Demandan a Google por su publicidad en internet

Un grupo de editores británicos demandaron al gigante Google, ya que éstos arguyen que la empresa estadounidense y su matriz Alphabet (Nasdq:Googl) abusaron de su posición dominante en la publicidad de internet, privándoles de ingresos.

La demanda colectiva se presentó ante el Tribunal de Apelación de la Competencia en nombre de 130 mil empresas que publican alrededor de 1,75 millones de sitios web y aplicaciones en Reino Unido, dijeron los bufetes de abogados Humphries Kerstetter y Geradin Partners en un comunicado.

Google rechazó la demanda en un comunicado enviado por correo electrónico.
“Google trabaja de forma constructiva con los editores de toda Europa: Nuestras herramientas publicitarias, y las de nuestros numerosos competidores en el ámbito de la tecnología publicitaria, ayudan a millones de sitios web y aplicaciones a financiar sus contenidos, y permiten a empresas de todos los tamaños llegar a nuevos clientes de forma eficaz”, según comunicó un portavoz.

El mercado de la publicidad online ha sido investigado por los reguladores de Reino Unido, la Unión Europea y Estados Unidos, y a principios de este año se confirmó una multa de 150 millones de euros impuesta a Google por el regulador de la competencia de Francia.

Toby Starr, socio de Humphries Kerstetter que lidera la demanda, dijo que había múltiples investigaciones en curso sobre las prácticas publicitarias de Google.

“Sin embargo, ninguna de estas acciones regulatorias hará nada para compensar a los editores británicos de miles de sitios web y aplicaciones móviles que han perdido miles de millones en ingresos publicitarios debido a las acciones de Google”, dijo.

“La única manera de recuperar estas pérdidas es a través de una demanda colectiva sobre la competencia”, sostuvo.

La demanda es paralela a la de la UE que se espera presentar en los Países Bajos el próximo año, dijeron los bufetes de abogados.

Los bufetes de abogados dijeron que el análisis económico

elaborado para la demanda sugiere que el comportamiento de Google puede haber reducido los ingresos publicitarios hasta en un 40 % para algunas empresas, y la pérdida total para las empresas desde 2014 hasta la fecha se estimó en hasta 13.600 millones de libras (16.330 millones de dólares).

AFP