



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio

COPIA
LLI

190



BUENOS AIRES, ~ 6 OCT 2014

VISTO el Expediente N° S01:0195808/2012 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que, en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SUBSECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 6° a 16 y 58 de dicha ley.

Que la operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición del control por parte de la firma GOOGLE, INC. sobre la firma MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC., a través de la fusión por absorción entre las firmas MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC. y RB98 INC., una subsidiaria directa totalmente controlada por la firma GOOGLE, INC.

Que en efecto, la transacción se lleva a cabo en virtud de un Acuerdo y Plan de Fusión de fecha 15 de agosto de 2011, celebrado entre las firmas GOOGLE, INC., MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC. y RB98 INC.

Que, de conformidad con el Acuerdo y Plan de Fusión, la firma

PROY-S01

6548

AL



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio

[Handwritten Signature]
MONTAVIA
MONTAVIA
190



MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC. se convertirá en una subsidiaria controlada en un CIEN POR CIENTO (100 %) por la firma GOOGLE, INC.

Que al cierre de la transacción mencionada en el considerando anterior, la firma MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC. se fusionará con la firma RB98 INC., y como resultado de ello, la firma RB98 INC. dejará de existir como una entidad separada y la firma MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC. será la sociedad continuadora de la fusión.

Que las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6°, inciso a) de la Ley N° 25.156.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000) establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

Que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, en su Dictamen N° 1063 de fecha 26 de junio de 2014 concluyó que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7° de la Ley N° 25.156, toda vez que de los elementos reunidos en las presentes actuaciones no se

PROY-001
6548

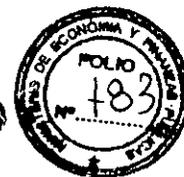
[Handwritten Signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio

ES COPIA
NELLI
cto

190



de fecha 26 de junio de 2014 de la mencionada Comisión.

Que del análisis efectuado en ambos dictámenes se concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7º de la Ley Nº 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, por este motivo, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición del control por parte de la firma GOOGLE, INC. sobre la firma MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC., a través de la fusión por absorción entre las firmas MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC. y RB98 INC., una subsidiaria directa totalmente controladas por la firma GOOGLE, INC., todo ello en virtud de lo establecido en el Artículo 13, inciso a) de la Ley Nº 25.156.

Que el suscripto comparte los términos de los Dictámenes Nros. 1063 de fecha 26 de junio de 2014 y 1082 de fecha 26 de septiembre de 2014 emitidos por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, a los cuales cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuyas copias autenticadas se incluyen como Anexo y forman parte integrante de la presente resolución.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 13 y 58 de la Ley Nº 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

PROY-501
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio

[Firma]
ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



ARTÍCULO 1º.- Autorízase la operación notificada consistente en la adquisición del control por parte de la firma GOOGLE, INC. sobre la firma MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC., a través de la fusión por absorción entre las firmas MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS, INC. y RB98 INC., una subsidiaria directa totalmente controlada por la firma GOOGLE, INC., todo ello en virtud de lo establecido en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2º.- Considéranse parte integrante de la presente resolución, a los Dictámenes Nros. 1063 de fecha 26 de junio de 2014 y 1082 de fecha 26 de septiembre de 2014 emitidos por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SUBSECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, que en TREINTA Y NUEVE (39) y TREINTA Y CUATRO (34) hojas autenticadas, respectivamente, se agregan como Anexo a la presente medida.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N°

190

PROY-S01
6548

[Firma]
Lic. Augusto Costa
Secretario de Comercio
Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

AC



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Ref.: Expte. S01:0195808/2012 (Conc. 1000) RN/AS-EA-MA-YDC

DICTAMEN N° 1063

BUENOS AIRES,

26 JUN 2014

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0195808/2012 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, caratulado: "GOOGLE INC. Y MOTOROLA HOLDINGS INC S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY N° 25.156 (CONC. 1000)".

I. DESCRIPCION DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

I. La operación

1. La operación de concentración notificada consiste en adquisición del control por parte de GOOGLE INC. (en adelante "GOOGLE") sobre MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS INC. (en adelante "MOTOROLA") a través de la fusión por absorción entre MOTOROLA y RB98 INC. (en adelante "RB98"), una subsidiaria directa totalmente controlada por GOOGLE.
2. En efecto, la transacción se lleva a cabo en virtud de un acuerdo y plan de fusión de fecha 15 de agosto de 2011, celebrado entre GOOGLE, MOTOROLA y RB98. De conformidad con el Acuerdo de Fusión, MOTOROLA se convertirá en una subsidiaria controlada en un cien por ciento por GOOGLE. Al cierre de la transacción propuesta, MOTOROLA se fusionará con RB98, y como resultado de ello, RB98 dejará de existir como una entidad separada y MOTOROLA será la sociedad continuadora de la fusión. Según informaron las partes notificantes, la operación se perfeccionó con fecha 22 de mayo de 2012.

PROY-S01

6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

~~ES COPIA FIEL~~

ES COPIA
FIEL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



II. La actividad de las partes

Parte fusionante:

190

3. **GOOGLE** es una sociedad del Estado de Delaware, Estados Unidos, que cotiza en el Mercado Nacional de NASDAQ cuya actividad principal es operar un buscador de Internet, ofreciendo, sin cargo, herramientas de búsqueda para usuarios finales y programas de publicidad online para sus propios sitios Web y aquellos de sus asociados. Los ingresos de GOOGLE derivan virtualmente en su totalidad, de los avisos publicitarios online. GOOGLE provee también otros servicios adicionales y softwares, incluyendo un sistema operativo de código abierto móvil gratis denominado sistema "Android".
4. Desde el 31 de diciembre de 2011, los Sres. Larry Page, Sergey Brin y Eric E. Schmidt tienen el 92% de las acciones ordinarias Clase B, representativas de aproximadamente el 66% de los derechos de voto sobre el capital emitido en circulación. Ninguna otra persona o entidad tiene una participación mayor la 5% del capital social.
5. **RB98 INC.** es una sociedad holding totalmente controlada por **GOOGLE**, constituida en Delaware, Estados Unidos, con el fin de realizar la adquisición de **MOTOROLA**.
6. **GOOGLE ARGENTINA S.R.L.** (en adelante "**GOOGLE ARGENTINA**") es una sociedad constituida de conformidad con las leyes de Argentina, cuya actividad principal es la prestación de servicios de publicación, transmisión y portales de búsqueda en Internet. Se encuentra controlada por **GOOGLE INTERNATIONAL LLC**, siendo **GOOGLE** su única propietaria, una sociedad constituida en Delaware, Estados Unidos, quien posee el 90% de su capital social, y **GOOGLE** con el restante 10%.

A continuación se detalla las compañías de **GOOGLE** en Argentina:

8. **GOOGLE PAYMENT DE ARGENTINA S.R.L.** (en adelante "**GOOGLE PAYMENT ARGENTINA**") es una sociedad constituida de conformidad con las leyes de

PROY-S01
6548

es

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

~~ES COPIA FIEL~~
ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA ESTRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Argentina, que provee servicios relacionados con las operaciones de pago por internet. GOOGLE PAYMENT ARGENTINA, se encuentra controlada por GOOGLE INTERNATIONAL LLC, con el 90% del capital social y por GOOGLE con el restante 10%.

Parte Fusionada:

- MOTOROLA** es una sociedad del estado de Delaware, Estados Unidos, cuyas acciones se encuentran registradas y cotizan en la Bolsa de Nueva York. Su actividad principal es proveer tecnología, productos y servicios destinados a la comunicación a través de telefonía móvil y telefonía fija digital, que permite manejar información y entretenimiento. Los productos integrados y plataformas de MOTOROLA permiten la transmisión de contenido multimedia tales como videos, mensajes de voz y aplicaciones de Internet así como servicios para pantallas múltiples tales como: dispositivos móviles, televisores y computadoras. El porfolio de productos de MOTOROLA incluye dispositivos móviles, accesorios inalámbricos, decodificadores o sistemas de distribución de video, productos de banda ancha por cable y equipos asociados a instalaciones de clientes. MOTOROLA opera dos segmentos: 1) El Segmento de Dispositivos Móviles, como proveedor de dispositivos móviles y productos relacionados así como servicios diseñados para transmitir comunicaciones móviles, tales como comunicación de voz, mensajes, pulsación para hablar ("push to talk" o PTT) y video, así como para permitir el acceso móvil a Internet y, contenido multimedia, redes sociales, navegación y otras aplicaciones móviles. 2) El Segmento para Uso Doméstico, como proveedor de productos y servicios a proveedores de telecomunicaciones fijas ("telco") y a operadores de cable (en adelante, ambos referidos conjuntamente como "operadores de redes") que permiten la transmisión de servicios de video, de comunicación de voz o datos a los clientes. El porfolio de productos incluye decodificadores interactivos, video digital de punta a punta y sistemas de distribución de Televisión por Protocolo de Internet (también conocida por sus siglas en inglés: "IPTV"), plataformas de acceso banda ancha, e instalaciones para los clientes de comunicación de datos y de voz ("CPE").

PROY-S01
6548

Es

[Handwritten signatures and scribbles]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

~~ES C... TEL~~

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

10. Los accionistas de MOTOROLA que poseen una participación mayor al 5% en el capital social son: (i) VANGUARD GROUP, INC, titular de un 4,94%; (ii) NWQ INVESTMENT MANAGEMENT CO. LLC, titular de un 6.2%, (iii) T. ROWE PRICE ASSOCIATES, INC., titular de un 7,3%, (iv) DODGE & COX, INC., titular de un 9.3%, e (v) ICAHN ASSOCIATES CORP titular del 8,61% de las acciones.
11. MOTOROLA tiene una subsidiaria en Argentina, MOTOROLA OF ARGENTINA S.A. (en adelante "MOTOROLA ARGENTINA"), cuya actividad principal es proveer los productos y servicios de MOTOROLA más arriba mencionados en Argentina. MOTOROLA ARGENTINA se encuentra controlada por MOTOROLA quien posee el 90% de su capital social y por MOTOROLA INTERNACIONAL CAPITAL LLC., una sociedad holding constituida en Delaware, con el restante 10%.

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

12. Las sociedades involucradas dieron cumplimiento a los requerimientos de esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA efectuados en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 58 de la Ley N° 25.156, notificando la operación en tiempo y forma de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 8° de dicha norma.
13. La operación notificada consiste en una fusión por absorción que encuadra en las previsiones del artículo 6 inc. a) de la Ley 25.156.
14. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral previsto en el artículo 8 de la ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones dispuestas en dicha norma.

III. PROCEDIMIENTO

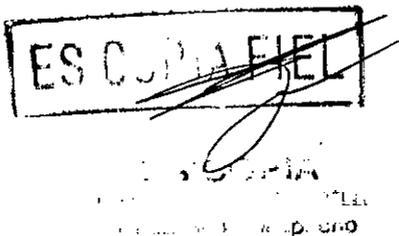
Es

PROY-S01

6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYENDA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

- 15. El día 29 de mayo de 2012 las empresas GOOGLE y MOTOROLA notificaron la concentración económica que tramita en las presentes actuaciones acompañando el correspondiente Formulario F1 ante esta Comisión Nacional.
- 16. Con fecha 12 de junio de 2012 se hizo saber a las partes notificantes que previo a todo proveer debían adecuar la presentación a lo dispuesto en la Resolución SDCyC Nº 40/2001 (B.O. 22/02/01), y que hasta tanto no adecuaran la misma no se daría trámite ni comenzaría a correr el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
- 17. El día 14 de junio de 2012 los notificantes, efectuaron una presentación contestando el requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
- 18. Con fecha 21 de junio de 2012 analizada que fuera la información y documentación aportada por las partes notificantes, esta Comisión Nacional consideró que el Formulario F1 se encontraba incompleto, por lo que se procedió a efectuar las correspondientes observaciones, haciendo saber a las mismas que el plazo del artículo 13 de la Ley Nº 25.156 comenzaba a correr a partir del día hábil posterior a su presentación y quedaba suspendido hasta tanto no se diera cumplimiento a las observaciones realizadas. Dicho proveído fue notificado a las partes en la misma fecha.
- 19. El día 2 de agosto de 2012 los notificantes realizaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional, pasando las actuaciones a despacho con fecha 7 de agosto de 2012.
- 20. El día 13 de septiembre de 2012, esta Comisión Nacional consideró que en mérito de las presentaciones efectuadas por las partes con fecha 2 de agosto de 2012, la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que se procedió a realizar observaciones, continuando suspendido el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley 25.156.
- 21. Con fecha 3 de octubre de 2012 en mérito de las facultades conferidas por el art. 24 de la Ley Nº 25.156 esta Comisión Nacional citó a prestar declaración testimonial al Gerente de Sistemas Portátiles o quien posea conocimientos sobre sistemas

Es

[Handwritten signatures and initials]

PROY - S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

operativos móviles de la firma MICROSOFT CORPORATION para el día 16 de octubre de 2012 a las 12 hs.

22. Con fecha 16 de octubre de 2012 prestó declaración testimonial el Sr. Horacio Enrique Gutiérrez Machado en su carácter de vicepresidente corporativo y consultor jurídico adjunto de MICROSOFT CORPORATION.
23. Con fecha 23 de octubre de 2012 el Sr. Horacio Enrique Gutiérrez Machado en su carácter de vicepresidente corporativo y consultor jurídico adjunto de MICROSOFT CORPORATION efectuó una presentación solicitando una prórroga de diez (10) días hábiles a efectos de recopilar la información requerida en la audiencia testimonial del 16 de octubre de 2012, concediéndose dicha prórroga con fecha 14 de noviembre de 2012.
24. Con fecha 29 de octubre y 7 de noviembre de 2012 las partes efectuaron dos presentaciones en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional, pasando las actuaciones a despacho con fecha 13 de noviembre de 2012.
25. Con fecha 6 de noviembre de 2012 el Sr. Horacio Enrique Gutiérrez Machado en su carácter de vicepresidente corporativo y consultor jurídico adjunto de MICROSOFT CORPORATION, efectuó una presentación en virtud del compromiso asumido en la audiencia testimonial de fecha 16 de octubre de 2012, pasándose las actuaciones a despacho con fecha 13 de noviembre de 2012.
26. Con fecha 21 de noviembre de 2012 las partes efectuaron una presentación planteando la inconsistencia de la declaración del Sr. Horacio Enrique Gutiérrez Machado de fecha 16 de octubre de 2012, pasando las actuaciones a despacho con fecha 5 de diciembre de 2012.
27. Con fecha 9 de enero de 2013 esta Comisión Nacional consideró que en mérito de las presentaciones efectuadas por las partes la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que se procedió a realizar observaciones, continuando suspendido el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley 25.156.
28. Con fecha 29 de enero de 2013 GOOGLE efectuó una presentación adjuntando copia certificada del poder vigente a favor del Dr. Tomás Patricio Coppola, acreditándose la personería respectivamente invocada con fecha 8 de febrero de 2013.

PROY-S01
6548

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES CUYA FIEL

COPIA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYDADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



790

- 29. Con fecha 26 de febrero de 2013 las partes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional de fecha 9 de enero de 2013, pasando las actuaciones a despacho con fecha 12 de marzo de 2013.
- 30. Con fecha 19 de abril de 2013 esta Comisión Nacional consideró que en mérito de la presentación efectuada por las partes con fecha 26 de febrero de 2013 la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que se procedió a realizar observaciones, continuando suspendido el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley 25.156.
- 31. Con fecha 3 de junio de 2013 las partes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional, pasando las actuaciones a despacho con fecha 11 de junio de 2013.
- 32. Con fecha 17 de julio de 2013 esta Comisión Nacional consideró que en mérito de la presentación efectuada por las partes con 3 de junio de 2013 la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que se procedió a realizar observaciones, continuando suspendido el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley 25.156.
- 33. Con fecha 15 de agosto de 2013 esta Comisión Nacional, en mérito de las facultades emergentes de los artículos 24 y 58 de la Ley Nº 25.156, efectuó un requerimiento a las empresas AMX ARGENTINA S.A., TELECOM PERSONAL S.A. y TELEFÓNICA MÓVILES ARGENTINA S.A.
- 34. Con fecha 26 de agosto de 2013 TELECOM PERSONAL S.A. efectuó una presentación solicitando una prórroga de diez (10) días hábiles a fin de cumplir con el requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
- 35. Con fecha 29 de agosto de 2013 las partes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional de fecha 17 de julio de 2013, pasando las actuaciones a despacho con fecha 10 de septiembre de 2013.
- 36. Con fecha 2 de septiembre de 2013 AMX ARGENTINA S.A. efectuó una prestación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional de fecha 15 de agosto de 2013, teniéndose por presente lo manifestado con fecha 10 de septiembre

El de 2013.

[Handwritten signatures and initials]

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



ESCOPTEL
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

- 37. Con fecha 3 de septiembre de 2013 esta Comisión Nacional hizo lugar a la prórroga solicitada por TELECOM PERSONAL S.A. por el término de diez (10) días hábiles.
- 38. Con fecha 12 de septiembre de 2013 en mérito de las facultades conferidas por el art. 24 de la Ley N° 25.156 esta Comisión Nacional citó a prestar declaración testimonial: i) al Gerente General o cargo similar que tenga conocimientos sobre producción y comercialización de teléfonos móviles de BGH S.A. para el día 19 de septiembre de 2013 a las 11:00hs. ii) al Gerente General o cargo similar que tenga conocimientos sobre producción y comercialización de teléfonos móviles de BRIGHTSTAR DE ARGENTINA S.A. para el día 20 de septiembre de 2013 a las 11:00hs.
- 39. Con fecha 13 de septiembre de 2013 TELECOM PERSONAL S.A. efectuó una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional de fecha 15 de agosto de 2013, teniéndose presente lo manifestado con fecha 19 de septiembre de 2013.
- 40. En la misma fecha prestó declaración testimonial el Sr. Cosentino Paulo Miguel en su carácter de Gerente de División del Área de Celulares de la empresa BGH S.A.
- 41. Con fecha 20 de septiembre de 2013 prestó declaración testimonial el Sr. Martín Alfredo Vaca Navaja en su carácter de Vicepresidente de Latino América Sur de la empresa BRIGHTSTAR DE ARGENTINA S.A.
- 42. Con fecha 21 de octubre de 2013 esta Comisión Nacional consideró que en mérito de las presentación efectuada por las partes con fecha 29 de agosto de 2013 la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que se procedió a realizar observaciones, continuando suspendido el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley 25.156.
- 43. Con fecha 16 de octubre de 2013 el Sr. Paulo Cosentino, en su carácter de Gerente de la División Celulares de BGH S.A. efectuó una presentación a fin de cumplimentar con el compromiso asumido en la audiencia testimonial celebrada con fecha 19 de septiembre de 2013, teniéndose presente lo manifestado con fecha 25 de octubre de 2013.

PROY-S01
6548

EA



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

44. Con fecha 3 de diciembre de 2013 las partes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional de fecha 21 de octubre de 2013, pasando las actuaciones a despacho con fecha 11 de diciembre de 2013.
45. Con fecha 18 de diciembre de 2013 esta Comisión Nacional, en mérito de las facultades emergentes de los artículos 24 y 58 de la Ley Nº 25.156, efectuó un requerimiento a las empresas BRIGHTSTAR S.A. y BGH S.A.
46. Con fecha 10 de enero de 2014 BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. efectuó una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional de fecha 18 de diciembre de 2013, teniéndose presente lo manifestado con fecha 17 de enero de 2014.
47. Con fecha 14 de enero de 2014 BGH S.A. efectuó una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional de fecha 18 de diciembre de 2013, teniéndose presente lo manifestado con fecha 24 de enero de 2014.
48. Con fecha 16 de enero de 2014 esta Comisión Nacional consideró que en mérito de la presentación efectuada por las partes con fecha 3 de diciembre de 2013 la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que se procedió a realizar observaciones, continuando suspendido el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley 25.156.
49. Con fecha 27 de febrero de 2014 las partes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional de fecha 16 de enero de 2014, pasando las actuaciones a despacho con fecha 11 de marzo de 2014.
50. Con fecha 17 de marzo de 2014 esta Comisión Nacional consideró que en mérito de la presentación efectuada por las partes con fecha 27 de febrero de 2014 la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que se procedió a realizar observaciones, continuando suspendido el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley 25.156.
51. Finalmente, con fecha 5 de mayo de 2014, las partes notificantes efectuaron una presentación a los efectos de dar cumplimiento a lo requerido oportunamente por esta Comisión Nacional el 17 de marzo de 2014, teniéndose en consecuencia, por

EA

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ES COPIA

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYTRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

aprobado el Formulario F1 y continuando el cómputo de los plazos establecidos en el artículo 13 de Ley N° 25.156 a partir del día hábil siguiente al enunciado.

IV. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA

Naturaleza de la Operación.

52. La operación de concentración que se notifica tiene como empresa objeto a MOTOROLA y como compradora a GOOGLE. La transacción notificada consiste en la adquisición a nivel global de MOTOROLA, por parte de GOOGLE, convirtiéndose MOTOROLA en una subsidiaria propiedad de GOOGLE.

53. GOOGLE es una empresa norteamericana. Opera un buscador de Internet, ofreciendo, sin cargo, herramientas de búsqueda para usuarios finales y programas de publicidad online para sus propios sitios Web y aquellos de sus asociados. Los ingresos de GOOGLE derivan virtualmente en su totalidad, de los avisos publicitarios online.

54. GOOGLE provee también otros servicios adicionales y softwares, incluyendo un sistema operativo de código abierto móvil (en inglés "open-source mobile operating system": MOS), conocido como 'sistema Android'.

55. Por su parte, MOTOROLA es una empresa norteamericana, siendo MOTOROLA ARGENTINA la subsidiaria local. La misma provee tecnología, productos y servicios destinados a la comunicación a través de telefonía móvil y telefonía fija digital, que permite manejar información y entretenimiento. Los productos integrados y plataformas de MOTOROLA permiten la transmisión de contenido multimedia tales como videos, mensajes de voz y aplicaciones de Internet así como servicios para pantallas múltiples tales como: dispositivos móviles, televisores y computadoras.

56. El portafolio de productos de MOTOROLA incluye dispositivos móviles, accesorios inalámbricos, decodificadores o sistemas de distribución de video, productos de banda ancha por cable y equipos asociados a instalaciones de clientes.

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYDADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

57. MOTOROLA opera dos segmentos: i) El Segmento de Dispositivos Móviles, como proveedor de dispositivos móviles y productos relacionados así como servicios diseñados para transmitir comunicaciones móviles, tales como comunicación de voz, mensajes, pulsación para hablar ("push to talk" o PTT) y video, así como para permitir el acceso móvil a Internet y contenido multimedia, redes sociales, navegación y otras aplicaciones móviles; ii) El Segmento para Uso Doméstico, como proveedor de productos y servicios a proveedores de telecomunicaciones fijas y a operadores de cable que permiten la transmisión de servicios de video, de comunicación de voz o datos a los clientes. El portafolio de productos incluye decodificadores interactivos, video digital de punta a punta y sistemas de distribución de Televisión por Protocolo de Internet (también conocida por sus siglas en inglés: "IPTV"), plataformas de acceso banda ancha, e instalaciones para los clientes de comunicación de datos y de voz.

58. La subsidiaria local es quien provee los productos y servicios de MOTOROLA arriba enumerados en Argentina.

59. Con respecto a los teléfonos móviles, MOTOROLA no los produce en Argentina, sino que lo hace a través de BGH S.A. y BRIGHTSTAR CORP., empresas con las cuales tiene un acuerdo comercial, y que se encuentran autorizadas para producir teléfonos en Argentina¹.

60. Tal cual se desprende de lo hasta aquí mencionado, la presente operación presenta relaciones de tipo vertical entre el sistema operativo móvil Android desarrollado por la empresa compradora y la producción y comercialización de dispositivos móviles realizada por la empresa objeto.

Algunas consideraciones sobre la industria

61. Antes del análisis específicamente "Antitrust" de la operación notificada, y dada la naturaleza particular del sector en el que la misma tiene impacto, cabe desarrollar un conjunto de consideraciones con el fin de asentar dichas particularidades y permitir una comprensión más amplia del contexto en que se desenvuelven las empresas

1. Según aclararon las partes, todos los teléfonos móviles vendidos en Argentina son producidos localmente por alguna de esas dos empresas.

EA

ROY-S01
3548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

notificantes. Estas consideraciones previas sólo tienen como objetivo establecer los elementos fundamentales que caracterizan al sector y los aspectos que resultan de particular relevancia para el análisis en el marco de la operación notificada.

62. La evaluación de la dinámica de este sector implica necesariamente incluir en el análisis una multiplicidad de factores, a fin de poder establecer algunas consideraciones particulares sobre el desenvolvimiento del mismo.
63. En particular tanto la empresa objeto como la compradora están vinculadas a actividades ligadas a las telecomunicaciones. Lo que ha sido definido por el Dto. N° 764/00 como "toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos y/u otros sistemas electromagnéticos".
64. De lo que se desprende que las telecomunicaciones abarcan un conjunto amplio y variado de servicios que posibilitan tanto las comunicaciones de voz como el envío de información entre individuos.
65. Los pasos que sigue una telecomunicación a grandes rasgos pueden clasificarse como: emisión de la información a través de la terminal del usuario originador, codificación del mensaje y transporte a través de la red de telecomunicaciones, y finalmente la decodificación y recepción de la información a través de la terminal del usuario de destino².
66. Este tipo de comunicaciones van a tener una tipología especial dependiendo de las características de la información enviada y recibida por los usuarios (originador y terminador), por la naturaleza de la interfaz (terminal) a través de la cual éstos se contactan (por ejemplo: PC, teléfonos móviles, teléfonos fijos, receptores de TV, etc.) y por el tipo de red a través de la cual se cursa la comunicación. Entre estos tipos de telecomunicaciones se pueden resaltar: la telefonía, las comunicaciones de datos (que incluyen comunicaciones multimedia - sonido, imágenes, texto-) y las comunicaciones de Internet (que también incluyen la posibilidad de comunicaciones multimedia y de voz). Dichas diferencias básicas se reconocen a nivel del consumidor de los servicios.

PROY-S01
6548

Et



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

- 67. La prestación de los servicios antes mencionados requiere de determinada infraestructura que comprende los elementos de red y la infraestructura de interfaz. La primera tiene la función de gestionar y transmitir la información y está compuesta por las redes de transmisión conformada por equipos y medios de transporte; la segunda por las terminales que permiten la conexión de los usuarios con la red.
- 68. Si las telecomunicaciones se analizan a nivel de las redes de transmisión, muchas de las diferencias entre los distintos tipos de servicios antes citadas se desdibujan debido a que el desarrollo tecnológico ha permitido la convergencia, es decir, que se utilicen los mismos medios físicos para la transmisión de la información enviada y recibida de distinta naturaleza y bajo distinto tipo de interfaces (por ejemplo las redes de cobre y fibra óptica utilizadas tradicionalmente para telefonía soportan el transporte de información tipo IP para prestar servicios de Internet).
- 69. Este proceso de convergencia de redes tiene su correlato en el desarrollo tecnológico de la infraestructura de interfaz. En este sentido, el desarrollo tecnológico ha permitido un proceso de convergencia no sólo para la transmisión de información a través de la red, sino también para la conexión a dicha red a través de un mismo medio físico o terminal. Esto ha permitido al usuario acceder al consumo de distintos tipos de servicios vinculados a la comunicación a través de un mismo dispositivo.
- 70. Uno de los sectores afectados por el proceso de convergencia, y que corresponde analizar según las características de la presente operación, es el de la telefonía móvil.
- 71. En lo que refiere a la infraestructura de red de la telefonía móvil en su conjunto, la misma se compone, a grandes rasgos, de las redes de transmisión y las terminales de los usuarios. A su vez, estos elementos se combinan con el espectro radioeléctrico, el cual es utilizado como canal de transmisión.
- 72. Las terminales que son utilizadas para la telefonía móvil son precisamente los teléfonos móviles o teléfonos celulares, los cuales permiten contar con la posibilidad de acceder a la red de telefonía con independencia a su localización.
- 73. No obstante, con el tiempo los mismos han ido acumulando una multiplicidad de servicios y accesorios que han alterado su composición, generando nuevas funciones

RCV. S01
6548

² Estos pasos se aplican tanto a las comunicaciones unidireccionales como bidireccionales.

es



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
ES COPIA
LUI

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERD
SECRETARIA LEYENDA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

que son de suma importancia para los usuarios, como ser la mensajería y el acceso a Internet.

74. En este sentido, la evolución tecnológica ha permitido adicionar nuevas herramientas tanto a los teléfonos móviles, como a los servicios de telefonía móvil que se prestan a través de los teléfonos. En el primer grupo cabe incluir algunas prestaciones como cámaras de fotos y video, agendas, juegos, reproductores de música, radio, etc.; en el segundo grupo, además del tradicional servicio de voz, pueden enumerarse el servicio de mensajes SMS y el acceso a Internet, el cual a través de la navegación y la transferencia de datos ha modificado sustancialmente la esencia de los teléfonos móviles.

75. Esta modificación radica en la posibilidad de contar con una gama de aplicaciones que permiten al usuario la comunicación a través de vías alternativas como mensajes de multimedia y correos electrónicos, la capacidad de descargar contenido audiovisual, de acceder a información online y de otras herramientas entre las que se incluyen GPS, mapas, etc.

76. De todo lo hasta aquí mencionado se desprende que la telefonía móvil es una industria donde interactúan numerosos actores entre los cuales participan no sólo los fabricantes de los aparatos telefónicos y los operadores de las redes de telefonía, sino también los desarrolladores de software, quienes son los encargados de proveer una interfaz que permita una correcta interacción entre el hardware, las aplicaciones y el uso de las redes.

Definición del Mercado relevante

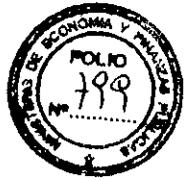
77. Tal como lo establecen los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas (en adelante "los Lineamientos"), aprobados por Resolución 164/2001 de la Ex - Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, a los efectos de establecer si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación. Este mercado, que se denomina mercado relevante, comprende dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico. Es de destacar que la operación involucra a varios mercados relevantes.

PROY 501
6548

Es
[Handwritten signatures and initials]



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA LEYTRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

78. El mercado relevante del producto comprende todos aquellos bienes y/o servicios que son considerados sustitutos por el consumidor, dadas las características del producto, sus precios y el objeto de su consumo.
79. El marco conceptual de referencia para la definición del mercado relevante, tanto en su dimensión de producto como geográfica, es lo que se conoce como test SSNIP ("Small but Significant and Nontransitory Increase in Price"). Con respecto a la dimensión de producto, este test define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio. Referido al mercado geográfico el test se define de la misma forma que el mercado de producto, pero teniendo como objetivo la identificación de la menor región dentro de la cual el hipotético monopolista encontraría beneficiosa la acción descripta.
80. Una vez definido el o los mercados relevantes, se procederá al análisis de los niveles de concentración, de los participantes del mercado, y de las características de la competencia en dichos mercados. Si del análisis de estos elementos se desprende la probabilidad de un aumento en el poder de mercado como consecuencia de la operación de concentración, se procederá al análisis de las barreras a la entrada y de las posibles ganancias de eficiencia productivas.

• Mercado Relevante de Producto.

Sistema operativo móvil

81. Un terminal móvil (ya sea teléfono o tableta) está compuesto por distintos elementos que vinculados entre sí, permiten el funcionamiento del producto final. Si bien típicamente en otras industrias el concepto de insumo está asociado a un componente físico, en lo que refiere al sector de telecomunicaciones y a la informática, es frecuente la aparición de activos que responden a otra naturaleza.
82. En este sentido, al igual que en una computadora de escritorio o una notebook, existe una distinción entre los componentes, los cuales pueden agruparse en hardware y software.

EA

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

~~ES COPIA FIEL~~

ES COPIA
ALAN COMBARRAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYER
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

83. El término hardware hace referencia a aquellos elementos tangibles de un sistema informático, talés como pueden ser un gabinete, una caja, una pantalla, una memoria o un procesador.

84. Por su parte, el término software es el soporte lógico e intangible de un sistema informático que permite al usuario la realización de tareas. Algunos de estos componentes lógicos son aplicaciones, tales como un procesador de texto o una hoja de cálculo; y otros son los denominados software de sistema o sistemas operativos, que permiten una interfaz con el usuario y permiten al resto de los programas y aplicaciones funcionar adecuadamente en consonancia con el hardware del dispositivo.

85. Con respecto a los dispositivos móviles, el software de sistema es el denominado 'sistema operativo móvil', el cual se identifica en términos de procesos, como un insumo que forma parte de la cadena productiva de un teléfono móvil o tableta, siendo indispensable para su funcionamiento.

86. Al igual que una plataforma de PC, la plataforma de software de aparatos móviles maneja los dispositivos de hardware subyacentes y brinda funciones comunes que hacen funcionar las aplicaciones, tener acceso a las capacidades de software y hardware específicas de los dispositivos e interactuar con otras aplicaciones.

87. Con relación a los dispositivos móviles en particular, sus funciones incluyen el acceso a la red móvil (a través de la banda de base del teléfono o de otros "wireless chipsets"), almacenamiento de datos (E.j. la tarjeta SIM o en la unidad de memoria flash), y funciones de entrada o de salida básicas (vía pantalla táctil, teclado, speaker, etc.). Para las funciones de entrada, salida y asignación de memoria, el sistema operativo actúa como un intermediario entre los programas de aplicación y el hardware del teléfono móvil.

88. Adicionalmente, las plataformas de software modernas generalmente proveen una interfaz gráfica de operación ("GUI", según sus siglas en inglés), un conjunto de interfaces de programación de aplicaciones ("APIs", según sus siglas en inglés), y otras funciones adicionales que son necesarias para la operación del dispositivo y que permiten nuevas combinaciones de funciones, lo que ofrece que se puedan emplear

PROY-S01
6548

[Handwritten signatures and initials]



~~ES COPIA FIEL~~
ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

en más usos y de manera más innovadora. Ejemplos de dispositivos móviles recientes incluyen, funciones GPS y cámaras que deben interactuar con una plataforma de software para ser utilizado por esa aplicación. Por lo tanto, la plataforma de software trabaja en conjunto con la plataforma de hardware para brindar la base necesaria a todas las funciones de los dispositivos móviles, desde aquellas más básicas (como los llamados de voz, mensajes de texto, e-mail) hasta las más complejas, incluyendo la ejecución de complicadas aplicaciones móviles.

89. Por otro lado, según lo recavado por esta Comisión Nacional, el sistema operativo viene predeterminado al momento de adquirir un dispositivo móvil; en consecuencia la instalación del mismo no corre por cuenta del usuario sino del fabricante del producto. Además, el mismo no es sustituible por el usuario final, al menos en términos de una racionalidad económica ligada al costo y a la eficiencia en el funcionamiento del producto final.

90. Un testimonio que sostiene esta apreciación es el esgrimido por el señor Horacio Enrique Gutiérrez Machado, vicepresidente corporativo y consultor jurídico adjunto de MICROSOFT CORPORATION, el cual ante la inquietud de esta Comisión Nacional sobre la viabilidad que tienen los usuarios finales de sustituir el sistema operativo una vez que ya adquirieron el teléfono móvil, manifestó que *"Desde el punto de vista práctico la respuesta es no. Se debe estar muy bien equipado ya que el aparato está diseñado con requerimientos técnicos en vista de la utilización de un sistema operativo específico. El cambio de un sistema operativo es casi imposible, si el objetivo es lograr un aparato que funcione sin fallas³."*

91. Al mismo tiempo, se observa que algunas empresas que ofrecen dispositivos móviles en el mercado se encuentran integradas verticalmente entre la producción del terminal y el desarrollo del sistema operativo. En este conjunto de empresas se puede mencionar a APPLE, que desarrolla tanto los dispositivos móviles como el sistema operativo iOS, el cual no es comercializado hacia terceros. Otro ejemplo es la firma BLACKBERRY, la cual también ofrece sus teléfonos con un sistema operativo cerrado desarrollado exclusivamente para esos productos.

³ A fs. 372.

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
ES COPIA

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA LEYENDA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

92. Esto en parte corresponde, en lo que respecta a telefonía móvil y a tabletas, a una necesidad del sector que consiste en obtener un uso más eficiente de la batería de los dispositivos.
93. En este sentido, la durabilidad en el encendido de algunos dispositivos es considerada por la industria como uno de los problemas a solucionar, y presenta un desafío al plantear el costo de oportunidad entre la ligereza, el peso, el uso de las aplicaciones y la navegación a Internet respecto de la duración del teléfono⁴.
94. Esto ha llevado que algunas empresas "modificaran la arquitectura completa desde el Silicom hasta la interface⁵". En este orden, el sistema operativo tiene como uno de sus objetivos optimizar el funcionamiento del dispositivo, generando un adecuado desempeño entre las aplicaciones y el hardware.
95. Es preciso aclarar que el sistema operativo es demandado por los fabricantes de dispositivos móviles y no por los usuarios finales, siendo entonces un eslabón en la cadena productiva, y por ende conformando un mercado aguas arriba.
96. No obstante, cabe aclarar que el desafío que afronta la industria con relación a la adaptación del sistema operativo al dispositivo no implica que dos sistemas operativos no sean sustitutos en términos microeconómicos, sino que da cuenta de la interrelación que existe entre los eslabones de la cadena en pos de un mejor aprovechamiento de los aparatos.
97. En este sentido, en algunos casos los fabricantes de modelos originales trabajan junto con los productores de software, se realizan pruebas de calidad para ver si son compatibles, y por otro lado un mismo productor de teléfono utiliza distintos sistemas operativos y un mismo sistema operativo es utilizado en diferentes dispositivos, ya sea diferentes teléfonos como tabletas.
98. Es de destacar que en la industria existen algunas firmas importantes que se encuentran verticalmente integradas, ya sea en las empresas mencionadas (Apple y Blackberry), como en el caso la presente operación. Además, cabe adicionar el

⁴ Ver <http://techland.time.com/2013/04/01/peak-battery-why-smartphone-battery-life-still-stinks-and-will-for-years/> y <http://www.abc.es/tecnologia/moviles-telefonos/20130402/abci-problema-vida-bateria-moviles-201304012050.html>

⁵ Audiencia testimonial a Horacio Enrique Gutiérrez Machado en el marco de la presente operación.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

reciente anuncio de compra de NOKIA por parte de MICROSOFT⁶ y el artículo publicado en el diario especializado The Wall Street Journal de que Samsung, el mayor productor de teléfonos celulares del mundo, se encuentra intensificando su búsqueda de adquisiciones en compañías de desarrollo de software⁷.

99. De este modo, y por todo lo antes mencionado, para el presente dictamen se tomarán los sistemas operativos móviles como un mercado relevante en particular.

Dispositivos móviles

100. La característica principal que diferencia a los dispositivos móviles respecto de cualquier otro dispositivo es la conectividad permanente independientemente de que se encuentre en movimiento o de que modifique su localización.

101. En este conjunto de dispositivos corresponde analizar tanto los teléfonos móviles como las tabletas.

102. En lo que refiere a los teléfonos móviles, tal cual se analizó en el apartado anterior, la industria se encuentra atravesada por un proceso de convergencia que ha permitido el desarrollo de un terminal capaz de ofrecer el acceso a distintos servicios ligados a la industria de las telecomunicaciones.

103. Según la información presentada por las partes, la industria divide a los teléfonos móviles en tres categorías: a) teléfonos básicos, b) teléfonos 'feature' y c) teléfonos inteligentes.

104. Esta Comisión ha verificado que la propia industria encuentra numerosos obstáculos para realizar una definición estricta de cada una de estas categorías, presentando límites difusos entre las mismas.

105. No obstante, a modo de realizar una aproximación, las partes han determinado que los teléfonos básicos son aquellos que son utilizados principalmente para llamados y mensajes de texto en la red pública de telefonía.

Ed

⁶ Ver: <http://press.nokia.com/2013/09/03/nokia-to-sell-devices-services-business-to-microsoft-in-eur-5-44-billion-all-cash-transaction/>

<http://www.microsoft.com/en-us/news/press/2013/sep13/09-02announcementpr.aspx>

⁷ Ver:

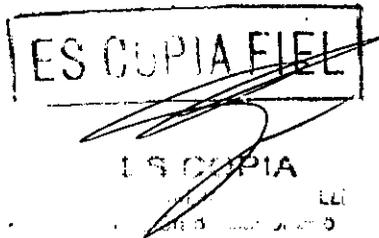
http://online.wsj.com/article/SB10001424052702304626104579123900705535562.html?mod=WSJS_inicio_MiddleSeco

nd

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VEI
SECRETARIA LEYDRA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

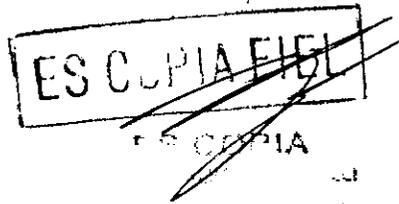


190

106. Por su parte, en lo que refiere a los teléfonos 'feature' y los teléfonos inteligentes, las diferencias no son tan evidentes, ya que ambos dispositivos combinan funciones de teléfonos básicos con algunas funciones más avanzadas y de relevancia como el acceso a Internet.
107. Con relación a las funciones, si bien las partes afirman que los teléfonos inteligentes poseen aplicaciones avanzadas y acceso completo a Internet, mientras que los teléfonos 'feature' cuentan con acceso a Internet y aplicaciones limitadas, ambos dispositivos cuentan con modelos que permiten llamados de voz, envío y recepción de mensajes de texto, navegación por Internet, acceso a email, cámara de fotos, reproductor de música, almacenamiento de fotos, video-chat, reproductor de videos, juegos y mapas, entre otras.
108. Considerando al hardware, ambos conjuntos incluyen teléfonos con tamaño de pantallas de rango similar, en ambos grupos se encuentran modelos con pantalla táctil, teclado tamaño completo y similar vida útil de la batería.⁸
109. Respecto del diseño del teléfono, ya sea tomando en cuenta el factor de forma como los distintos colores, las partes han presentado ejemplos que pertenecen al subconjunto de teléfonos feature y al de teléfonos inteligentes que son muy similares, y entre los cuales no se vislumbra una diferencia significativa en términos de la potencial elección del consumidor⁹.
110. Otra de las variables que corresponde tomar en cuenta para el análisis de la definición del mercado relevante, es la variable precio. La investigación realizada por esta Comisión ha arrojado la conclusión de que no se encuentra evidencia robusta en la variable precio que justifique la desagregación del mercado por tipo de teléfono.
111. Al respecto, el cuadro subsiguiente detalla el precio promedio, el precio mínimo y el precio máximo de los teléfonos comercializados por MOTOROLA en los últimos años en la República Argentina.

⁸ Para esta comparación las partes han presentado los casos de los teléfonos OPPO A617, Alcatel OT-900, Nokia 500 y BlackBerry 9700.

⁹ Para ello las partes han presentado el caso del OPPO A617 y el Nokia 500, y Alcatel OT-900 y el BlackBerry 9700.



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Cuadro 1. Precios de teléfonos comercializados por MOTOROLA en la República Argentina, en Dólares.

	Precio Promedio		
	2010	2011	2012
Feature	112,14	90,27	64,21
Inteligente	328,75	399,80	284,58
	Precio Mínimo		
	2010	2011	2012
Feature	37	37	21
Inteligente	125	185	74
	Precio Máximo		
	2010	2011	2012
Feature	443	143	117
Inteligente	490	728	679

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

112. Una primera observación que se desprende del cuadro N° 1, es el hecho de que el precio promedio de los teléfonos inteligentes es considerablemente superior al de los teléfonos feature a lo largo de los años presentados. De esta comparación podría concluirse que existe una segmentación en el mercado, donde existen teléfonos de gama media y alta, correspondiente a dos niveles de demanda diferentes.

113. Sin embargo, de mantener esta última hipótesis y analizar cada uno de los subconjuntos de teléfonos con mayor profundidad, se observará que el precio máximo del segmento de teléfonos de media gama es 3,5 veces superior al ejemplar más económico del segmento de teléfonos de alta gama para el año 2010.

114. Al repetir este análisis para el año 2012, se obtiene una conclusión similar, ya que existe al menos un teléfono de media gama cuyo valor es 1,6 veces mayor a un teléfono de alta gama.

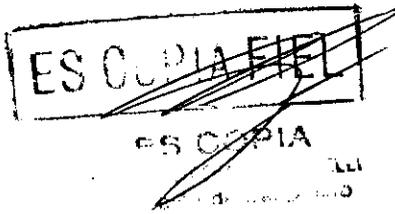
115. Esta comparación determina que existen al menos tres áreas dentro del rango de precios de los teléfonos móviles comercializados por MOTOROLA. La primera de ellas, que va desde el precio más bajo del conjunto de teléfonos hasta el precio más bajo de teléfonos inteligentes, contiene solamente aquellos teléfonos no inteligentes cuyo precio es estrictamente menor al ejemplar más económico de los teléfonos de alta gama. La segunda área ocupa el espacio entre el precio más bajo de un teléfono

ROY-S01
3548

EA



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

inteligente y el precio más caro de un teléfono no inteligente; allí quedan incluidos tanto teléfonos Inteligentes como no inteligentes. Por último, la tercer área va desde el teléfono no inteligente más caro hasta el teléfono inteligente más caro, y solamente contiene teléfonos inteligentes cuyo precio es estrictamente mayor al más caro de los modelos no inteligentes.

116. Cabe aclarar que el área del medio, que incluye ambos tipos de teléfonos, contiene para el año 2010 al 20% de los teléfonos feature comercializados por MOTOROLA, mientras que para el año 2012 la proporción asciende a 37%. Por su parte, dicha área para el año 2010 contiene al 87,5% de los teléfonos inteligentes comercializados por MOTOROLA, mientras que para el año 2012, la participación desciende al 20%.

117. Por todo lo hasta aquí mencionado, se concluye que la variable precio no presenta evidencia suficiente que sostenga una segmentación del mercado de teléfonos móviles a causa de esa variable.

118. En conclusión, las variables forma, diseño, hardware, funciones y precio no ofrecen argumentos suficientes para realizar una desagregación del mercado relevante.

119. Otro elemento a estudiar en el mercado de teléfonos móviles, está vinculado a la característica fuertemente dinámica y a la velocidad de renovación de los productos, los cuales son reemplazados por mercancías de mayor contenido tecnológico a medida que pasa el tiempo.

120. Esta condición le otorga a los productos una vida útil de comercialización, entendida como el tiempo durante el cual un teléfono móvil es ofrecido por las empresas antes de ser reemplazado por un modelo más moderno.

121. Esta Comisión ha indagado sobre la vida útil de comercialización de los teléfonos móviles de MOTOROLA en la República Argentina y en base a la información proporcionada por las partes ha verificado que la mayoría de los dispositivos gozan de un período de alrededor de un año en la oferta de las empresas fabricantes originales de éstos.

21

301 301
548

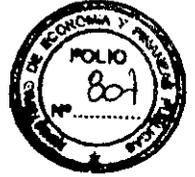


Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

~~ES COPIA FIEL~~

ES COPIA

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VER
SECRETARIA LEYTRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

122. El cuadro subsiguiente detalla la proporción de teléfonos de la empresa objeto que estuvieron en venta durante el período 2008-2012.

Cuadro 2. Cantidad de años en venta durante el período 2008-2012. República Argentina.

Años en venta	%
1	43%
2	39%
3	18%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

123. Esto implica que durante el período analizado correspondiente a cinco años, el 43% de los teléfonos móviles comercializados por MOTOROLA solamente estuvo en venta durante alguno de esos años. Por su parte, el 39% estuvo disponible para la compra en dos años, y el 18% en tres años. Al mismo tiempo, bajo el período estudiado, ningún modelo se mantuvo en venta durante más de tres años.

124. Dicho análisis es coincidente con lo manifestado por las partes, quienes sostuvieron que los modelos son fabricados para ser comercializados durante un período de tres a cinco cuatrimestres.

125. Otro punto que verifica la hipótesis descripta es el análisis de la composición de la oferta de teléfonos móviles de MOTOROLA durante el período 2008-2012.

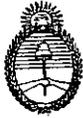
126. En este sentido, el gráfico que se presenta a continuación muestra cómo han variado las cantidades de teléfonos inteligentes y no inteligentes ofrecidas por MOTOROLA en la República Argentina en el período 2008-2012.

Gráfico 1. Cantidad de modelos ofrecidos por MOTOROLA según tipo de teléfono. Período 2008-2012. República Argentina.

PROY-S01
6548

EA

[Handwritten signatures and scribbles]



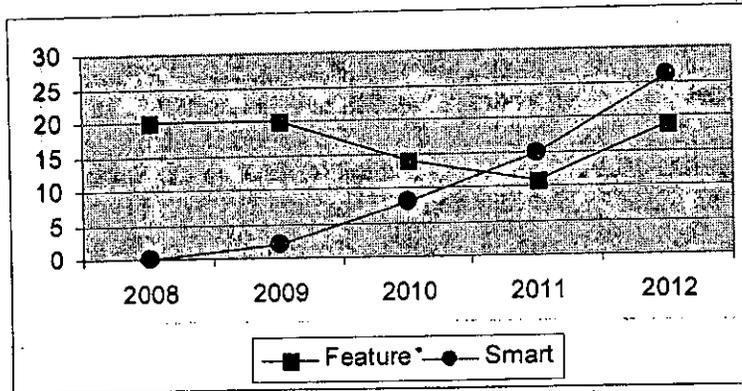
Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

~~ES COPIA DEL~~
ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEONARDA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190



Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

127. Como se puede observar, la cantidad de teléfonos inteligentes ofrecidos por MOTOROLA muestra un crecimiento sostenido a lo largo de los años. Se percibe que al comienzo del período la cantidad de teléfonos inteligentes era nula, y que para el año 2011 superan en cantidad a la oferta de teléfonos feature.
128. El gráfico subsiguiente muestra cómo el avance tecnológico trae aparejado una modificación en la composición del total de productos ofrecidos por MOTOROLA, representando el conjunto de teléfonos inteligentes un nivel cada vez mayor, en términos relativos, a medida que avanzan los años.
129. En el análisis relativo, otorga otro elemento de análisis dado que no se toman en cuenta la cantidad de modelos ofrecidos, sino la relevancia que tiene cada tipo de teléfono en la política de ventas de la firma.

Gráfico 2. Composición de la oferta de MOTOROLA por tipo de teléfono móvil.
Periodo 2008-2012. República Argentina

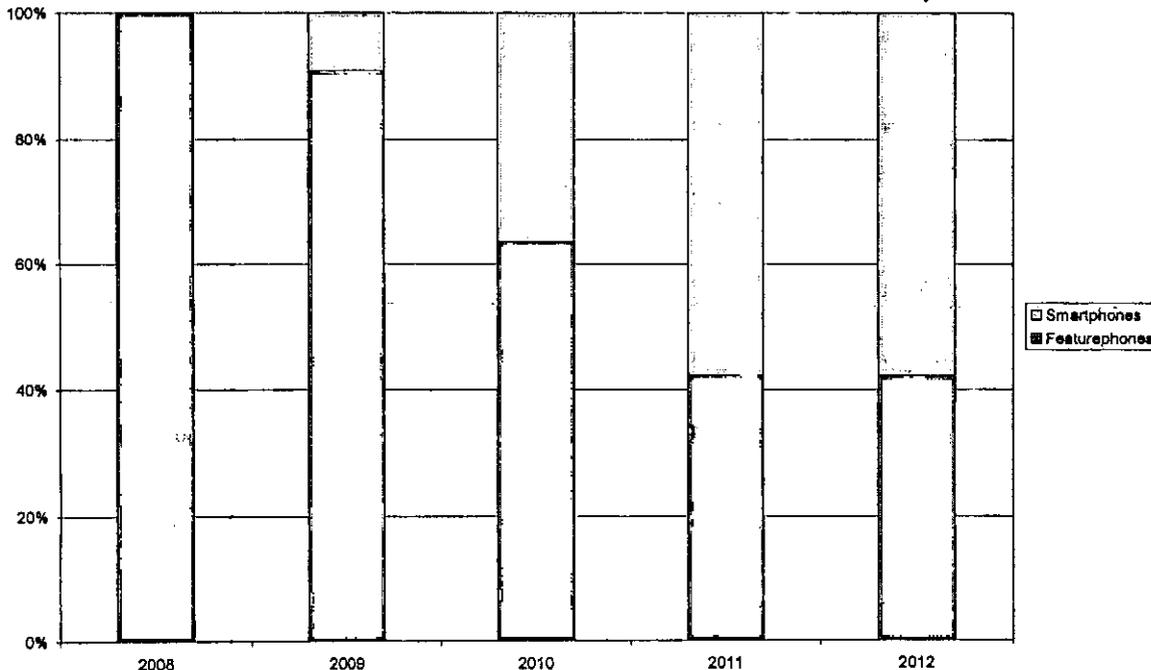
ROY-S01
6548

~~ES COPIA FIEL~~

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA LEYTRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190



Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

130. Coincidentemente con el gráfico precedente, el gráfico 2, muestra cómo la participación de teléfonos inteligentes en el 2011 supera a la de teléfonos feature. En este caso, se muestra que los modelos de teléfonos móviles ofrecidos por MOTOROLA en la República Argentina pasan de representar el 9% en el año 2009 al 58% en el año 2011, proporción que se mantiene para el año 2012.

131. El avance tecnológico le otorga un fuerte dinamismo al mercado bajo análisis, lo que redundará en una particular velocidad rotación de los modelos, que tiene como consecuencia un considerable deterioro en la apreciación de los consumidores sobre los dispositivos móviles.

132. Esto implica que una mercancía que gozaba de una considerable preferencia de los consumidores, puede perder rápidamente dicha consideración y pasar a ocupar un lugar marginal en la curva de preferencias de un consumidor.

133. En este sentido la segmentación del producto no es consecuencia de una segmentación de la demanda sino de la dinámica de la industria, dado que los

21

PR 101
 6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



consumidores tienden a reemplazar aquellos teléfonos con menor contenido tecnológico por dispositivos más sofisticados.

134. A su vez, estas características suelen verse reflejadas en los precios. Es frecuente observar en industrias donde se producen productos tecnológicamente complejos, que los modelos que se encuentran a la vanguardia del desarrollo tecnológico presenten precios superiores a aquellos modelos que se encuentran tecnológicamente rezagados, y que luego el valor de dichos modelos sufra una depreciación debido a la aparición de un nuevo producto con un mayor grado de desarrollo tecnológico.

135. En síntesis, considerando que las variables forma, diseño, hardware, funciones y precio no ofrecen argumentos para realizar una desagregación del mercado relevante, y teniendo en cuenta que dadas las características de la industria, la hipotética segmentación que podría observarse hoy en el mercado podría verse reducida y hasta anulada al realizar un análisis prospectivo para los años futuros, esta Comisión considera que los distintos tipos de teléfonos móviles pueden ser agrupados bajo un mismo mercado relevante.

136. Por otro lado, dentro de la gama de dispositivos móviles desarrollados y comercializados por la empresa objeto, también están las tabletas.

137. Las tabletas son computadoras móviles de mayores dimensiones que los teléfonos móviles, que típicamente utilizan una interfaz multi-táctil. Usualmente utilizan un teclado virtual que figura en la pantalla.

138. Las mismas están dirigidas a los consumidores que ocupan un lugar intermedio (en términos de forma) entre los teléfonos móviles inteligentes y la computadora laptop. Las tabletas usualmente operan a través de una pantalla táctil y tienen avanzadas plataformas de software para dispositivos móviles, que pueden ser tanto herramientas propietarias (e.g., iOS en el Apple iPad) como no propietarias (e.g., Android en el Samsung Galaxy Tab y en el Motorola Xoom).

139. Las tabletas modernas se basan en un hardware muy similar al de los teléfonos inteligentes que operan en pantallas táctiles y similarmente, permiten una experiencia multimedia muy rica junto con muchas otras de las funciones que tiene una PC.

21

ROY 601
3548



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VER
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

140. Queda entonces por analizar si las tabletas y los teléfonos móviles constituyen un mismo mercado o bien si forma parte de dos mercados diferentes.

141. En audiencia celebrada en esta Comisión Nacional, el especialista Horacio Enrique Gutiérrez Machado se pronunció acerca del grado de similitud existente entre un teléfono móvil inteligente y una tableta: *"El mercado de las tablets es un mercado relativamente nuevo, por lo que aun están por verse los usos de las mismas a largo plazo, hoy día el consumo de contenidos de Internet es lo más relevante, por ejemplo el consumo de revistas y contenido audiovisual para los cuales es más conveniente tener una pantalla de mayores dimensiones. Sin embargo existe un alto grado de solapamiento entre las características tecnológicas de ambos aparatos por lo tanto existen muchos usos comunes entre estos, por ejemplo desde el punto de vista de correo electrónico se podría decir que son altamente sustituibles, así mismo desde las video comunicaciones ambos ofrecen esos servicios de manera competente. En cuanto a la parte de telefonía móvil de la tablet desde el punto de vista tecnológico hay un número de tablets que viene con dicha tecnología y se pueden utilizar como teléfono celular. Existen productos que permiten recibir llamadas desde cualquier teléfono, estos productos son entre otros GOOGLE VOICE y SKYPE. Incluso sin la tecnología celular en la tablet, con un servicio de telefonía de internet se puede recibir llamadas desde cualquier teléfono del mundo, la ventaja de un teléfono celular es que no estas atado a un servicio de wifi, pero desde el punto de vista de comunicación son perfectamente comparables"*.

142. Tal cual lo manifestara el testigo, ambos dispositivos cuentan con acceso a Internet, lo cual constituye una característica valorada por los usuarios. No obstante, también se desprende tanto de sus dichos como de la información presentada por las partes, que tanto la comunicación telefónica como el envío y recepción de mensajes de texto, no son funciones que las tabletas contengan de forma generalizada.

143. En este sentido, si bien existen algunos ejemplares que cuentan con acceso a la red pública telefónica, no es una característica general de los modelos.

144. Teniendo en cuenta la característica inalámbrica y portátil de los teléfonos móviles, es de relevancia analizar la forma y tamaño de las tabletas con el fin de establecer si poseen el mismo grado de portabilidad para el usuario.

EA

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ES COPIA
ALAN CENTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

145. Una cuestión a tener en cuenta es que la característica inalámbrica, elemento valorado por los consumidores, se ve parcialmente limitada por el tamaño y la forma del dispositivo.
146. Al respecto, las tabletas tienen tamaños más grandes que los teléfonos móviles (ya sea 'feature' o inteligentes). En general se considera que las tabletas ocupan un segmento intermedio entre un teléfono y una computadora laptop.
147. En este sentido, si bien las tabletas son trasladables, la portabilidad no es fácilmente asequible al usuario, como en el caso de un teléfono celular. El escenario es similar al de una computadora laptop, la cual también es trasladable, pero el tamaño del dispositivo hace que el usuario no haga usufructo de esa función en la misma medida que lo hace con un teléfono celular.
148. Así, si bien una computadora o una tableta pueden caber en un maletín, bolso u otro elemento similar, ninguno de estos dispositivos puede ser trasladado por el usuario en el bolsillo de alguna prenda de vestir.
149. En lo que refiere a la sustitución desde el lado de la oferta, esta Comisión Nacional tomó audiencia con las dos empresas que producen y distribuyen los productos de MOTOROLA en Argentina. Tanto BGH S.A. como BRIGHTSTAR S.A tienen contratos de licencia de producción y venta de los productos de MOTOROLA en la República Argentina. MOTOROLA es quien provee de insumos a dichas firmas, que proceso productivo mediante, colocan sus productos en el mercado local, estableciendo tanto precios como volúmenes de producción.
150. Esta Comisión indagó sobre el proceso productivo de teléfonos móviles y tabletas, y el representante de BRIGHTSTAR afirmó que "Las líneas de producción son separadas. Y los proveedores de los componentes pueden ser los mismos o distintos en función del componente que se trate. En el caso de los tornillos podrían ser los mismos." A su vez, cuando se le preguntó para que indique qué porcentaje de los elementos de un teléfono podían utilizarse en la elaboración de una tableta, dijo: "Te diría menos del 30%. No quiere decir que no sea el mismo proveedor".

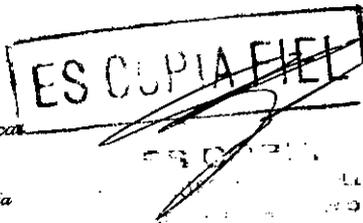
151. Por todo lo hasta aquí mencionado, y habiendo analizado los aspectos relevantes a la competencia tanto desde la oferta como la demanda, se considera que no existen

PROY-S01
6548

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

elementos suficientes para concluir que tabletas y teléfonos móviles forman parte de un mismo mercado de dispositivos móviles.

152. No obstante, se advierte que el presente sector goza de una alta velocidad en la rotación e innovación de dispositivos, lo que no excluye modificaciones en el objeto de estudio en un futuro.

Mercados geográficos relevantes

153. Con relación al mercado geográfico del sistema operativo móvil, cabe considerar que el propio sistema operativo móvil es un software desarrollado para ser utilizado en todo el mundo. Por su parte el hecho de que sea un bien intangible implica que los costos de transporte quedan excluidos de la consideración.
154. Asimismo, los teléfonos móviles y las tabletas son fabricadas por una gran cantidad de empresas que operan a escala mundial como SAMSUNG, MOTOROLA o NOKIA. Los fabricantes de equipos originales obtienen las licencias (en caso de requerirlas) de los fabricantes de software, con el objetivo de comercializar sus productos con el sistema operativo ya instalado en todo el mundo.
155. Por lo tanto, el mercado geográfico relevante para sistemas operativos móviles tendría alcance internacional.
156. No obstante, a los fines del caso en cuestión, la definición sobre el alcance del mercado geográfico puede dejarse abierta. En consecuencia, se procederá a analizar diversos escenarios.
157. Esta apreciación está en consonancia con lo dispuesto por la Comisión de Competencia Europea en el marco de la presente concentración, la cual ha definido que "los mercados relevantes son los mercados para sistemas operativos móviles (...) dentro de todo el Área Económica Europea o internacionalmente"¹⁰.
158. Con relación a los dispositivos móviles, tanto para el mercado de teléfonos móviles como para el mercado de tabletas, es de tener en cuenta para el análisis del alcance geográfico de los mercados, la existencia de una regulación relativa a la importación y a la promoción de desarrollo de la industria nacional.

¹⁰ Expte. N° COMP/M. 6381.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ NERA
SECRETARIA LEYENDA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

159. La ley de promoción de Área Aduanera Especial de Tierra del Fuego creó una Comisión de Área Aduanera Especial (CAAE), la cual tiene entre sus funciones autorizar procesos productivos de productos tecnológicos elaborados por empresas radicadas en Tierra del Fuego, a fin de que el desarrollo de los mismos sea alcanzado por la ley de promoción anteriormente mencionada.
160. De este modo, las empresas elevan el proceso productivo de cada producto en particular para que sea homologado por la CAAE.
161. Asimismo, las licencias otorgadas por los fabricantes originales para la producción y comercialización de productos de su marca son otorgadas a nivel nacional. Al respecto, ante la pregunta de si la zona de comercialización de su empresa estaba delimitada por contrato a la República Argentina o si esto era por razones de índole económicas, el representante de BRIGHTSTAR manifestó que por ambas razones¹¹.
162. Por todo lo hasta aquí descripto, se concluye que el alcance geográfico del mercado de teléfonos móviles es nacional. Del mismo modo, el mercado geográfico de tabletas también es de alcance nacional.

Análisis sobre los efectos de la operación en los niveles de concentración del mercado.

163. Como fuera mencionado anteriormente, la presente operación tiene efectos verticales entre el mercado de sistemas operativos móviles y el mercado de telefonía móvil. A su vez, el primero de estos mercados también mantiene una relación vertical con el mercado de tabletas.
164. Tal cual lo indican los lineamientos para el control de las concentraciones económicas, *"una concentración vertical podrá resultar perjudicial en aquellos casos en los que la eliminación de un proveedor independiente "aguas arriba" o de un distribuidor "aguas abajo" aumente significativamente las barreras a la entrada de nuevos competidores"*.

¹¹ Audiencia del 20 de Septiembre de 2013/ fs 643-646.

ES COPIA FIEL
ES COPIA

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ YERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

165. Para ello, es necesario considerar el poder de mercado con el que cuenta GOOGLE en el mercado de sistemas operativos móviles y el detentado por MOTOROLA en los mercados de teléfonos móviles y tabletas.
166. En lo que refiere a los mercados aguas abajo, se observan estructuras de mercado en competencia donde la empresa objeto ocupa un lugar marginal.
167. A continuación se exponen las participaciones de mercado tomando en cuenta la totalidad de los modelos de teléfonos celulares (inteligentes y no inteligentes) para los años 2010-2012, en la República Argentina.

Cuadro 3. Participación de mercado Teléfonos móviles, República Argentina.

Marca	2010 %	2011 %	2012 %
Samsung	27%	25%	31%
Apple	5%	10%	16%
Nokia	16%	13%	13%
Others	9%	1%	12%
LG	19%	14%	10%
Motorola	8%	8%	5%
ZTE	0%	0%	4%
BlackBerry	9%	6%	3%
HTC	3%	5%	2%
Huawei	0%	0%	2%
Sony	3%	2%	1%
Sharp	0%	0%	0%
HP	0%	0%	0%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

168. Tal cual se desprende del cuadro precedente, la firma Samsung ha liderado el mercado durante los últimos tres años. A su vez, se observa un mercado con una cantidad considerable de competidores. Por su parte, las ventas de la firma MOTOROLA se ubican entre el 5% y el 8% del total de ventas del mercado para los años estudiados.

BA



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VER
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

169. Con relación a la hipótesis analizada sobre una posible segmentación del mercado entre teléfonos móviles inteligentes y no inteligentes, a continuación se presentan las participaciones de mercado considerando dichas categorías.

Cuadro 4. Participación de mercado Teléfonos móviles inteligentes, República Argentina.

	2010	2011	2012
Marca	%	%	%
Apple	18%	26%	32%
Samsung	9%	17%	29%
LG	4%	8%	7%
BlackBerry	31%	15%	7%
Others	4%	8%	6%
Motorola	11%	7%	5%
HTC	11%	13%	4%
Nokia	9%	4%	3%
ZTE	0%	0%	3%
Huawei	0%	0%	2%
Sony	1%	3%	2%
Sharp	0%	0%	0%
HP	2%	0%	0%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

170. Tal cual se desprende del cuadro precedente, la empresa objeto ha reducido su importancia en el segmento de teléfonos móviles inteligentes a lo largo del período estudiado.

171. Dicho segmento es liderado actualmente por la firma APPLE, la cual ha desplazado de la cima a la firma BLACKBERRY. Cabe destacar que ambas empresas desarrollan en conjunto el hardware y software de los dispositivos que comercializan. Samsung por su parte evidencia un crecimiento de envergadura durante los años en cuestión.

EL

501
6548

ES COPIA FIEL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VER,
 SECRETARIA LEYADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

172. Por otro lado, con relación al segmento de teléfonos móviles no inteligentes (básicos y 'feature'), el mismo ha sido liderado en la República Argentina por la firma surcoreana Samsung durante el período 2010-2012.

Cuadro 5. Participación de mercado Teléfonos móviles no inteligentes, República Argentina.

Marca	2010	2011	2012
	%	%	%
Samsung	35%	30%	34%
Nokia	19%	19%	24%
Others	11%	24%	17%
LG	24%	18%	14%
ZTE	0%	0%	5%
Motorola	7%	8%	5%
Huawei	0%	0%	2%
Sony	3%	1%	0%
Sharp	0%	0%	0%
Apple	0%	0%	0%
BlackBerry	0%	0%	0%
HP	0%	0%	0%
HTC	0%	0%	0%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

173. En virtud de la información presentada, se deduce que las conclusiones respecto de la presente operación no se alterarían si se tomara en cuenta una segmentación del mercado de teléfonos móviles.

174. En este sentido, se verifica que la empresa objeto detenta una posición marginal ya sea tomando el mercado en su conjunto, o bien circunscribiendo el mismo según los segmentos anteriormente descriptos.

Et

PROY-S01
 48



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ES COPIA

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

175. Por otro lado, y con relación a las características del mercado que fueron descriptas en el apartado anterior, las fuertes variaciones en relación a las posiciones de mercado y a los porcentajes que representan las ventas de las empresas, dan cuenta de la dinámica a la que el mismo está sujeto.
176. En este orden de ideas, se puede tomar como ejemplo el caso de la firma Blackberry en el segmento de teléfonos móviles inteligentes. Allí, la participación se modifica abruptamente en solamente dos años, al representar un 31% en el año 2010 y un 7% en el año 2012. En contraposición, la firma APPLE muestra un incremento de catorce puntos porcentuales, pasando del 18% al 32% en el mismo período de tiempo.
177. A su vez, cabe destacar la aparición de nuevos competidores como es el caso ZTE, el cual comenzó a comercializar sus productos en Argentina a partir del año 2012, año en el cual superó en ventas a firmas con experiencia en la industria, como SONY-ERICSSON y la mencionada BLACKBERRY.
178. Estos ejemplos corroboran lo manifestado en el presente dictamen, y dan cuenta de la fuerte desafiability a la que se encuentra expuesto el presente mercado.
179. En el caso de las tabletas, si bien no se dispone de información exacta de las participaciones de mercado de los competidores, es posible efectuar una aproximación de las condiciones de competencia en tal mercado.
180. En primer lugar, de las audiencias celebradas a BGH y BRIGHTSTAR surge que sólo esta última representa actualmente en el país a MOTOROLA.
181. De la información suministrada¹² por BRIGHTSTAR se desprende que la participación de ésta en las ventas de tabletas fue del 6,3% para el año 2012.
182. La participación mencionada es de una relevancia insignificante a los fines de medir la posición de MOTOROLA y su consecuente potencialidad para generar un perjuicio a sus competidores.
183. Asimismo es de importancia destacar que BRIGHTSTAR produce asimismo dispositivos para las marcas SAMSUNG, BLACKBERRY y LG.

¹² A fs. 665.

ES COPIA FIEL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA LETRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

184. Debe entenderse que la participación en la venta de tabletas de BRIGHTSTAR incluye las diferentes marcas mencionadas, de forma tal que la participación de MOTOROLA en el mercado es inferior al 6,3% señalado (cifra de por sí muy baja magnitud).
185. Adicionalmente, otro aspecto a destacar es que la oferta de tabletas se encuentra compuesta por firmas cuyas marcas compiten con MOTOROLA en el mercado de teléfonos móviles (e.g. Samsung, Apple, etc.), como también por otras que no, tales como NOBLEX, HEWLETT PACKARD, LENOVO, entre otras.
186. De los elementos analizados anteriormente se descarta cualquier tipo de hipótesis que tenga a MOTOROLA como un competidor con influencia sustancial en el mercado de tabletas.
187. Con relación al mercado de sistemas operativos móviles, se tomarán las participaciones de mercado a nivel internacional como también a nivel local.
188. Las participaciones a nivel internacional se vuelcan en la tabla que sigue.

Cuadro 6. Participación de mercado de los Sistemas Operativos, según dispositivo móvil, a nivel Internacional.

OEM	2011			2012		
	Microsoft	Android	Otros	Microsoft	Android	Otros
HP	0%	-	0%	-	-	-
HTC	64%	22%	0%	15%	6%	-
Huawei	-	-	-	-	4%	2%
LG	7%	15%	18%	1%	12%	14%
Motorola	-	14%	8%	-	9%	5%
Nokia	-	-	19%	71%	-	24%
Samsung	24%	30%	30%	11%	49%	34%
Sharp	-	0%	0%	-	0%	0%
Sony	-	5%	1%	-	4%	0%
ZTE	-	-	-	2%	5%	5%
Otros	5%	14%	24%	-	11%	17%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Participación	1%	24%	75%	1%	37%	62%

PROY-S01
 6548

21

Handwritten signatures and scribbles at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ES COPIA

Dra. MARIA VICTORIA DI...
SECRETARIA LEY...
COMISION NACIONAL...
DEFENSA DE LA COMPE...



190

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes¹³

189. El cuadro precedente muestra cómo se distribuye la participación del sistema operativo ANDROID según los diferentes fabricantes de teléfonos inteligentes¹⁴. Tal como se ve, Samsung es quien más teléfonos comercializa con el sistema operativo desarrollado por el grupo comprador.

190. A su vez, cabe resaltar la decreciente participación de la empresa objeto, estableciéndose como la tercera fabricante al momento de la operación, por debajo de la mencionada Samsung y LG.

191. El cuadro también indica las participaciones de cada uno de los sistemas operativos. Las mismas muestran que ANDROID a vivenciado un crecimiento de 13 puntos en lo que fue del 2011 al 2012, explicando el 37% del mercado en el último año.

192. En materia de competidores potenciales debe destacarse que la empresa Samsung cuenta con un sistema operativo propio denominado Bada, y que actualmente ha desarrollado junto a la firma Intel un nuevo sistema operativo de código abierto denominado Tizen. Según lo anunciado por directivos de la propia empresa, se estima que este desarrollo permitirá a la firma a Samsung lanzar modelos de teléfonos móviles inteligentes con su nuevo sistema operativo para el año 2014¹⁵.

193. En consecuencia, se espera un nuevo desafiante para el sistema operativo Android, el cual amenaza con captar parte de la demanda de su mayor cliente¹⁶.

6548

EA

¹³ Los sistemas operativos incluidos en la categoría "otros" son Bada, Bew MP, Garnet OS, Linux, LiMo, MeeGo, webOS, entre otros.

¹⁴ Aquí la variable teléfonos inteligentes se toma como variable proxy de dispositivos móviles.

¹⁵ <http://www.adslzone.net/article13138-samsung-anuncia-tizen-30-caracteristicas-del-nuevo-rival-de-android-y-ios.html>
<http://www.digitaltrends.com/mobile/tizen-smartphone-delayed-until-2014-says-samsung-executive/>
<http://www.actualtecnologia.com/samsung-muestra-el-primer-smartphone-tizen-en-el-mwc-2014/>

¹⁶ Algo similar sucede con la firma XTE, la cual ha presentado recientemente un nuevo teléfono inteligente junto al sistema operativo Firefox, de Mozilla.

Handwritten signatures and scribbles at the bottom of the page.



ES COPIA FIEL
ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA
SECRETARIA GENERAL
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Cuadro 7. Participación de mercado de los Sistemas Operativos, según dispositivo móvil, a nivel Nacional.

OEM	2011			2012		
	Microsoft	Android	Otros	Microsoft	Android	Otros
HP	0,13%					
HTC		1,97%			0,79%	
Huawei					0,00%	4%
LG	39,31%	9,43%	12,24%	10,35%	7,90%	8%
Motorola		29,08%	11,94%		10,33%	5%
Nokia			21,72%	89,65%		33%
Samsung	35,88%	29,90%	24,36%		57,04%	27%
Sony		19,86%	2,15%		15,28%	0%
ZTE					1,37%	6%
Otros	24,68%	9,76%	27,58%		4,89%	17%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100%
Participación	0,05%	13,73%	86,22%	1%	20,77%	78,62%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

194. A nivel nacional las participaciones de ANDROID resultan ser inferiores respecto de las calculadas para un escenario mundial. Por su parte la posición de Microsoft resulta semejante a la detenida en un nivel macro.

195. De los elementos mencionados, tanto desde la perspectiva nacional como también internacional, se entiende que si bien la participación de ANDROID ha evidenciado un crecimiento sostenido y de considerable magnitud, la misma no resulta de una entidad suficiente para otorgarle a la compradora una posición tal que le resulte factible perfeccionar lesiones al ejercicio de la competencia.

196. Por otro lado, dadas las características de la presente operación, cabe resaltar que el modelo de negocios del grupo comprador consiste en la venta de espacios publicitarios en Internet.

197. En este sentido, GOOGLE percibe ingresos a través de sus distintos formatos de espacios publicitarios.

[Handwritten signatures and initials]

S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

~~ES COPIA FIEL~~

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

198. De este modo, los ingresos de GOOGLE aumentarán en la medida en que aumente el acceso a Internet, y con ello la cantidad de usuarios que puedan ser captados en su demanda a través de una publicidad en un sitio web.

199. A su vez, el desarrollo tecnológico y la aparición de los teléfonos con acceso a Internet dan la posibilidad de conectar a una mayor cantidad de personas, constituyendo de este modo un mayor volumen de público que potencialmente puede transformarse en receptor de los productos que se ofrecen a través de Internet, y por ende de un público receptor de la publicidad online.

200. Por lo tanto, se percibe beneficioso para el grupo comprador la masificación de conductas ligadas al uso de Internet, y por ende un abaratamiento de los dispositivos que conlleve a una penetración de los teléfonos móviles con acceso a Internet en nuevos segmentos de la población.

201. De este modo cabe preguntarse si existe una lógica económica en un potencial cierre de mercado, desde el mercado de sistemas operativos móviles a sus mercados conexos aguas abajo.

202. En este sentido, por todo lo anteriormente señalado y específicamente por el lugar que ocupa MOTOROLA en el mercado de dispositivos móviles, se concluye que es poco probable que el grupo comprador realice una potencial conducta exclusoria entre los mercados descriptos, dado que en un primer análisis, no existen incentivos económicos para realizarla, sino más bien dicha conducta se muestra perjudicial para el grupo adquiriente, dado que estaría limitando la población objetivo de sus productos publicitarios.

203. Un punto adicional a destacar es que si bien a nivel internacional ANDROID posee el 37% del mercado, tal porción no implica de por sí una posición dominante en el mercado.

204. Teniendo en cuenta todo lo hasta aquí mencionado, los efectos de la presente operación no revisten entidad para que puedan resultar en un perjuicio al interés económico general, por lo que la operación en cuestión, para las relaciones anteriormente descriptas, no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia.

Ed

001
6548


Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

V. CLÁUSULAS CON RESTRICCIONES ACCESORIAS

205. Habiendo analizado los instrumentos legales aportados por las partes a los efectos de esta operación, no se advierte en los mismos la existencia de cláusulas accesorias restrictivas de la competencia.

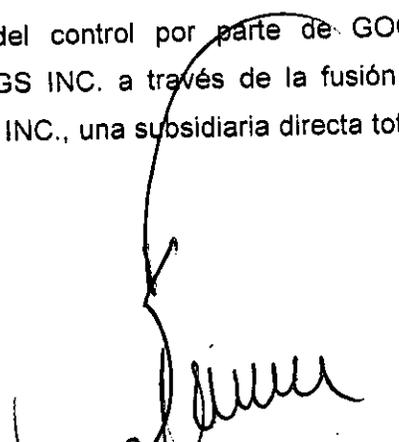
VI. CONCLUSIONES

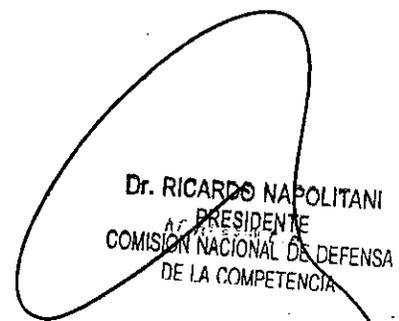
206. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el artículo 7º de la Ley Nº 25.156, toda vez que de los elementos reunidos en las presentes actuaciones no se desprende que tenga entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

207. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO, autorizar en los términos del artículo 13 inciso a) de la Ley Nº 25.156, la operación de concentración económica consistente en la adquisición del control por parte de GOOGLE INC. sobre MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS INC. a través de la fusión por absorción entre esta última mencionada y RB98 INC., una subsidiaria directa totalmente controlada por GOOGLE INC.

PP 301
548


Lic. FABIAN M. PETTIGREW
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA


Sr. Santiago Fernandez
Vocal
Comisión Nacional de Defensa
de la Competencia


Dr. RICARDO NAPOLITANI
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA


HUMBERTO GUARDIA MENDONCA
VICEPRESIDENTE 1º
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

DR. MARIA VICTORIA QUIZ VERA
SECRETARIA LEYENDA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Expte. S01:0195808/2012 (Conc.1000) RN/AS-EA-YDC-SC

DICTAMEN COMPLEMENTARIO N° 1082

BUENOS AIRES,

26 SEP 2014

SEÑOR SECRETARIO:

Elevo para su consideración el presente Dictamen Complementario al Dictamen CNDC N° 1063 referido a las actuaciones que tramitan por Expediente N° S01:0195808/2012 del registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, caratulado "GOOGLE INC. Y MOTOROLA HOLDINGS INC S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY N° 25.156 (CONC. 1000)" e iniciadas en virtud de la notificación efectuada por las empresas mencionadas en la carátula del presente expediente en los términos del Artículo 8° de la Ley N° 25.156 y la Resolución SCDyC 40/2001.

I. REMISIÓN

1. En honor a la brevedad se remite al Dictamen CNDC N° 1063 de fecha 26 de junio de 2014, que fuera firmado por el Sr. Presidente de esta Comisión Nacional, Dr. Ricardo Alberto Napolitani, y los Sres. Vocales de esta Comisión Nacional, Licenciado Fabián M. Pettigrew y el Contador Santiago Fernández, en cuanto a lo expresado en el mismo respecto a los DESCRIPCION DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES, ENCUADRAMIENTO JURÍDICO y PROCEDIMIENTO.

II. PROCEDIMIENTO A PARTIR DEL DICTADO DEL DICTAMEN CNDC N° 1027.

2. Con fecha 30 de junio de 2014 se elevaron las actuaciones al Sr. SECRETARIO DE COMERCIO, a efectos de que el mismo resuelva.
3. El día 1° de julio de 2014 el Sr. SECRETARIO DE COMERCIO, Lic. Augusto Costa, remitió una nota devolviendo las actuaciones a esta Comisión Nacional, a

PROY-S01

6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
ES COPIA

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

efectos de requerir información complementaria y efectuar los análisis y aclaraciones pertinentes necesarias para resolver.

4. El día 2 de julio de 2014 se dictó la Resolución N° 44/14 de conformidad con lo establecido en los artículos 24 y 58 de la Ley 25.156, quedando suspendidos los plazos establecidos por el art. 13 de la ya citada norma, hasta tanto las partes de la operación den cumplimiento al requerimiento efectuado en el ARTÍCULO 1: "Requerir a las partes de la operación que actualicen todas las participaciones al año 2013".
5. La mencionada Resolución fue notificada fehacientemente a las partes en la misma fecha.
6. Con fecha 5 de agosto de 2014 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación a lo dispuesto en la Res. CNDC N° 44/14 de fecha 2 de julio de 2014.
7. Con fecha 8 de agosto de 2014 esta Comisión Nacional consideró que en mérito de las presentación efectuada por las partes con fecha 5 de agosto de 2014 la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que se procedió a realizar observaciones de conformidad con lo establecido en la Res. CNDC N° 44/14 de fecha 2 de julio de 2014, continuando suspendido el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley 25.156 y Res. CNDC N° 44/14, a partir del día hábil siguiente al enunciado.
8. Finalmente, con fecha las partes notificantes se presentaron a los efectos de dar cumplimiento a lo requerido con fecha 22 de septiembre de 2014, continuando el cómputo de los plazos establecidos en el artículo 13 de Ley N° 25.156 y Res. CNDC N° 44/14, a partir del día hábil siguiente al enunciado.

PROY-S01
6548

III. ANÁLISIS JURIDICO- ECONÓMICO COMPLEMENTARIO.

9. La operación de concentración que se notifica tiene como empresa objeto a MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS INC. (en adelante "MOTOROLA") y como compradora a GOOGLE INC. (en adelante "GOOGLE") La transacción notificada consiste en la adquisición a nivel global de MOTOROLA, por parte de GOOGLE, convirtiéndose MOTOROLA en una subsidiaria propiedad de GOOGLE.

Q

825

51



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

10. GOOGLE es una empresa norteamericana. Opera un buscador de Internet, ofreciendo, sin cargo, herramientas de búsqueda para usuarios finales y programas de publicidad online para sus propios sitios Web y aquellos de sus asociados. Los ingresos de GOOGLE derivan virtualmente en su totalidad, de los avisos publicitarios online.
11. GOOGLE provee también otros servicios adicionales y softwares, incluyendo un sistema operativo de código abierto móvil (en inglés "open-source mobile operating system": MOS), conocido como 'sistema Android'.
12. Por su parte, MOTOROLA es una empresa norteamericana, siendo MOTOROLA ARGENTINA la subsidiaria local. La misma provee tecnología, productos y servicios destinados a la comunicación a través de telefonía móvil y telefonía fija digital, que permite manejar información y entretenimiento. Los productos integrados y plataformas de MOTOROLA permiten la transmisión de contenido multimedia tales como videos, mensajes de voz y aplicaciones de Internet así como servicios para pantallas múltiples tales como: dispositivos móviles, televisores y computadoras.
13. El porfolio de productos de MOTOROLA incluye dispositivos móviles, accesorios inalámbricos, decodificadores o sistemas de distribución de video, productos de banda ancha por cable y equipos asociados a instalaciones de clientes.
14. MOTOROLA opera dos segmentos: i) El Segmento de Dispositivos Móviles, como proveedor de dispositivos móviles y productos relacionados así como servicios diseñados para transmitir comunicaciones móviles, tales como comunicación de voz, mensajes, pulsación para hablar ("push to talk" o PTT) y video, así como para permitir el acceso móvil a Internet y contenido multimedia, redes sociales, navegación y otras aplicaciones móviles; ii) El Segmento para Uso Doméstico, como proveedor de productos y servicios a proveedores de telecomunicaciones fijas y a operadores de cable que permiten la transmisión de servicios de video, de comunicación de voz o datos a los clientes. El porfolio de productos incluye decodificadores interactivos, video digital de punta a punta y sistemas de distribución de Televisión por Protocolo de Internet (también conocida por sus siglas en inglés: "IPTV"), plataformas de acceso banda ancha, e instalaciones para los clientes de comunicación de datos y de voz.

PROY-S01

6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

- 15. La subsidiaria local es quien provee los productos y servicios de MOTOROLA arriba enumerados en Argentina.
- 16. Con respecto a los teléfonos móviles, MOTOROLA no los produce en Argentina, sino que lo hace a través de BGH S.A. y BRIGHTSTAR CORP., empresas con las cuales tiene un acuerdo comercial, y que se encuentran autorizadas para producir teléfonos en Argentina¹.
- 17. Tal cual se desprende de lo hasta aquí mencionado, la presente operación presenta relaciones de tipo vertical entre el sistema operativo móvil Android desarrollado por la empresa compradora y la producción y comercialización de dispositivos móviles realizada por la empresa objeto.

Algunas consideraciones sobre la industria

- 18. Antes del análisis específicamente "Antitrust" de la operación notificada, y dada la naturaleza particular del sector en el que la misma tiene impacto, cabe desarrollar un conjunto de consideraciones con el fin de asentar dichas particularidades y permitir una comprensión más amplia del contexto en que se desenvuelven las empresas notificantes. Estas consideraciones previas sólo tienen como objetivo establecer los elementos fundamentales que caracterizan al sector y los aspectos que resultan de particular relevancia para el análisis en el marco de la operación notificada.
- 19. La evaluación de la dinámica de este sector implica necesariamente incluir en el análisis una multiplicidad de factores, a fin de poder establecer algunas consideraciones particulares sobre el desenvolvimiento del mismo.
- 20. En particular tanto la empresa objeto como la compradora están vinculadas a actividades ligadas a las telecomunicaciones. Lo que ha sido definido por el Dto. N° 764/00 como "toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos y/u otros sistemas electromagnéticos".

PROY-S01
6548

1. Según aclararon las partes, todos los teléfonos móviles vendidos en Argentina son producidos localmente por alguna de esas dos empresas.

g

Handwritten signatures and initials, including a large '31' at the bottom right.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

190

21. De lo que se desprende que las telecomunicaciones abarcan un conjunto amplio y variado de servicios que posibilitan tanto las comunicaciones de voz como el envío de información entre individuos.
22. Los pasos que sigue una telecomunicación a grandes rasgos pueden clasificarse como: emisión de la información a través de la terminal del usuario originador, codificación del mensaje y transporte a través de la red de telecomunicaciones, y finalmente la decodificación y recepción de la información a través de la terminal del usuario de destino².
23. Este tipo de comunicaciones van a tener una tipología especial dependiendo de las características de la información enviada y recibida por los usuarios (originador y terminador), por la naturaleza de la interfaz (terminal) a través de la cual éstos se contactan (por ejemplo: PC, teléfonos móviles, teléfonos fijos, receptores de TV, etc.) y por el tipo de red a través de la cual se cursa la comunicación. Entre estos tipos de telecomunicaciones se pueden resaltar: la telefonía, las comunicaciones de datos (que incluyen comunicaciones multimedia – sonido, imágenes, texto-) y las comunicaciones de Internet (que también incluyen la posibilidad de comunicaciones multimedia y de voz). Dichas diferencias básicas se reconocen a nivel del consumidor de los servicios.
24. La prestación de los servicios antes mencionados requiere de determinada infraestructura que comprende los elementos de red y la infraestructura de interfaz. La primera tiene la función de gestionar y transmitir la información y está compuesta por las redes de transmisión conformada por equipos y medios de transporte; la segunda por las terminales que permiten la conexión de los usuarios con la red.
25. Si las telecomunicaciones se analizan a nivel de las redes de transmisión, muchas de las diferencias entre los distintos tipos de servicios antes citadas se desdibujan debido a que el desarrollo tecnológico ha permitido la convergencia, es decir, que se utilicen los mismos medios físicos para la transmisión de la información enviada y recibida de distinta naturaleza y bajo distinto tipo de interfaces (por ejemplo las redes de cobre y fibra óptica utilizadas

PROY-S01
6548

² Estos pasos se aplican tanto a las comunicaciones unidireccionales como bidireccionales.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

tradicionalmente para telefonía soportan el transporte de información tipo IP para prestar servicios de Internet).

26. Este proceso de convergencia de redes tiene su correlato en el desarrollo tecnológico de la infraestructura de interfaz. En este sentido, el desarrollo tecnológico ha permitido un proceso de convergencia no sólo para la transmisión de información a través de la red, sino también para la conexión a dicha red a través de un mismo medio físico o terminal. Esto ha permitido al usuario acceder al consumo de distintos tipos de servicios vinculados a la comunicación a través de un mismo dispositivo.
27. Uno de los sectores afectados por el proceso de convergencia, y que corresponde analizar según las características de la presente operación, es el de la telefonía móvil.
28. En lo que refiere a la infraestructura de red de la telefonía móvil en su conjunto, la misma se compone, a grandes rasgos, de las redes de transmisión y las terminales de los usuarios. A su vez, estos elementos se combinan con el espectro radioeléctrico, el cual es utilizado como canal de transmisión.
29. Las terminales que son utilizadas para la telefonía móvil son precisamente los teléfonos móviles o teléfonos celulares, los cuales permiten contar con la posibilidad de acceder a la red de telefonía con independencia a su localización.
30. No obstante, con el tiempo los mismos han ido acumulando una multiplicidad de servicios y accesorios que han alterado su composición, generando nuevas funciones que son de suma importancia para los usuarios, como ser la mensajería y el acceso a Internet.
31. En este sentido, la evolución tecnológica ha permitido adicionar nuevas herramientas tanto a los teléfonos móviles, como a los servicios de telefonía móvil que se prestan a través de los teléfonos. En el primer grupo cabe incluir algunas prestaciones como cámaras de fotos y video, agendas, juegos, reproductores de música, radio, etc.; en el segundo grupo, además del tradicional servicio de voz, pueden enumerarse el servicio de mensajes SMS y el acceso a Internet, el cual a través de la navegación y la transferencia de datos ha modificado sustancialmente la esencia de los teléfonos móviles.

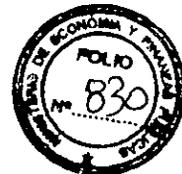
PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

32. Esta modificación radica en la posibilidad de contar con una gama de aplicaciones que permiten al usuario la comunicación a través de vías alternativas como mensajes de multimedia y correos electrónicos, la capacidad de descargar contenido audiovisual, de acceder a información online y de otras herramientas entre las que se incluyen GPS, mapas, etc.
33. De todo lo hasta aquí mencionado se desprende que la telefonía móvil es una industria donde interactúan numerosos actores entre los cuales participan no sólo los fabricantes de los aparatos telefónicos y los operadores de las redes de telefonía, sino también los desarrolladores de software, quienes son los encargados de proveer una interfaz que permita una correcta interacción entre el hardware, las aplicaciones y el uso de las redes.

Definición del Mercado relevante

34. Tal como lo establecen los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas (en adelante "los Lineamientos"), aprobados por Resolución 164/2001 de la Ex - Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, a los efectos de establecer si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación. Este mercado, que se denomina mercado relevante, comprende dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico. Es de destacar que la operación involucra a varios mercados relevantes.
35. El mercado relevante del producto comprende todos aquellos bienes y/o servicios que son considerados sustitutos por el consumidor, dadas las características del producto, sus precios y el objeto de su consumo.
36. El marco conceptual de referencia para la definición del mercado relevante, tanto en su dimensión de producto como geográfica, es lo que se conoce como test SSNIP ("Small but Significant and Nontransitory Increase in Price"). Con respecto a la dimensión de producto, este test define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio. Referido al mercado geográfico el test se define de la misma forma que el mercado de producto, pero teniendo como objetivo la identificación de la



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA ENTRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

menor región dentro de la cual el hipotético monopolista encontraría beneficiosa la acción descrita.

- 37. Una vez definido el o los mercados relevantes, se procederá al análisis de los niveles de concentración, de los participantes del mercado, y de las características de la competencia en dichos mercados. Si del análisis de estos elementos se desprende la probabilidad de un aumento en el poder de mercado como consecuencia de la operación de concentración, se procederá al análisis de las barreras a la entrada y de las posibles ganancias de eficiencia productivas.

Mercado Relevante de Producto.

Sistema operativo móvil

- 38. Un terminal móvil (ya sea teléfono o tableta) está compuesto por distintos elementos que vinculados entre sí, permiten el funcionamiento del producto final. Si bien típicamente en otras industrias el concepto de insumo está asociado a un componente físico, en lo que refiere al sector de telecomunicaciones y a la informática, es frecuente la aparición de activos que responden a otra naturaleza.
- 39. En este sentido, al igual que en una computadora de escritorio o una notebook, existe una distinción entre los componentes, los cuales pueden agruparse en hardware y software.
- 40. El término hardware hace referencia a aquellos elementos tangibles de un sistema informático, tales como pueden ser un gabinete, una caja, una pantalla, una memoria o un procesador.
- 41. Por su parte, el término software es el soporte lógico e intangible de un sistema informático que permite al usuario la realización de tareas. Algunos de estos componentes lógicos son aplicaciones, tales como un procesador de texto o una hoja de cálculo; y otros son los denominados software de sistema o sistemas operativos, que permiten una interfaz con el usuario y permiten al resto de los programas y aplicaciones funcionar adecuadamente en consonancia con el hardware del dispositivo.
- 42. Con respecto a los dispositivos móviles el software de sistema es el denominado 'sistema operativo móvil', el cual se identifica en términos de procesos, como un

PROY-S01
6548

a

Handwritten signature and scribbles



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dña. MARIA VICTORIA DÍZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

insumo que forma parte de la cadena productiva de un teléfono móvil o tableta, siendo indispensable para su funcionamiento.

- 43. Al igual que una plataforma de PC, la plataforma de software de aparatos móviles maneja los dispositivos de hardware subyacentes y brinda funciones comunes que hacen funcionar las aplicaciones, tener acceso a las capacidades de software y hardware específicas de los dispositivos e interactuar con otras aplicaciones.
- 44. Con relación a los dispositivos móviles en particular, sus funciones incluyen el acceso a la red móvil (a través de la banda de base del teléfono o de otros "wireless chipsets"), almacenamiento de datos (E.j. la tarjeta SIM o en la unidad de memoria flash), y funciones de entrada o de salida básicas (vía pantalla táctil, teclado, speaker, etc.). Para las funciones de entrada, salida y asignación de memoria, el sistema operativo actúa como un intermediario entre los programas de aplicación y el hardware del teléfono móvil.
- 45. Adicionalmente, las plataformas de software modernas generalmente proveen una interfaz gráfica de operación ("GUI", según sus siglas en inglés), un conjunto de interfaces de programación de aplicaciones ("APIs", según sus siglas en inglés), y otras funciones adicionales que son necesarias para la operación del dispositivo y que permiten nuevas combinaciones de funciones, lo que ofrece que se puedan emplear en más usos y de manera más innovadora. Ejemplos de dispositivos móviles recientes incluyen, funciones GPS y cámaras que deben interactuar con una plataforma de software para ser utilizado por esa aplicación. Por lo tanto, la plataforma de software trabaja en conjunto con la plataforma de hardware para brindar la base necesaria a todas las funciones de los dispositivos móviles, desde aquellas más básicas (como los llamados de voz, mensajes de texto, e-mail) hasta las más complejas, incluyendo la ejecución de complicadas aplicaciones móviles.
- 46. Por otro lado, según lo recavado por esta Comisión Nacional, el sistema operativo viene predeterminado al momento de adquirir un dispositivo móvil; en consecuencia la instalación del mismo no corre por cuenta del usuario sino del fabricante del producto. Además, el mismo no es sustituible por el usuario final, al menos en términos de una racionalidad económica ligada al costo y a la eficiencia en el funcionamiento del producto final.

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

47. Un testimonio que sostiene esta apreciación es el esgrimido por el señor Horacio Enrique Gutiérrez Machado, vicepresidente corporativo y consultor jurídico adjunto de MICROSOFT CORPORATION, el cual ante la inquietud de esta Comisión Nacional sobre la viabilidad que tienen los usuarios finales de sustituir el sistema operativo una vez que ya adquirieron el teléfono móvil, manifestó que *"Desde el punto de vista práctico la respuesta es no. Se debe estar muy bien equipado ya que el aparato está diseñado con requerimientos técnicos en vista de la utilización de un sistema operativo específico. El cambio de un sistema operativo es casi imposible, si el objetivo es lograr un aparato que funcione sin fallas³."*

48. Al mismo tiempo, se observa que algunas empresas que ofrecen dispositivos móviles en el mercado se encuentran integradas verticalmente entre la producción del terminal y el desarrollo del sistema operativo. En este conjunto de empresas se puede mencionar a APPLE, que desarrolla tanto los dispositivos móviles como el sistema operativo iOS, el cual no es comercializado hacia terceros. Otro ejemplo es la firma BLACKBERRY, la cual también ofrece sus teléfonos con un sistema operativo cerrado desarrollado exclusivamente para esos productos.

49. Esto en parte corresponde, en lo que respecta a telefonía móvil y a tabletas, a una necesidad del sector que consiste en obtener un uso más eficiente de la batería de los dispositivos.

50. En este sentido, la durabilidad en el encendido de algunos dispositivos es considerada por la industria como uno de los problemas a solucionar, y presenta un desafío al plantear el costo de oportunidad entre la ligereza, el peso, el uso de las aplicaciones y la navegación a Internet respecto de la duración del teléfono⁴.

51. Esto ha llevado que algunas empresas *"modificaran la arquitectura completa desde el Silicom hasta la interface⁵"*. En este orden, el sistema operativo tiene como uno de sus objetivos optimizar el funcionamiento del dispositivo, generando un adecuado desempeño entre las aplicaciones y el hardware.

³ A fs. 372.

⁴ Ver <http://techland.time.com/2013/04/01/peak-battery-why-smartphone-battery-life-still-stinks-and-will-for-years> y <http://www.abc.es/tecnologia/moviles-telefonos/20130402/abci-problema-vida-bateria-moviles-201304012050.html>

⁵ Audiencia testimonial a Horacio Enrique Gutierrez Machado en el marco de la presente operación.

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ YERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

52. Es preciso aclarar que el sistema operativo es demandado por los fabricantes de dispositivos móviles y no por los usuarios finales, siendo entonces un eslabón en la cadena productiva, y por ende conformando un mercado aguas arriba.
53. No obstante, cabe aclarar que el desafío que afronta la industria con relación a la adaptación del sistema operativo al dispositivo no implica que dos sistemas operativos no sean sustitutos en términos microeconómicos, sino que da cuenta de la interrelación que existe entre los eslabones de la cadena en pos de un mejor aprovechamiento de los aparatos.
54. En este sentido, en algunos casos los fabricantes de modelos originales trabajan junto con los productores de software, se realizan pruebas de calidad para ver si son compatibles, y por otro lado un mismo productor de teléfono utiliza distintos sistemas operativos y un mismo sistema operativo es utilizado en diferentes dispositivos, ya sea diferentes teléfonos como tabletas.
55. Es de destacar que en la industria existen algunas firmas importantes que se encuentran verticalmente integradas, ya sea en las empresas mencionadas (Apple y Blackberry), como en el caso la presente operación. Además, cabe adicionar el reciente anuncio de compra de NOKIA por parte de MICROSOFT⁶ y el artículo publicado en el diario especializado The Wall Street Journal de que Samsung, el mayor productor de teléfonos celulares del mundo, se encuentra intensificando su búsqueda de adquisiciones en compañías de desarrollo de software⁷.
56. De este modo, y por todo lo antes mencionado, para el presente dictamen se tomarán los sistemas operativos móviles como un mercado relevante en particular.

Dispositivos móviles

57. La característica principal que diferencia a los dispositivos móviles respecto de cualquier otro dispositivo es la conectividad permanente independientemente de que se encuentre en movimiento o de que modifique su localización.

⁶ Ver: <http://press.nokia.com/2013/09/03/nokia-to-sell-devices-services-business-to-microsoft-in-eur-5-44-billion-all-cash-transaction/>

⁷ Ver: <http://www.microsoft.com/en-us/news/press/2013/sep13/09-02announcementpr.aspx>

⁸ Ver: http://online.wsj.com/article/SB10001424052702304626104579123900705535562.html?mod=WSJS_inicio_MiddleSecond



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

58. En este conjunto de dispositivos corresponde analizar tanto los teléfonos móviles como las tabletas.
59. En lo que refiere a los teléfonos móviles, tal cual se analizó en el apartado anterior, la industria se encuentra atravesada por un proceso de convergencia que ha permitido el desarrollo de un terminal capaz de ofrecer el acceso a distintos servicios ligados a la industria de las telecomunicaciones.
60. Según la información presentada por las partes, la industria divide a los teléfonos móviles en tres categorías: a) teléfonos básicos, b) teléfonos 'feature' y c) teléfonos inteligentes.
61. Esta Comisión ha verificado que la propia industria encuentra numerosos obstáculos para realizar una definición estricta de cada una de estas categorías, presentando límites difusos entre las mismas.
62. No obstante, a modo de realizar una aproximación, las partes han determinado que los teléfonos básicos son aquellos que son utilizados principalmente para llamados y mensajes de texto en la red pública de telefonía.
63. Por su parte, en lo que refiere a los teléfonos 'feature' y los teléfonos inteligentes, las diferencias no son tan evidentes, ya que ambos dispositivos combinan funciones de teléfonos básicos con algunas funciones más avanzadas y de relevancia como el acceso a Internet.
64. Con relación a las funciones, si bien las partes afirman que los teléfonos inteligentes poseen aplicaciones avanzadas y acceso completo a Internet, mientras que los teléfonos 'feature' cuentan con acceso a Internet y aplicaciones limitadas, ambos dispositivos cuentan con modelos que permiten llamados de voz, envío y recepción de mensajes de texto, navegación por Internet, acceso a email, cámara de fotos, reproductor de música, almacenamiento de fotos, videochat, reproductor de videos, juegos y mapas, entre otras.
65. Considerando al hardware, ambos conjuntos incluyen teléfonos con tamaño de pantallas de rango similar, en ambos grupos se encuentran modelos con pantalla táctil, teclado tamaño completo y similar vida útil de la batería.⁸

PROY-S01
6548

⁸ Para esta comparación las partes han presentado los casos de los teléfonos OPPO A617, Alcatel OT-900, Nokia 500 y BlackBerry 9700.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL**

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA LETRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

66. Respecto del diseño del teléfono, ya sea tomando en cuenta el factor de forma como los distintos colores, las partes han presentado ejemplos que pertenecen al subconjunto de teléfonos feature y al de teléfonos inteligentes que son muy similares, y entre los cuales no se vislumbra una diferencia significativa en términos de la potencial elección del consumidor⁹.
67. Otra de las variables que corresponde tomar en cuenta para el análisis de la definición del mercado relevante, es la variable precio. La investigación realizada por esta Comisión ha arrojado la conclusión de que no se encuentra evidencia robusta en la variable precio que justifique la desagregación del mercado por tipo de teléfono.
68. Al respecto, el cuadro subsiguiente detalla el precio promedio, el precio mínimo y el precio máximo de los teléfonos comercializados por MOTOROLA en los últimos años en la República Argentina.

Cuadro 1. Precios de teléfonos comercializados por MOTOROLA en la República Argentina, en Dólares.

	Precio Promedio			
	2010	2011	2012	2013
Feature	112,14	90,27	64,21	74,54
Inteligente	328,75	399,80	284,58	260,83
	Precio Mínimo			
	2010	2011	2012	2013
Feature	37	37	21	68,00
Inteligente	125	185	74	91,00
	Precio Máximo			
	2010	2011	2012	2013
Feature	443	143	117	90
Inteligente	490	728	679	530

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

⁹ Para ello las partes han presentado el caso del OPPO A617 y el Nokia 500, y Alcatel OT-900 y el BlackBerry 9700.

PROY-S01
 6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

ES COPIA
ALAN COSTERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYTRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

69. Una primera observación que se desprende del cuadro N° 1, es el hecho de que el precio promedio de los teléfonos inteligentes es considerablemente superior al de los teléfonos feature a lo largo de los años presentados. De esta comparación podría concluirse que existe una segmentación en el mercado, donde existen teléfonos de gama media y alta, correspondiente a dos niveles de demanda diferentes.

70. Sin embargo, de mantener esta última hipótesis y analizar cada uno de los subconjuntos de teléfonos con mayor profundidad, se observará que el precio máximo del segmento de teléfonos de media gama es 3,5 veces superior al ejemplar más económico del segmento de teléfonos de alta gama para el año 2010.

71. Al repetir este análisis para el año 2012, se obtiene una conclusión similar, ya que existe al menos un teléfono de media gama cuyo valor es 1,6 veces mayor a un teléfono de alta gama, aunque debe señalarse que dicha brecha se ve acotada en el año 2013, siendo ambos precios prácticamente de la misma magnitud.

72. Esta comparación determina que hasta el año 2012 existían al menos tres áreas dentro del rango de precios de los teléfonos móviles comercializados por MOTOROLA. La primera de ellas, que va desde el precio más bajo del conjunto de teléfonos hasta el precio más bajo de teléfonos inteligentes, contiene solamente aquellos teléfonos no inteligentes cuyo precio es estrictamente menor al ejemplar más económico de los teléfonos de alta gama. La segunda área ocupa el espacio entre el precio más bajo de un teléfono inteligente y el precio más caro de un teléfono no inteligente; allí quedan incluidos tanto teléfonos inteligentes como no inteligentes. Por último, la tercer área va desde el teléfono no inteligente más caro hasta el teléfono inteligente más caro, y solamente contiene teléfonos inteligentes cuyo precio es estrictamente mayor al más caro de los modelos no inteligentes.

73. A partir del año 2013 se observa que los precios de los feature y de los inteligentes ya no presentan superposición entre valores mínimos y máximos, sino que muestran un continuo entre el máximo de los feature y los mínimos de los inteligentes.

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

190

- 74. Ello implica que si bien hasta el año 2012 la variable precio no presentaba evidencia suficiente que sostenga una segmentación del mercado de teléfonos móviles a causa de esa variable, en el último año se observan cambios en el comportamiento de la misma, aunque debe destacarse que los valores máximos y mínimos de los teléfonos feature e inteligentes respectivamente, son muy próximos entre sí.
- 75. En conclusión, las variables forma, diseño, hardware, funciones y precio no ofrecen argumentos suficientes para realizar una desagregación del mercado relevante.
- 76. Otro elemento a estudiar en el mercado de teléfonos móviles, está vinculado a la característica fuertemente dinámica y a la velocidad de renovación de los productos, los cuales son reemplazados por mercancías de mayor contenido tecnológico a medida que pasa el tiempo.
- 77. Esta condición le otorga a los productos una vida útil de comercialización, entendida como el tiempo durante el cual un teléfono móvil es ofrecido por las empresas antes de ser reemplazado por un modelo más moderno.
- 78. Esta Comisión ha indagado sobre la vida útil de comercialización de los teléfonos móviles de MOTOROLA en la República Argentina y en base a la información proporcionada por las partes ha verificado que la mayoría de los dispositivos gozan de un período de alrededor de un año en la oferta de las empresas fabricantes originales de éstos.
- 79. Asimismo las partes sostuvieron que los modelos son fabricados para ser comercializados durante un período de tres a cinco cuatrimestres.
- 80. Otro punto que verifica la hipótesis descripta es el análisis de la composición de la oferta de teléfonos móviles de MOTOROLA durante el período 2008-2013.
- 81. En este sentido, el gráfico que se presenta a continuación muestra cómo han variado las cantidades de teléfonos inteligentes y no inteligentes ofrecidas por MOTOROLA en la República Argentina en el período 2008-2013.

PROY-S01
6548

d

Maria Victoria Diaz Vera

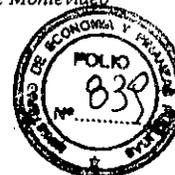


Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Director de Despl. eho

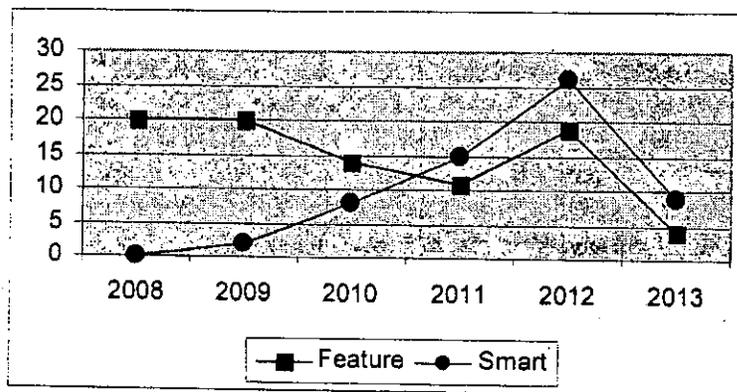
ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICENTINA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Gráfico 1. Cantidad de modelos ofrecidos por MOTOROLA según tipo de teléfono. Período 2008-2013. República Argentina.



Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

- 82. Como se puede observar, la cantidad de teléfonos inteligentes ofrecidos por MOTOROLA muestra un crecimiento sostenido a lo largo de los años. Se percibe que al comienzo del período la cantidad de teléfonos inteligentes era nula, y que para el año 2011 superan en cantidad a la oferta de teléfonos feature.
- 83. En el año 2013 se presenta una caída sustancial en la cantidad total de modelos ofrecidos por la firma MOTOROLA, aunque, como se verá a continuación, la oferta de modelos de celulares inteligentes supera ampliamente a la de teléfonos de media gama.
- 84. El gráfico subsiguiente muestra cómo el avance tecnológico trae aparejado una modificación en la composición del total de productos ofrecidos por MOTOROLA, representando el conjunto de teléfonos inteligentes un nivel cada vez mayor, en términos relativos, a medida que avanzan los años.
- 85. En el análisis relativo, otorga otro elemento de análisis dado que no se toman en cuenta la cantidad de modelos ofrecidos, sino la relevancia que tiene cada tipo de teléfono en la política de ventas de la firma

PROY-S01
6548

d

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

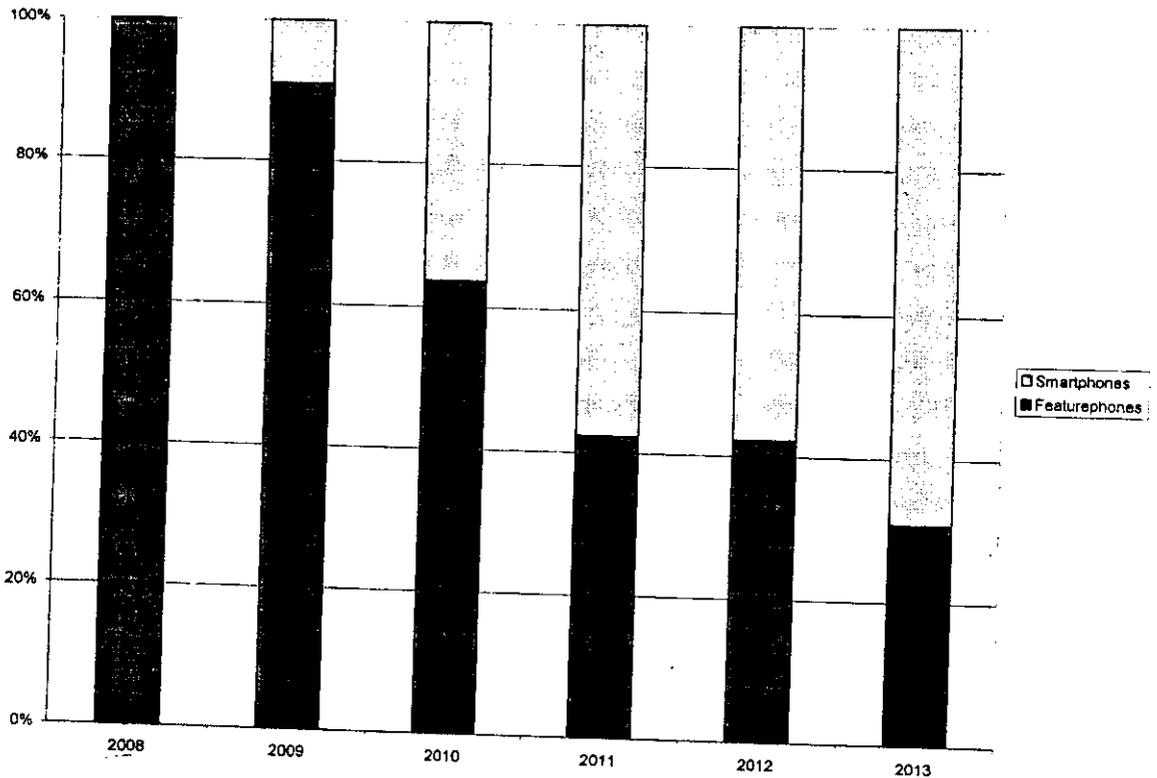
**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VER
SECRETARIA LEYENDA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

**Gráfico 2. Composición de la oferta de MOTOROLA por tipo de teléfono móvil.
Período 2008-2013. República Argentina**



Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

86. Coincidentemente con el gráfico precedente, el gráfico 2, muestra cómo la participación de teléfonos inteligentes en el 2011 supera a la de teléfonos feature. En este caso, se muestra que los modelos de teléfonos móviles ofrecidos por MOTOROLA en la República Argentina pasan de representar el 9% en el año 2009 al 58% en el año 2011, proporción que se mantiene para el año 2012. Ya en el año 2013 la incidencia en la oferta de modelos es de 69%.

87. El avance tecnológico le otorga un fuerte dinamismo al mercado bajo análisis, lo que redundará en una particular velocidad rotación de los modelos, que tiene como consecuencia un considerable deterioro en la apreciación de los consumidores sobre los dispositivos móviles.

PROY-S01
6548

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA INTRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

- 88. Esto implica que una mercancía que gozaba de una considerable preferencia de los consumidores, puede perder rápidamente dicha consideración y pasar a ocupar un lugar marginal en la curva de preferencias de un consumidor.
- 89. En este sentido, la segmentación del producto no es consecuencia de una segmentación de la demanda sino de la dinámica de la industria, dado que los consumidores tienden a reemplazar aquellos teléfonos con menor contenido tecnológico por dispositivos más sofisticados.
- 90. A su vez, estas características suelen verse reflejadas en los precios. Es frecuente observar en industrias donde se producen productos tecnológicamente complejos, que los modelos que se encuentran a la vanguardia del desarrollo tecnológico presenten precios superiores a aquellos modelos que se encuentran tecnológicamente rezagados, y que luego el valor de dichos modelos sufra una depreciación debido a la aparición de un nuevo producto con un mayor grado de desarrollo tecnológico.
- 91. En síntesis, considerando que las variables forma, diseño, hardware, funciones y precio no ofrecen argumentos para realizar una desagregación del mercado relevante, y teniendo en cuenta que dadas las características de la industria, la hipotética segmentación que podría observarse hoy en el mercado podría verse reducida y hasta anulada al realizar un análisis prospectivo para los años futuros, puesto que hay indicios de un cambio incipientes en la dinámica del mercado, esta Comisión considera que los distintos tipos de teléfonos móviles pueden ser agrupados bajo un mismo mercado relevante.
- 92. Por otro lado, dentro de la gama de dispositivos móviles desarrollados y comercializados por la empresa objeto, también están las tabletas.
- 93. Las tabletas son computadoras móviles de mayores dimensiones que los teléfonos móviles, que típicamente utilizan una interfaz multi-táctil. Usualmente utilizan un teclado virtual que figura en la pantalla.
- 94. Las mismas están dirigidas a los consumidores que ocupan un lugar intermedio (en términos de forma) entre los teléfonos móviles inteligentes y la computadora laptop. Las tabletas usualmente operan a través de una pantalla táctil y tienen avanzadas plataformas de software para dispositivos móviles, que pueden ser

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ V.
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

tanto herramientas propietarias (e.g., iOS en el Apple iPad) como no propietarias (e.g., Android en el Samsung Galaxy Tab y en el Motorola Xoom).

95. Las tabletas modernas se basan en un hardware muy similar al de los teléfonos inteligentes que operan en pantallas táctiles y similarmente, permiten una experiencia multimedia muy rica junto con muchas otras de las funciones que tiene una PC.

96. Queda entonces por analizar si las tabletas y los teléfonos móviles constituyen un mismo mercado o bien si forma parte de dos mercados diferentes.

97. En audiencia celebrada en esta Comisión Nacional, el especialista Horacio Enrique Gutiérrez Machado se pronunció acerca del grado de similitud existente entre un teléfono móvil inteligente y una tableta: *"El mercado de las tablets es un mercado relativamente nuevo, por lo que aun están por verse los usos de las mismas a largo plazo, hoy día el consumo de contenidos de Internet es lo mas relevante, por ejemplo el consumo de revistas y contenido audiovisual para los cuales es mas conveniente tener una pantalla de mayores dimensiones. Sin embargo existe un alto grado de solapamiento entre las características tecnológicas de ambos aparatos por lo tanto existen muchos usos comunes entre estos, por ejemplo desde el punto de vista de correo electrónico se podría decir que son altamente sustituibles, así mismo desde las video comunicaciones ambos ofrecen esos servicios de manera competente. En cuanto a la parte de telefonía móvil de la tablet desde el punto de vista tecnológico hay un numero de tablets que viene con dicha tecnología y se pueden utilizar como teléfono celular. Existen productos - que permiten recibir llamadas desde cualquier teléfono, estos productos son entre otros GOOGLE VOICE y SKYPE. Incluso sin la tecnología celular en la tablet, con un servicio de telefonía de internet se puede recibir llamadas desde cualquier teléfono del mundo, la ventaja de un teléfono celular es que no estas atado a un servicio de wifi, pero desde el punto de vista de comunicación son perfectamente comparables"*.

98. Tal cual lo manifestara el testigo ambos dispositivos cuentan con acceso a Internet, lo cual constituye una característica valorada por los usuarios. No obstante, también se desprende tanto de sus dichos como de la información presentada por las partes, que tanto la comunicación telefónica como el envío y

6548

[Handwritten mark]

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dra. MARIA VICTORIA MAZ VERA
SECRETARÍA LEYADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

recepción de mensajes de texto, no son funciones que las tabletas contengan de forma generalizada.

- 99. En este sentido, si bien existen algunos ejemplares que cuentan con acceso a la red pública telefónica, no es una característica general de los modelos.
- 100. Teniendo en cuenta la característica inalámbrica y portátil de los teléfonos móviles, es de relevancia analizar la forma y tamaño de las tabletas con el fin de establecer si poseen el mismo grado de portabilidad para el usuario.
- 101. Una cuestión a tener en cuenta es que la característica inalámbrica, elemento valorado por los consumidores, se ve parcialmente limitada por el tamaño y la forma del dispositivo.
- 102. Al respecto, las tabletas tienen tamaños más grandes que los teléfonos móviles (ya sea 'feature' o inteligentes). En general se considera que las tabletas ocupan un segmento intermedio entre un teléfono y una computadora laptop.
- 103. En este sentido, si bien las tabletas son trasladables, la portabilidad no es fácilmente asequible al usuario, como en el caso de un teléfono celular. El escenario es similar al de una computadora laptop, la cual también es trasladable, pero el tamaño del dispositivo hace que el usuario no haga usufructo de esa función en la misma medida que lo hace con un teléfono celular.
- 104. Así, si bien una computadora o una tableta pueden caber en un maletín, bolso u otro elemento similar, ninguno de estos dispositivos puede ser trasladado por el usuario en el bolsillo de alguna prenda de vestir.
- 105. En lo que refiere a la sustitución desde el lado de la oferta, esta Comisión Nacional tomó audiencia con las dos empresas que producen y distribuyen los productos de MOTOROLA en Argentina. Tanto BGH S.A. como BRIGHTSTAR S.A. tienen contratos de licencia de producción y venta de los productos de MOTOROLA en la República Argentina. MOTOROLA es quien provee de insumos a dichas firmas, que proceso productivo mediante, colocan sus productos en el mercado local, estableciendo tanto precios como volúmenes de producción.
- 106. Esta Comisión indagó sobre el proceso productivo de teléfonos móviles y tabletas, y el representante de BRIGHTSTAR afirmó que "Las líneas de producción son separadas. Y los proveedores de los componentes pueden ser los

PROY-S01
6548

d

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

mismos o distintos en función del componente que se trate. En el caso de los tornillos podrían ser los mismos." A su vez, cuando se le preguntó para que indique qué porcentaje de los elementos de un teléfono podían utilizarse en la elaboración de una tableta, dijo: "Te diría menos del 30%. No quiere decir que no sea el mismo proveedor".

107. Por todo lo hasta aquí mencionado, y habiendo analizado los aspectos relevantes a la competencia tanto desde la oferta como la demanda, se considera que no existen elementos suficientes para concluir que tabletas y teléfonos móviles forman parte de un mismo mercado de dispositivos móviles.

108. No obstante, se advierte que el presente sector goza de una alta velocidad en la rotación e innovación de dispositivos, lo que no excluye modificaciones en el objeto de estudio en un futuro.

Mercados geográficos relevantes

109. Con relación al mercado geográfico del sistema operativo móvil, cabe considerar que el propio sistema operativo móvil es un software desarrollado para ser utilizado en todo el mundo. Por su parte el hecho de que sea un bien intangible implica que los costos de transporte quedan excluidos de la consideración.

110. Asimismo, los teléfonos móviles y las tabletas son fabricadas por una gran cantidad de empresas que operan a escala mundial como SAMSUNG, MOTOROLA o NOKIA. Los fabricantes de equipos originales obtienen las licencias (en caso de requerirlas) de los fabricantes de software, con el objetivo de comercializar sus productos con el sistema operativo ya instalado en todo el mundo.

111. Por lo tanto, el mercado geográfico relevante para sistemas operativos móviles tendría alcance internacional.

112. No obstante, a los fines del caso en cuestión, la definición sobre el alcance del mercado geográfico puede dejarse abierta. En consecuencia, se procederá a analizar diversos escenarios.

113. Esta apreciación está en consonancia con lo dispuesto por la Comisión de Competencia Europea en el marco de la presente concentración, la cual ha

PROY-S01
6548

d

Maria Victoria Diaz Vera



Ministerio de Economía y Finanzas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ YERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

definido que "los mercados relevantes son los mercados para sistemas operativos móviles (...) dentro de todo el Área Económica Europea o internacionalmente"¹⁰.

- 114. Con relación a los dispositivos móviles, tanto para el mercado de teléfonos móviles como para el mercado de tabletas, es de tener en cuenta para el análisis del alcance geográfico de los mercados, la existencia de una regulación relativa a la importación y a la promoción de desarrollo de la industria nacional.
- 115. La ley de promoción de Área Aduanera Especial de Tierra del Fuego creó una Comisión de Área Aduanera Especial (en adelante "CAAE"), la cual tiene entre sus funciones autorizar procesos productivos de productos tecnológicos elaborados por empresas radicadas en Tierra del Fuego, a fin de que el desarrollo de los mismos sea alcanzado por la ley de promoción anteriormente mencionada.
- 116. De este modo, las empresas elevan el proceso productivo de cada producto en particular para que sea homologado por la CAAE.
- 117. Asimismo, las licencias otorgadas por los fabricantes originales para la producción y comercialización de productos de su marca son otorgadas a nivel nacional. Al respecto, ante la pregunta de si la zona de comercialización de su empresa estaba delimitada por contrato a la República Argentina o si esto era por razones de índole económicas, el representante de BRIGHTSTAR manifestó que por ambas razones¹¹.
- 118. Por todo lo hasta aquí descrito, se concluye que el alcance geográfico del mercado de teléfonos móviles es nacional. Del mismo modo, el mercado geográfico de tabletas también es de alcance nacional.

Análisis sobre los efectos de la operación en los niveles de concentración del mercado.

119. Como fuera mencionado anteriormente, la presente operación tiene efectos verticales entre el mercado de sistemas operativos móviles y el mercado de telefonía móvil. A su vez, el primero de estos mercados también mantiene una relación vertical con el mercado de tabletas.

PROY-S01
6548

¹⁰ Expte N° COMP/M. 6381.

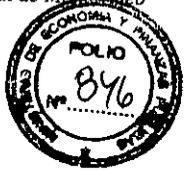
¹¹ Audiencia del 20 de Septiembre de 2013, fs 643-646.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

- 120. Tal cual lo indican los lineamientos para el control de las concentraciones económicas, "una concentración vertical podrá resultar perjudicial en aquellos casos en los que la eliminación de un proveedor independiente "aguas arriba" o de un distribuidor "aguas abajo" aumente significativamente las barreras a la entrada de nuevos competidores".
- 121. Para ello, es necesario considerar el poder de mercado con el que cuenta GOOGLE en el mercado de sistemas operativos móviles y el detentado por MOTOROLA en los mercados de teléfonos móviles y tabletas.
- 122. En lo que refiere a los mercados aguas abajo, se observan estructuras de mercado en competencia donde la empresa objeto ocupa un lugar marginal.
- 123. A continuación se exponen las participaciones de mercado tomando en cuenta la totalidad de los modelos de teléfonos celulares (inteligentes y no inteligentes) para los años 2010-2012, y por separado el año 2013, en la República Argentina.

Cuadro 3: Participación de mercado Teléfonos móviles, República Argentina.

Año 2013

MARCA	CELULARES INTELIGENTE S Y NO INTELIGENTE S (%)
Samsung	38%
Nokia	26,50%
Others	7%
LG	8%
ZTE	4%
Motorola	1,50%
Huawei	2,50%
Sony	2%
Sharp	0%
Apple	0%
BlackBerry	5%
HP	0%
HTC	0%
ALCATEL	5,50%
Total	100%

PROY-S01
6548

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

Cuadro 4. Participación de mercado Teléfonos móviles, República Argentina.
Período 2010-2012

Marca	2010 %	2011 %	2012 %
Samsung	27%	25%	31%
Apple	5%	10%	16%
Nokia	16%	13%	13%
Others	9%	1%	12%
LG	19%	14%	10%
Motorola	8%	8%	5%
ZTE	0%	0%	4%
BlackBerry	9%	6%	3%
HTC	3%	5%	2%
Huawei	0%	0%	2%
Sony	3%	2%	1%
Sharp	0%	0%	0%
HP	0%	0%	0%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

124. Tal cual se desprende de los cuadros precedentes, la firma Samsung ha liderado el mercado durante los últimos cuatro años. A su vez, se observa un mercado con una cantidad considerable de competidores. Por su parte, las ventas de la firma MOTOROLA se vieron disminuidas, pasando del 8% al 1,5% del total de ventas del mercado para los años estudiados.

125. Con relación a la hipótesis analizada sobre una posible segmentación del mercado entre teléfonos móviles inteligentes y no inteligentes, a continuación se presentan las participaciones de mercado considerando dichas categorías.

6548

d

M
B



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL**

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA EJECUTIVA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Cuadro 5. Participación de mercado Teléfonos móviles inteligentes, República Argentina. Año 2013

MARCA	CELULARES INTELIGENTE S (%)
Samsung	48%
BlackBerry	14%
Nokia	11%
LG	7,50%
Sony	5,50%
Huawei	3,50%
Motorola	3%
TCL - ALCATEL	3%
ZTE	1,50%
Apple	0,50%
HTC	0,50%
Sharp	0%
HP	0%
Total	100%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes.

Cuadro 6. Participación de mercado Teléfonos móviles inteligentes, República Argentina. Años 2010-2012

Marca	2010 %	2011 %	2012 %
Apple	18%	26%	32%
Samsung	9%	17%	29%
LG	4%	8%	7%
BlackBerry	31%	15%	7%
Others	4%	8%	6%
Motorola	11%	7%	5%
HTC	11%	13%	4%
Nokia	9%	4%	3%
ZTE	0%	0%	3%
Huawei	0%	0%	2%
Sony	1%	3%	2%
Sharp	0%	0%	0%
HP	2%	0%	0%

PROY-S01
 6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL**

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DÍAZ VERA
 SECRETARIA LETRADA
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

- 126. Tal cual se observa de los cuadros anteriores la empresa objeto ha reducido su importancia en el segmento de teléfonos móviles inteligentes a lo largo del período estudiado.
- 127. Dicho segmento supo ser liderado por la firma APPLE, la cual desplazó a la firma BLACKBERRY. Cabe destacar que ambas empresas desarrollan en conjunto el hardware y software de los dispositivos que comercializan. Samsung por su parte evidencia un crecimiento de envergadura durante los años en cuestión.
- 128. Ya para el año 2013, Samsung incrementó sus ventas en un 60% obteniendo el primer lugar en el ranking, con una participación del 48%.
- 129. Por otro lado, con relación al segmento de teléfonos móviles no inteligentes (básicos y 'feature'), el mismo ha sido liderado en la República Argentina por la firma surcoreana Samsung durante el período 2010-2013.

Cuadro 7. Participación de mercado Teléfonos móviles no inteligentes, República Argentina. 2013

MARCA	CELULARES NO INTELIGENTE S (%)
Nokia	35%
Samsung	33%
Others	9,50%
LG	8,50%
TCL - ALCATEL	6,50%
ZTE	5,50%
Huawei	2%
Motorola	0,50%
Sony	0%
Sharp	0%
Apple	0%
BlackBerry	0%
HP	0%
HTC	0%
Total	100%

PROY-S01
6548

a

218



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS ANTARELLI
Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA DE GRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

**Cuadro 8. Participación de mercado Teléfonos móviles no inteligentes,
República Argentina. 2010-2012**

Marca	2010	2011	2012
	%	%	%
Samsung	35%	30%	34%
Nokia	19%	19%	24%
Others	11%	24%	17%
LG	24%	18%	14%
ZTE	0%	0%	5%
Motorola	7%	8%	5%
Huawei	0%	0%	2%
Sony	3%	1%	0%
Sharp	0%	0%	0%
Apple	0%	0%	0%
BlackBerry	0%	0%	0%
HP	0%	0%	0%
HTC	0%	0%	0%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

130. En virtud de la información presentada, se deduce que las conclusiones respecto de la presente operación no se alterarían si se tomara en cuenta una segmentación del mercado de teléfonos móviles.

131. En este sentido, se verifica que la empresa objeto detenta una posición marginal ya sea tomando el mercado en su conjunto, o bien circunscribiendo el mismo según los segmentos anteriormente descriptos.

132. Por otro lado, y con relación a las características del mercado que fueron descriptas en el apartado anterior, las fuertes variaciones en relación a las posiciones de mercado y a los porcentajes que representan las ventas de las empresas, dan cuenta de la dinámica a la que el mismo está sujeto.

133. En este orden de ideas, se puede tomar como ejemplo el caso de la firma BLACKBERRY en el segmento de teléfonos móviles inteligentes. Allí, la participación se modifica abruptamente en solamente dos años, al representar un

PROY-S01
6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

31% en el año 2010 y un 7% en el año 2012, y una recuperación en el año 2013 que permitió contar con el 14% del mercado.

134. A su vez, cabe destacar la aparición de nuevos competidores como es el caso ZTE, el cual comenzó a comercializar sus productos en Argentina a partir del año 2012, año en el cual superó en ventas a firmas con experiencia en la industria, como SONY-ERICSSON y la mencionada BLACKBERRY.

135. Estos ejemplos corroboran lo manifestado en el presente dictamen, y dan cuenta de la fuerte desafiabilidad a la que se encuentra expuesto el presente mercado.

136. En el caso de las tabletas, si bien no se dispone de información exacta de las participaciones de mercado de los competidores, es posible efectuar una aproximación de las condiciones de competencia en tal mercado.

137. En primer lugar, de las audiencias celebradas a BGH y BRIGHTSTAR surge que sólo esta última representa actualmente en el país a MOTOROLA.

138. De la información suministrada¹² por BRIGHTSTAR se desprende que la participación de ésta en las ventas de tabletas fue del 6,3% para el año 2012.

139. La participación mencionada es de una relevancia insignificante a los fines de medir la posición de MOTOROLA y su consecuente potencialidad para generar un perjuicio a sus competidores.

140. Asimismo es de importancia destacar que BRIGHTSTAR produce asimismo dispositivos para las marcas SAMSUNG, BLACKBERRY y LG.

141. Debe entenderse que la participación en la venta de tabletas de BRIGHTSTAR incluye las diferentes marcas mencionadas, de forma tal que la participación de MOTOROLA en el mercado es inferior al 6,3% señalado (cifra de por sí muy baja magnitud).

142. Adicionalmente, otro aspecto a destacar es que la oferta de tabletas se encuentra compuesta por firmas cuyas marcas compiten con MOTOROLA en el mercado de teléfonos móviles (e.g. Samsung, Apple, etc.), como también por otras que no, tales como NOBLEX, HEWLETT PACKARD, LENOVO, entre otras.

PROY-S01
6548

¹² A fs. 665.



Ministerio de Economía y Finanzas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL**

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA LEYDIA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

- 143. De los elementos analizados anteriormente se descarta cualquier tipo de hipótesis que tenga a MOTOROLA como un competidor con influencia sustancial en el mercado de tabletas.
- 144. Con relación al mercado de sistemas operativos móviles, se tomarán las participaciones de mercado a nivel internacional como también a nivel local.
- 145. Las participaciones a nivel internacional se vuelcan en las tablas que siguen.

Cuadro 9. Participación de mercado de los Sistemas Operativos, según dispositivo móvil, a nivel Internacional. Año 2013

OEM	2013		
	Microsoft	Android	Otros
Fujitsu	0%	0%	0%
HP	0%	0%	0%
HTC	2%	2%	0%
Huawei	2%	6%	1%
Karbons	0%	0%	1%
Lenovo	0%	6%	0%
LG	0%	5%	3%
Micromax	0%	1%	2%
Motorola	0%	1%	0%
Nokia	93%	0%	30%
Otros	0%	20%	35%
Samsung	2%	40%	20%
Sharp	0%	1%	0%
Sony	0%	5%	0%
TCL-Alcatel	0%	2%	5%
Yulong	0%	5%	0%
ZTE	0%	5%	3%
Total	100%	100%	100%
Participación	~2%	~50%	~48%

PROY-S01
 6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA LEY RADA
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Cuadro 10. Participación de mercado de los Sistemas Operativos, según dispositivo móvil, a nivel Internacional.

OEM	2011			2012		
	Microsoft	Android	Otros	Microsoft	Android	Otros
Fujitsu	1%	1%	0%	0%	1%	0%
HP	0%	0%	0%	0%	0%	0%
HTC	47%	17%	0%	8%	6%	0%
Huawei	0%	0%	0%	0%	6%	2%
Karbons	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Lenovo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
LG	4%	8%	6%	1%	5%	3%
Micromax	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Motorola	0%	8%	2%	0%	0%	0%
Nokia	16%	0%	31%	83%	3%	1%
Otros	12%	24%	36%	1%	23%	35%
Samsung	16%	32%	22%	7%	42%	21%
Sharp	0%	2%	0%	0%	1%	0%
Sony	1%	9%	1%	0%	6%	0%
TCL-Alcatel	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Yulong	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ZTE	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Participación	~1%	~18%	~82%	~1%	~34%	~65%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes¹³

146. El cuadro precedente muestra cómo se distribuye la participación del sistema operativo ANDROID según los diferentes fabricantes de teléfonos inteligentes¹⁴. Tal como se ve, Samsung es quien más teléfonos comercializa con el sistema operativo desarrollado por el grupo comprador.

147. A su vez, cabe resaltar la decreciente participación de la empresa objeto, estableciéndose como la tercera fabricante al momento de la operación, siendo del 1% en el total de dispositivos móviles con sistema operativo ANDROID.

PROY.-S01
 6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Dr. MARIA VICTORIA SUZ VERA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

148. El cuadro también indica las participaciones de cada uno de los sistemas operativos. Las mismas muestran que ANDROID ha vivenciado un crecimiento de 16 puntos entre los años 2011 y 2012, explicando el 50% del mercado en el último año.
149. En materia de competidores potenciales debe destacarse que la empresa Samsung cuenta con un sistema operativo propio denominado Bada, y que actualmente ha desarrollado junto a la firma Intel un nuevo sistema operativo de código abierto denominado Tizen. Según lo anunciado por directivos de la propia empresa, se estima que este desarrollo permitirá a la firma a Samsung lanzar modelos de teléfonos móviles inteligentes con su nuevo sistema operativo para el año 2014¹⁵.
150. En consecuencia, se espera un nuevo desafiante para el sistema operativo ANDROID, el cual amenaza con captar parte de la demanda de su mayor cliente¹⁶.

Cuadro 11. Participación de mercado de los Sistemas Operativos, según dispositivo móvil, a nivel Nacional. Año 2013

OEM	2013		
	Microsoft	Android	Otros
HP	0%	0%	0%
HTC	0%	0%	0%
Huawei	1%	5%	2%
LG	0%	10%	8%
Motorola	0%	4%	0%
Nokia	99%	0%	35%
Otros	0%	3%	9%
Samsung	0%	64%	33%
Sony	0%	8%	0%
TCL- Alcatel	0%	4%	6%
ZTE	0%	2%	5%

PF S01
6548

¹³ Los sistemas operativos incluidos en la categoría "otros" son Bada, Bew MP, Garnet OS, Linux, LiMo, MeeGo, webOS, entre otros.

¹⁴ Aquí la variable teléfonos inteligentes se toma como variable proxy de dispositivos móviles.

¹⁵ <http://www.adslzone.net/article13138-samsung-anuncia-tizen-30-caracteristicas-del-nuevo-rival-de-android-y-ios.html>.

<http://www.digitaltrends.com/mobile/tizen-smartphone-delayed-until-2014-says-samsung-executive/>
<http://www.actualetcnologia.com/samsung-muestra-el-primero-smartphone-tizen-en-el-mwc-2014/>

¹⁶ Algo similar sucede con la firma ZTE, la cual ha presentado recientemente un nuevo teléfono inteligente junto al sistema operativo Firefox, de Mozilla.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN GONZALEZ SANTARELLI
 DIRECTOR DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA DE ENTRADA
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

Total de envíos por categoría de Sistema Operativo	100%	100%	100%
Participación del total de envíos por año	~4%	~27%	~69%

Cuadro 12. Participación de mercado de los Sistemas Operativos, según dispositivo móvil, a nivel Nacional. 2011-2012

OEM	2011			2012		
	Microsoft	Android	Otros	Microsoft	Android	Otros
HP	0,13%					
HTC		1,97%			0,79%	
Huawei					0,00%	4%
LG	39,31%	9,43%	12,24%	10,35%	7,90%	8%
Motorola		29,08%	11,94%		10,33%	5%
Nokia			21,72%	89,65%		33%
Samsung	35,88%	29,90%	24,36%		57,04%	27%
Sony		19,86%	2,15%		15,28%	0%
ZTE					1,37%	6%
Otros	24,68%	9,76%	27,58%		4,89%	17%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100%
Participación	0,05%	13,73%	86,22%	1%	20,77%	78,62%

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes

151. A nivel nacional las participaciones de ANDROID resultan ser inferiores respecto de las calculadas para un escenario mundial. Por su parte la posición de Microsoft resulta semejante su participación internacional.

152. De los elementos mencionados, tanto desde la perspectiva nacional como también internacional, se entiende que si bien la participación de ANDROID ha evidenciado un crecimiento sostenido y de considerable magnitud, la misma no resulta de una entidad suficiente para otorgarle a la compradora una posición tal que le resulte factible perfeccionar lesiones al ejercicio de la competencia.

PROY-S01
 6548



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dña. MARIA VICTORIA DIAZ VER
SECRETARÍA DE ENTRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

- 153. Por otro lado, dadas las características de la presente operación, cabe resaltar que el modelo de negocios del grupo comprador consiste en la venta de espacios publicitarios en Internet.
- 154. En este sentido, GOOGLE percibe ingresos a través de sus distintos formatos de espacios publicitarios.
- 155. De este modo, los ingresos de GOOGLE aumentarán en la medida en que aumente el acceso a Internet, y con ello la cantidad de usuarios que puedan ser captados en su demanda a través de una publicidad en un sitio web.
- 156. A su vez, el desarrollo tecnológico y la aparición de los teléfonos con acceso a Internet dan la posibilidad de conectar a una mayor cantidad de personas, constituyendo de este modo un mayor volumen de público que potencialmente puede transformarse en receptor de los productos que se ofrecen a través de Internet, y por ende de un público receptor de la publicidad online.
- 157. Por lo tanto, se percibe beneficioso para el grupo comprador la masificación de conductas ligadas al uso de Internet, y por ende un abaratamiento de los dispositivos que conlleve a una penetración de los teléfonos móviles con acceso a Internet en nuevos segmentos de la población.
- 158. De este modo cabe preguntarse si existe una lógica económica en un potencial cierre de mercado, desde el mercado de sistemas operativos móviles a sus mercados conexos aguas abajo.
- 159. En este sentido, por todo lo anteriormente señalado y específicamente por el lugar que ocupa MOTOROLA en el mercado de dispositivos móviles, se concluye que es poco probable que el grupo comprador realice una potencial conducta exclusoria entre los mercados descriptos, dado que en un primer análisis, no existen incentivos económicos para realizarla, sino más bien dicha conducta se muestra perjudicial para el grupo adquirente, dado que estaría limitando la población objetivo de sus productos publicitarios.
- 160. Un punto adicional a destacar es que si bien a nivel internacional ANDROID posee el 50% del mercado, tal porción no implica de por sí una posición dominante en el mercado.

S01
6548

Q

Handwritten signatures and initials



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYENDA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



190

161. Teniendo en cuenta todo lo hasta aquí mencionado, los efectos de la presente operación no revisten entidad para que puedan resultar en un perjuicio al interés económico general, por lo que la operación en cuestión, para las relaciones anteriormente descritas, no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia.

IV. CONCLUSIÓN.

162. En base a las consideraciones expuestas precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA estima que el presente Dictamen se debe integrar y complementar con el Dictamen CNDC N° 1063, del 26 de junio de 2014, pudiendo concluirse entonces que la operación de concentración económica notificada no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

163. Por ello, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al Señor SECRETARIO DE COMERCIO aprobar en los términos del artículo 13 inciso a) de la Ley N° 25.156, la operación de concentración consistente en la adquisición del control por parte de GOOGLE INC. sobre MOTOROLA MOBILITY HOLDINGS INC. a través de la fusión por absorción entre MOTOROLA y RB98 INC., una subsidiaria directa totalmente controlada por GOOGLE. INC.

COY-S01
6548

[Handwritten signature]
Sr. Sebastián Fernández
Secretario de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

[Handwritten signature]
Dra. María Victoria Díaz Vera
Secretaria Leyenda
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia