07/05/2019

La CNMC lanza una consulta pública sobre la publicidad online en España

Llevará a cabo un estudio en el que analizará las condiciones de competencia en la publicidad online en España



La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha iniciado un estudio sobre las condiciones de competencia en el sector de la publicidad online en España. La primera fase se abre con una consulta pública (accesible en este enlace) donde se espera recabar aportaciones de operadores, reguladores, consumidores y expertos del sector.

El Plan de Actuación de la CNMC para 2019 (en su acción estratégica 6.2) contiene el compromiso de elaborar estudios en nuevos sectores surgidos con la digitalización o donde las nuevas tecnologías digitales hayan modificado los modelos tradicionales de competencia. El estudio sobre el sector de la publicidad online responde a ese compromiso, y sigue la línea de las numerosas iniciativas emprendidas en los últimos años en la promoción de la competencia en los sectores afectados por la digitalización, como el transporte en vehículos de turismo, las viviendas turísticas o el sector financiero.

La publicidad es un elemento muy relevante para la competencia en todos los mercados, en sus vertientes informativa y persuasiva. La publicidad online supone una disrupción respecto a la tradicional por su mayor capacidad de personalización, medición y seguimiento de sus efectos a través de la acumulación de información y el manejo de algoritmos.

Estos factores pueden generar ganancias de bienestar por la mayor satisfacción de necesidades, la creación de nueva demanda, la provisión de servicios gratuitos o la mayor capacidad de elección por el consumidor. Sin embargo, también pueden aparecer situaciones de poder de mercado con escasa contestabilidad. Todo ello está llevando a un gran interés en el sector por parte de las autoridades de competencia de todo el mundo.

El estudio pretende analizar el sector de la publicidad online en España, incluyendo un análisis de las condiciones de competencia y de la contratación de la publicidad online.

A estos efectos, la consulta pública que lanza la CNMC (accesible en este enlace) plantea una serie de preguntas y solicita la contribución de los distintos agentes implicados en el sector. Para garantizar una aportación de ideas ordenada y transparente, los interesados en participar podrán remitir sus comentarios a través de la web que la CNMC ha facilitado al efecto hasta el 24 de mayo de 2019. Las aportaciones que respondan a las preguntas planteadas podrán ser publicadas y se tendrán en cuenta en la elaboración del estudio.

Una vez terminada esta primera fase de la consulta, en el marco del estudio, la CNMC podrá considerar reuniones o requerimientos de información a diversos actores relevantes. A partir del análisis de la información obtenida, se elaborará un documento que incluirá las principales conclusiones extraídas.

La CNMC, en virtud de lo dispuesto en el apartado primero del artículo 5 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, tiene entre sus funciones la promoción de una competencia efectiva en los mercados mediante, entre otros, la realización de estudios y trabajos de investigación en materia de competencia, así como informes generales sobre sectores económicos, en su caso, con propuestas de liberalización, desregulación o modificación normativa.

Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)

https://www.cnmc.es/node/374542