La Comisión Europea anunció este viernes que autoriza la compra de WhatsApp por Facebook, a través de Facebook Messenger, ambos proveedores de servicios de comunicación para teléfonos, una operación de 19 mil millones de dólares.

La Comisión constató, según un comunicado, que “Facebook Messenger y WhatsApp no son competidores cercanos” y por lo tanto “los consumidores continuarán teniendo acceso, luego de la operación, a una amplia elección” de aplicaciones como Line, Viber, iMessage, Telegram, WeChat y Google Hangouts.

“Las aplicaciones de comunicaciones móviles (...) tienen cada vez más éxito. Y aunque Facebook Messenger y WhatsApp son dos de las aplicaciones más populares, la mayoría de la gente no utiliza una sola aplicación, sino varias”, indicó el comisario de Competencia, Joaquín Almunia, citado en el comunicado.

Tras estudiar el proyecto de adquisición “con mucha atención”, “llegamos a la conclusión que no perjudica la competencia en este mercado dinámico y en plena expansión”, explicó Almunia.

En abril, las autoridades estadunidenses aprobaron la fusión.

Facebook cuenta con mil 300 millones de usuarios en el mundo, de los cuales 300 millones utilizan en sus teléfonos la aplicacion Facebook Messenger, mientras WhatsApp –lanzado en 2009– cuenta con 600 millones. Mark Zuckerberg espera que alcance los mil millones en unos años.

Estas aplicaciones permiten a los usuarios comunicar con mensajes de texto, enviar o recibir fotos y videos así como mensajes vocales.

La Comisión investigó tres aspectos de la fusión: los servicios de comunicación; los servicios de las redes sociales; y los servicios de publicidad.

Con respeto a los servicios de comunicación, la Comisión estudió la utilización de estas “aplicaciones” para teléfonos, dado que WhatsApp no puede ser utilizado en otros dispositivos, y concluyó que no son competidores dado que Facebook Messenger está integrada a la red social, la otra “aplicación” funciona únicamente asociada a números de teléfono.

La Comisión consideró también que ambas empresas “son competidoras lejanas” en el sector de las redes sociales, dado que, como los señalaron “terceras partes” durante la investigación “WhatsApp ya constituye una red social competidora de Facebook”. Pero la de Facebook “es una experiencia mucho más rica”, por lo que es “poco probable que la competencia entre tales servicios se vea afectada negativamente por la concentración”.

Finalmente sobre la publicidad en línea, sector en el que no está presente WhatsApp, la Comisión estudió en qué medida la operación podría reforzar la posición de Facebook y perjudicar la competencia.

La Comisión concluyó que no plantea problemas, incluso si Facebook introduce publicidad en WhatsApp o recopile los datos de los usuarios de esta última.

Fuente: jornada