

Estados Unidos encontró a Google culpable de monopolizar el mercado de publicidad digital

20/04/2025



En un fallo histórico para el ecosistema tecnológico, la Justicia de **Estados Unidos** determinó que **Google** sostuvo ilegalmente un doble monopolio en el sector de la publicidad digital. La jueza federal **Leonie Brinkema** concluyó que la compañía utilizó estrategias anticompetitivas para acaparar y mantener su poder en dos sectores fundamentales: **los servidores de anuncios para editores y los intercambios de publicidad gráfica en la web abierta.**

Durante más de diez años, según consta en la sentencia, el buscador **habría combinado su servidor de anuncios con su plataforma de intercambio de avisos mediante integraciones tecnológicas y condiciones contractuales restrictivas.** Estas

maniobras, según la Justicia, le otorgaron una ventaja desleal que perjudicó tanto a la competencia como a los consumidores.

El fallo también detalla que la empresa no solo impuso normas que limitaron a sus clientes, sino que eliminó deliberadamente funciones que podían favorecer a competidores. Esta conducta derivó en precios inflados y en una distribución de ingresos inequitativa.



Además, habría replicado tácticas clásicas de concentración empresarial, como adquirir rivales estratégicos y controlar las transacciones del ecosistema publicitario en línea. Tras esta resolución, la jueza Brinkema le dio un plazo de siete días para presentar un plan de corrección.

En paralelo, se abrirá un proceso destinado a definir las sanciones y medidas estructurales que podrían incluir desde ajustes en sus políticas comerciales hasta la posible venta de activos, como Google Ad Manager.



El Departamento de Justicia, principal impulsor de la demanda, busca que se divida el negocio publicitario de Google para fomentar la competencia en el mercado. El futuro de Google en el mercado publicitario parece, por ahora, más incierto que nunca.

No es la primera vez que la empresa enfrenta problemas legales: ya había sido declarada culpable de monopolizar el mercado de las búsquedas, y en ese contexto también se solicitó la desinversión de productos como Chrome y la ruptura de acuerdos exclusivos con otros gigantes tecnológicos.

Fuente: Minuto 1