

High fines, meagre results. Google's Android fine is not enough to change its behaviour

Enviado por Francisco Desentis en Vie, 08/10/2018 - 13:44

Cita:

The Economist [2018], "High fines, meagre results. Google's Android fine is not enough to change its behaviour", *The Economist*, London, 21 de julio, <https://www.economist.com/news/leaders/21746265-european-commission-righ...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Jueves, Julio 19, 2018

Revista descriptores:

Competencia mundial. Disputa hegemónica [2]

Estatuto de la competencia en el capitalismo. Visión histórica y situación actual

Estudios de caso: actividades - empresas [4]

Formas de la competencia entre grandes empresas [5]

Relaciones de propiedad y control: empresas sin nacionalidad versus internacionalización del capital [6]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [7]

Tema:

Las multas impuestas a Google no son suficientes para eliminar su conducta monopólica

Idea principal:

La postura de *The Economist* es clara: deben aplaudirse las sanciones de la Comisión Europea en contra de las gigantes firmas electrónicas estadounidenses (Google en este caso), sin embargo, en la misma medida debe reconocerse que tales remedios son insuficientes.

¿Qué tan alto pueden llegar las multas en contra de Google?, con esta pregunta se abre el artículo para rememorar el récord alcanzado por una multa de 4.3 mil millones de euros impuesta por la Comisión Europea el pasado 18 de julio en contra de Google ("caso Android"), precedida por una multa de 2.4 mil millones de euros impuesta por la misma comisión el año pasado ("caso de compras") y, por si no fuera ya demasiado, se anuncia que el famoso servidor de búsqueda está por enfrentarse a una multa de Bruselas por el monto máximo posible, 10% de los ingresos de la empresa, que en este caso ascienden a 9 mil millones de euros.

No obstante, las estratosféricas cifras de las multas en contra de Google están lejos de significar un fortalecimiento de la competencia en el sector digital. A lo sumo se ganan titulares para los diarios, pero la realidad es que el récord de la multa ya referida equivale apenas a 5% de los ingresos de esta empresa. "Nada realmente cambia", sentencia el semanario inglés.

El “caso Android” ejemplifica a la perfección el asunto. Google exige tanto a los productos de teléfonos inteligentes como a sus operadores firmar un acuerdo sumamente estricto que prácticamente los obliga a instalar toda la paquetería de sus aplicaciones. En efecto, la tienda de aplicaciones de Google es la plataforma por excelencia para que los diseñadores de aplicaciones den a conocer sus productos, pero para que dicha tienda virtual esté disponible en los teléfonos inteligentes, los productores de éstos están forzados a configurar todo el sistema operativo del dispositivo con el sello de Google.

Lo curioso del “caso Android” es que Google replica que tales restricciones son necesarias para asegurar un consumo óptimo de su plataforma. En realidad, afirma *The Economist*, “lo que Google llama ‘fragmentación’ es competencia”. Por ejemplo, en China, donde la tienda de aplicaciones de Google Play no está disponible, el mercado de las plataformas móviles está dispuesto con distintas opciones a elegir, es decir, aquellos que producen teléfonos inteligentes con sistema operativo Android no están obligados a instalar toda la paquetería de aplicaciones de Google. En el resto del mercado internacional parece que la regla es proteger el negocio de la firma estadounidense.

La Comisión Europea espera que Google establezca por su propia cuenta los remedios a su conducta monopólica, pero para estimar lo lejos que está la incidencia real de las multas hay que tener presente que 80% de los teléfonos inteligentes europeos cuentan con sistema operativo Android. Un remedio verdaderamente fuerte implicaría que Google permitiera la entrada de otras tiendas de aplicaciones que distribuyan sus propias paqueterías de aplicaciones, asimismo ofrecer a los consumidores la capacidad de decisión sobre las aplicaciones que quisieran usar por defecto en sus teléfonos inteligentes.

En suma, para que la Comisión Europea pueda ejercer una restricción efectiva a las prácticas monopólicas de Google tiene que emprender no sólo medidas más severas sino realizarlas rápidamente. De cualquier modo, lo cierto es que Europa es menos tolerante con dichas prácticas en contra de los gigantes tecnológicos de internet que Estados Unidos.

Datos cruciales:

1. Gráfica. “Multas de la Comisión Europea sobre las firmas tecnológicas estadounidenses”. Microsoft (2008), casi mil millones de euros; Intel (2009), poco más de mil millones de dólares; Google (2017), poco más de 2 mil millones de euros; nuevamente Google (2018), más de 4 mil millones de euros.
2. En el “caso de compras” del año pasado, apenas 6% de los espacios disponibles por el servidor de búsqueda de Google estaban ocupados por la competencia.
3. El “caso de compras” tardó siete años en llegar a una resolución en contra de Google, cuando muchos de sus competidores ya habían quebrado.

Nexo con el tema que estudiamos:

Las prácticas monopólicas de Google son un caso ejemplar de la disputa estratégica por el control hegemónico de un recurso indispensable de la sociedad globalizada: los medios e

infraestructuras de comunicación. El acceso a la libre información, los servicios cotidianos de mensajería y compras están siendo tendencialmente concentrados en una sola firma estadounidense. El análisis de la economía como el desenvolvimiento de la guerra por otros medios resulta exigente ya que las restricciones impuestas por el emporio digital afectan no sólo a los productores de teléfonos inteligentes sino a la configuración de la comunicación cotidiana de la sociedad.

Source URL (modified on 10 Agosto 2018 - 2:16pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/1843>

Links

- [1] <https://www.economist.com/news/leaders/21746265-european-commission-right-tackle-tech-titans-its-remedies-are-wanting-googles>
- [2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/12>
- [3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/15>
- [4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>
- [5] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>
- [6] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/19>
- [7] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>