) of Regulation No 773/2004.

¹³⁰ Proposed Commitments de 6 de octubre de 2009. (http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39530/39530_2206_13.pdf; http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39530/39530_2207_7.pdf; http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39530/39530_2208_7.pdf).

¹³¹ Decisión de la Comisión, de 16 de diciembre de 2009, asunto COMP/39.530 Microsoft (Ventas vinculadas).

¹³² Por ejemplo (European Commission - DG Competition, 205; González-Orús, y otros, 2008; Comisión Europea, 2009) entre otros.

¹³³ (European Commission - DG Competition, 205)

¹³⁴ En concreto tal y como quedó establecido en el asunto *United Brands* en Sentencia del TJCE, de febrero de 1978.

apreciable de independencia frente a sus competidores, sus clientes y, finalmente, los consumidores”¹³⁵.

Parece lógico, que de forma previa a cualquier debate en torno al dominio y en consecuencia a la anterior definición, lo primero que habrá que acotar será el *mercado de referencia*. En este sentido “*the relevant market provides a framework for analysing whether the undertaking concerned holds a dominant position*”¹³⁶ y es “*a tool to identify and define the boundaries of competition between firms*”¹³⁷ o lo que es lo mismo, identifica aquél “espacio” concreto en el que los operadores compiten.

Para caracterizar este marco específico donde ocurre la competencia—y en todo caso donde el operador en cuestión podrá gozar de una posición dominante—la tradición jurídica comunitaria ha venido distinguiendo una dimensión de *producto* y otra *geográfica*. La primera o *relevant product market* comprende “*all those products and/or services which are regarded as interchangeable or substitutable by the consumer, by reason of the products characteristics*”¹³⁸. Luego, el elemento esencial a descubrir será precisamente esa intercambiabilidad o sustituibilidad del producto por el lado de la demanda, que en caso de no ser factible, supondrá reducir a ese producto el mercado relevante y viceversa.

Por lo que respecta a la vertiente geográfica o *relevant geographic market* habrá que estar al “*area in which the undertakings concerned are involved in the supply and demand of products or services, in which the conditions of competition are sufficiently homogeneous and which can be distinguished from neighbouring areas because the conditions of competition are appreciably different in those area*”¹³⁹.

La combinación de ambas dimensiones permite la determinación fiable del mercado relevante. Así y en el caso¹⁴⁰ Microsoft, la Comisión distinguió primeramente la existencia de cuatro mercados diferenciados. De modo que “*by reason of its specific*

¹³⁵ Véase concretamente el asunto 27/76, United Brands Company y United Brands Contintental/Comisión, Rec. 1978, p. 207, apartado 65; y el asunto 85/76, Hoffmann-La Roche & Co./Comisión, Rec. 1979, p. 461, apartado 38.

¹³⁶ (European Commission - DG Competition, 205).

¹³⁷ (European Commission, 1997)

¹³⁸ Ídem.

¹³⁹ Ídem.

¹⁴⁰ Resulta importante notar al lector que de ahora en adelante la referencia al “caso Microsoft” no supone una alusión individualizada sino colectiva a la Decisión de la Comisión de 2004 y 2009 así como al caso resuelto por el Tribunal de Primera Instancia de 2007.

*characteristics and the lack of realistic substitutes*¹⁴¹ los sistemas operativos para ordenadores personales¹⁴², los sistemas operativos para servidores de grupos de trabajo¹⁴³, los reproductores multimedia¹⁴⁴ y los navegadores de internet¹⁴⁵ constituyen, individualmente, un mercado relevante de producto. En cuanto al ámbito geográfico, la Comisión entendió que para todos ellos es *mundial* pues “*the objective conditions for competition are essentially the same across the world*”¹⁴⁶.

Una vez acotado el mercado relevante, puede empezarse a calibrar la existencia de dominación en él. Probablemente, observe el lector como las previas nociones de competencia ya nos permitieron en buena medida obtener el esqueleto de la configuración de una posición de dominio. No obstante, la propia normativa comunitaria añade unos matices específicos que será preciso desgranar. En concreto el concepto de la posición dominante parece asentarse sobre tres pilares.

¹⁴¹ (European Commission, March 03, 2004; Court of First Instance (CFI), 17 September 2007; European Commission, 2009) Siendo ésta la fórmula estándar de la Comisión que concluye al razonamiento sobre el mercado de referencia del producto.

¹⁴² “Los sistemas operativos son productos de software (soporte lógico) que controlan las funciones básicas de un ordenador. Se entiende por «ordenadores personales clientes» («ordenadores personales») los ordenadores de uso general que se destinan a su empleo por una sola persona en cada momento, y que pueden conectarse a una red de ordenadores”. Fuente: (European Commission, March 03, 2004).

¹⁴³ “Se entienden por «servicios de servidores de grupos de trabajo» los servicios básicos que utilizan los empleados de oficina en su trabajo cotidiano, a saber, compartir archivos almacenados en servidores, compartir impresoras y ejercer una serie de derechos, en tanto que usuarios de la red, que el departamento de informática de su organización «administra» en su nombre de modo centralizado. Por «sistemas operativos para servidores de grupos de trabajo» se entienden, los sistemas operativos concebidos y comercializados a fin de prestar colectivamente estos servicios a un número relativamente reducido de ordenadores personales conectados entre sí a través de redes de pequeñas o medianas dimensiones”. Fuente: (European Commission, March 03, 2004).

¹⁴⁴ “Los reproductores multimedia, son aplicaciones de software para ordenadores clientes cuya principal funcionalidad reside en descodificar, descomprimir y reproducir archivos de audio y vídeo digital (cuyo ulterior tratamiento también permiten) descargados o transmitidos en un flujo de datos continuo (streaming) a través de Internet (y otras redes). Los reproductores multimedia pueden también reproducir archivos audio y vídeo almacenados en soportes físicos tales como CD y DVD”. Fuente: (European Commission, March 03, 2004).

¹⁴⁵ “*Web browsers are software products used by individual users of client PCs or other devices to access and interact with World Wide Web (“web”) content. That content is hosted on servers which are connected to networks such as the internet. Web browsers which are able to display web content have been developed for all important client PC operating systems on the market. Technically, a web browser is a software tool that makes use of a Transfer Control Protocol/Internet Protocol (“TCP/IP”) connection to send and receive Hypertext Transfer Protocol (“HTTP”) data traffic in accordance with the user’s wishes. The web browser then processes the answer from the relevant web server and renders [Rendering is the graphical and functional interpretation of the source code of a web page and its transposition into the visual of the web page shown by the web browser to the user, for example, the layout, the physical appearance, colours, fonts, embedded objects such as pictures or video, links and functionality such as drop-down menus] the received web content to make it visible to the user*”. Fuente: (European Commission, 2009)

¹⁴⁶ (European Commission, March 03, 2004; European Commission, 2009)

El primero de ellos, hace referencia a la presunta posición de poderío económico que debe disfrutar la empresa en cuestión. Este elemento implica que dicha posición ha de existir en cuanto a una referencia contra la que se compara y no en abstracto. Es decir, que “*an undertaking either on its own or together with other undertakings must hold a leading position on that market compared to its rivals*”¹⁴⁷. Luego una determinada posición—o posiciones—dominante existirá en tanto en cuanto se contraponga una posición de liderazgo frente a otras que no lo son tanto en un mercado—relevante—determinado. Y hacemos la aclaración en plural pues ésta situación de liderazgo, no necesariamente tiene que ser detentada de forma individual sino que podría ser colectiva¹⁴⁸.

Por lo que respecta ahora a los otros dos pilares de la conceptualización que venimos analizando se trata, por un lado de la noción de *independencia* con la que debe comportarse la empresa y, por el otro, la capacidad de ésta de impedir la competencia efectiva en el mercado de referencia. La propia Comisión europea, parece admitir¹⁴⁹ que ambos elementos identifican el vínculo entre la susodicha posición de fuerza económica y el proceso competitivo¹⁵⁰. Así y en concreto, “*the notion of Independence [...] is the special feature of dominance*”¹⁵¹ pues caracteriza su naturaleza de modo que supone, como ya avanzamos anteriormente, que la empresa en cuestión no se encuentre sometida a las presiones competitivas del entorno. Es decir que “la dominación implica que esta presión competitiva no es suficientemente eficaz”¹⁵² de modo que las acciones que toma la empresa dominante van a ser mayoritariamente insensibles a las acciones y reacciones de sus “competidores, sus clientes y, en último término, de los consumidores”¹⁵³.

En cambio y por cuanto atañe al tercer elemento supone que, dicha posición dominante caracterizada por la independencia frente al entorno confiere además y como consecuencia, la capacidad a la empresa en cuestión de bloquear la competencia efectiva¹⁵⁴—esto es, de atacar el proceso competitivo—a su alrededor. No obstante resulta capital, como posteriormente se advertirá, que la Comisión “puede considerar

¹⁴⁷ (European Commission - DG Competition, 205)

¹⁴⁸ Recúrrase por ejemplo a los casos conjuntos C-395/96 P y C-396/96 P *Compagnie maritime belge transports*, párrafo 36.

¹⁴⁹ (European Commission - DG Competition, 205)

¹⁵⁰ Tal y como lo hemos desarrollado especialmente en los primeros párrafos del presente trabajo.

¹⁵¹ (European Commission - DG Competition, 205) y Caso 85/76 *Hoffmann-La Roche*, párrafos 42-48.

¹⁵² (Comisión Europea, 2009)

¹⁵³ (Comisión Europea, 2009)

¹⁵⁴ Cuyo desarrollo ha sido ampliamente configurado en la noción de competencia

que no existe una presión competitiva eficaz [luego existe independencia y por tanto, en mayor o menor grado, una posición de dominio] aún cuando subsista una cierta competencia real o potencial”¹⁵⁵. De modo que, *a priori* será compatible una posición dominante con un entorno competitivo—o potencialmente competitivo—.

En definitiva, esta posición de dominio mantenida por una empresa, en cuanto que liderazgo en el mercado radica en la capacidad de sobrepasar y por tanto no verse sujeta a las presiones competitivas ejercidas por el mismo mercado lo que significa que, la empresa en cuestión “disfruta de un *poder de mercado sustancial* durante cierto tiempo”¹⁵⁶. Esta es la noción básica que subyace a la posición dominante hasta el punto que la misma N. Kroes afirma que “*naturally, I identify dominance with substantial market power*”¹⁵⁷.

De este modo en el caso Microsoft, la Comisión se planteó si, el operador en cuestión detentaba en alguno de los cuatro mercados relevantes reseñados esa posición de liderazgo frente a los competidores. Es decir, si ya fuera en el ámbito de los sistemas operativos para computadores personales o para servidores de grupos de trabajo, en el sector de los reproductores multimedia o en la esfera de los navegadores de internet Microsoft ostentara un poder de mercado tal, que le permitiera desarrollar una conducta al margen de las presiones competitivas que ejercieran los rivales. O lo que es lo mismo, comportarse con independencia al entorno siendo éste el presupuesto que le conferiría una eventual capacidad de atacar el proceso competitivo a su alrededor para su beneficio y en perjuicio de los competidores.

Particularmente, la Comisión se planteó¹⁵⁸ si Microsoft ocupaba, por un lado, una situación de dominio en el mercado de sistemas operativos de uso personal y por otro, en el mercado de estos mismos sistemas operativos pero de propósito empresarial o corporativo y que previamente se han diferenciado.

Por lo tanto, para a determinar, en general y en el ámbito de Microsoft, la susodicha dominación a efectos comunitarios, habrá que estar a la determinación de su poder de mercado, o lo que es lo mismo, al “*power to influence market prices, output,*

¹⁵⁵ Véase el asunto 27/76, United Brands Company y United Brands Continentaal/Comisión, Rec. 1978, p. 207, apartados 113 a 121; y el asunto T-395/94, Atlantic Container Line y otros/Comisión, Rec. 2002, p. II-875, apartado 330.

¹⁵⁶ (Comisión Europea, 2009)

¹⁵⁷ (Neelie Kroes, 2005)

¹⁵⁸ (European Commission, March 03, 2004; European Commission, 2009)

*innovation, the variety or quality of goods and services, or other parameters of competition on the market for a significant period of time*¹⁵⁹. Para ello, la tradición jurídica comunitaria¹⁶⁰ ha venido realizando una evaluación en tres ámbitos distintos aunque encuadrada en la lógica consideración general de la estructura competitiva del mercado.

En particular hay que valorar, primeramente, la posición en el mercado de la empresa dominante y de sus competidores. Para ello ha contado con gran respaldo la utilización de las *cuotas de mercado*, siendo ésta también la “primera indicación útil para la Comisión”¹⁶¹. De hecho IBAÑEZ COLOMO, llega a considerar que es “el más importante indicio estructural del poder de mercado”.

Ante tanto entusiasmo, hay que matizar¹⁶² a este respecto que, si bien son importantes, debe tenerse presente que la existencia de una situación de dominio, en muchas ocasiones, puede derivar de varios factores, no teniendo que ser ninguno de ellos, en exclusiva, necesariamente determinante¹⁶³. Así la Comisión ha venido sosteniendo que la interpretación de las cuotas de mercado deberá, necesariamente, conjugarse con las condiciones del mercado de referencia y, en especial, la dinámica del mercado y el grado de diferenciación de los productos.

Una vez introducida y matizada la importancia de este elemento indicativo debemos considerar su naturaleza. Por lo general, la lógica nos lleva a suponer que una cuota de mercado baja no conllevará una gran capacidad de sustraerse a las presiones competitivas del entorno y por tanto, difícilmente se podría estar en una situación de dominio. En concreto y según la experiencia de la Comisión, “no es probable que haya dominación si la cuota de mercado de la empresa [...] es inferior al 40%”¹⁶⁴. Sin embargo, estas simplificaciones habrá que acotarlas siempre bajo un principio de prudencia ya que en ocasiones¹⁶⁵ podría ser que, incluso bajo este umbral

¹⁵⁹ (European Commission - DG Competition, 205)

¹⁶⁰ (European Commission - DG Competition, 205) y (Comisión Europea, 2009)

¹⁶¹ (Comisión Europea, 2009)

¹⁶² Dada cierta corriente reduccionista a pretendido someter a este indicador todo el debate sobre la posición dominante, por lo que

¹⁶³ Así el caso 85/76 Hoffmann-La Roche, párrafo 39.

¹⁶⁴ (Comisión Europea, 2009)

¹⁶⁵ Decisión de la Comisión, de 14 de julio de 1999, en el asunto IV/D-2/34.780, *Virgin/British Airways*, DO L30, de 2000, p. 1. en este asunto la compañía británica British Airways fue considerada dominante con una cuota de mercado del 39,7%.

la competencia no estuviera en condiciones¹⁶⁶ de “ejercer una presión efectiva sobre la conducta de la empresa dominante”¹⁶⁷.

Por el contrario y en términos generales, a mayor cuota de mercado¹⁶⁸ y a mayor tiempo de sostenibilidad de la misma¹⁶⁹, igualmente mayor será la probabilidad de que “constituya un indicio preliminar importante de la existencia de una posición dominante”¹⁷⁰. De hecho, se llega a afirmar desde la doctrina como cuotas extremadamente importantes “constituyen en sí mismas, y salvo circunstancias excepcionales, la prueba de la existencia de una posición dominante”¹⁷¹ y así lo ha concretado el Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea¹⁷² en referencia a aquellas cuotas que alcancen o rebasen el 80%.

En suma, las cuotas de mercado son un instrumento útil pero no definitivo pues la Comisión, por regla general, no llegará a una conclusión definitiva en un asunto sin haber examinado el conjunto de factores restantes o lo que es lo mismo, “*in the end a full economic analysis of the overall situation is necessary*”¹⁷³.

Y precisamente en el caso concreto de Microsoft, podemos observar la traslación práctica de esta valoración. Por lo que se refiere a la hipotética dominación en el ámbito de los mercados de sistemas operativos para ordenadores, el propio operador en cuestión reconoció¹⁷⁴ que ocupaba una posición dominante. En este sentido, la Comisión, siguiendo la tradición comunitaria expuesta, valoró primeramente

¹⁶⁶ Siguiendo de nuevo a Ibáñez Colomo como consecuencia, por ejemplo del número y la importancia relativa de las empresas competidoras o de la existencia de barreras que imposibiliten o dificulten nuevas entradas en el mercado.

¹⁶⁷ (Comisión Europea, 2009)

¹⁶⁸ En general con tasas superiores al 50% según (European Commission - DG Competition, 2005; González-Orús, y otros, 2008)

¹⁶⁹ De la jurisprudencia puede inferirse un período de tres o más años, puede ser significativo sin embargo, no hay establecido un mínimo concreto.

¹⁷⁰ (Comisión Europea, 2009) y por ejemplo, la Sentencia del TJCE, de 13 de febrero de 1979, en el asunto 85/76, Hoffmann-La Roche & Co. AG c. Comisión, Rec. P. 461, apartados 39-41.

¹⁷¹ (González-Orús, y otros, 2008)

¹⁷² En la Sentencia del TJCE, de 13 de febrero de 1979, en el asunto 85/76, Hoffmann-La Roche & Co. AG c. Comisión, Rec. P. 461, apartado 56.

¹⁷³ (Neelie Kroes, 2005)

¹⁷⁴ (European Commission, March 03, 2004). Concretamente en su respuesta al *supplementary Statement of Objections* [t.p. pliego de cargos] remitido por Microsoft a la Comisión entre los días 12 a 14 de noviembre de 2003. El pliego de cargos señala la apertura de una investigación formal, donde la Comisión comunica los eventuales cargos u objeciones a la empresa o empresas afectadas (Comisión Europea, 2004). Nótese (European Commission - Competition, 2011c) que en consonancia con la apertura de pesquisas por parte de la Comisión a Microsoft se le enviaron hasta un total de tres pliegos de cargos repartidos entre 2000 (IP/00/906), 2001(IP/01/1232) y 2003 (IP/03/1150).

la posición de mercado de la empresa frente a la competencia a través del indicador de la cuota de mercado.

Así estableció que ésta y en el caso de Microsoft, al menos desde 1996, se mantuvo en un nivel muy alto y oscilando, según mediciones¹⁷⁵, entre el 76,4% en ese año hasta situarse por encima del 90% desde el año 2000. A ello se suma que en base a las estimaciones del "IDC"¹⁷⁶ la Comisión sostuviera que la empresa en cuestión "[helded] a worldwide market share of around 90% [...] in [that] market"¹⁷⁷. Por lo tanto, Microsoft y a los ojos del guardián de la competencia europea no sólo se hizo con unas cuotas de mercado extremadamente altas sino que, fue capaz de sostenerlas en el tiempo de forma prolongada.

Además, la Comisión consideró que las cuotas de las que disponía el operador en cuestión, dejaban poco margen a la competencia cuya posición en el mercado para sistemas operativos de uso personal no alcanzaba el 3% y básicamente podía reducirse a la única alternativa factible que era el sistema operativo "Mac OS"¹⁷⁸ de la empresa norteamericana Apple¹⁷⁹.

En coherencia con la teoría general y la jurisprudencia establecida¹⁸⁰, si ya unas cuotas por encima del 50% tendían a considerarse indicativo de un probable poder de mercado y aquellas situadas en una horquilla del 70%-80% aseguraban, por sí mismas, una presunción de dominio, "*Microsoft, with its market shares of over 90%, occupies almost the whole market*" alcanzando un cuasi monopolio¹⁸¹ y pudiéndose llegar a considerar que éste "[holds] an overwhelmingly dominant position"¹⁸².

¹⁷⁵ (European Commission, March 03, 2004)

¹⁷⁶ International Data Corporation. Recúrrase a <http://idc.com/about/about.jsp?jsessionid=X5BEBZDG1GQTQCQJAFICFFAKBEAUMIWD>, printed on 20 November 2009. In 2006, according to IDC, Microsoft's worldwide market share in terms of Worldwide Shipments of Client Operating Systems was 92.0% and had been up to 93.6% in 2004. Source: IDC Report "Worldwide Client and Server Operating Environments 2007-2010 Forecast and Analysis: Don't Count Anybody Out Yet", February 2007.

¹⁷⁷ (European Commission, 2009)

¹⁷⁸ Mac OS (del inglés Macintosh Operating System, en español Sistema Operativo de Macintosh) es el nombre del sistema operativo creado por Apple para su línea de computadoras Macintosh. Es conocido por haber sido el primer sistema dirigido al gran público en contar con una interfaz gráfica compuesta por la interacción del mouse con ventanas, iconos y menús. Fuente: (Wikipedia, 2011).

¹⁷⁹ Apple Inc. (pronunciado "Ápel" en castellano) es una empresa multinacional estadounidense con sede en Cupertino, California, que diseña y produce equipos electrónicos y software. Fuente: (Wikipedia, 2011).

¹⁸⁰ (European Commission - DG Competition, 205; González-Orús, y otros, 2008) Y En la Sentencia del TJCE, de 13 de febrero de 1979, en el asunto 85/76, Hoffmann-La Roche & Co. AG c. Comisión, Rec. P. 461, apartado 56.

¹⁸¹ (Comisión Europea, 2004)

¹⁸² (European Commission, March 03, 2004)

Por lo que respecta ahora, a la presunción de dominación en el ámbito de los mercados de sistemas operativos para servidores de grupos de trabajo, el sentido de los análisis efectuados por la comisión fueron similares. Así, siguiendo el mismo criterio, la Comisión corroboró la presunción de dominación—por este indicador—como consecuencia del análisis de multitud de datos que revelaron unas cuotas de mercado superiores al 50% “según todos los criterios de medida y situada en una franja del 60 al 75% según la mayoría”¹⁸³.

Además la consideración de la posición de los competidores alternativos se mostró análogamente insuficiente pues la Comisión consideró que “NetWare”¹⁸⁴ era su único rival estando este en una débil posición y que “*other operating systems, such as Linux*”¹⁸⁵ and UNIX¹⁸⁶ [had] a limited presence in the market”¹⁸⁷.

Sin embargo, es una tesis asentada de la Comisión que a los criterios de cuotas—pese a su extraordinaria relevancia en el caso Microsoft—deban complementarse con otros elementos moduladores. Para ello y en segundo lugar, resulta insoslayable sopesar las posibles barreras de expansión o entrada que puedan afrontar los competidores reales o potenciales. En este sentido, el hecho de que haya quedado ampliamente desarrollado en las secciones precedentes a este apartado la naturaleza dinámica del proceso competitivo, implica que el objetivo de evaluar la presión que ejerce el entorno sobre la presunta empresa dominante no puede basarse “únicamente en la situación de mercado existente”¹⁸⁸ siendo preceptivo, tener en cuenta

¹⁸³ (European Commission, March 03, 2004)

¹⁸⁴ Novell Netware es un Sistema operativo de red. Es una de las plataformas de servicio más fiable para ofrecer acceso seguro y continuado a la red y los recursos de información, sobre todo en cuanto a servidores de archivos. Aunque el producto Windows de Microsoft nunca soportó una comparación con Netware, el retiro en 1995 de Ray Noorda junto al escaso marketing de Novell hicieron que el producto perdiera mercado, aunque no vigencia por lo que se ha anunciado soporte sobre este sistema operativo hasta el año 2015, por lo menos. Fuente: (Wikipedia, 2011)

¹⁸⁵ GNU/Linux es uno de los términos empleados para referirse a la combinación del núcleo o kernel libre similar a Unix denominado Linux, que es usado con herramientas de sistema GNU. Su desarrollo, es uno de los ejemplos más prominentes de software libre; todo su código fuente puede ser utilizado, modificado y redistribuido libremente por cualquiera bajo los términos de la GPL (Licencia Pública General de GNU, en inglés: *General Public License*) y otra serie de licencias libres. Fuente: (Wikipedia, 2011).

¹⁸⁶ Unix (registrado oficialmente como UNIX®) es un sistema operativo portable, multitarea y multiusuario; desarrollado, en principio, en 1969 por un grupo de empleados de los laboratorios Bell de AT&T, entre los que figuran Ken Thompson, Dennis Ritchie y Douglas McIlroy. Fuente: (Wikipedia, 2011).

¹⁸⁷ (European Commission, March 03, 2004)

¹⁸⁸ (Comisión Europea, 2009)

“el impacto potencial de la expansión de los competidores existentes o la entrada de competidores potenciales, incluida la amenaza de tal expansión o entrada”¹⁸⁹.

Esto es, que a partir de un entorno competitivo dado, hay que valorar cuál es la respuesta real o potencial que los competidores pueden ejercer frente a una hipotética alteración de los parámetros de la competencia—como son los precios, la producción, la innovación, la variedad o la calidad de mercancías o servicios—más allá de los niveles competitivos. Si esta reacción, frente a la conducta de la presunta empresa dominante, tiene visos de prosperar y es “probable” [rentable para el competidor], tempestiva [adecuadamente rápida] y suficiente [a gran escala]¹⁹⁰ podrá disuadir o impedir, el ejercicio de un poder de mercado sustancial de la empresa en cuestión. Si por el contrario, la prosperabilidad de una respuesta de estas dimensiones, es mínima, resultará un indicativo serio de dominación.

Ahora bien, la capacidad de que el entorno, de que los competidores, puedan articular una respuesta de las características precitadas, va a redundar en la existencia de obstáculos a la expansión o entrada, en otras palabras, a la presencia de *barreras*¹⁹¹. Éstas son por tanto “*factors that make entry impossible or unprofitable while permitting established undertakings*”¹⁹² alterar los parámetros de la competencia por encima de los niveles de mercado. Es facilitador, a la hora de identificar prácticamente estos obstáculos a la expansión y/o entrada de los competidores, prestar cierta atención sobre si éstos son capaces de replicar razonablemente las circunstancias que favorecen al presunto dominante.

En general las barreras de entrada o expansión pueden adoptar numerosas formas. Por un lado, podemos advertir la existencia de impedimentos de tipo externo como pudieran ser legales¹⁹³ o administrativos. Por otro lado, ciertos elementos internos e inherentes a la propia actividad de la empresa en situación de dominio, como ciertas ventajas disfrutadas específicamente por ésta. Es el caso de ostentar importantes economías de escala y alcance, el acceso en condiciones de privilegio a insumos

¹⁸⁹ (Comisión Europea, 2009)

¹⁹⁰ (Comisión Europea, 2009)

¹⁹¹ Hay que tener en cuenta y relacionado con las cuotas de mercado, que la existencia de unas altas barreras de expansión o de entrada, aún siendo las cuota de mercado reducidas, podrían desembocar en la existencia de una posición de mercado, y viceversa. Es decir, que una relativamente alta cuota de mercado adherida a unas barreras de entrada o expansión—reales o potenciales—mínimas podría absolver a la presunta empresa dominante de esa consideración.

¹⁹² (European Commission - DG Competition, 2005)

¹⁹³ Como serían aranceles o contingentes determinados.

necesarios—ya sean en forma de recursos naturales o de tecnologías relevantes—o a redes de distribución y venta fuertemente establecidas.

A estos anteriores, puede sumarse aquellos que se deriven de la propia capacidad y conducta de la empresa de forma que afecten al resto. En este sentido, la consecución de fuertes inversiones por parte del competidor dominante que tuvieran que ser igualados por el entorno podrían ir en esta línea. Y por último, pueden destacarse aquellas barreras que supongan costes para clientes y consumidores como podrían ser la conclusión con éstos de contratos a largo plazo y que generen efectos excluyentes o los llamados “efectos de red” en virtud de los cuales el valor de los productos de la competencia puede ser inferior a los de la empresa en cuestión como consecuencia de que estos “*do not have a large intalled base of customers*”¹⁹⁴. En cualquier caso y en definitiva habrá que estar al caso concreto.

Por último el tercer elemento que configura una rica y completa valoración de la posición de dominio, vendrá dado por sopesar la *capacidad de negociación de la demanda*, es decir, la posición en el mercado de los compradores con respecto al presunto operador dominante. De forma similar al planteamiento construido anteriormente, si ante una hipotética alteración de los parámetros de la competencia más allá de los niveles competitivos, el poder de negociación de los clientes “es de una magnitud suficiente”¹⁹⁵ para disuadir el ejercicio de un poder sustancial de mercado por parte de dicho operador, es altamente probable, que éste no esté en condiciones de actuar con independencia frente a sus presiones competitivas y por tanto no sea capaz de ejercer una dominación efectiva¹⁹⁶.

Esta capacidad de negociación, puede inferirse del tamaño de los clientes o de la relevancia comercial para la presunta empresa dominante, de su habilidad para cambiar a otro proveedor del mercado o promover la entrada de nuevos competidores en el mercado o, incluso, para integrarse verticalmente. En cualquier caso, hay que anotar finalmente que “*it is not sufficient that certain strong buyers may be able to extract more favourable conditions from [...] the dominant undertaking than their weaker*

¹⁹⁴ (European Commission - DG Competition, 2005)

¹⁹⁵ (Comisión Europea, 2009)

¹⁹⁶ Así por ejemplo el asunto T-228/97, Irish Sugar/Comisión, Rec. 1999, p. II-2969, apartados 97 a 104, en el que el Tribunal de Primera Instancia consideró si la supuesta falta de independencia de la empresa respecto a sus clientes debe considerarse una circunstancia excepcional que impide declarar la existencia de una posición dominante a pesar de que la empresa era responsable en gran parte de las ventas registradas en el mercado del azúcar industrial en Irlanda (Comisión Europea, 2009).

*competitors*¹⁹⁷ sino que dichas condiciones favorables han de ser extensibles a todo el mercado.

La Comisión, con respecto primeramente, al mercado de los sistemas operativos orientados a la informática de gran consumo, se planteó hasta qué punto era viable que ante una alteración de los parámetros de la competencia más allá de los rangos competitivos y por parte de Microsoft, el entorno pudiera responder de forma probable, tempestiva y suficiente.

En contra la citada prosperabilidad de esa hipotética reacción del entorno, la Comisión halló sustanciales barreras de entrada. De este modo y en primer lugar, brilló por encima de cualquier otra la existencia de unos poderosos efectos de red. Y es que, en líneas generales, la popularidad de un sistema operativo de estas características para los usuarios, reposará en buena medida sobre su acogida por parte de los vendedores de aplicaciones para el mismo. Esto es, en la medida en que éstos prefieran, un determinado sistema operativo y diseñen aplicaciones para éste, redundará en su beneficio.

Sin embargo y en una especie de bucle, las preferencias que motivarán a los diseñadores de aplicaciones a decantarse por uno u otro sistema operativo, beberán en buena medida de cuál sea más popular para los consumidores. Y es que, en concisas palabras de la Comisión *“the more popular an operating system is, the more applications will be written for it and the more applications are written for an operating system, the more popular it will be among users”*¹⁹⁸

De esta manera, se puede desprender que, sumada a su omnipresencia en el mercado de sistemas operativos para ordenadores personales, el hecho de que Microsoft dispusiera de semejantes efectos de red, lleva a que, aunque en teoría posible, sería *“extremely difficult, time-consuming, risky and expensive”*¹⁹⁹ que un competidor se aviniera a configurar una respuesta alternativa al producto en cuestión. Pues lógicamente éste estaría, al menos *a priori*, desprovisto de aplicaciones *“available, tested and used by other people”*²⁰⁰ lo cual desalentaría su atractivo para los consumidores.

¹⁹⁷ (European Commission - DG Competition, 205)

¹⁹⁸ (European Commission, March 03, 2004) (European Commission, 2009)

¹⁹⁹ (European Commission, March 03, 2004) (European Commission, 2009)

²⁰⁰ (European Commission, March 03, 2004)

En suma, señala la Comisión, que el lanzamiento de un sistema operativo para ordenadores personales al mercado, tendría que conseguir soportar una considerable masa crítica de aplicaciones dependientes de Windows o poseer un número suficiente de aplicaciones propias suficiente. Todo ello supone la que se ha venido en denominar como “*applications barrier to entry*”²⁰¹.

Además de estos efectos de red que llevan a una barrera de aplicaciones, la Comisión cree oportuno destacar que podrían concurrir otros obstáculos de tipo considerable como los “*costs of development and product testing*” o la ingente capacidad financiera de Microsoft cuyo “*profit margin of approximately 81% [...] is high by any measure*”²⁰². Estas barreras, por tanto, sirvieron para “*to reinforce Microsoft's very strong position in that market*”²⁰³.

En segundo lugar, la Comisión abordó las posibles barreras de entrada en el mercado de los sistemas operativos para servidores de grupos de trabajo. En este ámbito y análogamente al mercado anteriormente analizado, las elevadas cuotas de mercado de Microsoft y las características del producto en cuestión tendieron a configurar de nuevo una suerte de efectos de red que actúan como barrera. Y es que, en el campo empresarial, cuantos más técnicos especializados en un determinado sistema operativo, más fácil será encontrarlos para los consumidores y por tanto, éstos se inclinarán en mayor medida hacia el producto en cuestión popularizándolo.

Por otro lado y a la hora de especializarse, los profesionales del sector preferirán hacerlo en aquellos productos—en este caso en el sistema operativo para servidores de trabajo de Microsoft—que sean más populares entre los consumidores²⁰⁴. Esta dinámica vuelve a completar un bucle que se retroalimenta²⁰⁵ favoreciendo al producto más extendido.

²⁰¹ (European Commission, March 03, 2004)

²⁰² (European Commission, March 03, 2004)

²⁰³ (European Commission, March 03, 2004) (European Commission, 2009)

²⁰⁴ Quizás en este contexto sea más propio entender “cliente” en lugar de “consumidor”.

²⁰⁵ Curiosamente la Comisión explica esta dinámica a través de la opinión de una firma española y según la cual “*we used to have a lot of Novell. Two years ago, we started to switch. The new technical staff that we were hiring were more expert on Windows NT. We have one Novell server left for printing that will be replaced by a Windows 2000 server*” (European Commission, March 03, 2004).

Además la Comisión, también distinguió la existencia de un tipo de barreras basadas en la conducta²⁰⁶ del propio operado Microsoft y en virtud de la cual, su negativa a proporcionar información de interoperabilidad²⁰⁷, dada la “*strong need for client PC operating systems and work group server operating systems to inter-operate*”²⁰⁸ actúa como una importante barrera de entrada al mercado. A merced de todos estos obstáculos y su importancia la Comisión acaba afirmando que “*is unrealistic to envisage potential competitors profitably entering the market*” y por tanto improbable que la competencia pueda disuadir o impedir el ejercicio de un poder de mercado sustancial de la empresa en cuestión.

Por lo tanto y en definitiva, en lo respectivo al mercado de los sistemas operativos para ordenadores personales, queda justificadamente probado como, a la luz de las significativas y extraordinariamente elevadas cuotas de mercado, sumadas las altas barreras de entrada en el mercado, Microsoft fue considerado por la comisión como dominante. Ello, hasta el punto de convertirse en el *estándar*²⁰⁹, por sus extraordinarias características, en tanto controlaba cuasi la totalidad del mercado en cuestión y de forma sostenida a lo largo de tiempo. Del mismo modo, la Comisión concluyó que dadas las altas²¹⁰ cuotas de mercado y las considerables barreras de entrada, “Microsoft alcanzó una posición dominante en el mercado de sistemas operativos para servidores de grupos de trabajo”²¹¹.

4. Abuso de posición dominante

Una vez entendida la noción de dominación y valorados los criterios comunitarios que la determinan, se está en disposición justificada de concluir la existencia de un operador dominante en un determinado mercado. Sin embargo es esencial precisar que en sí misma *una situación de dominio no supone una vulneración del derecho europeo de la competencia*²¹². Es decir, que la sola posición dominante no

²⁰⁶ Cuya existencia ya habíamos reseñado en la parte general.

²⁰⁷ La 'interoperabilidad es la capacidad que tiene un producto o un sistema, cuyas interfaces son totalmente conocidas, para funcionar con otros productos, sistemas existentes o futuros y eso sin restricción de acceso o de implementación. En este caso, hace referencia a la capacidad de “entendimiento” o “diálogo” (Comisión Europea, 2004) entre ambos sistemas operativos.

²⁰⁸ (European Commission, March 03, 2004)

²⁰⁹ (European Commission, March 03, 2004)

²¹⁰ Aunque no tan extraordinarias como en el ámbito de los sistemas operativos para ordenadores personales.

²¹¹ (European Commission, March 03, 2004)

²¹² (European Commission, March 03, 2004)

implica *per se* traspasar la legalidad, pues la empresa en cuestión “tiene derecho a competir basándose en sus méritos”²¹³, aún cuando estos le confieran esa situación.

No obstante y análogamente capital, si bien esta posición de dominio en sí misma tampoco ataca—como se vio—el planteamiento desarrollado en el capítulo primero sobre la esencia de la competencia y su protección²¹⁴, sí que entiende la tradición jurídica comunitaria²¹⁵ que debe incorporar un *principio de especial cautela o responsabilidad*²¹⁶. Y es que en este punto se produce una suerte de “inversión de la carga probatoria” en virtud de la cual, si un operador es dominante de acuerdo a la legislación europea tiene “la responsabilidad especial de no impedir, con su comportamiento, el desarrollo de una competencia efectiva y no falseada en el mercado común”²¹⁷, o “la responsabilidad particular de garantizar que la forma de ejercer su actividad no obstaculiza la competencia basada en los méritos y no perjudica la innovación”²¹⁸.

Entonces, ante cualquier reclamación deberá probar que sus prácticas no hacen uso indebido de dicha posición, o que en todo caso existe una justificación objetiva en virtud de la cual “[el operador dominante] *can demonstrate that its conduct produces efficiencies which outweigh the negative effect on competition*”²¹⁹. Debemos traer precisamente aquí, a colación, cómo el tercer rasgo comunitario que incorporaba la conceptualización de la posición de dominio era precisamente la capacidad de atacar el proceso competitivo y que este a su vez, constituye el fundamento comunitario sobre el

²¹³ (Comisión Europea, 2009) y desarrollada en el capítulo primero.

²¹⁴ Que es precisamente el punto de referencia contra el cual debemos comparar cualquier práctica empresarial presuntamente ilegítima

²¹⁵ (Comisión Europea, 2009)

²¹⁶ (Comisión Europea, 2009; González-Orús, y otros, 2008) y la Sentencia del TJCE, de 9 de noviembre de 1983, en el asunto 322/81, *NV Nederlandsche Banden Industrie Michelin c. Comisión (Michelin I)*, Rec. P.3461, apartado 57.

²¹⁷ (Comisión Europea, 2009)

²¹⁸ (Comisión Europea, 2004)

²¹⁹ (European Commission - DG Competition, 2005) y por ejemplo See for instance Case 40/70 *Sirena S.r.l. v Eda S.r.l. and others* [1971] ECR 69, paragraph 17; Case 78/70 *Deutsche Grammophon Gesellschaft mbH v Metro-SB-Großmärkte GmbH & Co. KG* [1971] ECR 487, paragraph 19; Case 27/76 *United Brands*, cited in footnote 5, paragraphs 182-184; Case 77/77 *Benzine en Petroleum Handelsmaatschappij BV and others v Commission* [1978] ECR 1513, paragraphs 32-34; Case 395/87 *Ministère public v Jean-Louis Tournier* [1989] ECR 2521, paragraph 46; Case 311/84 *Centre belge d'études de marché - Télémarketing (CBEM) v SA Compagnie luxembourgeoise de télédiffusion (CLT) and Information publicité Benelux (IPB)* [1986] ECR 3261, paragraph 27; Joined cases C-241/91 P and C-242/91 P *Radio Telefis Eireann (RTE) and Independent Television Publications Ltd (ITP) v Commission (Magill)* [1995] ECR 743 paragraph 55; Case T-30/89 *Hilti*, cited in footnote 18, paragraphs 102-119; Case T-83/91 *Tetra Pak International SA v Commission (Tetra Pak II)*, paragraphs 115, 136 and 207; Case T-228/97 *Irish Sugar*, cited in footnote 38, paragraphs 167, 188-189 and 218; Case C-163/99 *Portuguese Republic I v Commission* [2001] ECR 2613, paragraph 53.

que se apoya la exigencia del precitado principio de responsabilidad de la empresa dominante.

Cuando se infringe esa especial responsabilidad y el operador dominante hace uso de sus capacidades valiéndose de su situación en beneficio propio y en perjuicio de la competencia, la Comisión actúa sobre la base de que la empresa en cuestión *abusa* de su posición dominante. Todos los objetivos que perseguirá esta actuación de control de la Comisión, emanan precisamente de la noción de competencia y su protección, que hemos desarrollado en el capítulo primero como fundamentos del moderno derecho europeo de la competencia y a los cuales nos remitimos.

Como viene siendo habitual, el desarrollo de la conceptualización de abuso no puede remitirse a las provisiones básicas de los Tratados, sino que hay que recurrir a su posterior desarrollo comunitario. De este modo, la jurisprudencia ha venido a configurar objetivamente la noción de abuso como aquella referida a “las actividades de una empresa en situación de posición dominante, que pueden influir en la estructura de un mercado en el que, debido justamente a la presencia de la empresa de que se trata, la intensidad de la competencia se encuentra ya debilitada y que produce el efecto de obstaculizar, recurriendo a medios diferentes de los que rigen una competencia normal de productos o servicios basada en las prestaciones de los agentes económicos, el mantenimiento del grado de competencia que aún exista en el mercado o el desarrollo de dicha competencia”²²⁰.

Es capital entrever, como esta construcción confiere una posición preponderante y nuclear a la utilización de unos *medios distintos a los que rigen la normal competencia* o lo que es lo mismo, a la consecución de unas prácticas anticompetitivas desarrolladas por un operador dominante y cuya estructura general, se trató en la parte general de este trabajo y que deberán retomarse, esta vez, desde la óptica específica del abuso. Dicha noción se trata de una proposición objetiva y por tanto no se reputan sustanciales los elementos subjetivos que, constante estas prácticas, pudieran concurrir. Es decir, que no se requiere de un conocimiento previo de la lesividad del comportamiento pues el abuso se constituye más allá de cualquier consideración de culpabilidad²²¹.

²²⁰ Sentencia del TJCE, de 13 de febrero de 1979, en el asunto 85/76, Hoffmann-La Roche & Co. AG c. Comisión, Rec. P. 461, apartado 91.

²²¹ Sentencia del TJCE, de 21 de febrero de 1973, en el asunto 6/72, *Europemballage Corporation y Continental Can Company Inc. C. Comisión Europea*, Rec. p. 215, apartado 11.

Son precisamente, una suerte de conductas generales, que pueden reputarse abusivas cuando son realizadas por empresas que ostentan una posición de dominio en el mercado, relevante las que regula el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea²²². Éstas, acogen desde la imposición—directa o indirecta de condiciones de transacción no equitativas hasta la subordinación contractual a la aceptación—de la otra parte—de prestaciones desconectadas del objeto principal, pasando por limitaciones de producción, comercialización o desarrollo técnico en perjuicio del consumidor y la aplicación de condiciones desiguales—a prestaciones semejantes—a socios comerciales que ocasionen desventajas competitivas.

Sin embargo y como consecuencia de su generalidad, es jurisprudencia asentada al igual que tradición comunitaria de la Comisión, considerar este listado como un *numerus apertus*²²³. Y es que, la naturaleza dinámica del Derecho europeo de la competencia, de la que tanto se habla en el capítulo primero, del casuismo de este tipo de regulaciones y por su adhesión al desarrollo de las prácticas económicas harían completamente imposible acotar unos comportamientos que sin embargo y en base a sus efectos²²⁴—abusivos y por tanto encaminados a falsear la competencia—sí pueden definirse.

En el caso Microsoft la Comisión evaluó tres prácticas, a su juicio, potencialmente abusivas de la posición de dominio clasificables a su vez en dos ámbitos distintos. Por un lado, se planteó la conducta relativa a la negativa de suministrar información de interoperabilidad y encuadrada en el marco de las “denegaciones de suministro”²²⁵. Por el otro, el doble comportamiento sujeto a revisión—recordemos que en tiempos distintos²²⁶—recayó sobre las “prácticas vinculantes” relativas a la adhesión al sistema operativo Windows²²⁷ de Microsoft, el reproductor multimedia WMP²²⁸ y el navegador web Internet Explorer²²⁹.

²²² Concretamente y como se ha venido reiterando las disposiciones básicas reguladoras de la normativa comunitaria del abuso de posición dominante se incardinan en el artículo 102 del TFUE.

²²³ (González-Orús, y otros, 2008)

²²⁴ Lo cual, también motiva la necesidad de tener muy claras las nociones de competencia y de cómo las normas que surgen a su alrededor pretenden salvaguardarla tal y como se ha visto en el eslabón general de la pirámide que decíamos se estructura este trabajo.

²²⁵ (European Commission, March 03, 2004)

²²⁶ Pues hemos resaltado anteriormente que por caso Microsoft entendemos los tres procedimientos dilucidados. Esto es, la Decisión de la Comisión de 2004, la resolución del Tribunal de Primera instancia de 2007 y la Decisión de la Comisión de 2009 relativa al explorador Internet Explorer).

²²⁷ Para mayores precisiones acerca de este sistema operativo recúrrase al anexo

²²⁸ El Reproductor de Windows Media (conocido en inglés como Windows Media Player; abreviado como WMP) es un reproductor multimedia creado por la empresa Microsoft en el año 1991 para el

Para los propósitos de este proyecto, en cuanto a contrastar la hipótesis final relativa al ajuste de las prácticas de Google en el Derecho europeo de la competencia hay que traer aquí a colación que específicamente la hipótesis cuestionaba aquellas prácticas de naturaleza vinculante desarrolladas por el buscador y en forma de servicios adheridos al suyo y principal que no es otro que su motor de búsqueda. Con esta meta y a fin de reducir y concretar la reflexión únicamente tomaremos en consideración el segundo grupo²³⁰ de conductas, es decir, la deliberación de la Comisión en torno a las prácticas, a su juicio, potencialmente abusivas de la posición de dominio de naturaleza vinculante.

En este sentido, señala la jurisprudencia comunitaria que para valorar el abuso por vinculación deben considerarse una serie de elementos determinantes. Primeramente y como es obvio hay que identificar si la empresa que desarrolla las prácticas en cuestión es dominante en el mercado del “*tying product*”²³¹. El siguiente eslabón de esta cadena será sopesar si tanto el producto vinculado como el vinculante son productos realmente diferenciados.

sistema operativo Microsoft Windows. Se han lanzado varias versiones del reproductor. La versión 12 es la última existente, que se incluye con Windows 7. WMP permite reproducir diversos formatos digitales: Audio CD, DVD-Video, DVD-Audio, WMA (Windows Media Audio), WMV (Windows Media Video), MP3, MPG y AVI, aunque el programa depende de códecs de terceros para algunos formatos más. Incluye acceso a vídeo en formato digital en servidores de pago. También da la posibilidad de copiar canciones de un CD al disco duro del PC y viceversa. Además, busca en Internet los nombres de las canciones y álbumes, mostrando la carátula del disco del cual provienen dichas canciones. Fuente: (Wikipedia, 2011)

²²⁹ Windows Internet Explorer (anteriormente Microsoft Internet Explorer), conocido comúnmente como IE, es un navegador web desarrollado por Microsoft para el sistema operativo Microsoft Windows desde 1995. Ha sido el navegador web más utilizado de Internet desde 1999 hasta la actualidad, con un pico máximo de cuota de utilización del 95% entre el 2002 y 2003. Sin embargo, dicha cuota de mercado ha disminuido paulatinamente con los años debido a una renovada competencia por parte de otros navegadores (y debido también a los esfuerzos de la política de la competencia europea en ese sentido a través de la decisión de 2009 relativa al explorador), situándose aproximadamente entre el 40% y 62% para finales de febrero de 2011, dependiendo de la fuente de medición global. Fuente: (Wikipedia, 2011)

²³⁰ Añadir sucintamente que en lo referente al primer grupo y relativo a la negativa de suministrar información de interoperabilidad, encuadrada en el marco de las denegaciones de suministro, la Comisión y el Tribunal de Primera Instancia juzgaron que Microsoft y su actitud amenazaba con eliminar la competencia en el mercado de sistemas operativos para servidores de grupos de trabajo como consecuencia de la indispensabilidad de los insumos que renunciaba a compartir con sus competidores. Por lo tanto resolvieron finalmente que Microsoft *abusaba de su posición dominante* al rehusar proporcionar la citada información de interoperabilidad (European Commission, March 03, 2004; Court of First Instance (CFI), 17 September 2007).

²³¹ (European Commission, March 03, 2004) (European Commission, 2009) [t.p. producto vinculante]. Referido al producto “madre” al que presuntamente se le vincula uno complementario.

Constatado este análisis el tercer paso resultará de justificar que el operador en cuestión no da opción a la adquisición o disfrute del producto²³² o servicio vinculante de forma independiente al vinculado. Por último y más importante, completará la configuración del abuso la constatación de que la vinculación *cierra el mercado* a la competencia. Hay que precisar que este “cierre” supone una “situación en la que el acceso efectivo de los competidores reales o potenciales a los suministros o mercados se ve obstaculizado o eliminado a consecuencia de una conducta de la empresa dominante”²³³. Luego un cierre de mercado supondrá un ataque al proceso competitivo, debilitando y por tanto disminuyendo el bienestar del consumidor²³⁴.

Por lo que respecta ahora y en el caso Microsoft, a la presunta vinculación del reproductor multimedia WMP al sistema operativo Windows la Comisión empezó considerando, siguiendo el esquema anterior, que Microsoft era sustancialmente dominante en dicho mercado, habida cuenta de las vastas consideraciones anteriormente realizadas al respecto, y del propio reconocimiento de dicha posición por parte del operador en cuestión.

En un segundo orden de cosas se planteó la necesidad de distinguir meridianamente ambos productos—vinculante y vinculado—para cuyo propósito a la luz de la normativa comunitaria debe realizarse “*with a view to consumer demand*”²³⁵. Es decir, que en la medida en que no pueda sustanciarse una demanda independiente para el llamado “producto vinculado” no podrá certificarse una distinción real entre ambos bienes o servicios.

En este caso, pese a las justificaciones²³⁶ de Microsoft en torno a que su sistema operativo y el reproductor multimedia eran uno mismo—puesto que el segundo era una parte, una funcionalidad integrante del primero—, la demanda independiente de dicho reproductor puede encontrar una pluralidad de argumentaciones. Así y por un lado, el propio hecho constatable de que el mercado ofreciera de una forma concreta y sin más añadidos reproductores multimedia, a través de fabricantes que los diseñan y distribuyen suponía un elemento clarificador en este sentido. Ello además se evidencia

²³² En adelante, tener presente que aunque únicamente se hable de producto, esto debe entenderse de forma genérica y agrupando tanto bienes físicos en sí mismos como servicios ofrecidos en el marco de las transacciones de los agentes económicos del mercado.

²³³ (Comisión Europea, 2009)

²³⁴ De acuerdo a la noción de competencia que abordamos en el capítulo primero.

²³⁵ (European Commission, March 03, 2004)

²³⁶ (European Commission, March 03, 2004) (Court of First Instance (CFI), 17 September 2007)

cuando el propio operador dominante declaraba que *“there are a dozen of media players, of which RealNetworks, RealPlayer²³⁷ and Apple’s Quicktime²³⁸ are only two of the most prominent”²³⁹*.

Además este punto de vista debe completarse con las propias prácticas de Microsoft que, en este ámbito, desarrollaba y diseñaba versiones de su WMP para los sistemas operativos de Apple o de Sun Microsystems demostrando análogamente que no se trataba de un elemento tan integrado en su sistema como se predicaba. Finalmente *“the fact that a not insignificant number of consumers choose to obtain media players separately from their operating system”²⁴⁰* junto con el hecho de que Microsoft promocionara su reproductor en competencia directa con los de otras empresas muestra como *“informed consumers recognise them as separate products”²⁴¹*.

De este modo, claramente, la Comisión concluyó la existencia de una demanda independiente de consumo de reproductores multimedia no vinculados diferenciada de la demanda de sistemas operativos para computadores personales para los propósitos del derecho comunitario de la competencia.

En tercer lugar y para configurar una noción consistente de abuso de vinculación, la Comisión valoró hasta que punto Microsoft negaba o restringía la hipotética adquisición, por parte de los consumidores, del producto vinculante—su sistema operativo—de forma aislada al vinculado—su reproductor multimedia—haciendo bascular la obtención de un producto a la adquisición de otro anejo.

De hecho Microsoft obligaba²⁴² a los fabricantes de ordenadores personales a la adquisición de su reproductor multimedia de forma automática con la adquisición de la licencia de su sistema operativo y aún en caso de que éstos—los fabricantes—optaran por otro reproductor única y exclusivamente detentaban la posibilidad de incorporarlo,

²³⁷ RealPlayer es un reproductor de multimedia, creado por RealNetworks, que reproduce varios formatos multimedia, incluyendo las generaciones múltiples de los códecs de RealAudio y de RealVideo así como MP3, MPEG-4, QuickTime, etc. Fuente: (Wikipedia, 2011).

²³⁸ QuickTime es un *framework* [t.p. plataforma] multimedia estándar desarrollado por Apple que consiste en un conjunto de bibliotecas y un reproductor multimedia (QuickTime Player). En su versión 7 es compatible con el estándar MPEG-4. Existe una versión Pro que añade diversas funcionalidades como la edición de vídeo y codificación a variados formatos como AVI, MOV, MP4. Fuente: (Wikipedia, 2011).

²³⁹ (European Commission, March 03, 2004). Contestación de Microsoft a las alegaciones de la Comisión.

²⁴⁰ (European Commission, March 03, 2004)

²⁴¹ (European Commission, March 03, 2004)

²⁴² (European Commission, March 03, 2004)

adicionalmente, al WMP de Microsoft siendo a estos efectos el mismo planteamiento en caso de que el cliente obtuviera Windows en cualquier comercio.

Pese a las justificaciones vertidas por Microsoft y relativas a la “no obligación” por parte de los consumidores a pagar sobrepago alguno por su reproductor ni a utilizarlo la Decisión consideró que dicha automática adquisición suponía la demostración de que “Microsoft no [ofrecía] a los clientes la opción de adquirir Windows sin el WMP”²⁴³ de forma que aunque ésta fuera gratuita, dada la omnipresencia de su sistema operativo—y por ende de su reproductor en el mercado— los proveedores alternativos quedaban en una situación de desamparo y absoluta desventaja.

En esta línea finalmente la Comisión viene a agrupar todos los efectos de los anteriores análisis sobre la base de si dicha práctica vinculante atacaba el entorno competitivo pudiendo ocasionar un cierre de mercado que deniegue el acceso a éste por parte de otros competidores. Así resulta insoslayable como, dado que se trata de productos diferenciados que no pueden adquirirse de forma aislada, la vinculación de su reproductor multimedia al sistema operativo Windows, “brinda a Microsoft una presencia ubicua, carente de todo parangón, de su [WMP] en ordenadores personales del mundo entero”²⁴⁴.

A ello resulta imperativo añadir que como consecuencia se articulan una suerte de efectos de red en virtud de los cuales los proveedores y desarrolladores de software estarán más interesados en diseñar contenidos basados en la tecnología de los reproductores multimedia más extendidos—máxime cuando, de acuerdo a la Comisión, comporta costes adicionales el soporte de varias tecnologías—. En cuyo caso Microsoft podrá servir en bandeja “la posibilidad de apoyarse en el monopolio de Windows”²⁴⁵ para que los proveedores de estos contenidos multimedia puedan “acceder a casi todos los usuarios de ordenadores personales del mundo”²⁴⁶.

Y es que los “*software developers who write application relying on a media player will have incentives to write foremost to WMP*”²⁴⁷. A su vez, los consumidores preferirán utilizar aquel reproductor de contenidos multimedia con mayor salida,

²⁴³ (European Commission, March 03, 2004)

²⁴⁴ (European Commission, March 03, 2004)

²⁴⁵ (European Commission, March 03, 2004)

²⁴⁶ (European Commission, March 03, 2004)

²⁴⁷ (European Commission, March 03, 2004)

capacidad y alcance. Con lo cual se inclinarán lógicamente hacia el WMP de Microsoft en la medida en que, a raíz de esta espiral retroalimentada, será el que gozará de mayor gama de software complementario y contenidos.

Frente a estas argumentaciones las justificaciones basadas en supuestas eficiencias de tipo distribucional en virtud de las cuales la vinculación “[reducía] los costes de transacción para los consumidores”²⁴⁸ fueron rechazadas por la Comisión. Y es que para los beneficios derivados de que los consumidores dispusieran de forma preinstalada de un reproductor multimedia no hacía falta que Microsoft lo eligiera por ellos, pudiendo repercutirse esta elección a fabricantes y consumidores variados.

Análogamente tampoco quedó probada la existencia de eficiencia técnica alguna que implicará la condición de integrar el WMP en Windows más allá de proteger al Microsoft de “la competencia efectiva por parte de vendedores potencialmente más eficientes de reproductores multimedia que pudiera amenazar a su posición y merma así el talento y el capital que se invierten en la innovación en el campo de los reproductores multimedia”²⁴⁹.

En suma y por todo ello, la Decisión juzgó indebidas las prácticas vinculantes del reproductor WMP al sistema operativo Windows por cuanto esta conducta reforzaba y falseaba los precitados efectos de red en beneficio propio y atentando gravemente contra el normal desarrollo del proceso competitivo en el mercado de reproductores multimedia. Este veredicto, refrendado²⁵⁰ por el Tribunal de Primera Instancia se ha venido demostrando por el devenir de la realidad²⁵¹ donde, debido a la vinculación, el uso del reproductor multimedia Microsoft “va en aumento aun cuando los usuarios atribuyan mayor calidad a otros reproductores multimedia”²⁵².

²⁴⁸ (European Commission, March 03, 2004)

²⁴⁹ (European Commission, March 03, 2004)

²⁵⁰ (Court of First Instance (CFI), 17 September 2007)

²⁵¹ Si bien la Decisión pone de manifiesto dicha tendencia favorable al RWM y al formato Windows Media, también hace hincapié en que, a tenor de la jurisprudencia del Tribunal, la Comisión, para determinar un abuso por vinculación no está obligada a demostrar que ya se ha cerrado el mercado a la competencia o que existe el riesgo de eliminación de toda competencia. De otro modo, las investigaciones antimonopolio en determinados mercados de software llegarían demasiado tarde, pues las pruebas sobre impacto en el mercado solo quedarían establecidas una vez producido dicho impacto.

²⁵² (European Commission, March 03, 2004)

Así apuntó la Decisión que se consolidaba²⁵³ una “tendencia favorable al empleo del WMP y de los formatos Windows Media en detrimento de los principales reproductores multimedia (y tecnologías de reproductores multimedia) competidores”²⁵⁴. De modo que, finalmente, la Comisión aseveró que Microsoft abusó de su posición dominante vinculando su reproductor multimedia WMP al también propio, sistema operativo Windows.

En segundo y último lugar, por cuanto atañe a valorar la presunta vinculación del navegador web Internet Explorer al sistema operativo Windows, señalar que, a pesar de las diferencias en el procedimiento con el caso anterior²⁵⁵, la Comisión²⁵⁶ igualmente consideró la abrumadora posición de dominio de Microsoft en el mercado de sistemas operativos al tiempo que, en base al esqueleto argumentativo seguido para el reproductor multimedia WMP, definió separadamente la naturaleza de Internet Explorer y Windows. Del mismo modo también juzgó que los “*computer manufacturers and end users could not technically and legally obtain Windows without Internet Explorer*”²⁵⁷.

Por último volvió a agrupar todos los efectos de los anteriores análisis sobre la base de si dicha práctica vinculante atacaba el entorno competitivo pudiendo ocasionar un cierre de mercado que denegara el acceso a éste por parte de otros competidores. Así resulta insoslayable como, primeramente y dado que se trata de productos diferenciados que no pueden adquirirse de forma aislada, la vinculación del explorador de Microsoft a su propio sistema operativo, confería a Internet Explorer una presencia mundial extraordinaria en los ordenadores personales.

De esta manera el precitado navegador de internet se incorporaba a la hegemónica red de distribución de Windows implicando la imposibilidad de acceder a este nivel de distribución por parte de los exploradores web competidores y por tanto relegando enormemente su capacidad comparativa de extenderse. A ello se suma, como en el caso del reproductor WMP, que el sistema de distribución seguido por Microsoft obligaba a los fabricantes a la adquisición simultánea de las licencias del

²⁵³ Basado en datos de mercado sobre utilización de reproductores multimedia, uso de formatos y contenidos ofrecidos por sitios web.

²⁵⁴ (European Commission, March 03, 2004)

²⁵⁵ Recordar que con respecto a la vinculación del explorador Internet Explorer la Comisión no llegó a actuar contra Microsoft sino que cerró el debate a través de una Decisión por la cual hizo vinculantes las propuestas de subsanación ofrecidas por Microsoft al previo Pliego de Cargos.

²⁵⁶ En su Pliego de cargos y en su Decisión (European Commission, 2009)

²⁵⁷ (European Commission, 2009)

sistema operativo anexa a la del propio navegador web. De esta forma aunque éstos quisieran incorporar otro explorador diferente a Internet Explorer tendrían que hacerlo de forma adicional al de Microsoft incrementándoles los costes²⁵⁸ de modo que para estos perdía aliciente la alternativa.

Complementariamente la Comisión determinó que tampoco resultaba factible la alternativa de descarga online²⁵⁹ en la distribución del navegador web y concluyó que los efectos de cierre de mercado se manifestaban tanto para consumidores de tipo empresarial como doméstico. La articulación de este sistema resultaba en que *“Internet Explorer’s market share [remained] much higher than that of its competitors, although it could not be considered as a superior product compared to its main competitors”*²⁶⁰.

Por otro lado, también de forma similar al desarrollo de análisis del reproductor multimedia WMP, la comisión mantuvo que las susodichas prácticas de vinculación del operador en cuestión creaban efectos de red para con los desarrolladores de software y los proveedores de contenidos. Y es que se volvía a construir una espiral en virtud de la cual éstos profesionales tenían en cuenta—en buena medida como consecuencia de los recursos limitados a su disposición—la plataforma más extendida y asentada para explorar la red a la hora de escoger la tecnología para desarrollar páginas web y crear contenido del mismo tipo.

Como consecuencia de la automática adhesión del explorador de Microsoft a su sistema operativo omnipresente todos aquellos productos y servicios desarrollados para Internet Explorer *“[enjoyed] a potential audience which is equal to Microsoft’s share [...] around 90% world wide”* con lo que dichos profesionales, constreñidos por su tiempo y recursos, se veían incentivados *“to primarily target Internet Explorer, or at least not to develop only for other web browsers, which was unrelated to the relative merits”*²⁶¹ *of Internet Explorer and other web browsers”*²⁶².

²⁵⁸ (European Commission, 2009)

²⁵⁹ (European Commission, 2009) párrafos 47 y siguientes.

²⁶⁰ (European Commission, 2009). Pues concretamente, esta estrategia parece que permitió a Microsoft mantener sus cuotas de mercado aun cuando no introdujo mejora alguna en su explorador entre 2001 y 2006 (se mantuvo durante este período la versión 6.0).

²⁶¹ Brilla con luz propia en puntos como este, cómo el haber entendido el sentido de la noción de competencia y el derecho que la protege, permite considerar esta alteración de la competencia en los méritos justificadamente ilegítima puesto que perjudica la innovación y, por ende a los consumidores..

²⁶² (European Commission, 2009)

Brilla con luz propia y una vez más en puntos como este, cómo el haber entendido el sentido de la noción de competencia y el derecho que la protege, permite considerar esta alteración de la competencia en los méritos como consecuencia de un comportamiento de vinculación, justificadamente ilegítima puesto que perjudica la innovación y, por ende a los consumidores.

En tercero y último lugar la Decisión de la Comisión constató que la vinculación de Internet Explorer a Windows suponía un refuerzo para su ya extendidísimo sistema operativo en aras a protegerse de las posibilidades—todavía incipientes—de las aplicaciones web, cuya ejecución por parte de navegadores de internet podría amenazar con sistemas operativos en determinadas circunstancias. En suma y por todo ello, las prácticas vinculantes a través de las cuales se adhería Internet Explorer al sistema operativo Windows podían provocar perniciosos efectos para el proceso competitivo hasta el punto de poder ocasionar un cierre de mercado. De modo que la Comisión aseveró que Microsoft podía estar abusando de su posición dominante vía vinculación de su explorador web internet Explorer a su propio sistema operativo.

Cabe finalmente notar, que si bien ambos procedimientos, contra la vinculación del reproductor WMP y contra la vinculación del explorador Internet Explorer fueron reprobados por la Comisión Europea por suponer un abuso de la posición dominante que mantenía Microsoft en el mercado de los sistemas operativos, el primero acabó siendo formalmente condenado , refrendado y multado²⁶³ mientras que el segundo evitó todo ello gracias al compromiso de Microsoft de modificar su conducta y que ha Comisión hizo vinculante a través de su Decisión de 2009²⁶⁴.

²⁶³ Tal y como se deriva de (European Commission, March 03, 2004) (Court of First Instance (CFI), 17 September 2007)

²⁶⁴ (European Commission, 2009)

III. GOOGLE Y EL HIPOTÉTICO ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE

1. Consideraciones previas

Una vez entendida la noción de competencia y como su protección ha dado sentido al derecho de la competencia y ha vehiculizado el desarrollo de la normativa comunitaria del abuso de posición dominante tal y como hemos visto vertebrado en el tratamiento del caso Microsoft estamos en disposición justificada de contrastar la hipótesis que, en última instancia planteaba el presente trabajo, relativa al ajuste de las prácticas empresariales de Google en esa primeriza idea de competencia que supone la base necesaria de todo el desarrollo posterior.

Por lo tanto nos queremos plantear por la rivalidad que rodea el ejercicio empresarial de Google, si éste disputa en igualdad de condiciones la provisión de un bien o servicio, si trabaja para la consecución de su beneficio empleando todos los recursos a su alcance y en la mejor manera posible, si existe una verdadera disputa de intereses en el mercado en que opera, si gravita una noción de libertad sobre su actuación y los demás operadores que compiten con él, si Google compite sobre sus méritos de forma que cada vez produzca de manera más eficiente y busque desarrollar en el mercado nuevos productos que puedan resultar más atractivos o que satisfagan nuevas demandas, si no recurre métodos distintos a los de la normal competencia para aumentar sus beneficios, si compite por el suministro de bienes y servicios, de modo efectivo y en definitiva, si Google compite leal, sana y libremente, impulsando la innovación y por ende el bienestar del consumidor.

Para todo ello deberemos comparar la conducta de Google contra el derecho de la competencia habida cuenta de que todos estos matices, son elementos integradores de la noción inicial de competencia y que supone a su vez, su objeto de protección y paso previo para rendir, en último término, servicio al bienestar del consumidor. Especialmente, dado el ámbito geográfico que se inscribe este proyecto, deberemos confrontar toda práctica empresarial controvertida frente al marco regulatorio de la competencia en el ámbito europeo o lo que es lo mismo, frente al Derecho europeo de la competencia.

Sin embargo ello no se hace en abstracto sino que habrá que medir el comportamiento de Google frente aquella rama de esta regulación que se alinea con la naturaleza presuntamente dominante de esta organización. Precisamente esta sección del derecho europeo ha sido de especial interés para el gobierno de la Unión hasta el punto de desarrollarse especialmente por el guardián comunitario en esta materia, la Comisión. Con su política ha configurado una suerte de construcción precisamente dispuesta para abordar especiales supuestos de posición dominante así como los abusos que a partir de ellos pudieran concurrir.

De modo que una vez alcanzada esta normativa comunitaria específica sobre el abuso de posición dominante que habida cuenta del casuismo del derecho que la coge, hemos interpretado a la luz de uno de los arquetipos en la materia como es Microsoft nos sirve finalmente de vértice, perfectamente asentado, contra el que dirigimos en la contrastación de la conducta empresarial de Google e hipótesis de final que presenta el presente proyecto.

2. Introducción al caso Google

2.1. Logro empresarial

Resulta a todas luces evidente, que ante un encuadre de estas características lo primero que habrá que traer a colación de un modo serio y conciso será la presentación del sujeto en cuestión. A estos efectos comenzar introduciendo que Google²⁶⁵ identifica con gran claridad uno de los iconos empresariales más visibles y reconocidos mundialmente de la revolución de internet²⁶⁶ y en general de la revolución tecnológica de la última década.

Nacido como un proyecto de tesis doctoral basado en a calificación y medición de la calidad de las páginas web se convirtió en la mayor y más potente puerta de entrada a la red de redes, a internet, a través de la configuración de un “motor” de búsqueda con su mismo nombre capaz de escanear cientos de millones de páginas web en pocos segundos para devolver los resultados mejor acotados y más próximos al elemento buscado como nadie antes lo había hecho jamás.

²⁶⁵ Para una aproximación técnica recúrrase al anexo.

²⁶⁶ Para mayores precisiones sobre este concepto recúrrase al anexo.

Probablemente su gran logro fue entrever la necesidad de ordenar el ingente tamaño de internet cuyas cotas de crecimiento más que exponenciales desbordaron todo propósito imaginable, y hacerlo mejor que nadie y de la forma más accesible posible, siendo gratuito para todo el mundo. La anticipación de este logro empresarial vital para la escala asumida lo convierte en una herramienta de valor incalculable. En consecuencia, su creación supuso la forma más patente, habida cuenta del crecimiento *a priori* indefinido de internet en el futuro, de dotar de efectividad a internet, de hacerla lo más útil posible donde millones de usuarios encontraran en cada momento aquello que buscaban dentro de una cuasi infinita telaraña.

Traducido en números, Google se estrenó en 1998, un año más tarde absorbía un total de medio millón de visitas diarias a su “buscador” y sólo un año después, multiplicaba por 14 esa cifra hasta los siete millones de visitantes. En la actualidad Google cuenta con más de 20.000 empleados, una capitalización de mercado de alrededor de 200.000 millones de dólares²⁶⁷, unos ingresos de más de 22.000 millones²⁶⁸—97% de los cuales provienen de publicidad²⁶⁹—una cuota de mercado en Europa cercana al 95%²⁷⁰ y alrededor de 150 millones visitas diarias.

2.2. *Actividad y funcionamiento del motor de búsqueda*

Sin embargo si bien las colosales cifras y la magnificencia de este logro empresarial pueden desviar la atención, para poder entender las prácticas empresariales de esta organización—y complementar las consideraciones posteriores—resulta capital comprender su funcionamiento básico. Es decir determinar en qué consiste su servicio de búsquedas o cuál es la naturaleza de éste motor de búsquedas

En este sentido hay que comenzar señalando que Google opera en el mercado de las búsquedas en internet de *ámbito o propósito general* en contraposición al

²⁶⁷ Market capitalisation numbers from analysts report vary overtime, recent numbers for Google suggest a current valuation at around 190bn USD, see for example, Williams Capital Research notes on Google, 21/1/2011, (research@willcap.com). In their research note of 15th February 2011 Goldman Sachs reported a market capitalisation value for Google of 203.18bn USD

²⁶⁸ Al final de 2010. (Cave, y otros, March 2011)

²⁶⁹ (Muños, 9/3/2010)

²⁷⁰ Joaquín Almunia Vice President of the European Commission responsible for competition policy Competition in Digital Media and the Internet UCL Jevons Lecture London, 7 July 2010, SPEECH/10/365.

mercado de la *búsqueda vertical* y que pueden diferenciarse en razón del objeto. El primero se caracteriza por servir a un propósito de búsqueda global y no reducido a ningún sector específico. Lógicamente y como puede entreverse, el mercado de las búsquedas verticales es aquél cuyo objeto serán sectores específicos de contenidos como puedan ser médicos, financieros, etc.

Por lo que respecta a esta búsqueda que caracteriza el servicio ofrecido por Google y de cualquier otro motor de búsqueda²⁷¹ viene a ser clasificada por los expertos²⁷² en una “*natural search*”²⁷³ y una “*paid search*”²⁷⁴. La primera y más importante²⁷⁵ supone, en respuesta a la búsqueda de una determinada “*entrada*”²⁷⁶ la devolución de unos resultados, que los “*users expect to be ranked according to their relevance to a particular search query and that should not reflect payments to the search engine by the sites ranked*”²⁷⁷. De este modo, esta forma de búsqueda deberá retornar los resultados más acotados a la entrada dispuesta y en el orden que mejor revele la relevancia de las respuestas para el usuario del buscador.

En esta modalidad deben distinguirse dos mecanismos que la herramienta de búsqueda utilizará para acomodar su resolución de la mejor forma posible para los intereses del consumidor del servicio. Por un lado y en primer lugar se valdrá del “*algoritmo de búsqueda*”²⁷⁸ cuyo propósito será escanear la red para crear y actualizar constantemente un índice de millones de páginas. Es decir que esta primera herramienta proveerá la indexación de la red o “*mapa de trabajo*” que posteriormente se analizará para dar con el resultado adecuado.

A estos efectos debe tenerse presente que los algoritmos usados como mecanismos por los motores de búsqueda constituyen, de una forma simple, la fórmula que permitirá precisamente a la herramienta de búsqueda cumplir con una serie de cometidos, en este caso, de escanear toda la red en búsqueda de resultados relevantes. Del mismo modo MARISSA MEYER señala que las “*search engines use*

²⁷¹ Cuya definición general—en contraposición a la específica de Google que tratamos en este apartado—remitimos al anexo.

²⁷² (ICOMP, 2011)

²⁷³ [t.p. búsqueda natural]. También referida en ocasiones como “*algorítmica*”, o “*gratuita*”.

²⁷⁴ [t.p. búsqueda de pago]

²⁷⁵ A su vez que relevante para el presente trabajo.

²⁷⁶ O *query* en inglés. Debe entenderse por ésta aquella palabra o conjunto de palabras—o incluso caracteres o conjunto de los mismos—introducidos como objeto de la búsqueda

²⁷⁷ (ICOMP, 2011)

²⁷⁸ De la traducción propia de “*search algorithm*” y también conocido como la herramienta de “*crawl*” o escaneo de la red.

*algorithms and equations to produce order and organisation online where manual effort cannot. These algorithms embody rules that decide which information is “best”, and how to measure it*²⁷⁹.

De la anterior conceptualización podrá el lector intuir una relevante conclusión. Y es que, pese a la *intención de neutralidad*, lógicamente la elección de aquella mejor información obedecerá a ciertas consideraciones *subjetivas*. Por lo tanto el algoritmo de búsqueda pretenderá producir aquellos resultados que respondan en mejores condiciones a la demanda efectuada por los usuarios, si bien, esa respuesta se basará en criterios subjetivos²⁸⁰. En el caso de Google hay que precisar además que este mecanismo es dinámico de modo que pueda incorporar el “aprendizaje” que la experiencia de millones de búsquedas deja en los registros del buscador.

Una vez configurado esa suerte de índice dantesco o mapa de trabajo entrará en juego, en un segundo lugar, el “algoritmo de clasificación”²⁸¹. Este supone la piedra angular de todo el funcionamiento del motor de búsqueda por cuanto en virtud del mismo, los cientos de millones de resultados indizados se clasificarán en algo más de una decena por página mostrada²⁸². Éste supone de forma efectiva los “ojos” a través de los que verán los usuarios del buscador y donde “*search engines typically use a proprietary algorithm, which in essence sets the rules by which the search engine ranks potentially relevant pages*”²⁸³.

Debe notarse que el uso de un algoritmo de propiedad es lo mismo que sostener que éste es *secreto* y que es exactamente el caso de Google. Si bien se presupone, como en el algoritmo de búsqueda, que estas reglas deberían impregnarse de una cierta neutralidad—pues veíamos que las propias normas, en cuanto que diseño humano, se verán abocadas a discrecionalidad—buscando reservar los primeros lugares a los resultados que mejor correspondan a las necesidades de los usuarios y habiendo general consenso en que “*search results should filter out spam and other*

²⁷⁹ Do not neutralise the web’s endless search, Marissa Meyer, Financial Times, July 14 2010

²⁸⁰ Lo que no implica manipulación pues estos criterios deberían responder de forma justificada a una voluntad de devolver resultados consistentes y que se ajusten a los deses del consumidor y no viceversa, que sea el algoritmo el que acerque esos deseos.

²⁸¹ De la traducción propia de “*product placement algorithm*” y también conocido como “*ranking algorithm*”.

²⁸² Concretamente y ante cualquier búsqueda, Google no suele mostrar más de 15 resultados por página.

²⁸³ (ICOMP, 2011)

*unwanted material*²⁸⁴. Sin embargo y como resulta fácilmente deducible, aún todavía más que en el caso anterior como consecuencia de la reducción de los resultados, éste, supone un campo abonado para la manipulación.

En suma, esta *natural search* resultará en la combinación de ambos algoritmos obteniendo las la respuestas más relevantes a la entrada introducida por el usuario en forma de clasificados y ordenados resultados a disposición del cliente y para con sus intereses²⁸⁵. Por lo que respecta ahora a la otra modalidad de búsqueda, la *paid search* apuntar, sucintamente que ésta hace referencia a aquellos resultados, que de forma diferenciada, el buscador devolverá como consecuencia de los pactos comerciales adquiridos por éste con terceros.

La importancia de ésta búsqueda recae, en realidad, en que es la mecenas o fuente de ingresos cuasi exclusiva de la mayoría de motores de búsqueda. Ésta y de forma similar al caso anterior operará a través de un “algoritmo de búsqueda publicitaria”²⁸⁶ que se ocupará de devolver los resultados patrocinados así como a “*set the prices that advertisers pay for the ‘sponsored links’ that appear at the side and above the ‘natural’ search results*”²⁸⁷.

3. ¿Posición de dominio?

Una vez introducido y aprehendido la naturaleza del funcionamiento de los motores de búsqueda y en especial el de la empresa Google, estamos en disposición de valorar sus prácticas a la luz de la noción de competencia y que el trabajo desarrollado hasta la fecha nos lleva de una forma razonada y ampliamente justificada a reconducir contra el derecho de la competencia y muy especialmente en su dimensión europea que es la que nos ocupa.

Pero en especial, habiéndose partido de que la presunta posición dominante de Google en el ámbito de los buscadores, también todo el desarrollo anterior nos lleva saber coherentemente que será frente a la normativa comunitaria que regula las posiciones de dominio, y concretamente sus abusos, el espejo contra el que deberemos

²⁸⁴ (Cave, y otros, March 2011)

²⁸⁵ Donde, repetimos, no necesariamente deberá haber manipulación si el algoritmo se configura en servicio al precitado interés del cliente y no al revés.

²⁸⁶ De la traducción propia de *search advertising algorithm*.

²⁸⁷ (Cave, y otros, March 2011)

reflejar finalmente estas prácticas como vértice de la pirámide que identifica la estructura de este trabajo.

En este sentido, habida cuenta de la definición de la posición dominante²⁸⁸ deberemos determinar si Google ocupa esa situación de poder económico caracterizada por la nota de independencia frente a las presiones competitivas del entorno y retribuida con la eventual capacidad de atacar el proceso competitivo. A estos efectos, será preciso acotar el mercado de referencia y que nos proveerá el necesario marco de análisis de la presunta dominación. Para caracterizar este espacio donde florece—o debería florecer—la rivalidad empresarial se recurría desde la tradición comunitaria a la distinción de la dimensión de producto y de geografía.

Con respecto a la primera, la nota característica radicaría en descubrir la intercambiabilidad o sustituibilidad del buscador Google desde el punto de vista de la demanda. Dadas las especiales características de esta herramienta en virtud de la cual se obtiene acceso a un red ordenada y dispuesta de forma que conteste aquellos resultados más cercanos a los intereses del usuario introducida una entrada dada, junto a la falta de sustitutos realistas para tales propósitos podría sostenerse que los motores de búsqueda constituyen individualmente un mercado relevante.

Por lo que corresponde a la segunda habrá que estar al área donde el operador Google ofrece y recibe la demanda de su servicio de búsquedas y donde las condiciones sean lo suficientemente homogéneas y puedan distinguirse de geografías vecinas como consecuencia de las sustanciales variaciones en las condiciones competitivas entre ambas. Teniendo todo ello en cuenta y con toda probabilidad el ámbito geográfico para el mercado de buscadores web será necesariamente mundial por su ubicación en internet y cuyo acceso será igualmente global generando por tanto una competencia igualmente supranacional.

Una vez acotado el mercado relevante, puede empezarse a calibrar la existencia de dominación en él. Así y en primer lugar, deberá valorarse hasta que punto Google goza un poderío económico tal, no en abstracto sino de forma comparada²⁸⁹, que le sufrague una independiente actuación de las presiones competitivas de sus

²⁸⁸ Desarrollada en el capítulo segundo.

²⁸⁹ Son motores de búsqueda y rivales de Google destacados “Bing” de Microsoft (bing, 2011) y la propia herramienta de búsqueda de Yahoo.

rivales, las cuales, no serían lo suficientemente eficaces en el mercado de los buscadores.

Este presunto “*power to influence market prices, output, innovation, the variety or quality of goods and services, or other parameters of competition on the market for a significant period of time*”²⁹⁰ deberá evaluarse a la luz de diferentes criterios que sopesen la estructura competitiva del mercado. El primero de ellos y que tendrá que ver con averiguar la posición en el mercado de Google y de sus competidores será, desde la doctrina, la “primera indicación útil para la Comisión”²⁹¹ y el más importante indicio estructural del poder de mercado²⁹², es decir, las cuotas de mercado.

Al respecto y vía diferentes medios²⁹³ se puede considerar que Google detenta una cuota de mercado superior al 60% en el sector de las búsquedas a nivel mundial y que, la mayoría de análisis²⁹⁴ confieren una cuota superior al 90% en Europa llegando algunos²⁹⁵ a atribuirle un 95% del mercado de búsquedas en internet. Por lo tanto y a los ojos del derecho europeo, el motor de búsqueda Google acumula una hegemónica posición en el mercado dejando poco margen a la competencia aglutinada mayormente ante el buscador “bing” de Microsoft y los servicios de “Yahoo”.

Además en coherencia con la jurisprudencia comunitaria establecida²⁹⁶, si ya unas cuotas por encima del 50% tendían a considerarse indicativo de un probable poder de mercado y aquellas situadas en una horquilla del 70%-80% aseguraban, por sí mismas, una presunción de dominio, Google con un control de más del 90%—y probablemente cerca del 95%—del mercado en Europa parecería ser un indicador una extraordinaria dominación alcanzando un cuasi monopolio de las búsquedas en internet.

Sin embargo, es una tesis asentada de la doctrina comunitaria y de la Comisión que a los criterios de cuotas—pese a su extraordinaria relevancia en el caso de Google—deban complementarse con otros elementos moduladores. Para ello y en

²⁹⁰ (European Commission - DG Competition, 205)

²⁹¹ (Comisión Europea, 2009)

²⁹² (González-Orús, y otros, 2008)

²⁹³ (Muños, 9/3/2010)

²⁹⁴ (ICOMP, 2011)

²⁹⁵ (Cave, y otros, March 2011)

²⁹⁶ (European Commission - DG Competition, 205; González-Orús, y otros, 2008) Y En la Sentencia del TJCE, de 13 de febrero de 1979, en el asunto 85/76, Hoffmann-La Roche & Co. AG c. Comisión, Rec. P. 461, apartado 56.

cuanto al segundo de los criterios a evaluar, resulta insoslayable sopesar las posibles barreras de expansión o entrada que puedan afrontar los competidores reales o potenciales.

En general y pese a las numerosas²⁹⁷ formas que pueden adoptar estos obstáculos, la consideración de que los motores de búsqueda suponen “a *classic two-sided market in which the search engine is an intermediary between those searching for information and those placing advertisements*”²⁹⁸, es clarificadora. A estos efectos la primera barrera de entrada al mercado en cuestión, inherente a la propia actividad de la empresa radica en los elevados costes que supone lanzar al mercado un sistema de búsqueda general en internet.

En concreto, “*there are significant, up-front costs to build the data centres, sophisticated software, and other infrastructure that make a general-purpose search engine work*”²⁹⁹ que los competidores tendrían que igualar. Además y a estos efectos para tomar medida de su magnitud puede señalarse como nada más en el tercer trimestre de 2010 Google gastó 752 millones de dólares en un centro de procesamiento de datos y en el período 2006-09 la compañía invirtió la astronómica cifra de 7.000 millones de dólares en conceptos como los anteriormente reseñados. Todo ello supone en su conjunto unas necesidades de capital ingentes y susceptibles de levantar fuertes barreras de entrada.

La segunda barrera de entrada y quizás más importante a la vez que relacionada con la anterior, corre de la necesidad de adquirir cierta escala para poder desarrollar una competencia efectiva. Es decir que no vale con la hipotética disposición de grandes sumas de capital si no se alcanza cierta escala. Ello debe su explicación a que “*a search engine cannot begin to compete meaningfully until it attracts both enough users to “learn” how to provide relevant results in return to search queries, and enough advertisers to generate a return on its large upfront and ongoing investments*”³⁰⁰.

Es precisamente esta configuración la que trae a colación como, en el fondo, estas economías de escala se benefician de una suerte flujo circular a través del cual apoyado en tres pilares que son, el número de usuarios, la publicidad y los ingresos. De

²⁹⁷ Desarrolladas en el capítulo segundo

²⁹⁸ (Cave, y otros, March 2011)

²⁹⁹ (ICOMP, 2011)

³⁰⁰ (ICOMP, 2011)

esta manera a mayor número de búsquedas y por tanto mayor popularidad de éste, mejor será su capacidad de “aprender” y en consonancia de ofrecer unos resultados más relevantes para los usuarios. Dada su mayor popularidad los publicistas estarán más dispuestos a confiar en Google para hacer visible su publicidad dado su mayor potencial de usuarios lo que llevará que el motor de búsqueda ingrese más dinero por esta publicidad.

Si Google dispone de más recursos podrá volcarse en perfeccionar sus sistemas e innovar de forma que se haga más popular y visible para los usuarios, volviendo en este punto, a iniciar un círculo vicioso que favorece de un modo sin parangón el alcance de ciertas escalas en el mercado al tiempo que levanta otras igualmente altas barreras de entrada para los competidores

De esta manera, se puede desprender que, sumada a su omnipresencia en el mercado de buscadores, el hecho de que Google dispusiera de semejantes economías de escala, lleva a que usando el planteamiento desarrollado en Microsoft, aunque en teoría posible, sería “*extremely difficult, time-consuming, risky and expensive*”³⁰¹ que un competidor se aviniera a configurar una respuesta alternativa al producto en cuestión. Pues lógicamente éste estaría, al menos *a priori*, desprovisto de la escala necesaria para competir de forma efectiva.

Por lo tanto y a merced de estos obstáculos parece poco realístico una entrada rentable de competidores en el mercado explotado por Google, y por tanto improbable que la competencia pueda disuadir o impedirle el ejercicio de un poder de mercado sustancial. Estas barreras, por tanto, sirven para reforzar la ya de por sí poderosísima posición de Google en el Mercado.

Por lo tanto y en definitiva, en lo respectivo al mercado motores de búsqueda, queda justificadamente probado como, a la luz de las significativas y extraordinariamente elevadas cuotas de mercado, sumadas las altas barreras de entrada y a un planteamiento de trabajo basado en la normativa comunitaria sobre la posición dominante y como ésta se aplicó en el caso de Microsoft, sostener que Google ostentaría una posición extraordinariamente dominante hasta el punto de convertirse, al igual que en el caso Microsoft, en el estándar, en la puerta de entrada por defecto a la hora de realizar cualquier búsqueda en internet.

³⁰¹ (European Commission, March 03, 2004) (European Commission, 2009)

4. ¿Abuso de posición dominante?

Una vez valorada la dominación, debemos recordar, una vez más, que en sí misma *una situación de dominio no supone una vulneración del derecho europeo de la competencia*³⁰². Es decir, que la sola posición dominante de Google no implica *per se* traspasar la legalidad, pues la empresa en cuestión “tiene derecho a competir basándose en sus méritos”³⁰³, aún cuando estos le confieran esa situación.

No obstante y análogamente capital, si bien esta posición de dominio en sí misma tampoco ataca—como se vio—el planteamiento desarrollado en el capítulo primero sobre la esencia de la competencia y su protección³⁰⁴, sí que entiende la tradición jurídica comunitaria³⁰⁵ que debe incorporar un *principio de especial cautela o responsabilidad*³⁰⁶. Esto es que, una vez hemos considerado que a la luz del derecho europeo de la competencia, Google ocupa una situación de flagrante dominio en el mercado de los buscadores web automáticamente nace sobre este “la responsabilidad especial de no impedir, con su comportamiento, el desarrollo de una competencia efectiva y no falseada en el mercado común”³⁰⁷ ya de por sí debilitada por su presencia.

Es decir que se articula una especie de posición de garante en virtud de la cual es especial deber de la empresa dominante “la responsabilidad particular de garantizar que la forma de ejercer su actividad no obstaculiza la competencia basada en los méritos y no perjudica la innovación”³⁰⁸. En caso de que a través de sus prácticas empresariales Google infringiera esta especial responsabilidad para beneficio propio y en perjuicio de la competencia estaríamos ante un abuso de su posición dominante.

La hipótesis final que planteaba el análisis del derecho de la competencia del presente proyecto, suponía la evaluación de la conducta empresarial de Google en tanto pudieran sobrepasar los límites de la precitada cautela que ha de guiar la

³⁰² (European Commission, March 03, 2004)

³⁰³ (Comisión Europea, 2009) y desarrollada en el capítulo primero.

³⁰⁴ Que es precisamente el punto de referencia contra el cual debemos comparar cualquier práctica empresarial presuntamente ilegítima

³⁰⁵ (Comisión Europea, 2009)

³⁰⁶ (Comisión Europea, 2009; González-Orús, y otros, 2008) y la Sentencia del TJCE, de 9 de noviembre de 1983, en el asunto 322/81, *NV Nederlandsche Banden Industrie Michelin c. Comisión (Michelin I)*, Rec. P.3461, apartado 57.

³⁰⁷ (Comisión Europea, 2009)

³⁰⁸ (Comisión Europea, 2004)

actuación de las empresas dominantes. En definitiva, este último apartado se plantea las que a su juicio constituyen controvertidas prácticas de vinculación desarrolladas por parte de Google al adherir a su servicio de búsquedas, su sistema de cartografía online “Google Maps”³⁰⁹, su plataforma de almacenamiento de video online “Youtube”³¹⁰, su sistema de traducción online “Google Translate”³¹¹ y su servicio de comparativas de precio online “Google Shopping”³¹².

La naturaleza del servicio ofrecido por Google, su buscador, supone un caso algo más complejo a los ámbitos de vinculación analizados de la mano del caso de Microsoft. Y es que al no tratarse de productos físicamente determinados en la medida en que suponen unos servicios que complementan a otro servicio los hace más enrevesados de concebir. Para ello se ha planteado una *estrategia práctica* que permita al trabajo y por ende al lector aprehender de forma clara el sentido de vinculación. Ésta consistirá en un análisis de diferentes tipos de búsquedas en el buscador Google y sus correspondientes respuestas.

Así y en primer lugar, el anexo séptimo muestra una captura de pantalla de los resultados obtenidos de la búsqueda en Google de la entrada “proyecto de final de carrera”. Éste supone el modelo común de funcionamiento de un motor de búsqueda en virtud del cual, ante una entrada determinada el buscador, recordemos, utilizará primeramente el algoritmo de búsqueda para escanear la red obteniendo, en este caso 27,5 millones de resultados relevantes bajo una pretendida neutralidad. En un segundo paso el buscador utilizará el algoritmo de clasificación, análogamente de una forma supuestamente neutral para ordenar esos millones de resultados de la manera más relevante y útil para el usuario mostrando una clasificación determinada.

³⁰⁹ Google Maps es el nombre de un servicio gratuito de Google. Es un servidor de aplicaciones de mapas en la Web. Ofrece imágenes de mapas desplazables, así como fotos satelitales del mundo entero e incluso la ruta entre diferentes ubicaciones o imágenes a pie de calle Street View. Desde el 6 de octubre del 2005, Google Maps es parte de Google Local.

³¹⁰ YouTube (pronunciación AFI [ˈjuːtjuːb]) es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. Fue creado por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005.4 En noviembre de 2006 Google Inc. lo adquirió por 1650 millones de dólares, y ahora opera como una de sus filiales.

³¹¹ Google Translate o Traductor Google es un sistema de traducción automática gratuito proporcionado por Google Inc, basado en datos estadísticos para traducir texto, documentos y páginas web a otras lenguas. Google introdujo su propio software de traducción en 2007, antes Google utilizaba el traductor SYSTRAN, que es utilizado por otros servicios de traducción, tales como Babel Fish, AOL y Yahoo.

³¹² Plataforma que permite el comparado de precios online.

Hasta aquí se trata única y exclusivamente del funcionamiento de un buscador. Sin embargo y si recurrimos al anexo octavo, ante la búsqueda del municipio “tiana” Google nos devuelve otra aparente lista de resultados pero con una variación significativa en la cabecera. Y es que de entre casi 20 millones de respuestas relevantes el buscador determina que la entrada introducida se refiere a un municipio y automáticamente adhiere a la búsqueda, en un primer lugar de la clasificación y de un modo claramente destacado el acceso a su sistema de cartografía Google Maps. Esto es lo que se entenderá en las líneas venideras por vinculación al servicio de búsquedas de Google de otro nuevo servicio.

Continuando con el resto de servicios analizados, algo extraordinariamente parecido sucede si se introduce la entrada “shakira en concierto” como vemos en el anexo noveno. De un modo igualmente automático el buscador considera que esas combinaciones de palabras pueden hacer referencia a un contenido audiovisual y devuelve, entre casi seis millones de opciones, adherida a la correspondiente lista de resultados pero en primer lugar y de un modo destacado, el acceso su sistema de almacenamiento de videos online Youtube.

Lo mismo sucede, tal y como atestigua el anexo décimo, cuando introducimos la entrada “ordenador en inglés”. Esta vez el servicio adherido en primer lugar y de forma destacada corresponde al sistema de traducción Google Translate habida cuenta de que el buscador interpretó la intención de traducir una determinada palabra. Finalmente, en el anexo undécimo, a la entrada de “blackberry storm precio”, aunque no exactamente en la primera posición—sino en la tercera—pero de forma igualmente destacada Google adhiere su servicio de comparativas de precio online Google Shopping por cuanto supone que se trata de un producto propicio para comparar precios.

En este sentido, señala la jurisprudencia comunitaria que para valorar el abuso por vinculación deben considerarse una serie de elementos determinantes. Primeramente y como es obvio hay que identificar si la empresa que desarrolla las prácticas en cuestión es dominante en el mercado del “*tying product*”³¹³. En el caso de Google, la situación de dominio en el motor de búsqueda que lleva su nombre y producto vinculante para el caso que nos ocupa, ha quedado ampliamente demostrada

³¹³ (European Commission, March 03, 2004) (European Commission, 2009) [t.p. producto vinculante]. Referido al producto “madre” al que presuntamente se le vincula uno complementario.

en sede de posición dominante—y a la cual debemos remitirnos—a través de las altísimas cuotas de mercado, rozando el monopolio y las igualmente altas barreras de entrada al mercado de los buscadores.

En segundo lugar debemos analizar si el buscador de Google se diferencia meridianamente de aquellos servicios vinculados que estamos considerando. De este modo y desde la perspectiva de la demanda del consumidor estos servicios adheridos deberán sustentarse de una forma independiente. Así con respecto al sistema de cartografía Google Maps el propio hecho constatable de que el mercado ofrezca sistemas de mapas³¹⁴ alternativos por sí solos y sin vincularse a buscador alguno apoya esta postura. Ello además, puede completarse desde las propias prácticas de Google que además ofrece este sistema adherido a sus teléfonos y demás dispositivos integrados con el sistema “Android”³¹⁵ así como a otras muchas y diversas plataformas evidenciando la naturaleza diferenciada de esta plataforma,

Por lo que se refiere a Youtube resulta igualmente constatable que el mercado ofrece múltiples plataformas para almacenamiento³¹⁶ online totalmente desvinculadas de ningún motor de búsqueda y disponibles por sí mismas. Ello análogamente debe complementarse de la mano de las propias prácticas empresariales de Google que ofrece este sistema a dispositivos de Apple u otras empresas de forma desvinculada de su buscador. Por todo ello debe concluirse su naturaleza diferenciada de la del buscador.

En el caso de Google Translate también el mercado provee servicios de traducción independientes³¹⁷ como consecuencia de una demanda de la misma índole pudiendo concluirse también su naturaleza diferenciada de la del buscador. Y finalmente, en cuanto a Google Shopping el mercado también ofrece soluciones³¹⁸ para comparar precios independientes a ningún buscador quedando igualmente diferenciado del motor de búsqueda de Google.

³¹⁴ Como pueden ser los de “ViaMichelin” (ViaMichelin, 2011), “Guia Repsol” (Guia Repsol, 2011), etc.

³¹⁵ tablets. Fue desarrollado inicialmente por Android Inc., una firma comprada por Google en 2005.⁷ Es el principal producto de la Open Handset Alliance, un conglomerado de fabricantes y desarrolladores de hardware, software y operadores de servicio.⁸ Las unidades vendidas de teléfonos inteligentes con Android se ubican en el primer puesto en los Estados Unidos, en el segundo y tercer trimestres de 2010, 9 10 11 con una cuota de mercado de 43,6% en el tercer trimestre

³¹⁶ Es el caso de (4Shared, 2011), (Bolt, 2011), (MySpace, 2011), etc.

³¹⁷ Como puede ser el popular (WordReference.com, 2011) u otros como (WorldLingo, 2011) o (traduceGratis, 2011).

³¹⁸ Como (kelkoo, 2011) o (Twenga, 2011).

En tercer lugar y para configurar una noción consistente de abuso de vinculación, hay que valorar hasta que punto existe la posibilidad por parte de los usuarios de acceder al producto vinculante de forma aislada al vinculado o si por el contrario se constriñe al uso de uno, el servicio vinculado. La *estrategia práctica* desarrollada en los párrafos anteriores agrupando diferentes búsquedas en Google—y que se agrupa en los anexos séptimo a undécimo—da buena cuenta de la imposibilidad de hacer uso del motor de búsqueda en cuestión sin que, en ocasiones y para aquellos resultados que pueda ser relevante, el buscador adhiera en el primer lugar de la clasificación³¹⁹ y de una forma completamente destacada frente a todas las demás el servicio vinculado tomado en consideración para este análisis (Google Maps, Youtube, Google Translate y Google Shopping).

Por último, hay que analizar los efectos de dichas prácticas en tanto en cuanto son susceptibles de atacar el entorno competitivo y ocasionar un cierre de mercado. En este sentido bien se puede comenzar, desde una óptica general, por la consideración una *teoría de puertas de entrada* que nos permite ver el caso de una forma sencilla y comparada con el referente de Microsoft. De este modo en el caso que nos ocupa y dado todo lo desarrollado es un hecho que la exuberante dominación del sistema operativo Windows en el mercado de sistemas operativos para ordenadores personales convirtió a Microsoft en la virtual puerta de entrada del “mundo” a los ordenadores personales.

Por el mismo razonamiento la igual o mayor situación de dominio, especialmente en Europa, de Google en el mercado de los motores de búsqueda en internet convirtió a este operador en la puerta de entrada cuasi exclusiva del “mundo” a una red ordenada y que devolviera los resultados más adecuados a los intereses de los usuarios. Ahora bien el hecho de que ambas empresas se convirtieran en esa puerta de entrada prácticamente única implica que la adhesión a su servicio básico—ya sea proveer un sistema operativo o una herramienta de búsqueda—de servicios adicionales diferenciados cuya existencia es un hecho de forma aislada y compiten *de facto* en el mercado automáticamente tiende a extender la omnipresencia de estos dos gigantes a los mercados de los productos vinculados causando una absoluta quiebra de la normal competencia en éstos.

³¹⁹ Salvo en el caso de Google Shopping que era el tercer resultado.

Y es que cualquier otro competidor en el mercado difícilmente podrá competir sobre sus méritos contra una vinculación de estas características que haga hegemónico al producto vinculado, no por sus virtudes, sino por razón de su vinculación. Con ello se impide el acceso a la necesaria rivalidad empresarial y por tanto se ataca el proceso competitivo en sí, lo cual reducirá la innovación y acabará perjudicando al consumidor.

Desde un enfoque ahora específico la conducta vinculante de Google en todos y cada uno de los casos analizados—anexos octavo a undécimo—supone una alteración premeditada de su algoritmo de clasificación para que refleje de un modo preponderante sus servicios vinculados. Ello y como consecuencia del decrecimiento de la probabilidad³²⁰ cuando la clasificación relega las búsquedas, implica que la prominencia de los servicios vinculados de Google en la clasificación coarta significativamente las posibilidades de ser “vistos” de otros operadores dificultando sobremedida la competencia en los méritos que debería presidir todo reflejo de rivalidad empresarial.

De hecho así lo reconoce el propio Google cuando asevera que “*we might show you a Google Map when you search for an address. But our users expect that, [...] and sometimes users just want quick answers. If you type “100 US dollars in British pounds, for example, you probably want to know that it’s “£63.9p” – not just see links to currency conversion websites*”³²¹ no pareciendo consistente justificar la vinculación de Google Maps únicamente a la expectación de los usuarios pues, probablemente, no destacar sobre los demás su servicio y alterar artificialmente la clasificación algorítmica³²² de los resultados para ponerlo en primer lugar, resolvería igualmente de satisfactoriamente las expectativas de los usuarios al tiempo que no reduciría de una forma tan radical la posible competencia de otros sistemas de cartografía online.

En cualquier caso, resulta evidente que “*by altering its natural search algorithm to feature its own vertical search products at the top of the list of results*” es una práctica reconocida por Google y cuya justificación hace pendular sobre sus derechos de propiedad intelectual admitiendo que es [a manipulación de la búsqueda natural para

³²⁰ *Studies show that the top five results on the first page of results attract 88 percent of the clicks*

³²¹ *Amit Singhal, WSJ, 17 September 2010 Amit Singhal is a software engineer at Google Inc., a Google Fellow, and the head of Google’s core ranking team*
<http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703466704575489582364177978.html>

³²² *Google does not apply its usual search algorithm to its own products and services. Instead, it seems to apply a distinct and separate ‘product placement algorithm’ so that the most relevant of its own products and services. (Cave, y otros, March 2011)*

sus beneficios es “*only fair*” because because “*we do all the work*” for the search page³²³. Estas justificaciones no son reconducibles, siguiendo la regulación comunitaria, a ningún tipo de eficiencia de distribución, ni técnica ni cualquier otra que produzca tales beneficios que compense los agravios causados al proceso competitivo, especialmente por un operador como Google que roza el monopolio en el mercado europeo de búsquedas .

Además, viene a reforzar de un modo justificado las posturas anteriores el hecho de que uno de los servicios de Google, denominado “Google Finance” y que viene a cumplir funciones análogas a todos los demás examinados pero en el ámbito de proveer información financiera no sigue la conducta vinculante reseñada en todos los demás. Por el contrario sigue un comportamiento modélico a los efectos de este análisis de la competencia. Así el anexo duodécimo pone de manifiesto que ante la búsqueda de “CAC 40³²⁴” este servicio no aparece de ningún modo prominente ni se coloca en los primeros puestos de la clasificación a no ser que se incluya en la entrada tal y como culmina el anexo decimotercero

En suma y por todo ello, a la luz de la noción de competencia y de cómo esta se ha desarrollado en el derecho europeo de la competencia y en especial en la normativa comunitaria sobre el abuso de posición dominante, podrían juzgarse indebidas las prácticas vinculantes de los servicios Google Maps, Youtube, Google Translate y Google Shopping analizadas por cuanto esta conducta refuerza la dominación de Google y perjudica gravemente el normal desarrollo del proceso competitivo en los mercados de los susodichos servicios vinculados hasta el punto de producir un cierre de mercado. De esta manera, la vinculación de los servicios analizados al motor de búsqueda Google deberían considerarse abusivos de su posición dominante

³²³ Marissa Mayer, Speech on Scaling Google for Every User at the Google Seattle Conference on Scalability, 17 Jan., 2007, at minute 44:35 (emphasis added), video at <http://www.youtube.com/watch?v=LT1UFZSbcxE>

³²⁴ Índice económico principal de la bolsa parisina y homólogo del español Ibex 35.

Conclusiones

En términos generales y en primer lugar, se ha entendido que la noción de competencia, desde su vertiente empresarial, supone el elemento cardinal de los modernos sistemas capitalistas para desarrollar una asignación de recursos eficaz basada en la rivalidad de los operadores que compiten en el mercado libremente a fin de alcanzar los sacrosantos beneficios pero, a su vez, siendo su conducta objeto de una presión competitiva que disciplina sus prácticas convirtiéndolos en mejores y más eficientes a través de la innovación y por ende beneficiando al consumidor que constituye el objeto ulterior de protección.

A partir de este marco ideal se descubre el concepto de efectividad y lealtad de la competencia en contraposición a todas aquellas prácticas tendentes a valerse de medios distintos a la sana rivalidad empresarial para conseguir sus objetivos. Tamaña consideración empieza por calar en los sistemas político-jurídico anglosajones que sus específicas características llevan a arbitrar con precocidad una suerte de normas ordenadas a proporcionar una todavía incipiente protección a la esencia competitiva.

Sin embargo el aumento exponencial de la actividad económica del último siglo auspicia seguidamente un enriquecimiento normativo en el ámbito de la competencia que muy pronto alcanzaría el estatuto de Derecho y cuyo profundo casuismo sería el eje vertebrador de su desarrollo. Con el integracionismo europeo de mediados de siglo este esfuerzo por incardinar el sentido de la competencia en el núcleo de la prosperidad económica llevaría al naciente derecho europeo a dotarse de esta especial rama de protección.

Paralelamente con el asentamiento del europeísmo y su cultura del bienestar floreció de un modo sin parangón una renovada vocación por la asunción de un liderazgo europeo en la protección del proceso competitivo como presupuesto ineludible para asegurar, precisamente, el bienestar del consumidor.

El ajuste de las prácticas de gigante tecnológico Google, en su calidad de dominante a la legalidad comunitaria llevó a examinar el desarrollo de la misma en el ámbito de una novedosa dominación, caracterizada por su rapidísima adquisición y asentada sobre el ámbito de las tecnologías de la información. En su seno, revoluciones como la de la informática o la de internet constituyen la inauguración de

una suerte de arquitectura de nuevos mercados, con nuevos productos y en definitiva, con nuevas formas de competir.

Aprehendido el casuismo de este Derecho Microsoft nos brindó la traslación práctica idónea de la regulación comunitaria de la posición dominante y sus abusos, en especial la estructura básica de valoración de los abusos de vinculación y exactamente aquellos que de Google presuntamente se predicaban.

Finalmente y resolviendo la hipótesis del trabajo, el derecho de la competencia y su desarrollo de la normativa comunitaria del abuso de posición dominante arbitraron el marco de referencia básico contra el que contrastar las conductas de Google. De este modo el específico desarrollo de Microsoft completó finalmente un análisis justificado amparado en la tradición comunitaria que acabó valorando positivamente la posibilidad de que el motor de búsqueda de la década abusara de su posición dominante vía vinculación a su servicio principal de otros adheridos.

Bibliografía

- 4Shared. 2011.** Almacenamiento y Visualización de Videos Online . [En línea] 2011. <http://www.4shared.com/>.
- bing. 2011.** [En línea] 2011. <http://www.bing.com/>.
- Bolt . 2011.** Almacenamiento y Visualización de Videos Online . [En línea] 2011. <http://www.bolt.com/>.
- Cave, Martin y Williams, Howard. March 2011.** *The Perils of Dominance: Exploring the Economics of Search in the Information Society.* s.l. : Initiative for a competitive online marketplace, March 2011.
- Comisión Europea - Política de la Competencia. 2011.** Disposición indicativa relativa a la Aplicación de los artículos 101 y 102 del TFUE (antiguos artículos 81 y 82 del Tratado CE). [En línea] 2011. http://europa.eu/legislation_summaries/competition/firms/l26092_es.htm.
- Comisión Europea. 2009.** *Comunicación de la Comisión -- Orientaciones sobre las prioridades de control de la Comisión en su aplicación del artículo 82 del tratado CE a la conducta excluyente abusiva de las empresas dominantes.* 2009. (2009/C45/02).
- . **2004.** *La Comisión concluye la investigación sobre Microsoft, le impone medidas correctivas para que modifique su conducta y le aplica una multa.* Bruselas, 24 de marzo de 2004 : s.n., 2004. IP/04/382.
- . **2002.** La política de competencia en Europa. *Normas de competencia aplicables a los acuerdos de suministro y de distribución.* [En línea] 2002.
- . **2005.** *La política de ocompetencia de la UE y los consumidores.* s.l. : Dirección General de Competencia, 2005.
- Court of First Instance (CFI). 17 September 2007.** *Microsoft v Commission.* s.l. : Court of First Instanc, 17 September 2007.
- Europa - Competencia. 2011a.** Competencia. *Condiciones justas para todos.* [En línea] 2011a. http://europa.es/pol/comp/index_es.htm.
- . **2011b.** Síntesis de la legislación de la UE. *Glosario.* [En línea] 2011b. http://europa.eu/legislation_summaries/glossary/competition_es.htm.
- . **2011c.** Síntesis de la legislación de la UE. *Disposiciones aplicables a empresas.* [En línea] 2011c. http://europa.eu/legislation_summaries/competition/firms/index_es.htm.
- European Comission - Antitrust. 2011.** Antitrust. *Overview.* [En línea] 2011. http://ec.europa.eu/competition/antitrust/overview_en.html.
- European Commission - Competition. 2011a.** Antitrust. *Art 82 Review.* [En línea] 2011a.
- . **2011b.** Competition website. *About competition policy.* [En línea] 2011b.
- . **2011c.** Information Communication Technologies (ICT). *Microsoft case: The Commission's investigation.* [En línea] 2011c. <http://ec.europa.eu/competition/sectors/ICT/microsoft/investigation.html>.
- . **2011d.** Information Communication Technologies (ICT). *Microsoft Case.* [En línea] 2011d. <http://ec.europa.eu/competition/sectors/ICT/microsoft/investigation.html>.

- . **2011e.** Vice President Joaquin Almunia's website. *About the Commissioner - Mandate*. [En línea] 2011e. http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/almunia/index_en.htm.
- European Commission - DG Competition. 2005.** *DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses*. Brussels, December 2005 : s.n., 205.
- European Commission. 2009.** *Commission Decision of 16.12.2009 relating to a proceeding under Article 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union and Article 54 of the EEA Agreement. Case COMP/C-3/39.530 - Microsoft (tying)*, 2009.
- . **1997.** *Commission Notice on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law*. 1997. 97/C 372/03.
- . **March 03, 2004.** *Commission of the European Communities v. Microsoft Corporation. Decision Relating to a Proceeding under Article 82 of the EC Treaty. Case COMP/C-3/37.792*, March 03, 2004.
- . **2005.** *Competition: Commission publishes discussion paper on abuse of dominance*. Brussels : s.n., 2005. IP/05/1626.
- European Competition - Antitrust. 2011.** Legislation. [En línea] 2011. <http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/legislation.html>.
- GAL, M. Junio 2004.** *The Ecology of Antitrust: Preconditions for antitrust enforcement in developing countries in competition. Competitiveness and development: Lessons from developing countries*. UNCTAD. Junio 2004. págs. 20-38.
- González-Orús, Maíllo, y otros. 2008.** *Manual de Derecho de la Competencia*. s.l. : tecnos, 2008.
- Guía Repsol. 2011.** Mapas. [En línea] 2011. http://www.guiarepsol.com/es_es/home/.
- ICOMP. 2011.** *Why Search Matters*. s.l. : Initiative for a competitive online marketplace, 2011.
- kelkoo. 2011.** Busca. Compara. Compra. [En línea] 2011. <http://www.kelkoo.es/>.
- Mankiw, N. Gregory. 2004.** *Principios de Economía*. 3ª edición. Madrid : McGraw-Hill, 2004.
- Muños, Ramón. 9/3/2010.** Se abre la veda contra Google. *El País*. 9/3/2010.
- MySpace . 2011.** Almacenamiento y Visualización de Videos Online . [En línea] 2011. <http://www.myspace.com/>.
- Neelie Kroes. 2005.** *Neelie Kroes Member of the European Commission in charge of Competition Policy Preliminary Thoughts on Policy Review of Article 82 Speech at the Fordham Corporate Law Institute*. New York, 23 September 2005 : s.n., 2005. Speech/05/537.
- RAE. 2011.** Real Academia Española. [En línea] 2011. <http://www.rae.es/rae.html>.
- Standard Oil Co. Of New Jersey c. United States. 1911.** *Sentencia del Tribunal Supremo de Estados Unidos, de 15 de mayo de 1911, Standard Oil Co. Of New Jersey c. United States*. 221 U.S. (1911), s.l. : Tribunal Supremo de Estados Unidos, 1911.
- traduceGratis. 2011.** [En línea] 2011. <http://www.traducegratis.com/>.
- Twenga. 2011.** La Mayor Selección de la Web. [En línea] 2011. <http://www.twenga.es/>.

ViaMichelin. 2011. Mapas. [En línea] 2011. <http://www.viamichelin.es/web/Mapas-Planos>.

Waelbroeck, M. y Frignani, A. 1998. *Derecho Europeo de la Competencia*. s.l. : Bosch, 1998.

Wikipedia. 2011. <http://es.wikipedia.org>. [En línea] 2011.

Will James. Institute for the study of Civil Society. *Competition policy*. . [En línea] <http://civitas.org.uk>.

WordReference.com. 2011. Diccionarios de Español, Inglés, Francés y Portugués. [En línea] 2011. <http://www.wordreference.com/es/>.

WorldLingo. 2011. Traductor de idioma en línea gratuito. [En línea] 2011. http://www.worldlingo.com/es/products_services/worldlingo_translator.html.

Anexo

Anexo Primero. Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE): Normas sobre la competencia. Sección Primera (arts. 101-106) y Segunda (arts.107-109).

Sección I. Disposiciones aplicables a las empresas.

Artículo 101.

(antiguo artículo 81 TCE)

1. Serán incompatibles con el mercado interior y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior y, en particular, los que consistan en:

- a. fijar directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción;
- b. limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones;
- c. repartirse los mercados o las fuentes de abastecimiento;
- d. aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;
- e. subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos.

2. Los acuerdos o decisiones prohibidos por el presente artículo serán nulos de pleno derecho.

3. No obstante, las disposiciones del apartado 1 podrán ser declaradas inaplicables a:

- cualquier acuerdo o categoría de acuerdos entre empresas,
- cualquier decisión o categoría de decisiones de asociaciones de empresas,
- cualquier práctica concertada o categoría de prácticas concertadas,

que contribuyan a mejorar la producción o la distribución de los productos o a fomentar el progreso técnico o económico, y reserven al mismo tiempo a los usuarios una participación equitativa en el beneficio resultante, y sin que:

- a. impongan a las empresas interesadas restricciones que no sean indispensables para alcanzar tales objetivos;
- b. ofrezcan a dichas empresas la posibilidad de eliminar la competencia respecto de una parte sustancial de los productos de que se trate.

Artículo 102.

(antiguo artículo 82 TCE)

Será incompatible con el mercado interior y quedará prohibida, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición dominante en el mercado interior o en una parte sustancial del mismo.

Tales prácticas abusivas podrán consistir, particularmente, en:

- a. imponer directa o indirectamente precios de compra, de venta u otras condiciones de transacción no equitativas;
- b. limitar la producción, el mercado o el desarrollo técnico en perjuicio de los consumidores;
- c. aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;
- d. subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos.

Artículo 103.

(antiguo artículo 83 TCE)

1. El Consejo, a propuesta de la Comisión y previa consulta al Parlamento Europeo, adoptará los reglamentos o directivas apropiados para la aplicación de los principios enunciados en los artículos 101 y 102.

2. Las disposiciones a que se refiere el apartado 1 tendrán especialmente por objeto:

- a. garantizar la observancia de las prohibiciones mencionadas en el apartado 1 del artículo 101 y en el artículo 102, mediante el establecimiento de multas y multas coercitivas;
- b. determinar las modalidades de aplicación del apartado 3 del artículo 101, teniendo en cuenta la necesidad, por una parte, de asegurar una vigilancia eficaz y, por otra, de simplificar en lo posible el control administrativo;
- c. precisar, eventualmente, respecto de los distintos sectores económicos, el ámbito de aplicación de los artículos 101 y 102;
- d. definir las respectivas funciones de la Comisión y del Tribunal de Justicia de la Unión Europea en la aplicación de las disposiciones establecidas en el presente apartado;
- e. definir las relaciones entre las legislaciones nacionales, por una parte, y las disposiciones de la presente sección y las adoptadas en aplicación del presente artículo, por otra.

Artículo 104.

(antiguo artículo 84 TCE)

Hasta la entrada en vigor de las disposiciones adoptadas en aplicación del artículo 103, las autoridades de los Estados miembros decidirán sobre la admisibilidad de los acuerdos, decisiones y prácticas concertadas y sobre la explotación abusiva de una posición dominante en el mercado interior, de conformidad con su propio Derecho y las disposiciones del artículo 101, en particular las de su apartado 3, y las del artículo 102.

Artículo 105.

(antiguo artículo 85 TCE)

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 104, la Comisión velará por la aplicación de los principios enunciados en los artículos 101 y 102. A instancia de un Estado miembro o de oficio, y en colaboración con las autoridades competentes de los Estados miembros, que le prestarán su asistencia, la Comisión investigará los casos de supuesta infracción de los principios antes mencionados. Si comprobare la existencia de una infracción, propondrá las medidas adecuadas para poner término a ella.

2. En caso de que no se ponga fin a tales infracciones, la Comisión hará constar su existencia mediante una decisión motivada. Podrá publicar dicha decisión y autorizar a los Estados miembros para que adopten las medidas necesarias, en las condiciones y modalidades que ella determine, para remediar esta situación.

3. La Comisión podrá adoptar reglamentos relativos a las categorías de acuerdos sobre las que el Consejo haya adoptado un reglamento o una directiva con arreglo a la letra b) del apartado 2 del artículo 103.

Artículo 106.

(antiguo artículo 86 TCE)

1. Los Estados miembros no adoptarán ni mantendrán, respecto de las empresas públicas y aquellas empresas a las que concedan derechos especiales o exclusivos, ninguna medida contraria a las normas de los Tratados, especialmente las previstas en los artículos 18 y 101 a 109, ambos inclusive.

2. Las empresas encargadas de la gestión de servicios de interés económico general o que tengan el carácter de monopolio fiscal quedarán sometidas a las normas de los Tratados, en especial a las normas sobre competencia, en la medida en que la aplicación de dichas normas no impida, de hecho o de derecho, el cumplimiento de la misión específica a ellas confiada. El desarrollo de los intercambios no deberá quedar afectado en forma tal que sea contraria al interés de la Unión.

3. La Comisión velará por la aplicación de las disposiciones del presente artículo y, en tanto fuere necesario, dirigirá a los Estados miembros directivas o decisiones apropiadas.

Sección II. Ayudas otorgadas por los estados.

Artículo 107.

(antiguo artículo 87 TCE)

1. Salvo que los Tratados dispongan otra cosa, serán incompatibles con el mercado interior, en la medida en que afecten a los intercambios comerciales entre Estados miembros, las ayudas otorgadas por los Estados o mediante fondos estatales, bajo cualquier forma, que falseen o amenacen falsear la competencia, favoreciendo a determinadas empresas o producciones.

2. Serán compatibles con el mercado interior:

- a. las ayudas de carácter social concedidas a los consumidores individuales, siempre que se otorguen sin discriminaciones basadas en el origen de los productos;

- b. las ayudas destinadas a reparar los perjuicios causados por desastres naturales o por otros acontecimientos de carácter excepcional;
- c. las ayudas concedidas con objeto de favorecer la economía de determinadas regiones de la República Federal de Alemania, afectadas por la división de Alemania, en la medida en que sean necesarias para compensar las desventajas económicas que resultan de tal división. Cinco años después de la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, el Consejo podrá adoptar, a propuesta de la Comisión, una decisión por la que se derogue la presente letra.

3. Podrán considerarse compatibles con el mercado interior:

- a. las ayudas destinadas a favorecer el desarrollo económico de regiones en las que el nivel de vida sea anormalmente bajo o en las que exista una grave situación de subempleo, así como el de las regiones contempladas en el artículo 349, habida cuenta de su situación estructural, económica y social;
- b. las ayudas para fomentar la realización de un proyecto importante de interés común europeo o destinadas a poner remedio a una grave perturbación en la economía de un Estado miembro;
- c. las ayudas destinadas a facilitar el desarrollo de determinadas actividades o de determinadas regiones económicas, siempre que no alteren las condiciones de los intercambios en forma contraria al interés común;
- d. las ayudas destinadas a promover la cultura y la conservación del patrimonio, cuando no alteren las condiciones de los intercambios y de la competencia en la Unión en contra del interés común;
- e. las demás categorías de ayudas que determine el Consejo por decisión, tomada a propuesta de la Comisión.

Artículo 108.

(antiguo artículo 88 TCE)

1. La Comisión examinará permanentemente, junto con los Estados miembros, los regímenes de ayudas existentes en dichos Estados. Propondrá a éstos las medidas apropiadas que exija el desarrollo progresivo o el funcionamiento del mercado interior.

2. Si, después de haber emplazado a los interesados para que presenten sus observaciones, la Comisión comprobare que una ayuda otorgada por un Estado o mediante fondos estatales no es compatible con el mercado interior en virtud del

artículo 107, o que dicha ayuda se aplica de manera abusiva, decidirá que el Estado interesado la suprima o modifique en el plazo que ella misma determine.

Si el Estado de que se trate no cumpliera esta decisión en el plazo establecido, la Comisión o cualquier otro Estado interesado podrá recurrir directamente al Tribunal de Justicia de la Unión Europea, no obstante lo dispuesto en los artículos 258 y 259.

A petición de un Estado miembro, el Consejo podrá decidir, por unanimidad y no obstante lo dispuesto en el artículo 107 o en los reglamentos previstos en el artículo 109, que la ayuda que ha concedido o va a conceder dicho Estado sea considerada compatible con el mercado interior, cuando circunstancias excepcionales justifiquen dicha decisión. Si, con respecto a esta ayuda, la Comisión hubiere iniciado el procedimiento previsto en el párrafo primero del presente apartado, la petición del Estado interesado dirigida al Consejo tendrá por efecto la suspensión de dicho procedimiento hasta que este último se haya pronunciado sobre la cuestión.

Sin embargo, si el Consejo no se hubiere pronunciado dentro de los tres meses siguientes a la petición, la Comisión decidirá al respecto.

3. La Comisión será informada de los proyectos dirigidos a conceder o modificar ayudas con la suficiente antelación para poder presentar sus observaciones. Si considerare que un proyecto no es compatible con el mercado interior con arreglo al artículo 107, la Comisión iniciará sin demora el procedimiento previsto en el apartado anterior. El Estado miembro interesado no podrá ejecutar las medidas proyectadas antes que en dicho procedimiento haya recaído decisión definitiva.

4. La Comisión podrá adoptar reglamentos relativos a las categorías de ayudas públicas sobre las que el Consejo haya determinado, con arreglo al artículo 109, que pueden quedar exentas del procedimiento establecido en el apartado 3 del presente artículo.

Artículo 109.

(antiguo artículo 89 TCE)

El Consejo, a propuesta de la Comisión y previa consulta al Parlamento Europeo, podrá adoptar los reglamentos apropiados para la aplicación de los artículos 107 y 108 y determinar, en particular, las condiciones para la aplicación del apartado 3 del artículo 108 y las categorías de ayudas que quedan excluidas de tal procedimiento.

Anexo Segundo. Computadores y computación personal

Una computadora personal u ordenador personal, también conocida como PC (sigla en inglés de personal computer), es una microcomputadora diseñada en principio para ser usada por una sola persona a la vez. (En el habla habitual, las siglas PC se refieren más específicamente a la computadora compatible IBM PC.) Una computadora personal es generalmente de tamaño medio y es usado por un solo usuario (aunque hay sistemas operativos que permiten varios usuarios simultáneamente, lo que es conocido como multiusuario).

Una computadora personal suele estar equipada para cumplir tareas comunes de la informática moderna, es decir permite navegar por Internet, escribir textos y realizar otros trabajos de oficina o educativos, como editar textos y bases de datos. Además de actividades de ocio, como escuchar música, ver videos, jugar, estudiar, etc.

En cuanto a su movilidad podemos distinguir entre computadora de escritorio y computadora portátil. Dentro del conjunto de las computadoras portátiles están las llamadas computadoras portátiles de escritorio.

Anexo Tercero. Microsoft Corporation y Windows.

Microsoft Corporation es una empresa multinacional de origen estadounidense, fundada el 4 de abril de 1975 por Bill Gates y Paul Allen. Dedicada al sector de la informática, con sede en Redmond, Washington, Estados Unidos. Microsoft desarrolla, fabrica, licencia y produce software y equipos electrónicos. Siendo sus productos más usados el sistema operativo *Microsoft Windows* y la suite *Microsoft Office*, los cuales tienen una importante posición entre los ordenadores personales. Con una cuota de mercado cercana al 90% para Office en 2003 y para Windows en el 2006. Siguiendo la estrategia de Bill Gates de "tener una estación de trabajo que funcione con nuestro software en cada escritorio y en cada hogar".

Microsoft Windows es el nombre de una serie de sistemas operativos desarrollados por Microsoft desde 1981, año en que el proyecto se denominaba «Interface Manager». Anunciado en 1983, Microsoft comercializó por primera vez el entorno operativo denominado Windows en noviembre de 1985 como complemento para MS-DOS, en respuesta al creciente interés del mercado en una interfaz gráfica de usuario (GUI).¹ Microsoft Windows llegó a dominar el mercado de ordenadores personales del mundo, superando a Mac OS, el cual había sido introducido previamente a Windows. En octubre de 2009, Windows tenía aproximadamente el 91% de la cuota de mercado de sistemas operativos en equipos cliente que acceden a Internet.^{2 3 4} Las versiones más recientes de Windows son Windows 7 para equipos de escritorio, Windows Server 2008 R2 para servidores y Windows Phone 7 para dispositivos móviles.

La compañía también suele ser nombrada como MS, por sus iniciales en el NASDAQ o simplemente como Redmond, debido a la gran influencia que tiene sobre la localidad de su centro de operaciones. Tiene 93.000 empleados en 102 países diferentes y contó con unos ingresos de 51.120 millones de dólares durante el año 2007. Fundada para desarrollar y vender intérpretes de *BASIC* para el Altair 8800, a mediados de los 80 consiguió dominar el mercado de ordenadores personales con el sistema operativo *MS-DOS*. La compañía inició una Oferta Pública de Venta en el mercado de valores en 1986, la cual, debido a la subida de cotización de las acciones, llevó a 4 empleados a convertirse en multimillonarios y a 12.000 en millonarios³²⁵.

³²⁵ Chapman, Merrill R., In search of stupidity: over 20 years of high-tech marketing disasters (2nd Edition), Apress, ISBN 1-59059-721-4

Durante su historia, ha sido objeto de críticas, como acusaciones de realizar prácticas monopolísticas que la han llevado ante la Comisión Europea y el Departamento de Justicia de los Estados Unidos³²⁶. Microsoft afianzó su posición en otros mercados como el de sistemas operativos y suites de oficina, con recursos como la red de televisión por cable MSNBC, el portal de Internet MSN, y la enciclopedia multimedia Microsoft Encarta, producto y servicio cancelado por la empresa a principios de 2009³²⁷ debido a la competencia de la libre Wikipedia.

La compañía también comercializa hardware como el ratón de Microsoft y productos de entretenimiento casero como *Xbox*, *Xbox 360*, *Zune* y *MSN TV*³²⁸. Microsoft ha dado soporte a sus usuarios a través de Usenet en grupos de noticias³²⁹ y en Internet³³⁰, también premia con la categoría de Microsoft MVP (*Most Valuable Professional*)³³¹ a aquellos voluntarios que demuestran ser útiles en la asistencia a los clientes. Su web oficial es una de las páginas más visitadas de la red, recibiendo por día más de 2'4 millones de visitas únicas según datos de *Alexa*, que situó el 11 de mayo de 2008 a Microsoft.com como la 14ª página web con más visitas del mundo³³².

³²⁶ «Bruselas multa a Microsoft con 280,5 millones por incumplir las sanciones impuestas en 2004 (http://www.elpais.com/articulo/internet/Bruselas/multa/Microsoft/2805/millones/incumplir/sanciones/impuestas/2004/elpportec/20060712elpepnet_3/Tes) » (12/07/2006) y «El Gobierno de Estados Unidos renuncia a dividir Microsoft en dos compañías (<http://www.elmundo.es/2001/09/07/economia/1044829.html>) » (7/9/2001).

³²⁷ «Aviso importante: MSN Encarta cancela su servicio (http://es.encarta.msn.com/guide_page_faq/faq.html) ».

³²⁸ «Familia de productos de Microsoft (<http://www.microsoft.com/products/info/default.aspx?view=45>)».

³²⁹ Mensajes del grupo de Usenet (<http://www.hooznet.com/m.p.e.windowsexp/index12.shtml>)».

³³⁰ «Ayuda y Soporte Técnico de Microsoft (<http://support.microsoft.com/default.aspx?ln=ES-ES>)».

³³¹ «Microsoft TechNet - Most Valuable Professional (<http://www.microsoft.com/spain/technet/comunidad/mvp.msp>)».

³³² «Información de Microsoft.com en Alexa (<http://www.alexa.com/data/details/main/Microsoft.com>) » (12/9/2007).

Anexo Cuarto. Internet y la *World Wide Web*.

Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos.

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la World Wide Web (WWW, o "la Web"), hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Ésta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza Internet como medio de transmisión.

Existen, por tanto, muchos otros servicios y protocolos en Internet, aparte de la Web: el envío de correo electrónico (SMTP), la transmisión de archivos (FTP y P2P), las conversaciones en línea (IRC), la mensajería instantánea y presencia, la transmisión de contenido y comunicación multimedia -telefonía (VoIP), televisión (IPTV)-, los boletines electrónicos (NNTP), el acceso remoto a otros dispositivos (SSH y Telnet) o los juegos en línea.

Anexo Quinto. Motor de búsqueda

Un motor de búsqueda, también conocido como buscador o browser es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores web gracias a su «spider» (o Web crawler). Un ejemplo son los buscadores de Internet (algunos buscan sólo en la Web pero otros buscan además en noticias, servicios como Gopher, FTP, etc.) cuando se pide información sobre algún tema. Las búsquedas se hacen con palabras clave o con árboles jerárquicos por temas; el resultado de la búsqueda es un listado de direcciones Web en los que se mencionan temas relacionados con las palabras clave buscadas.

Como operan en forma automática, los motores de búsqueda contienen generalmente más información que los directorios. Sin embargo, estos últimos también han de construirse a partir de búsquedas (no automatizadas) o bien a partir de avisos dados por los creadores de páginas (lo cual puede ser muy limitante). Los buenos directorios combinan ambos sistemas. Hoy en día Internet se ha convertido en una herramienta, para la búsqueda de información, rápida, para ello han surgido los buscadores que son un motor de búsqueda que nos facilita encontrar información rápida de cualquier tema de interés, en cualquier área de las ciencias, y de cualquier parte del mundo.

Anexo Sexto. Google Inc.

Google Inc. es la empresa propietaria de la marca Google, cuyo principal producto es el motor de búsqueda del mismo nombre. Dicho motor es resultado de la tesis doctoral de Larry Page y Sergey Brin (dos estudiantes de doctorado en Ciencias de la Computación de la Universidad de Stanford) para mejorar las búsquedas en Internet.

La coordinación y asesoramiento se debieron al mexicano Héctor García Molina, director por entonces del Laboratorio de Sistemas Computacionales de la misma Universidad de Stanford³³³. Partiendo del proyecto concluido, Page y Brin fundan Google Inc. el 4 de septiembre de 1998. Contaban con un servidor con 80 CPUs, y dos routers HP³³⁴. Este motor de búsqueda superó al otro más popular de la época, AltaVista, que había sido creado en 1995.

Aunque su principal producto es el buscador, la empresa ofrece también entre otros servicios: un comparador de precios llamado *Google Product Search* (antes conocido como "*Froogle*"), un motor de búsqueda para material almacenado en discos locales (*Google Desktop Search*), un servicio de correo electrónico llamado *Gmail*, su mapamundi en 3D *Google Earth* y un servicio de mensajería instantánea basado en XMPP llamado *Google Talk*.

Su infraestructura principal está compuesta por varios data centers que funcionan con la distribución *RedHat* del sistema operativo *GNU/Linux*, cuya elección fue llevada a cabo debido a la flexibilidad del mismo, por lo que la mayoría de sus trabajadores usan también esta misma distribución en sus estaciones de trabajo por comodidad³³⁵.

Actualmente Google está trabajando en nuevos proyectos como el PC de 100 dólares³³⁶, un nuevo sistema operativo³³⁷, *Google Docs & Spreadsheets*,

³³³ El mexicano que asesoró a los creadores de Google. (<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/36013.html>)

³³⁴ Historia tecnológica: los primeros servidores de Google (<http://alt1040.com/2011/05/historia-tecnologica-los-primeros-servidores-de-google>) ». Consultado el 13 de mayo de 2011.

³³⁵ VNM:Host.net (2009). «Google a fondo, su tecnología e infraestructura (<http://www.vnmhost.net/tips/modules.php?name=News&file=article&sid=496>) ». Consultado el 27 de octubre de 2010.

³³⁶ Primer prototipo de la PC de 100 dólares (<http://google.dirson.com/post/1758/>)

colaboración³³⁸ y promoción de aplicaciones de software libre como *Firefox*³³⁹, instalación de varias redes inalámbricas gratuitas³⁴⁰, desarrollo de un sistema de protocolo abierto de comunicación por voz³⁴¹ entre otros. Además se especula que estaría trabajando en el desarrollo de un "*Google Office*"³⁴² y una red global de fibra óptica³⁴³.

Vint Cerf, considerado uno de los padres de Internet, fue contratado por Google en 2005. La compañía cotiza en la NASDAQ bajo la clave GOOG. En octubre de 2006, Google adquirió por 1650 millones de dólares la famosa página de vídeos YouTube³⁴⁴. En abril de 2007, Google compró DoubleClick³⁴⁵, una empresa especializada en publicidad en Internet, por 3.100 millones de dólares. Este mismo mes, Google se convirtió en la marca más valiosa del mundo, alcanzando la suma de 66.000 millones de dólares, superando a emblemáticas empresas como Microsoft, General Electric y Coca-Cola.

En julio de 2007, Google compró Panoramio, un sitio web dedicado a exhibir las fotografías que los propios usuarios crean y geoposicionan, siendo algunas de ellas subidas al sitio para que puedan ser vistas a través del software *Google Earth*, cuyo objetivo es permitir a los usuarios del mencionado software aprender más sobre una zona específica del mapa, observando las fotografías que otros usuarios han tomado ahí. En septiembre de 2010, Google implementó "*Google Instant Search*", una función que permite hacer búsquedas a medida que el usuario va tecleando su término de búsqueda.

³³⁷ Introducción al nuevo sistema operativo Google Chrome (<http://googleblog.blogspot.com/2009/07/introducing-google-chrome-os.html>)

³³⁸ Google sigue teniendo acuerdos de colaboración mutua con el proyecto Mozilla Firefox (<http://google.dirson.com/noticias.new/1933/>)

³³⁹ Google te paga un dólar por cada Firefox que recomiendes (<http://google.dirson.com/noticias.new/1881/>)

³⁴⁰ Google quiere instalar una red WiFi gratuita en EEUU (<http://google.dirson.com/noticias.new/1761/>)

³⁴¹ Google apuesta por los protocolos abiertos en las comunicaciones (<http://google.dirson.com/noticias.new/1803/>)

³⁴² Google Office: El mundo cambia esta semana (<http://google.dirson.com/noticias.new/1767/>)

³⁴³ ¿Construirá Google su propia red global de fibra óptica? (<http://google.dirson.com/noticias.new/1033/>)

³⁴⁴ Google Press Center: Press Release (http://www.google.com/press/pressrel/google_youtube.html).

³⁴⁵ Google Press Center: Press Release (<http://www.google.com/intl/en/press/pressrel/doubleclick.html>).

Anexo Séptimo. Proyecto de final de carrera

The image shows a Google search results page for the query "proyecto de final de carrera". The browser address bar shows the URL: <http://www.google.es/#hl=es&hr=t&q=proyecto+de+final+de+carrera&cp=8&pq=tra>. The search bar contains the text "proyecto de final de carrera" and the "Buscar" button is visible. The search results are displayed in Spanish and include several entries:

- proyectos fin de carrera**: web dedicada a ayudarte como hacer y presentar tu **proyecto fin de carrera** tesis y monografía. Directorio de proyectos fin de carrera ... - Trabajos - Cómo presentar un proyecto www.proyectosfindecarrera.com/ - En caché - Similares
- Proyecto fin de carrera - Wikipedia, la enciclopedia libre**: El **proyecto fin de carrera**, o **PFC**, es, en ciertos países europeos, como España, un proyecto exigido como condición para obtener finalmente la titulación en ... es.wikipedia.org/wiki/Proyecto_fin_de_carrera - En caché - Similares
- [PDF] Proyecto de Fin de Carrera**: Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat - Vista rápida de P Rodríguez - 2009
- PROYECTO DE FIN DE CARRERA. TÍTULO DEL PFC: Estudio de la plataforma de software Android para el desarrollo de una aplicación social ...** upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/6752/1/memoria.pdf - Similares
- Proyecto fin de carrera**: 26 Ene 1993 ... El **proyecto fin de carrera** no es un proyecto de ingeniería en el sentido estricto de la palabra: no hay un incentivo económico inmediato. ... jungla.dit.upm.es/~pepe/pfc.html - En caché - Similares
- Publicación de Proyectos Fin de Carrera en Archivo Digital UPM ...**: Publicación de **Proyectos Fin de Carrera** en Archivo Digital UPM. Los PFC-TFC ... oa.upm.es/pfc.html - En caché - Similares
- Proyectos de fin de carrera**: Si te interesa que te dirja el **proyecto fin de carrera**, debes cumplir una de las siguientes tres condiciones (con una es suficiente): ... www.orcero.org/irbis/proyectosfindecarrera.html - En caché - Similares
- [PDF] PROYECTO FIN DE CARRERA**: Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat
- Proyecto Fin de Carrera**. Ingeniería Superior de Telecomunicaciones. Marzo 2008. Rodrigo López Barnés. Universidad Autónoma de Madrid - EPS ... arantxa.ii.uam.es/~jms/pfcsteleco/.../20080409RodrigoLopez.pdf - Similares
- Proyectos Fin de Carrera**: **PROYECTOS FIN DE CARRERA QUE YA HAN SIDO LEIDOS**. Fecha Defensa, Autor, Título del proyecto **PROYECTOS FIN DE CARRERA EN CURSO ACTUALMENTE** ... www.construccion.uniovi.es/.../proyectos%20fin%20de%20carrera.htm - En caché - Similares

The left sidebar contains navigation options: "Todo", "Imágenes", "Vídeos", "Noticias", "Shopping", "Más", "Barcelona", "Cambiar ubicación", "La Web", "Páginas en español", "Páginas de España", "Páginas extranjeras traducidas", "Cualquier fecha", "Más reciente", "Últimas 24 horas", "Última semana", "Último mes", "Último año", "Intervalo personalizado...", and "Más herramientas".

Anexo Noveno. Youtube

The screenshot shows a Google search for "shakira en concierto" on the Spanish domain. The search results are categorized into "Videos sobre shakira en concierto" and "Noticias sobre shakira en concierto".

Videos sobre shakira en concierto

- Shakira - Waka Waka** - youtube.com
4 min - Sale el Sol (2010)
Disponible en [Dailymotion](#) - [Metacafe](#) - [dailymotion.virgilio.it](#)
- Concierto ALAS: Shakira & Mercedes Sosa - La Maza - Video Oficial** - youtube.com
6 min - 16 Sep 2008 - Subido por MovimientoALAS
Shakira y Mercedes Sosa interpretaron "La Maza" en el ...
- Conciertos de Shakira** - concierto-canciones.com
6 min - 1 Feb 2008
Próximos Conciertos de Shakira. Los mejores videos de conciertos ...

Noticias sobre shakira en concierto

- Goleada de Shakira en el concierto del Vicente Calderón**
hace 15 horas
La cantante colombiana cautiva a más de 40 000 personas en el **concierto** celebrada en el estadio de fútbol madrileño. **Shakira** volvió a conquistar Madrid en ...
[Suite101.net](#) - 324 artículos relacionados
[Continúa en pie concierto de Shakira](#)
[Uniradio Informa](#) - 1256 artículos relacionados
[Shakira hizo aullar a los 25 000 seguidores de su concierto en San ...](#)
[Diario Vasco](#) - 27 artículos relacionados
- YouTube - El Barça en el concierto de shakira**
29 May 2011 ... [http://www.pixelastore.com/](#) El Barça en el **concierto** de **shakira** El fc barcelona bailando con **shakira**, xavi, pedro, bojan, pique, villa, ...
[www.youtube.com/watch?v=jXjYY_jzxi8](#) - En caché
- YouTube - FC Barcelona - Fin de fiesta en el concierto de Shakira**
30 May 2011 ... Los jugadores del Barça cerraron la fiesta de celebración ...
[www.youtube.com/watch?v=sYK2AcD0111](#) - En caché
- YouTube - Concierto Shakira Barcelona 2011 Jugadores Pique, Xavi ...**
30 May 2011 ... [http://www.foropuntopelota.com](#) **Concierto Shakira** Barcelona ...
[www.youtube.com/watch?v=uO3GY147YQs](#) - En caché

[Mostrar más resultados de youtube.com](#)

Conciertos y entradas Shakira - nylvo.es
4 Jun 2011 ... **Conciertos** y entradas de **Shakira**, discografía, fotos y videos de **Shakira**, ...

Anexo Décimo. Google Translate

The screenshot shows a Google search interface in Spanish. The search query is "ordenador en ingles", which has yielded approximately 25,200,000 results in 0.09 seconds. The search results are displayed in a list format, with each entry including a title, a brief description, and a URL. The sidebar on the left contains navigation options such as "Todo", "Imágenes", "Videos", "Noticias", "Shopping", "Más", "Barcelona", "Cambiar ubicación", "La Web", "Páginas en español", "Páginas de España", "Páginas extranjeras traducidas", and "Más herramientas". The search results include entries from WordReference.com, Vocabulix.com, Mansioninglés.com, and El Corte Inglés.

Google Translate interface showing search results for "ordenador en ingles".

Search results include:

- Traducir "ordenador" al inglés**
ordenador - computer
Diccionario: order ...
translate.google.es
- ordenador - Diccionario Inglés-Español WordReference.com**
Listen: sonido España See 'ordenador' in the new Business dictionary. Concise Oxford Spanish Dictionary © 2005 Oxford University Press: ...
www.wordreference.com/.../translation.asp?...ordenador - En caché - Similares
- Traducción de ordenador en Inglés**
Traducir la palabra **ordenador en inglés**. Los idiomas del diccionario son Español-Inglés: un ordenador.
www.vocabulix.com/.../ingles/ordenador.html - En caché - Similares
- mansioninglés aprender inglés con tu PC**
El eje gira alrededor de diálogos con el **ordenador** en el que tendremos que seleccionar palabras correctas y pronunciarlas en el contexto de una frase, ...
www.mansioninglés.com/comoapr.htm - En caché - Similares
- ordenador - traducción de inglés - Diccionario Español-Inglés de ...**
Traducción de 'ordenador' en el diccionario gratuito de **inglés**. Más traducciones en **inglés** para: **ordenador** central, **ordenador** portátil, escribir en el ...
es.bab.la > Diccionario > Español-Inglés - En caché - Similares
- ordenador portátil - traducción de inglés - Diccionario Español ...**
Traducción de 'ordenador portátil' en el diccionario gratuito de **inglés**. Más ...
es.bab.la > Diccionario > Español-Inglés - En caché - Similares
- Mostrar más resultados de bab.la**
- Ordenadores - El Corte Inglés**
El Corte **Inglés** Informática. Comprar **ordenadores**, portátiles, netbooks, ebooks, ipad, tablet **pc**.
www.elcorteinglés.es/.../category.jsp?...0... - En caché - Similares
- Diccionario de Ordenador Turco Inglés | Babylon.com**
Traductor Turco a **Inglés** gratis. Traduzca palabras y frases en Turco a **Inglés** en línea. Descárguelo gratuitamente el Software de Traducción Turco a **Inglés** ...
traductor.babylon.com > Traductor de Turco - En caché
- El Corte Inglés vende ordenadores con Ubuntu**
6 Mar 2010 ... Atención a esta curiosa noticia: El Corte **Inglés**, el primer grupo de distribución de España, v el número 40 del mundo por volumen de ventas, ...

Address bar: <http://www.wordreference.com/es/en/translation.asp?spen=ordenador>

Anexo Undécimo. Google Shopping

The screenshot shows a Google search page for "blackberry storm precio". The search bar contains the text "blackberry storm precio" and the search button says "Buscar". Below the search bar, it indicates "Aproximadamente 1.680.000 resultados (0,10 segundos)".

On the left side, there are navigation menus for "Todo" (Imágenes, Vídeos, Noticias, Shopping, Más), "Barcelona" (Cambiar ubicación), and "La Web" (Páginas en español, Páginas de España, Páginas extranjeras traducidas). There are also links for "Todos los resultados" and "Más herramientas".

The main search results include:

- Precios BlackBerry Storm – miBlackBerry.com | BlackBerry**
13 Nov 2008 ... Y Anexo II al comunicado de prensa con los **precios** de la **BlackBerry Storm**. Para nuevos clientes, el smartphone BlackBerry® Storm™ se puede ...
[www.miblackberry.com/.../precios-blackberry-storm.html](#) - En caché - Similares
- BlackBerry Storm 9500 : comparativas, precios y compras online**
BlackBerry Storm 9500 Lee las opiniones de otros consumidores y compara **precios** para Teléfonos móviles en Ciao.es Lee 30 opiniones de otros consumidores ...
[www.ciao.es > ... > Teléfonos móviles BlackBerry](#) - En caché - Similares

Below the search results, there is a section for "Resultados de Google Shopping para blackberry storm precio". It features a grid of product listings:

- BlackBerry Storm 2 9520 Negra**
€ 284,00 - moovip
- BlackBerry Storm2 9520 Libre**
€ 415,00 - max-g-mobile
- BlackBerry Storm 9500 Pantalla LCD de repuesto**
€ 69,05 - Beboxx.com

Other search results include:

- BlackBerry Storm 8500 - Precios y detalles**
BlackBerry Storm 8500 - Precios y detalles. BlackBerry lanza una réplica al iPhone para dar batalla en el mercado argentino. Ver **precios** y detalles ...
[www.sitiosargentina.com.ar/.../blackberry-storm-8500.htm](#) - En caché - Similares
- Un primer contacto con la nueva BlackBerry Storm: decepción a ...**
13 Nov 2008 ... Al **precio** de la tarifa de datos la blackberry es el dispositivo Me compro la **BlackBerry Storm 9500**, muy cara pero me gusta su diseño y ...
[gizmovil.com/.../primer-contacto-blackberry-storm](#) - En caché - Similares
- Imágenes de blackberry storm precio** - Informar sobre las imágenes
- BlackBerry Storm, precios y fechas de lanzamiento en EE.UU y España**
13 Nov 2008 ... **BlackBerry Storm, precios** y fechas de lanzamiento en EE.UU y España. por Drita 13 / 11 / 2008. Mientras nos andamos preguntando si estamos ...
[es.engadget.com/.../blackberry-storm-precios-y-fechas-de-lanzamiento-en-ee-uu-y-esp/](#) - En caché - Similares
- BlackBerry Storm 9500**
8 Oct 2008 ... No se han olvidado en la **BlackBerry Storm** del apartado multimedia. lo

Anexo Duodécimo. Google Finance I

The screenshot shows a Google search interface with the following elements:

- Search Bar:** Contains the text "CAC 40 cotización" and a "Search" button. Below the bar, it indicates "About 261,000 results (0.08 seconds)" and an "Advanced search" link.
- Navigation:** At the top, there are tabs for "Web", "Images", "Videos", "Maps", "News", "Shopping", "Gmail", and "more". A "Sign in" button is located on the right.
- Left Sidebar:** Features the Google logo and a menu with categories: "Everything", "Images", "Videos", "News", "Shopping", and "More". Below the menu is a "Show search tools" link.
- Search Results:** A list of search results is displayed, each with a blue link, a snippet of text, and a "Cached" or "Similar" label. The results include:
 - Result 1:** "CAC 40 cotizaciones acciones bolsa y recomendaciones de las ..." from Ahorro.com.
 - Result 2:** "CAC 40 | Cotización de CAC 40 | Cotización CAC 40 en Bolsa ..." from Finanzas.com.
 - Result 3:** "¿FCHI: Resumen para CAC 40- Yahoo! Finanzas ..." from Yahoo! Finanzas.
 - Result 4:** "Cotizacion de CAC 40 - Índice - elEconomista.es ..." from elEconomista.es.
 - Result 5:** "Cotizaciones de CAC 40 Cotizacion de CAC 40 Informacion de CAC 40 ..." from Bolsamania.com.
 - Result 6:** "cac40 - cotización y valores del cac40 - Expansión.com - Expansión.com ..." from Expansión.com.
 - Result 7:** "CAC 40 Cotizacion de CAC 40 Informacion de CAC 40 Cotizaciones de ..." from Cotizaciones.me.
 - Result 8:** "Twitter / carpatos: Índices: Cotización y vari ..." from Twitter.
 - Result 9:** "Cotizacion CAC 40 en Bolsa | Cotizaciones de CAC 40 (PX1) en ..." from Google Finance.

Anexo Decimotercero. Google Finance II

The screenshot shows a Google search interface with the following elements:

- Search Bar:** Contains the text "CAC 40 cotización google finance".
- Search Results:** A list of search results including:
 - CAC 40: INDEXEURO:PX1 quotes & news - Google Finance**: A link to Google Finance for CAC 40, with a snippet: "Get detailed financial information on CAC 40 (INDEXEURO:PX1) including real-time stock quotes, historical charts & financial news, all for free! www.google.com/finance?q=INDEXEURO:PX1 - En caché - Similares".
 - Google Finance: Stock market quotes, news, currency conversions & more**: A link to Google Finance, with a snippet: "Click here for ARIA enhanced Google Finance. ... FTSE 100, 5855.01, +7.09 (0.12%). EURO STOXX 50, 2789.11, +6.54 (0.24%). CAC 40, 3890.68, +0.81 (0.02%) ... www.google.com/finance - En caché - Similares".
 - Google Finance: Stock market quotes, news, currency conversions & more**: A link to Google Finance, with a snippet: "Click here for ARIA-enhanced Google Finance. ... TSEC, 9045.36, +54.00 (0.60%). EURO STOXX 50, 2789.11, +6.54 (0.24%). CAC 40, 3890.68, +0.81 (0.02%) ... www.google.co.uk/finance - En caché - Similares".
 - FORO DE KOSTAROF ::: YANQUILANDIA Y EL RESTO ... ¡muchas dudas!**: A link to a forum, with a snippet: "http://www.google.com/finance?q=INDEXEURO:FCHI - CAC 40, 3534.15, -21.21 (-0.60%). http://www.google.com/finance?q=TSE: GSPTSE - S&P TSX, 11,670.14 ... www.kostarof.com/foros/printer_friendly_posts.asp?TID... - En caché".
 - Bolsa: mercados, cotizaciones, foros y noticias, Ibex 35**: A link to a market page, with a snippet: "4 Jun 2011 ... Cotizaciones y evolución de los valores y acciones de los principales índices bursátiles: Ibex, Mercado continuo. ... Enhanced by Google. Buscador Terra. Buscar en Internet ... SERV. FINANCIERAS E INMOBILIARIAS, 835,25, 7,1, 0,9%, 03/06/2011 ... CAC 40 (Francia), 3.890,68, 0,8, 0,0%, 03/06/2011, Acciones ... www.invertia.com/mercados/bolsa/portada.asp - En caché - Similares".
 - CAC40. Análisis Técnico (03/01/2011)**: A link to a technical analysis, with a snippet: "3 Ene 2011 ... CAC40. Análisis Técnico (03/01/2011). CAC40: Cierre semanal envolvente bajista desde la resistencia ... Hace 1 año. Google Finance ... eibaufuturista.blogspot.com/...cac40-analisis-tecnico-03012011.html - En caché".
 - nasdaq - goblets.hostoi.com**: A link to a NASDAQ page, with a snippet: "24 May 2011 ... nasdaq 100 cotización de nasdaq 100 cotización nasdaq 100 en bolsa 26 may ... nasdaq composite indexnasdaqix quotes amp news google finance nbsp ... middot ft100 middot cac40 middot s ampp 24 de mayo de 2011 Ver [+] ... goblets.hostoi.com/posts/446839/nasdaq.html - En caché".
 - Mercados. Cotizaciones, Divisas - Yahoo! México Finanzas**: A link to Yahoo! Finance, with a snippet: "Gráfico de CAC 40. Nikkei 225, 9492.21, -62.83, -0.66%. Gráfico de Nikkei 225 RESUMEN -EEUU revisa seguridad tras acusación 'seria' de Google - Reuters ... mx.finance.yahoo.com > Todos los Servicios Y1 - En caché".

Left Sidebar: Navigation and filters including "Todo", "Imágenes", "Videos", "Noticias", "Shopping", "Más", "Barcelona", "Cambiar ubicación", "La Web", "Páginas en español", "Páginas de España", "Páginas extranjeras traducidas", "Cualquier fecha", "Más reciente", "Últimas 24 horas", "Última semana", "Último mes", "Último año", "Intervalo personalizado...", "Todos los resultados", "Sitios con imágenes", "Rueda de búsquedas relacionadas", "Orden cronológico", "Diccionario", "Menos herramientas".

Top Bar: "La Web", "Imágenes", "Videos", "Mapas", "Noticias", "Shopping", "Gmail", "Más -", "Acceder".

