



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESOLUCIÓN NÚMERO

DE 2014

(
-- - 4 0 6 6 8)

27 JUN 2014

Radicación: 11-162824

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

**EL SUPERINTENDENTE DELEGADO PARA LA PROTECCIÓN DE LA
COMPETENCIA**

En ejercicio de las facultades legales, en especial de las previstas en los numerales 2 y 3 del artículo 1 y numeral 4 del artículo 9 del Decreto 4886 de 2011 y,

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que el artículo 333 de la Constitución Política de Colombia establece que “[...] *la libre competencia económica es un derecho de todos [...]*” y “[...] *el Estado, por mandato de la Ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.*”

SEGUNDO: Que el artículo 2 de la Ley 1340 de 2009 estableció que “[/]o dispuesto en las normas sobre protección de la competencia se aplicará respecto de todo aquel que desarrolle una actividad económica o afecte o pueda afectar ese desarrollo independientemente de su forma o naturaleza jurídica y en relación con las conductas que tengan o puedan tener efectos total o parcialmente en los mercados nacionales, cualquiera que sea la actividad o sector económico”. (Subrayado fuera de texto).

TERCERO: Que de conformidad con lo establecido en el numeral 3 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, es función de la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** (en adelante “**SIC**”), “[c]onocer en forma privativa de las reclamaciones o quejas por hechos que afecten la competencia en todos los mercados nacionales y dar trámite a aquellas que sean significativas para alcanzar en particular, los siguientes propósitos: la libre participación de las empresas en el mercado, el bienestar de los consumidores y la eficiencia económica.” (Subrayado fuera de texto).

CUARTO: Que según lo dispuesto en el numeral 4 del artículo 9 del Decreto 4886 de 2011, corresponde al Superintendente Delegado para la Protección de la Competencia “[t]ramitar, de oficio o por solicitud de un tercero, averiguaciones preliminares e instruir las investigaciones tendientes a establecer infracciones a las disposiciones sobre protección de la competencia”.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

QUINTO: Que el presente trámite se inició por parte de esta Delegatura con ocasión del escrito radicado con el No. 11-162824 del 28 de noviembre de 2011¹, remitido por **JUAN SEBASTIÁN LONDOÑO ORTIZ**, en su calidad de Representante Legal de **SPEED SOLUTIONS S.A.S** (en adelante **SPEED SOLUTIONS**), en donde se resaltan los siguientes hechos:

"(...)

PRIMERO: *SERVIPUNTO SOFTWARE S.A.S., es una empresa dedicada al desarrollo tecnológico (software, hardware y comunicaciones).*

SEGUNDO: *La sociedad SERVIPUNTO SOFTWARE S.A.S., realiza publicidad a través de él (sic) buscador de internet GOOGLE, en el cual se realiza un contrato con dicha empresa colocando palabras claves para que los usuarios de internet que requieran un servicio relacionado con los servicios que presta la empresa el primer link que aparezca en la página del buscador sea la dirección de la página oficial de la empresa que contrate los servicios del buscador GOOGLE, en este caso SERVIPUNTO.*

TERCERO: *En el caso que nos ocupa la empresa SERVIPUNTO coloco (sic) dentro del contrato de publicidad con GOOGLE como palabra clave SPEED SOLUTIONS, que es una marca registrada, con lo cual cada vez que un usuario ingresa a la página de internet de GOOGLE y en el buscador se ingresa la palabra SPEED SOLUTIONS inmediatamente el primer link que aparece en la pantalla es la página de SERVIPUNTO, apareciendo al lado del nombre SPEED SOLUTIONS el nombre SERVIPUNTO (como se ve en las pruebas documentales que se anexan)².*

SEXTO: Que con fundamento en la información que obra en el expediente, mediante memorando radicado con el No. 11-162824-4 del 29 de marzo de 2011³, esta Delegatura decidió dar trámite a una averiguación preliminar con el fin de "establecer si existe evidencia que determine la necesidad de iniciar una investigación por presuntos actos de competencia desleal que estarían siendo desplegados en el mercado de búsqueda, contratación y publicitación de dominios en internet en los buscadores de dicha red, así como en otros servicios complementarios de dicha actividad"⁴.

SÉPTIMO: Que en desarrollo de las facultades conferidas a esta Entidad de conformidad con lo dispuesto por los numerales 63⁵ y 64⁶ del artículo 1 del Decreto

¹ Folios 1 a 41 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente. Entiéndase que en el presente acto administrativo cuando se hace referencia al Expediente, el mismo corresponde al radicado con el No. 11-162824.

² Folio 2 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

³ Folio 48 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁴ *Ibidem.*

⁵ **Decreto 4886 de 2011. Artículo 1. Numeral 63:** "Solicitar a las personas naturales y jurídicas el suministro de datos, informes, libros y papeles de comercio que se requieran para el correcto ejercicio de sus funciones".

⁶ **Decreto 4886 de 2011. Artículo 1. Numeral 64:** "Interrogar, bajo juramento y con observancia de las formalidades previstas para esta clase de pruebas en el Código de Procedimiento Civil, a

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

4886 de 2011, esta Delegatura recaudó el material probatorio que se relaciona a continuación:

7.1. Requerimientos de información

- Requerimiento de información efectuado a la Delegatura de Signos Distintivos de esta Entidad, radicado con el No. 11-162824-6 del 10 de mayo de 2012⁷; No. 11-162824-10 del 16 de agosto de 2012⁸ y No. 11-162824-21 del 28 de diciembre de 2012⁹.
- A **GOOGLE COLOMBIA LTDA.** (en adelante **GOOGLE**), radicada con el No. 11-162824-13 del 11 de septiembre de 2012¹⁰.

7.2. Testimonios

- Diligencia de testimonio practicada el 17 de enero de 2012 a **JUAN SEBASTIÁN LONDOÑO ORTIZ**, en su calidad de Representante Legal de **SPEED SOLUTIONS**¹¹.

OCTAVO: Que con el objetivo de resolver de manera clara y precisa el problema jurídico planteado que suscita la denuncia es necesario, en primera instancia, definir las características básicas estructurales del mercado presuntamente afectado por los actos denunciados:

8.1. ACTIVIDADES DE LAS EMPRESAS

La denunciante, **SPEED SOLUTIONS**, es una empresa domiciliada en Medellín, Antioquia cuyo objeto social es la "(...) *implementación y desarrollo de sistemas de media de las áreas de mecánica, mecatrónica, electrónica, informática, software y todo lo relacionado con nuevas tecnologías* (...)"¹².

SERVIPUNTO SOFTWARE S.A.S. (en adelante **SERVIPUNTO**), es una sociedad domiciliada en Bogotá, cuyo objeto social es el "(...) *desarrollo, distribución, venta y asesoría en software, venta y distribución de hardware y suministros para sistemas* (...)"¹³.

cualquier persona cuyo testimonio pueda resultar útil para el esclarecimiento de los hechos durante el desarrollo de sus funciones".

⁷ Folio 52 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁸ Folio 58 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁹ Folio 92 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁰ Folio 65 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹¹ Folios 44 y 45 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹² Reverso Folio 39 del Cuaderno No. Público 1 del Expediente.

¹³ Certificado de existencia y representación legal. Ver: http://www.rues.org.co/RUES_WEB/consultas/DetalleRM?codigo_camara=04&matricula=00019474
46. Consultado el 5 de marzo de 2014.

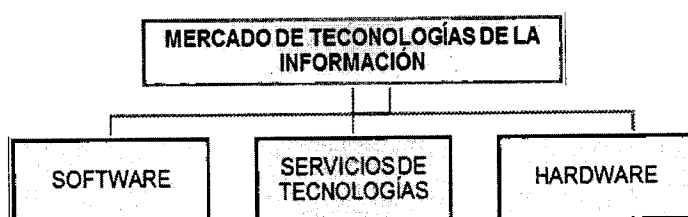
Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

De lo anterior se deduce que estas empresas participan en el mercado de las Tecnologías de la Información (en adelante TI) en Colombia. Por lo cual, a continuación se describirá dicho mercado.

8.2. MERCADO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN COLOMBIA

El sector de las TI, está compuesto por tres grandes subsectores: i) sector de software; ii) sector de servicios de tecnologías; y iii) sector de Hardware¹⁴ (Gráfica No. 1).

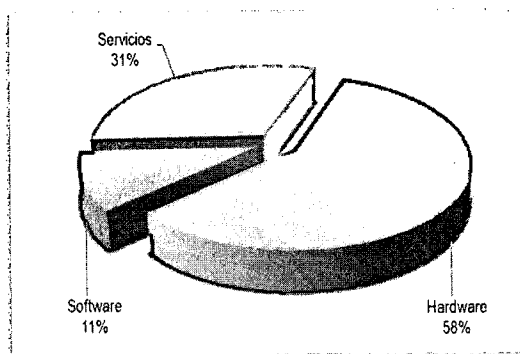
Gráfica No. 1
Sectores del mercado de las Tecnologías de la información -TI



Fuente: Elaboración SIC. PROEXPORT¹⁵.

En Colombia, el mercado de *Hardware* tiene el 58% del mercado total de tecnologías, seguido por el mercado de *Servicios* de las TI con un 31%¹⁶ (Gráfica No. 2).

Gráfica No. 2
Participación por tipo de tecnología (2011). % Ventas.



Fuente: PROEXPORT¹⁷.

¹⁴

Ver: http://www.inviertaencolombia.com.co/images/Adjuntos/Factsheet_Software_y_Servicios_TI_2013.pdf. Consultado el 5 de marzo de 2014.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones PROEXPORT. Colombia: Oportunidades en la Industria de servicios de Software & TI. 2013. En: http://www.inviertaencolombia.com.co/images/Software__IT_sector_2013_es.pdf. Consultado el 5 de marzo de 2014.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

En el 2012, el sector de las TI representó el 1,6% del Producto Interno Bruto. Dentro del porcentaje en mención, las empresas consultoras y suministradoras de programas de informática, representaron el 55,1%¹⁸.

A continuación, se describirá brevemente cada uno de los componentes del sector de las TI.

8.2.1 Sector de Software

Se entiende por *software* "al conjunto de instrucciones, que cuando se ejecutan proporcionan la función deseada; estructura de datos que permiten a los programas manipular adecuadamente la información y los documentos que describen la operación y el uso de programas"¹⁹.

Según la **FEDERACIÓN COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA DE SOFTWARE Y TECNOLOGÍAS INFORMÁTICAS RELACIONADAS** (en adelante **FEDESOF**), la industria del *software* tiene las siguientes características²⁰:

- i) Al ser considerado un sistema lógico, se desarrolla y no se fabrica, por lo cual sus costos se encuentran estrechamente relacionados con la ingeniería necesaria para el diseño de este.
- ii) Su desarrollo enfrenta una curva de obsolescencia, lo que implica que deba someterse a continuas actualizaciones.
- iii) Desde el punto de vista de su comercialización, es considerado un bien y un servicio. Un bien, cuando se conceptualiza como venta en paquetes (licencias con derechos limitados). De otro lado, es considerado un servicio, cuando corresponde al soporte lógico adaptado a las necesidades del usuario.

En Colombia, el 43% de las compras de software se realizan para el diseño de aplicaciones²¹, seguidos de aquellos que tienen destino a la creación de herramientas de implementación y desarrollo²² con un 31% (Gráfica No. 3).

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ El sector TIC: la nueva locomotora de la economía colombiana. FEDESARROLLO. Junio 2013, p10. Ver: <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2013/06/TIC-Junio-21031.pdf>. Consultado el 6 de marzo de 2014.

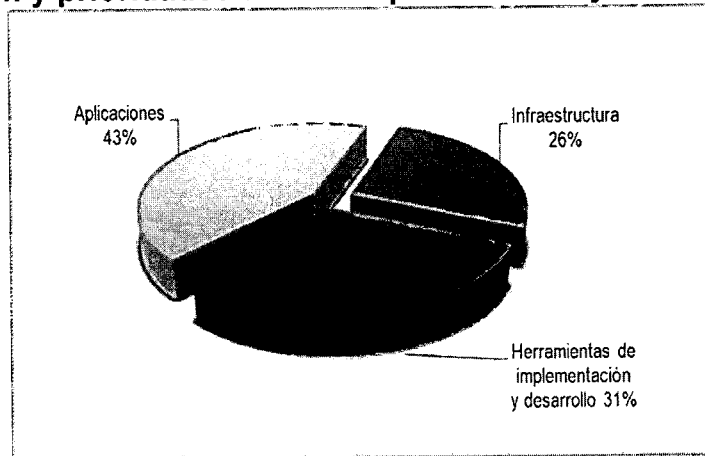
¹⁹ PUMAREJO Johanna. Descripción del sector del Software. Análisis del mercado. Federación Colombiana de la Industria del Software - FEDESOF. En: <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo1458DocumentNo4146.PDF>. Consultado el 25 de septiembre de 2013.

²⁰ *Ibidem*. p. 6.

²¹ Las "aplicaciones" constituyen actividades de gestión de recursos empresariales, aplicaciones de contenido, gestión de clientes, entre otros. Ver: http://www.fiti.gov.co/Images/Recursos/4_BASES_CUANTITATIVAS_PEMV_COL.pdf. Consultado el 6 de marzo de 2014, p15.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

Gráfica No. 3
Distribución y prioridades de la compra. Porcentaje de compra. 2010.



Fuente: MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES²³.

En virtud de la anterior clasificación, se puede afirmar que el sector de software está constituido por diferentes mercados especializados, los cuales responden a las particularidades de los mismos. De esta manera, se encuentran empresas enfocadas al diseño de software de seguridad, a la gestión de datos, a la gestión de recursos empresariales, entre otros.

8.2.2. Servicios de tecnologías

Los *servicios de tecnologías*, son el conjunto de actividades que buscan aumentos en la productividad y el crecimiento económico de las empresas a través de los programas y herramientas tecnológicas. Dentro de dichos servicios se encuentran: el outsourcing, educación y entrenamiento, consultorías, proyectos de integración, entre otros.

En Colombia, **PROEXPORT** encontró que, en 2011, los servicios de "*Outsourcing*" y "*Despliegue y soporte*" representaban el 67% de la participación del mercado de servicios de tecnologías (Gráfica No. 4).

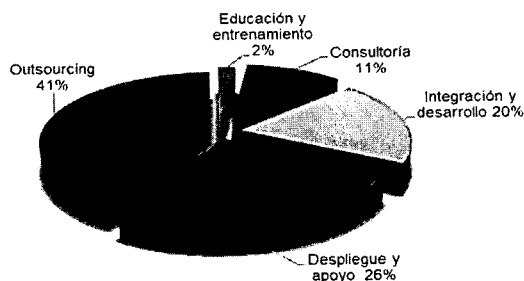
²² La "*herramientas de implementación y desarrollo*" están constituidas por actividades de gestión de datos estructurados, implementación y automatización de procesos, acceso/análisis/entrega de datos.

Por su parte la "*infraestructura*" la compone la implementación de sistemas, seguridad, almacenamiento de software, entre otros. *Ibidem*.

²³ Ver: http://www.fiti.gov.co/Images/Recursos/4_BASES_CUANTITATIVAS_PEMV_COL.pdf. Consultado el 6 de marzo de 2014, p15.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

Gráfica No. 4
Participación por servicio (2011). % Ventas.



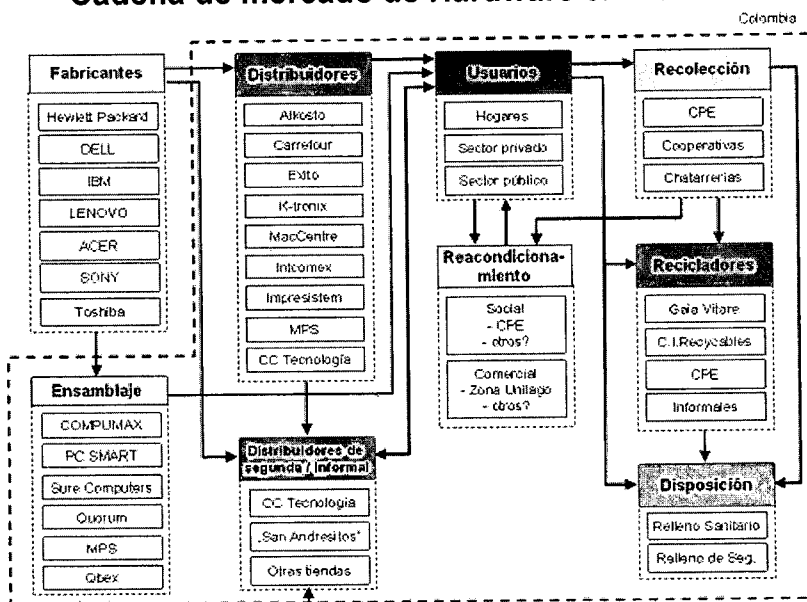
Fuente: PROEXPORT²⁴.

8.2.3. Sector de Hardware

Finalmente, el segmento que comprende el Hardware se divide en dos a saber: i) la venta de Hardware tales como computadores, portátiles, impresoras, discos duros y servidores entre otros, y ii) el arrendamiento de dichos equipos.

La Imagen No. 1 presenta los agentes vinculados al sistema de los computadores y sus periféricos en Colombia. Bajo cada tipo de actores hay una lista de algunas de las más importantes empresas y entidades involucradas en cada sub sector. En cuanto a ensambladores locales (de tipo informal) y distribuidores existen una variedad de empresas medianas y pequeñas que forman parte del sistema.

Imagen No. 1
Cadena de mercado de Hardware en Colombia



Fuente: Gestión de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos - RAEE²⁵

²⁴ Colombia: Oportunidades en la Industria de servicios de Software & TI. 2013. En: http://www.inviertaencolombia.com.co/images/Software_IT_sector_2013_es.pdf. Consultado el 25 de septiembre de 2013.

²⁵ <http://raee.org.co/computadores>

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

8.2.4. Características del mercado de TI

El sector de las TI, que como se mencionó, incluye el desarrollo de software, contenidos de información, diseño de hardware y telecomunicaciones, posee ciertas características que *“hacen que la competencia entre las empresas del sector también se desarrolle de manera distinta a la convencional”*²⁶. Dentro de estas características se encuentran:

i) *Estructura de costos*²⁷

El sector en estudio, se caracteriza por tener altas inversiones de capital durante la primera etapa de la creación de una nueva tecnología o programa. Dichos costos disminuyen considerablemente al pasar a la etapa de comercialización. Al respecto, el **MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO** de España, establece:

*“(...) De cualquier manera, ya sea para el desarrollo de nuevos componentes físicos o para el desarrollo de nuevas aplicaciones que procesen información, la inversión inicial es un coste fijo elevado, y no recuperable si el producto o servicio fracasa. Sin embargo, el coste de producción una vez se dispone de la tecnología o de la primera copia es inapreciable. En estos casos, la competencia en precios hasta llegar a los costes marginales no es sostenible puesto que las empresas no pueden rentabilizar las inversiones (los costes fijos iniciales no recuperables) (...)”*²⁸.

ii) *Economías de red*

Las economías de red, hacen referencia al incremento de la utilidad, producto del crecimiento del número de usuarios del bien o servicio.

iii) *Efecto de lock-in*

El efecto *lock-in* corresponde a la alta probabilidad que tiene un usuario de quedar vinculado con una red de manera exclusiva, como consecuencia del costo en que debe incurrir al cambiar de sistema de información²⁹.

Las anteriores características, configurarían la consolidación de un mercado monopólico. Sin embargo, los constantes procesos de innovación innatos en este sector, coadyuvan a la entrada constante de nuevos líderes. En concreto, *“el sector*

²⁶ MINISTERIO DE INDUSTRIA ENERGÍA Y TURISMO. Gobierno de España. Política de competencia en el sector de las tecnologías de la información. Publicación *“Economía Industrial”*. No. 339 de 2001. En: <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/339/05Gual339.pdf>. Consultado el 25/07/2013.

²⁷ Idem.

²⁸ Ibídem.

²⁹ *“Los ejemplos son numerosos: la elección de un determinado hardware determina el tipo de software que éste puede soportar, limitando de este modo la elección del consumidor sobre el proveedor de software; la complejidad del uso de determinados paquetes informáticos requiere una inversión en formación que se pierde al cambiar de programa, etc.”*. Ibídem. p. 2

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

*es propenso a ser compuesto por una serie de monopolistas que se van sucediendo en el tiempo en función de la tecnología o sistema que resulte vencedor en cada momento*³⁰.

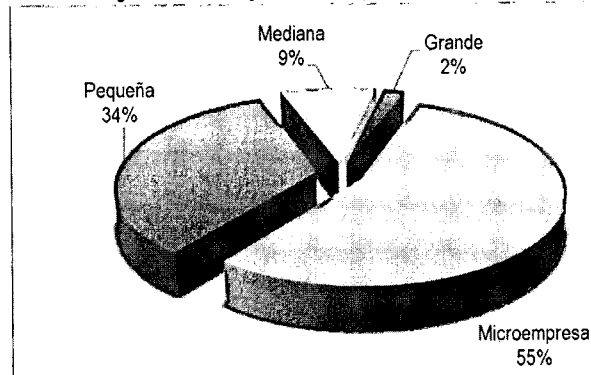
iv) *Fragmentación y atomización del mercado*

Dentro de las características del sector de las TI se encuentra la fragmentación y atomización del mismo.

Con relación a la fragmentación, la **COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES** (en adelante **CRC**) establece que *“el sector de software y TI en Colombia presenta una alta fragmentación, ya que más de la mitad de las firmas que participan en el mercado son microempresas”*³¹. Y añade: *“En este escenario, el carácter incipiente de la industria de IT (sic) en Colombia, asociado con la notable atomización del sector, se complementa con una baja oferta nacional de aplicaciones y contenidos para la población y MiPyMES”*³².

La Gráfica No 6 presenta el porcentaje de las empresas según su tamaño que hacen parte del sector de las TI. El 55% de los agentes son microempresas, 34% pequeñas empresas, 9% medianas y 2% grandes empresas. Así, el 98% de las empresas son consideradas mipymes.

Gráfica No. 6
Porcentaje de empresas por tamaño³³. 2011.



Fuente: MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES³⁴.

³⁰ *Ibidem*. p. 3

³¹ Análisis del sector TIC en Colombia: Evolución y Desafíos. Documento de Análisis Regulación de Infraestructura y Centro de Conocimiento de la Industria. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Diciembre de 2010. p 50.

³² *Ibidem*. p 51.

³³ FEDESOFTE realiza las siguientes consideraciones para definir el tamaño de la empresa:

“Empresa Grande: Se considera una empresa grande a toda empresa que integra sistemas y/o desarrolla/comercializa software (propio o de terceros) y cuya facturación anual promedio es mayor a \$U.S. 500 Mil.

Empresa Pyme: Se considera una empresa pyme a toda empresa que integra sistemas y/o desarrolla/comercializa software (propio o de terceros) y cuya facturación anual promedio es menor a \$U.S. 500 Mil”.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

Con respecto a la atomización del mercado de las TI, según la información de matrículas activas de sociedades del Registro Único Empresarial y Social (en adelante RUES), para las actividades relacionadas con el “Desarrollo de sistemas informáticos” y “Actividades de servicios de información”, clasificadas según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (en adelante CIU) del DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (en adelante DANE)³⁵ dentro de las divisiones 62 y 63 respectivamente, (Tabla No 1), existen 11.979 sociedades con matrícula activa registradas bajo dicha clasificación.

Tabla No. 1
Actividades relacionadas con el sector de las TI según CIU

Código CIU	Descripción de actividad
6201	Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas).
6202	Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas.
6209	Otras actividades de tecnologías de información y actividades de servicios informáticos.
6311	Procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas.
6312	Portales web.

Fuente: DANE³⁶.

Aunadas a las características anteriormente mencionadas, el **MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES** (en adelante MINTIC)³⁷, menciona las siguientes:

“(…)

- *La industria de TI en Colombia es pequeña y atomizada.*
- *Está además muy orientada al mercado interno.*
- *La industria TI está muy poco especializada.*
- **El sector es considerado como un sector oligopólico.**
- *Es una Industria desarticulada, tanto internamente como externamente.*

³⁴ Ver: <http://www.fiti.gov.co/Images/Recursos/resumenejecutivosv130827.pdf>. Consultado el 6 de marzo de 2014, p 20.

³⁵ Ver: http://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIU_Rev4ac.pdf

³⁶ Ver: http://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIU_Rev4ac.pdf

³⁷Ver: http://www.fiti.gov.co/Images/Recursos/4_BASES_CUANTITATIVAS_PEMV_COL.pdf. Consultado el 6 de marzo de 2014, p15.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

- *La industria TI en Colombia está muy enfocada a la comercialización y soporte de software empaquetado, desarrollo de software a medida y prestación de servicios de consultoría e integraron de sistemas. Hay muy poca actividad en el software estandarizado o empaquetado y con marca propia.*

(...)³⁸. (Negrita y subrayado fuera de texto).

En síntesis, el sector de las TI se caracteriza por ser un mercado oligopólico, fragmentado, con costos decrecientes y rendimientos crecientes, y poco especializado.

8.2.5. Cadena de valor y agentes participantes del mercado de TI³⁹

El MINTIC clasifica en cuatro grupos las actividades del sector: *i) desarrollo teórico de la ingeniería de software; ii) desarrollo de productos de software; iii) comercialización y distribución de software; iv) servicios de software*

Asimismo, define las actividades mencionadas y la cadena de valor de la siguiente manera:

“(...)

1. *Desarrollo de productos de software: Se refiere a la generación de un producto de software, propiamente dicho.*
2. *Servicios de software: Se refiere a actividades diferentes a las requeridas para la creación del producto, pero que resultan necesarias para su implementación, mantenimiento u operación.*
3. *Comercialización y distribución de software: Se refiere a actividades de mercadeo y distribución de productos y servicios de software.*
4. *Desarrollo teórico de la ingeniería de software: Se refiere a la generación del marco teórico y conceptual que posibilita el desarrollo de las anteriores actividades.*

(...)⁴⁰.

Ahora bien, las estrategias de *marketing* hacen parte de las actividades de “*Comercialización y distribución de software*”. Entre estas estrategias, se encuentra la “*publicidad en línea*”. Dado que los hechos objeto de la denuncia, hacen referencia a la utilización del servicio de publicidad en búsquedas de internet, a continuación, se describirá brevemente este servicio.

³⁸ *Ibidem*. p 45.

³⁹ *Ibidem*. p 29.

⁴⁰ Ver: http://www.fiti.gov.co/Images/Recursos/4_BASES_CUANTITATIVAS_PEMV_COL.pdf. Consultado el 6 de marzo de 2014, p 29.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

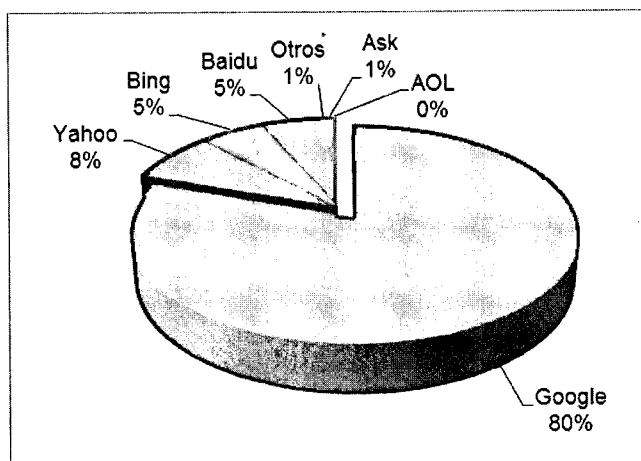
8.3. PUBLICIDAD EN LÍNEA

La publicidad en línea puede clasificarse de la siguiente manera⁴¹:

- i) *Ligada o no a la búsqueda en internet*: corresponde a aquella publicidad "(...) que aparece junto con los resultados algorítmicos que arroja un buscador de Internet en función de la consulta realizada"⁴².
- ii) *Basada o no en el historial de navegación del usuario*: hace referencia a la información recopilada a través de cookies.
- iii) *Anuncios clasificados*: "que aparecen agrupados dentro páginas web específicas bajo encabezamientos que clasifican los productos o servicios que se ofrecen"⁴³.

Ahora bien, la publicidad ligada a la búsqueda de internet se encuentra vinculada a los buscadores de internet, entre los cuales se encuentran: **GOOGLE, YAHOO, BING, BAIDU**, entre otros, siendo el primero el de mayor participación con un 80% del mercado (Gráfica No. 7).

Gráfica No. 7
Buscadores más usados en PC. 2013.



Fuente: Net Market Share⁴⁴.

Dichos buscadores operan mediante motores de búsqueda⁴⁵. "Cuando un internauta efectúa una búsqueda a partir de una o varias palabras, el motor de búsqueda muestra los sitios que parecen ajustarse más a dichas palabras por

⁴¹ ANUARIO DE LA COMPETENCIA, 2010. Universidad Autónoma de Barcelona.

⁴² *Ibidem*. p. 182.

⁴³ *Ibidem*. p. 182.

⁴⁴ En: <http://www.netmarketshare.com/>. Consultado el 26 de junio de 2014.

⁴⁵ Los motores de búsqueda pueden ser clasificados de la siguiente manera: (i) Universales u horizontales: permiten la búsqueda de cualquier tipo de información; (ii) Verticales: realizan búsquedas de una temática concreta; y (iii) Propios de una página.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

orden decreciente de pertinencia. Éstos son los resultados «naturales» de la búsqueda»⁴⁶.

Sin embargo, **GOOGLE** ofrece un servicio remunerado de referenciación denominado *AdWords*. El servicio *AdWords* permite al anunciante seleccionar una o varias palabras claves con el objetivo de que, en caso de que éstas coincidan con aquellas introducidas por un internauta en el motor de búsqueda, se active un enlace promocional que dirigirá al usuario al sitio del anunciante⁴⁷.

El anunciante paga a **GOOGLE** por el servicio de referenciación cada vez que se pulse en su enlace promocional⁴⁸. Dicha cantidad "(...) se calcula principalmente en función del «precio máximo por clic» que el anunciante se haya comprometido a pagar al contratar el servicio de referenciación de Google y del número de veces en que los internautas pulsen en dicho enlace»⁴⁹.

El orden de aparición de los enlaces promocionales, está sujeto principalmente a: (i) el precio máximo por clic, (ii) número de veces en que se haya pulsado en los enlaces; y (iii) la calidad que **GOOGLE** atribuya al anuncio⁵⁰.

8.4. CONCLUSIONES

- El sector de las TI, está compuesto por tres grandes subsectores: i) sector de software; ii) sector de servicios de tecnologías; y iii) sector de Hardware. Este sector se caracteriza por ser fragmentado, con costos decrecientes y rendimientos crecientes, y poco especializado.
- Las actividades del sector de las TI pueden ser clasificadas en 4 grupos: i) desarrollo teórico de la ingeniería de software; ii) desarrollo de productos de software; iii) comercialización y distribución de software; iv) servicios de software
- Dentro de la "Comercialización y distribución de software", se encuentran las estrategias de mercadeo, entre las cuales se encuentra la "publicidad en línea".
- La publicidad ligada a la búsqueda de internet se encuentra vinculada a los buscadores de internet. **GOOGLE** ofrece un servicio remunerado de referenciación denominado *AdWords*, que permite al anunciante seleccionar una o varias palabras claves con el objetivo de que, en caso de que éstas

⁴⁶ En: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62008CJ0236:ES:PDF>. Consultado el 26 de junio de 2014.

⁴⁷ En https://support.google.com/adwords/answer/2497976?hl=es-419&ref_topic=3121763. Consultada el 10 de marzo de 2014

⁴⁸ En: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62008CJ0236:ES:PDF>. Consultado el 26 de junio de 2014.

⁴⁹ *Ibidem*.

⁵⁰ *Ibidem*.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

coincidan con aquellas introducidas por un internauta en el motor de búsqueda, se active un enlace promocional que dirigirá al usuario al sitio del anunciante.

NOVENO: Que conforme a lo dispuesto por el artículo 3 de la Ley 1340 de 2009, y el numeral 3 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, la **SIC** está facultada para darle trámite a aquellas denuncias que se consideren significativas a fin de determinar si existe mérito para iniciar una investigación formal por una presunta violación al régimen de protección de la competencia, estas son, posibles prácticas restrictivas de la competencia. En ese sentido, la Delegatura pasará a analizar el derecho de la libre competencia y las facultades que posee la **SIC** para su protección:

9.1. De la libre competencia económica

De manera inicial, es necesario mencionar que el ejercicio de los derechos subjetivos consagrados en el ordenamiento jurídico colombiano, en especial aquellos que por sí mismos poseen contenido económico, se desarrollan dentro de un modelo económico que se ha denominado “*economía social de mercado*”⁵¹, el cual reconoce a la empresa como elemento catalizador del desarrollo social, que tiene dos implicaciones, a saber⁵²:

- i. La promoción de la actividad empresarial y su importancia dentro del modelo económico colombiano.
- ii. La obligación del Estado de intervenir en la economía con la finalidad de promocionar el desarrollo económico y eliminar las fallas del mercado, como manifestación de un mecanismo que busca encontrar un equilibrio entre la actividad empresarial y el interés general involucrado en el buen funcionamiento de los mercados.

Así, una de las libertades económicas que se consagraron en el ordenamiento constitucional colombiano es la libre competencia, la cual ha sido caracterizada por la Corte Constitucional de la siguiente manera:

“(...) se concibe a la libre competencia económica, como un derecho individual y a la vez colectivo (artículo 88 de la Constitución), cuya finalidad es alcanzar un estado de competencia real, libre y no falseada, que permita la obtención del lucro individual para el empresario, a la vez que genera beneficios para el consumidor con bienes y servicios de mejor calidad, con mayores garantías y a un precio real y justo. Por lo tanto, el Estado bajo una concepción social del mercado, no actúa sólo como garante de los derechos económicos individuales, sino como corrector de las desigualdades sociales que se derivan del ejercicio irregular o arbitrario de tales libertades.

Por ello, la protección a la libre competencia económica tiene también como objeto, la competencia en sí misma considerada, es decir, más allá de salvaguardar la relación o tensión entre competidores, debe impulsar o promover la existencia de una pluralidad de oferentes que hagan efectivo el derecho a la libre elección de los

⁵¹ Corte Constitucional. Sentencia C – 830 de 2010. MP: Luis Ernesto Vargas Silva.

⁵² Corte Constitucional. Sentencia C – 197 de 2012. MP: Ignacio Pretelt Chaljub.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

*consumidores, y le permita al Estado evitar la conformación de monopolios, las prácticas restrictivas de la competencia o eventuales abusos de posiciones dominantes que produzcan distorsiones en el sistema económico competitivo. Así se garantiza tanto el interés de los competidores, el colectivo de los consumidores y el interés público del Estado.*⁵³

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, y en manifestación a la facultad de intervención en la economía, el Estado, a través de sus diferentes organismos y entidades, está sujeto a la obligación de garantizar la libre competencia, la cual por sí misma ofrece:

*“(i) garantizar una mayor oferta y calidad de los bienes y servicios disponibles para los consumidores; (ii) permite evitar la creación de monopolios; (iii) permite la reducción de los precios de los productos; (iv) asegura la innovación tecnológica; (v) conduce a un mejor empleo de los recursos existentes; (vi) evita una concentración excesiva de la riqueza; y (vii) comporta un mayor bienestar de la sociedad y de los individuos”*⁵⁴.

Así, partiendo de la explicación anteriormente dada, la Delegatura procederá a realizar el análisis correspondiente a la competencia que tiene la **SIC** para sancionar las conductas violatorias del régimen de competencia.

9.2. De la competencia de la SIC para investigar actos de competencia desleal en ejercicio de facultades administrativas

El ordenamiento jurídico colombiano, como manifestación al deber de intervención en la economía y defensa de la libre competencia económica, ha otorgado a la **SIC** la facultad para conocer y dar trámite a las quejas que sean allegadas por la presunta comisión de prácticas restrictivas de la competencia y/o conductas de competencia desleal, para que en desarrollo de las facultades administrativas de inspección, vigilancia y control de la transparencia de los mercados determine la existencia, o no, de responsabilidad por parte de los agentes económicos que hayan participado de la misma.

Así, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 6 de la Ley 1340 de 2009, “*La Superintendencia de Industria y Comercio conocerá en forma privativa de las investigaciones administrativas, impondrá las multas y adoptará las demás decisiones administrativas por infracción a las disposiciones sobre protección de la competencia, así como en relación con la **vigilancia administrativa del cumplimiento de las disposiciones sobre competencia desleal**” (Negrilla fuera de texto).*

No obstante, para esta Delegatura es claro que la **SIC** posee dos clases de facultades a la hora de analizar la comisión de presuntos actos de competencia desleal, estas son: (i) Las facultades jurisdiccionales que fueron otorgadas a esta entidad según lo establecido en el artículo 143 de la Ley 446 de 1998, en concordancia con la interpretación otorgada por la Sentencia C-649 de 2001⁵⁵, en la

⁵³ Corte Constitucional- Sentencia C – 815 de 2001. MP: Rodrigo Escobar Gil.

⁵⁴ Corte Constitucional. Sentencia C – 432 de 2010. MP: Humberto Antonio Sierra Porto.

⁵⁵ Corte Constitucional. Sentencia C – 649 de 2001. MP: Eduardo Montealegre Lynett.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

que se expone que dicha competencia tiene el objetivo de resolver diferendos que afecten intereses meramente particulares; y (ii) Las facultades administrativas a través de la cuales se busca la protección del interés general y de los sectores económicos que se puedan ver afectados, total o parcialmente, por la presunta comisión de un acto de competencia desleal.

Así, una vez se tiene claridad sobre qué clase de facultades posee esta Delegatura para investigar actos de competencia desleal, es necesario establecer que la Ley 256 de 1996, "*Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal*", establece tres ámbitos que, conjuntamente, delimitan la aplicabilidad del régimen de competencia desleal⁵⁶:

- a) **Ámbito Objetivo:** La conducta que se analiza debe realizarse en un mercado específico y debe tener una finalidad concurrencial, esto es, que la conducta, se realiza con la finalidad de mantener o incrementar la participación en el mercado del agente que la realiza, o de un tercero.
- b) **Ámbito Subjetivo:** La conducta puede estar dirigida a cualquier agente que participe en el mercado sin establecer que el mismo ostente la calidad de comerciante o que tiene una relación de competencia con el presunto agente infractor.
- c) **Ámbito Territorial:** Los efectos de la conducta desleal que se analiza deben darse o estar llamados a darse en el territorio colombiano.

Así, se tiene que para que esta Delegatura sea la autoridad competente para analizar la comisión de presuntos actos de competencia desleal, en desarrollo de las facultades administrativas explicadas anteriormente, debe establecerse, de manera inicial, si la afectación producida por dichos actos, se da en el marco de una distorsión de un mercado específico – Interés general – y si los mismos cumplen con los requisitos establecidos por la Ley 256 de 1996, o si por el contrario, los mismos no trascienden la esfera particular del quejoso y del presunto agente económico autor de los actos, caso en el cual deberá acudir a la jurisdicción ordinaria de la administración de justicia, o a la dependencia que dentro de la estructura organizacional de la **SIC** encargada de resolver dichos diferendos según lo establecido en el artículo 21 del Decreto 4886 de 2011⁵⁷.

9.3. De la significatividad de las conductas violatorias del régimen de protección de la competencia

El régimen de protección a la libre competencia ha establecido la significatividad de los hechos denunciados como un criterio necesario para poder iniciar una investigación formal en contra de un presunto infractor de las normas de competencia. De esa manera, el numeral 3 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, ha establecido como función general de la **SIC**:

⁵⁶ Ley 256 de 1996. Artículos 2,3 y 4.

⁵⁷ Decreto 4886 de 2011. Artículo 21.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

*"(...) Conocer en forma privativa de las reclamaciones o quejas por hechos que afecten la competencia en todos los mercados nacionales y dar trámite a **aquellas que sean significativas** para alcanzar en particular, los siguientes propósitos: la libre participación de las empresas en el mercado, el bienestar de los consumidores y la eficiencia económica". (Negrilla fuera de texto).*

Así, corresponde a la Delegatura, en cumplimiento de las normas anteriormente trascritas, conocer solamente de aquellos hechos que hayan afectado un sector económico, o que tengan la virtualidad suficiente para vulnerar el interés general protegido.

Si bien es cierto que el ordenamiento jurídico no ha establecido ninguna clase de requisito cuantitativo o cualitativo para definir qué hecho se considera significativo, dicho examen no debe atender a consideraciones arbitrarias, pues el mismo está delimitado por los objetivos de protección del régimen de libre competencia anteriormente mencionados. En razón a lo anterior, es igualmente necesario establecer que no existen presunciones mediante las cuales se pueda subsumir la significatividad de unos hechos determinados, por lo que el análisis correspondiente obedecerá a las circunstancias propias de cada caso, y sus presuntos efectos dentro de un mercado determinado.

Aun así, la Delegatura, con la finalidad de obtener un resultado objetivo en el análisis de la significatividad de la conducta, ha hecho uso de ciertos criterios, cuya pertinencia dependerá de las particularidades propias de cada denuncia, a saber⁵⁸:

- a) Dimensión del mercado: Porcentaje de demanda afectado por la realización de las conductas denunciadas, así como la posible vulneración de una conducta anticompetitiva aun no realizada.
- b) Poder de mercado: La posibilidad de determinar las condiciones de funcionamiento de un mercado.
- c) Efectos de la conducta: La afectación, o posibilidad de vulneración, que una determinada conducta puede llegar a tener sobre los objetivos de protección del régimen de libre competencia.

No obstante es de importancia aclarar que el listado anteriormente dado no es excluyente, razón por la cual, la Delegatura puede hacer uso de criterios adicionales a la hora de analizar el caso en concreto en aras de determinar la significatividad de los hechos indagados. En consideración a lo anteriormente expuesto, la Delegatura procederá a analizar la información que reposa en el expediente a fines de establecer la significatividad de los hechos denunciados, el grado de afectación sobre el mercado previamente definido y las posibles prácticas comerciales restrictivas de la competencia.

DÉCIMO: Que con la finalidad de dar una respuesta adecuada a la queja interpuesta, esta Delegatura analizó la información contenida en el expediente con radicación No. 11-162824 y determinó lo siguiente:

⁵⁸ Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución No. 53099 de 2012.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

La presente actuación administrativa, tiene origen en la denuncia interpuesta por el representante legal de **SPEED SOLUTIONS**, **JUAN SEBASTIAN LONDOÑO ORTÍZ**, contra **SERVIPUNTO**, indicando la presunta realización de actos de competencia desleal, argumentando como hecho jurídicamente relevante que la sociedad denunciada estaría realizando, presuntamente, publicidad a través del buscador **GOOGLE**, usando sin ninguna clase de autorización la palabra clave **SPEED SOLUTIONS**, marca registrada de propiedad de la sociedad denunciante.

El anterior hecho, según la denuncia, trae como consecuencia una decisión errónea del usuario que ingresa a **GOOGLE** e introduce la palabra **SPEED SOLUTIONS** debido a que "(...) *inmediatamente el primer link que aparece en la pantalla es la página de SERVIPUNTO, apareciendo al lado del nombre SPEED SOLUTIONS el nombre SERVIPUNTO (...)*"⁵⁹. Dicha situación, asevera el denunciante, lleva al consumidor a "(...) *elegir a SERVIPUNTO creyendo que esta (sic) eligiendo a SPEED SOLUTION*"⁶⁰. Este hecho, traería consigo, según el denunciante un posible acto de competencia desleal constitutivo en desviación de la clientela.

De otra parte, en cuanto al periodo respecto del cual se han venido realizando las conductas denunciadas, el numeral 8 de la denuncia presentada el año 2011 establece que:

"(...)

Esta conducta de SERVIPUNTO creemos que ha venido ocurriendo invariablemente finalizando el mes de octubre y principiando el mes de noviembre hasta la fecha, dado que nuestra empresa nunca había pagado publicidad en GOOGLE y normalmente desde este buscador teníamos alrededor de 400 visitas diarias, pero finalizando octubre y comenzando noviembre descendía de forma dramática hasta no tener sino 10 visitas diarias como lo muestra el cuadro que adjuntamos, por lo cual nos vimos obligados a pagar publicidad en ese buscador para tratar de nivel.

(...)"⁶¹.

En forma similar, mediante comunicación radicada con el No. 11-162824-5 del 12 de abril de 2012, **JUAN SEBASTIÁN LONDOÑO ORTÍZ** aporta un memorial en el cual afirma que las conductas denunciadas han continuado para el año 2012.

Ahora bien, en cumplimiento del deber de darle impulso a las denuncias presentadas ante la **SIC**, la Delegatura recaudó la información pertinente a fines de establecer la presunta relación comercial entre **GOOGLE** y **SERVIPUNTO**, y en particular si los hechos denunciados podrían ser actos constitutivos de competencia desleal administrativa.

⁵⁹ Folio 2 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁶⁰ *Ibíd.*

⁶¹ Folio 3 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.



Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

Teniendo en cuenta lo anterior, la Delegatura no pudo establecer la existencia de una relación comercial entre **GOOGLE COLOMBIA LTDA.** y **SERVIPUNTO** debido a que el servicio *AdWords* es contratado directamente con **GOOGLE INCORPORATED** persona jurídica con domicilio social en Estados Unidos y regida bajo las normas del mismo país. Aun así, es necesario aclarar que **GOOGLE INCORPORATED** cuenta con una política de protección a los derechos de propiedad intelectual según la cual el titular de una determinada marca puede presentar una reclamación tendiente a que se restrinja el uso de la misma⁶². De manera concordante lo establecen los términos del programa de publicidad de **GOOGLE**, los cuales, de manera expresa, manifiestan⁶³:

"(...)

4. Usos Prohibidos: (...) *El cliente reconoce y acepta que Google es únicamente un proveedor de alojamiento (hosting) y por ello no tiene ningún control editorial sobre el contenido publicado. En virtud de lo anterior, si Google fuere notificado o descubriere contenido considerado ilícito o que de cualquier forma contraviere los derechos de terceros o leyes locales, que estuviere en sus sitios de Internet, podrá remover inmediatamente el mismo sin necesidad de notificación alguna al cliente.*

(...)"

Así, atendiendo al material probatorio recaudado por esta Delegatura, y al análisis del mercado presuntamente afectado, se puede establecer que no se logra evidenciar una vulneración, o una posible afectación, al correcto funcionamiento mercado previamente definido en esta Resolución, en tanto que los hechos denunciados no tienen la virtualidad necesaria para afectar el interés general protegido por las facultades administrativas otorgadas a la **SIC**.

En sustento de lo anteriormente dicho, es necesario anotar que **GOOGLE** desempeña un papel de tercero en la relación que existe entre un determinado agente económico y los consumidores finales de un determinado bien y servicio. En otras palabras, **GOOGLE** funciona como canal de intermediación publicitario, a través del cual un determinado agente económico busca mantener o incrementar su participación dentro de un mercado específico, el cual se instituye, en este caso, como una estrategia publicitaria de los agentes del mercado de las **TI**.

De otra parte, y aunque el servicio prestado por **GOOGLE** es ejecutado por medio de sitios web, no existe diferencia alguna en cuanto a la publicidad que se pauta en medios diversos, en tanto que toda clase de pieza de información que tenga como objeto "*influir en las decisiones de consumo*"⁶⁴, será considerado indiferentemente como publicidad.

Así, en vista de que **GOOGLE**, para los hechos que se analizan en esta actuación, actúa como herramienta de intermediación publicitaria, es necesario hacer la salvedad que cuando el mismo permita, en calidad de dolo o culpa grave, la

⁶² Folio 86 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁶³ Folios 91 a 92 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁶⁴ Ley 1480 de 2011. Artículo 5 Numeral 12.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

publicación de contenidos que puedan inducir engaños al consumidor final de un determinado bien o servicio, podrá ser solidariamente responsable por los perjuicios que se causen, según lo establecido de en la Ley 1480 de 2011⁶⁵, situación que deberá ser conocida por la Delegatura de Protección del Consumidor de esta Entidad.

Así las cosas y a pesar de que la Delegatura pudo establecer que la herramienta publicitaria de **GOOGLE** es usada de manera común y frecuente entre diferentes empresas de diferentes sectores de la economía, y que, posiblemente, en reiteradas circunstancias podrán estarse presentando hechos similares a los denunciados en la queja, dichos eventos no pueden ser considerados si quiera como un indicio de afectación al interés general que protege la **SIC** en uso de facultades administrativas respecto del caso concreto, en tanto que dicho servicio está llamado a ejecutarse entre distintos mercados relevantes y no respecto de la actividad que desarrolla **GOOGLE**.

Por la misma razón, se encontró que **GOOGLE** no está llamado a ser sujeto activo de la conducta que aquí se analiza, máxime cuando las condiciones de responsabilidad bajo las cuales se ejecuta el contrato publicitario y su política respecto del contenido que se publicita obedecen directamente a la contratación individual de los servicios por parte de un agente. De no ser así, se estaría imponiendo una responsabilidad a **GOOGLE** de ser el garante de que las empresas que contrataren sus servicios no incluyeran palabras que pudieran llegar a afectar los intereses de terceras empresas.

Finalmente, esta Delegatura encuentra procedente hacer mención a la investigación adelantada por la Comisión Europea en contra de **GOOGLE**⁶⁶, a efectos de presentar las diferencias respecto de la presente actuación. Así, es necesario resaltar que la investigación referida se inicia por la posible violación a las normas de libre competencia producto de los siguientes 4 tipos de prácticas empresariales:

"(...)

- (i) *Visualización prominente, dentro de los resultados de búsqueda de Google, de los propios servicios de búsqueda especializada frente a los servicios de búsqueda especializada de competidores. (...)*
- (ii) *Utilización por Google, sin consentimiento, de contenidos originales de sitios web de terceros en sus propios servicios de búsqueda especializada.*
- (iii) *Acuerdos que obligan a los sitios web de terceros («editores») a obtener de Google la totalidad o la mayoría de su publicidad de búsqueda en línea.*
- (iv) *Restricciones contractuales sobre la transferibilidad de las campañas de publicidad de búsqueda en línea a plataformas de publicidad de búsqueda*

⁶⁵ Artículo 30 de la Ley 1480 de 2011.

⁶⁶ En: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-383_en.htm. Consultado el 26 de junio de 2014.

Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

rivales y la gestión de campañas de publicidad de búsqueda entre el AdWords de Google y plataformas de publicidad de búsqueda rivales.

La Comisión considera que estas prácticas pueden perjudicar a los consumidores debido a una reducción de la oferta y frenar la innovación en los ámbitos de los servicios de búsqueda especializada y la publicidad de búsqueda en línea⁶⁷.

(...)⁶⁸.

En consecuencia, los hechos analizados en el presente trámite distan de los analizados por la Comisión Europea, en tanto que la investigación llevada a cabo por dicho organismo versa sobre una posible infracción a las normas de competencia realizada por **GOOGLE** a sus competidores en el mercado de búsquedas en línea.

En contraste, los hechos objeto de estudio, hacen referencia a la posible afectación de los intereses particulares de **SPEED SOLUTIONS**, producto de la utilización por parte de **SERVIPUNTO** del servicio de referenciación *AdWords*, contratado por ésta con **GOOGLE INCORPORATED**. De esta manera, los hechos relacionados con la denuncia no hacen referencia a una posible infracción por parte de **GOOGLE** como agente en el mercado de buscadores por internet, por el contrario, y como se ha mencionado en repetidas ocasiones, corresponde a las conductas de los anunciantes, en este caso **SERVIPUNTO**, en el marco de la utilización del servicio *AdWords*.


En razón a lo anteriormente dicho, esta Delegatura encontró que conductas como las que denuncia **SPEED SOLUTIONS** están ligadas única y exclusivamente a intereses particulares, que desbordan las facultades administrativas de esta Entidad, en especial para el mercado de las **TI**, donde del análisis de las características del mismo dan como resultado un sector económico lo suficientemente atomizado como para que una vulneración en específico alcance a afectar un porcentaje significativo del mismo .

En síntesis, esta Entidad considera que los hechos denunciados tienen un ámbito de afectación que no escapa de los intereses particulares de la sociedad denunciante, razón por la cual la Delegatura no es competente para iniciar una investigación formal en contra de **SERVIPUNTO**.

En virtud de lo anterior, esta Delegatura ordenará el archivo de la presente actuación, sin que ello afecte la posibilidad del denunciante para acudir ante las autoridades jurisdiccionales competentes a fin de que ellas, si así lo consideran, diriman el eventual litigio que se pueda presentar entre las partes.

⁶⁷ Según la Comisión Europea, esta práctica consistía en la restricción por parte Google del acceso, desde su motor de búsqueda, a enlaces publicitarios de otros buscadores en línea o a enlaces de publicidad relacionada con plataformas publicitarias de sus competidores. En: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-383_en.htm. Consultado el 26 de junio de 2014.

⁶⁸ En: http://ec.europa.eu/spain/pdf/np-defensa-competencia-comision-europea-google-2014_es.pdf. Consultado el 26 de junio de 2014.



Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar

No obstante, debe advertirse que a pesar de lo resuelto en esta Resolución, la **SIC** tiene la facultad de retomar los hechos de la denuncia de oficio, si así lo estimase útil. De igual manera la Delegatura está dispuesta a evaluar nuevas pruebas o elementos de juicio adicionales que le permitan concluir en otro sentido, e iniciar una investigación formal en ejercicio de las facultades administrativas que se le han otorgado.

En mérito de lo expuesto, esta Delegatura,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: ORDENAR el archivo del expediente radicado bajo el número 11- 162824, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente Resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente Resolución a **SPEED SOLUTIONS S.A.S.**, a través de su representante legal, o quien haga sus veces, en su calidad de quejoso, entregándole copia de la misma e informándole que en su contra procede recurso de reposición, el cual puede interponerse ante el Superintendente Delegado para la Protección de la Competencia dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a su notificación, conforme a lo dispuesto en el artículo 51 del Código Contencioso Administrativo (Decreto 01 de 1984).

PARAGRAFO: De no ser posible la notificación personal, el presente acto administrativo se notificara a través de edicto, el cual se fijará por un plazo de tres (3) días hábiles, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 1340 de 2009.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., a los

27 JUN 2014

El Superintendente Delegado para la Protección de la Competencia,

GERMÁN ENRIQUE BACCA MEDINA

Elaboró: Diana Ávila / Sergio Guerrero
Revisó: Juliana Chinchilla
Aprobó: Germán Bacca

NOTIFICAR

SPEED SOLUTIONS S.A.S.

NIT: 811.041.157 - 5

Representante legal: **JUAN SEBASTIÁN LONDOÑO ORTÍZ**, o quien haga sus veces

Carrera 91 No. 44 – 53

Medellín / Antioquia

Tel: 6043434