

# Doubleclick ya es de Google

autor Administrator

Sunday, 16 de March de 2008

Modificado el Sunday, 16 de March de 2008

La Comisión Europea ha autorizado al buscador compra la compañía de publicidad.

La Comisión Europea no pondrá más trabas a Google. Bruselas ha autorizado al buscador la compra de la compañía de publicidad en la red DoubleClick, al considerar que no afectará de forma negativa a la competencia en el mercado europeo.

La UE, tras una investigación en profundidad de la operación, consideró "muy improbable" que la fusión de las dos compañías acabe perjudicando a los consumidores, por su efecto en el mercado de colocación de anuncios o en el de intermediación publicitaria. Incluso si se considera la desaparición de DoubleClick como un potencial actor en el mercado de servicios de intermediación publicitaria por Internet, Google seguirá teniendo competidores relevantes.

La compra, anunciada en abril del año pasado por un precio de 3.100 millones de dólares a pagar en efectivo, fue muy criticada por algunos competidores de Google, como Yahoo o Microsoft, que temen el dominio de esa compañía en el sector de faldones publicitarios y otros anuncios gráficos en Internet.

Una historia de novela

La compra de DoubleClick también generó inquietudes en el ámbito de la protección de datos personales, y en este sentido el Parlamento Europeo acogió en enero pasado una audiencia pública para tratar la cuestión, en la que Google defendió la validez de la compra. A este respecto, la Comisión dejó claro que su autorización sólo tiene en cuenta la legislación sobre competencia y recordó que la compañía resultante de la fusión deberá respetar la legislación comunitaria y de los estados miembros sobre protección de datos y privacidad. Google consigue la mayor parte de sus ingresos a partir de los anuncios contextuales, es decir, aquellos vinculados a las palabras clave buscadas por los internautas, y también ofrece servicios de intermediación para los anunciantes que buscan espacios para su publicidad, mediante su división AdSense.

Por su parte, DoubleClick provee a los editores de páginas web y anunciantes con la tecnología necesaria para distribuir las promociones una vez que llegan a un acuerdo y también facilita información estadística relacionada con los anuncios.

Bruselas llegó a la conclusión de que ninguna de las dos compañías es un competidor importante en la actividad principal de la otra. La Comisión también evaluó el efecto de la nueva relación vertical entre Google y DoubleClick, a la vista de la preocupación manifestada por otras compañías. Según éstas, al controlar las herramientas de DoubleClick para el suministro de publicidad, Google podría elevar el precio de este servicio para sus intermediarios rivales y también podría forzar a los anunciantes a utilizar los programas de DoubleClick.

Pero el Ejecutivo de la UE opina que la entidad resultante de la fusión no tendrá capacidad para marginar a los competidores de Google, debido a la existencia de varias alternativas potentes, como Microsoft, Yahoo! y AOL, a las que podrían recurrir. También descarta la posibilidad de que genere dificultades a sus competidores en el mercado de suministro de publicidad, pues esa estrategia no parece nada rentable.

Las autoridades de competencia de Estados Unidos ya dieron su visto bueno en diciembre pasado a la operación, como también hicieron las australianas.

Fuente: EIPais.com