

RocaJunyent Informa

Departamento Derecho de la Competencia y la UE
17 de septiembre de 2025



Recientes medidas adoptadas por la CE frente a dos gigantes tecnológicos por prácticas anticompetitivas en el ámbito digital

La Comisión Europea (en adelante, la “CE”) ha dictado en el plazo de una semana **dos importantes decisiones frente a sendos gigantes tecnológicos, por infringir las normas de libre competencia** de la Unión Europea.

Concretamente, Google ha sido multada con €2.950 millones por un **abuso de su posición dominante** en el sector de la tecnología publicitaria, mientras que Microsoft deberá cumplir **compromisos legalmente vinculantes** para corregir prácticas anticompetitivas relacionadas con su plataforma *Teams*. Las notas de prensa completas y los documentos oficiales respecto a ambos asuntos pueden consultarse [aquí](#) (Google) y [aquí](#) (Microsoft), respectivamente.

En este artículo analizamos brevemente estas decisiones y sus implicaciones para el mercado interno de la Unión Europea.

Caso Google-Adtech: Importante sanción por distorsionar el mercado publicitario online

Tras una investigación iniciada en 2021, la CE ha sancionado al gigante tecnológico por **abusar de su posición dominante en el mercado de tecnología publicitaria digital**, conocido como *adtech*. La autoridad europea en materia de libre competencia ha concluido que Google favoreció sistemáticamente su propia plataforma de intercambio de anuncios, AdX, **en detrimento de competidores, anunciantes y editores**.

El ecosistema *adtech* conecta anunciantes con editores (webs y apps) mediante herramientas digitales que permiten comprar y vender espacios publicitarios en tiempo real. Las principales herramientas son:

- Servidores de anuncios para editores (*Publisher Ad Servers*): gestionan el espacio publicitario en sitios web;
- Herramientas de compra programática (*Programmatic Buying Tools*): permiten a los anunciantes automatizar campañas.
- Plataformas de intercambio de anuncios (*Ad Exchanges*): donde se subastan los espacios publicitarios.

Google controla varios servicios clave en dicho ecosistema: el servidor de anuncios para editores (DFP), las herramientas de compra de anuncios (Google Ads y DV360), y la plataforma de intercambio AdX.

Según la CE, entre 2014 y 2025, Google **utilizó su posición dominante para manipular el proceso de subasta publicitaria**. AdX recibía información privilegiada sobre las ofertas de competidores, lo que le permitía superarlas. Además, Google Ads evitaría participar en otras plataformas de intercambio, concentrando las pujas en AdX y excluyendo a rivales.

Según el ejecutivo comunitario, estas prácticas **reforzaron el control de Google sobre la cadena de suministro publicitaria**, distorsionando la libre competencia y permitiendo a la empresa cobrar tarifas más elevadas. Por ello, la CE ha ordenado a este operador:

- i. Poner fin a las prácticas de **autopreferencia**;
- ii. Eliminar los **conflictos de interés** en su cadena *adtech*; y
- iii. Presentar en 60 días un **plan de cumplimiento de la decisión notificada**.

La importante multa impuesta por la Comisión se ha calculado **en función de la duración y gravedad de la infracción**, así como del **volumen de negocio de AdX en el**

Espacio Económico Europeo. Esta decisión se suma a otras sanciones previamente impuestas por la misma autoridad a Google por sendos abusos de posición dominante (algunas de ellas ratificadas por los tribunales europeos – casos *Google Shopping* y *Android* –, y otra posteriormente anulada por la misma jurisdicción, como el caso *AdSense*). A buen seguro ahora se abrirá un nuevo debate jurídico sobre la comisión de esta nueva infracción imputada por la CE a este gigante tecnológico.

Caso Microsoft-Teams: Compromisos vinculantes para restaurar la competencia en el mercado de colaboración y comunicación digital

A raíz de las denuncias de Slack Technologies y Alfaview GmbH, la CE investigó la inclusión obligatoria - práctica comercial habitualmente conocida como *bundling* - de la conocida aplicación y plataforma *Teams* en las suites Office 365 y Microsoft 365, concluyendo preliminarmente que Microsoft **estaría abusando de su posición dominante en el mercado de aplicaciones SaaS** de productividad profesional.

Esta estrategia habría otorgado a *Teams* una **ventaja injusta frente a competidores** en el mercado de herramientas de comunicación y colaboración, dificultando su acceso a los usuarios empresariales y limitando la interoperabilidad con otras soluciones.

Tras una evaluación inicial de la CE, Microsoft ha propuesto, en base a la facultad prevista por el Reglamento 1/2003, una serie de compromisos vinculantes (sin sanción adicional) para corregir la situación anticompetitiva constatada por su parte. Entre ellos se incluyen:

- Ofrecer versiones **de Office 365 y Microsoft 365 sin Teams a un precio reducido**.
- Permitir a los clientes con licencias de larga duración **cambiar a versiones sin Teams**.
- Facilitar la **interoperabilidad entre productos de terceros** y las aplicaciones de Microsoft.
- Permitir **la extracción de datos de Teams** para su uso en soluciones competidoras.

Estos compromisos fueron sometidos a un test de mercado entre mayo y junio de 2025, con la participación de terceros interesados en el asunto. Como resultado, Microsoft amplió sus compromisos, **aumentando la diferencia de precio entre las versiones con y sin Teams en un 50%**, asegurando una **mayor transparencia** en sus sitios web y publicando **documentación técnica** sobre interoperabilidad y portabilidad de datos.

La Comisión ha señalado que estos compromisos serán **legalmente vinculantes para Microsoft durante siete años**, y en el caso de **interoperabilidad y portabilidad, durante diez años**.

En caso de incumplimiento de los mismos, este gigante tecnológico sí podría ser sancionado con una multa de hasta el 10% de su facturación anual a nivel mundial, entre otras medidas punitivas.

La DMA como respuesta estructural ante el poder de las plataformas digitales

Las arriba citadas decisiones de la CE son el resultado de procedimientos tramitados, durante los últimos años, en aplicación del **artículo 102 del TFUE**, que prohíbe expresamente el abuso de posición dominante en el mercado interior. Ambos casos se ajustan al tradicional enfoque de aplicación **ex post** del derecho *antitrust*. A pesar de la diferencia en sus desenlaces - sanción en el caso de Google y compromisos vinculantes en el caso de Microsoft - ambos procedimientos responden a la misma arquitectura jurídica, centrada en **la investigación y reacción frente a conductas ya materializadas**.

A tal respecto, lo cierto es que las citadas actuaciones de la CE contra Google y Microsoft se registran en un momento en que empieza a dar sus frutos la reciente regulación específica europea sobre mercados digitales. Así, la Ley de Mercados Digitales o **Digital Markets Act (“DMA”)**, en vigor desde el 1 de noviembre de 2022 y aplicable desde el 2 de mayo de 2023, emerge como una respuesta estructural a un fenómeno sistémico: **el poder concentrado de las grandes plataformas tecnológicas**.

El objetivo principal de la DMA es limitar el poder de las **grandes plataformas digitales, denominadas “gatekeepers”, imponiéndoles una serie de obligaciones y prohibiciones ex ante** (por ejemplo, permitir la interoperabilidad de aplicaciones, facilitar el acceso a datos relevantes por los usuarios de plataformas, o no favorecer sus propios productos). Actualmente, la CE identifica como “gatekeepers” a siete compañías: Alphabet (Google), Amazon, Apple, Booking, ByteDance (TikTok), Meta y Microsoft.

Los casos de Microsoft y Google nos llevan a cuestionar qué papel puede desempeñar la DMA en el futuro, y en particular, si puede – o debería - contribuir a una **reducción natural de procedimientos sancionadores ex post** en general, en particular, en los casos de estas grandes empresas tecnológicas, a menudo escrutadas por abusos de posición dominante una vez ya se han alterado los mercados en cuestión. Cabe plantearse si la aplicación progresiva de la DMA contribuirá a una transformación estructural en la política de competencia de la Unión Europea, **desplazando el énfasis desde la reacción sancionadora hacia la prevención regulatoria** (si bien también

impuesta bajo amenaza de sanción en caso de no adaptar el funcionamiento de la empresa a las leyes vigentes).

De hecho, en abril de este mismo año, **la Comisión ya sancionó a Apple y Meta por haber incumplido algunas de sus obligaciones ex ante establecidas por la DMA como “gatekeepers”**, por primera vez desde el inicio de su aplicación¹, e incoándolas a adaptar sus servicios a lo previsto en las normas. Con ello se deberían evitar situaciones ulteriores de posible abuso de posición de dominio, sancionables en base al derecho de la competencia. Cabe esperar, por tanto, una **tendencia creciente hacia el uso de la DMA** como instrumento preventivo, antes de que el daño competitivo se materialice y tenga que intervenir la Dirección General de Competencia de la CE.

Este cambio de paradigma permitiría **abordar los riesgos para la competencia de manera más eficiente**. Al reducir la necesidad de investigaciones y litigios complejos, se optimizan los recursos institucionales y se agiliza la respuesta regulatoria. Además, debería servir para **reforzar la seguridad jurídica para las empresas**, que operan bajo reglas claras desde el inicio. Este enfoque preventivo favorece un entorno digital más equitativo, competitivo y transparente, impulsando **una política de competencia más proactiva** y adaptada a los desafíos del ecosistema digital. Cosa distinta es que este enfoque sea más o menos compartido desde ambos lados del Océano Atlántico.

¹ Ver [aquí](#) la newsletter publicada por nuestro departamento en relación con dichas primeras sanciones de la CE en aplicación de la DMA.