

Diario Oficial

de la Unión Europea

C 66



Edición
en lengua española

Comunicaciones e informaciones

56° año

7 de marzo de 2013

Número de información Sumario Página

IV Información

INFORMACIÓN PROCEDENTE DE LAS INSTITUCIONES, ÓRGANOS Y ORGANISMOS DE LA UNIÓN EUROPEA

Comisión Europea

2013/C 66/01	Tipo de cambio del euro	1
2013/C 66/02	Dictamen del comité consultivo en materia de concentraciones emitido en su reunión, de 8 de agosto de 2012, en relación con un proyecto de Decisión relativa al asunto COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV — Ponente: Portugal	2
2013/C 66/03	Informe final del Consejero Auditor — COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV	4
2013/C 66/04	Resumen de la Decisión de la Comisión, de 4 de septiembre de 2012, por la que se declara una concentración compatible con el mercado interior y con el funcionamiento del Acuerdo EEE (Asunto COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV) [notificada con el número C(2012) 6063 final] ⁽¹⁾	5
2013/C 66/05	Decisión de la Comisión, de 6 de marzo de 2013, que modifica la Decisión de la Comisión de 6 de octubre de 2010 por la que se crea el grupo de expertos en la evolución de la misión de los sistemas europeos de radionavegación por satélite, «Grupo Consultivo sobre la Evolución de la Misión» ⁽¹⁾ ...	24

ES

Precio:
3 EUR

⁽¹⁾ Texto pertinente a efectos del EEE

INFORMACIONES RELATIVAS AL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO

Órgano de Vigilancia de la AELC

2013/C 66/06	Información comunicada por los Estados de la AELC relativa a las ayudas estatales concedidas con arreglo a la norma a la que se refiere el apartado 1, letra j), del anexo XV del Acuerdo EEE [Reglamento (CE) nº 800/2008 de la Comisión por el que se declaran determinadas categorías de ayuda compatibles con el mercado común en aplicación de los artículos 87 y 88 del Tratado (Reglamento general de exención por categorías)]	25
2013/C 66/07	Comunicación del Órgano de Vigilancia de la AELC sobre los tipos de interés vigentes para la recuperación de ayudas estatales y los tipos de referencia y actualización para tres Estados de la AELC, aplicables a partir del 1 de enero de 2013 [Publicada de conformidad con el artículo 10 de la Decisión nº 195/04/COL del Órgano de Vigilancia, de 14 de julio de 2004, (DO L 139 de 25.5.2006, p. 37 y Suplemento EEE nº 26/2006 de 25.5.2006, p. 1)]	27

V Anuncios

PROCEDIMIENTOS JURISDICCIONALES

Tribunal de la AELC

2013/C 66/08	Recurso interpuesto el 4 de diciembre de 2012 por el Órgano de Vigilancia de la AELC contra el Principado de Liechtenstein (Asunto E-14/12)	28
2013/C 66/09	Recurso interpuesto el 30 de noviembre de 2012 contra la República de Islandia por el Órgano de Vigilancia de la AELC (Asunto E-12/12)	29
2013/C 66/10	Recurso interpuesto el 30 de noviembre de 2012 contra la República de Islandia por el Órgano de Vigilancia de la AELC (Asunto E-13/12)	30

PROCEDIMIENTOS RELATIVOS A LA APLICACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMPETENCIA

Comisión Europea

2013/C 66/11	Notificación previa de una operación de concentración (Asunto COMP/M.6869 — GM/Ispol) — Asunto que podría ser tramitado conforme al procedimiento simplificado ⁽¹⁾	31
--------------	---	----



⁽¹⁾ Texto pertinente a efectos del EEE

IV

(Información)

INFORMACIÓN PROCEDENTE DE LAS INSTITUCIONES, ÓRGANOS Y ORGANISMOS DE LA UNIÓN EUROPEA

COMISIÓN EUROPEA

Tipo de cambio del euro ⁽¹⁾

6 de marzo de 2013

(2013/C 66/01)

1 euro =

Moneda	Tipo de cambio	Moneda	Tipo de cambio		
USD	dólar estadounidense	1,3035	AUD	dólar australiano	1,2670
JPY	yen japonés	121,85	CAD	dólar canadiense	1,3408
DKK	corona danesa	7,4556	HKD	dólar de Hong Kong	10,1099
GBP	libra esterlina	0,86440	NZD	dólar neozelandés	1,5630
SEK	corona sueca	8,3159	SGD	dólar de Singapur	1,6244
CHF	franco suizo	1,2301	KRW	won de Corea del Sur	1 412,69
ISK	corona islandesa		ZAR	rand sudafricano	11,7980
NOK	corona noruega	7,4250	CNY	yuan renminbi	8,1066
BGN	lev búlgaro	1,9558	HRK	kuna croata	7,5928
CZK	corona checa	25,565	IDR	rupia indonesia	12 638,96
HUF	forint húngaro	298,55	MYR	ringgit malayo	4,0497
LTL	litas lituana	3,4528	PHP	peso filipino	53,067
LVL	lats letón	0,7008	RUB	rublo ruso	39,9850
PLN	zloty polaco	4,1495	THB	baht tailandés	38,792
RON	leu rumano	4,3578	BRL	real brasileño	2,5631
TRY	lira turca	2,3365	MXN	peso mexicano	16,5647
			INR	rupia india	71,3700

⁽¹⁾ Fuente: tipo de cambio de referencia publicado por el Banco Central Europeo.

Dictamen del comité consultivo en materia de concentraciones emitido en su reunión de 8 de agosto de 2012 en relación con un proyecto de Decisión relativa al asunto COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV

Ponente: Portugal

(2013/C 66/02)

Concentración

1. El Comité Consultivo coincide con la Comisión en que la operación notificada constituye una concentración a efectos del artículo 3, apartado 1, letra b), del Reglamento de concentraciones.
2. El Comité Consultivo coincide con la Comisión en estimar que la operación notificada tiene dimensión comunitaria conforme al artículo 1, apartado 3, del Reglamento de concentraciones.

Definición del mercado

3. El Comité Consultivo está de acuerdo con las definiciones de la Comisión de los mercados de producto y geográfico de referencia en el proyecto de Decisión.
4. En particular, el Comité Consultivo está de acuerdo en que la operación debe evaluarse en los mercados siguientes:
 - a) Mercado de prestación mayorista de servicios de plataformas de monedero móvil, como mínimo a nivel del Reino Unido.
 - b) Mercado de almacenamiento seguro, como mínimo a nivel del Reino Unido.
 - c) Mercado de distribución al por menor de servicios de monedero móvil a los clientes, como mínimo a nivel del Reino Unido.
 - d) Mercado de servicios de publicidad, como mínimo a nivel del Reino Unido.
 - e) Mercado de servicios de intermediación de publicidad móvil, como mínimo a nivel del Reino Unido.
 - f) Mercado de servicios de SMS masivos al por mayor y al por menor, como mínimo a nivel del Reino Unido.
 - g) Mercado de servicios de análisis de datos, como mínimo a nivel del Reino Unido.
 - h) Mercado del Reino Unido de servicios de telefonía móvil al por menor.

Evaluación desde el punto de vista de la competencia

Efectos verticales

5. El Comité Consultivo coincide con la evaluación de la Comisión de que no es probable que la operación propuesta produzca efectos verticales no coordinados y coordinados que obstaculicen de forma significativa la competencia efectiva como mínimo a nivel del mercado de prestación mayorista de servicios de plataformas de monedero móvil del Reino Unido.
6. En particular, el Comité Consultivo coincide con la evaluación de la Comisión de que no es probable que las partes notificantes dispongan de:
 - a) la capacidad técnica para bloquear sustancialmente a los proveedores de monedero móvil competidores;
 - b) la capacidad comercial para bloquear sustancialmente a los proveedores de monedero móvil competidores, y
 - c) los incentivos unilaterales o coordinados para bloquear a los proveedores de monedero móvil competidores.

7. El Comité Consultivo coincide con la evaluación de la Comisión de que no es probable que la operación propuesta produzca efectos verticales no coordinados y coordinados que obstaculicen de forma significativa la competencia efectiva como mínimo a nivel del mercado de prestación de servicios de SMS masivos al por mayor y al por menor del Reino Unido.

Efectos de la acumulación

8. El Comité Consultivo coincide con la evaluación de la Comisión de que no es probable que la operación propuesta produzca efectos verticales no coordinados y coordinados que obstaculicen de forma significativa la competencia efectiva en el mercado de servicios de telefonía móvil al por menor del Reino Unido.

Efectos horizontales

9. El Comité Consultivo coincide con la evaluación de la Comisión de que no es probable que la operación propuesta produzca efectos horizontales que obstaculicen de forma significativa la competencia efectiva en los mercados de referencia.

Conclusión

10. El Comité Consultivo coincide con la conclusión de la Comisión de que no es probable que la operación propuesta obstaculice de forma significativa la competencia efectiva en el mercado interior o en una parte importante de este, y de que, en consecuencia, debe declararse compatible con el mercado interior y el funcionamiento del Acuerdo EEE de conformidad con el artículo 2, apartado 2, y el artículo 8, apartado 1, del Reglamento de concentraciones y con el artículo 57 del Acuerdo EEE.
-

Informe final del Consejero Auditor ⁽¹⁾**COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV**

(2013/C 66/03)

El 6 de marzo de 2012, la Comisión Europea recibió la notificación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 4 del Reglamento de concentraciones ⁽²⁾, de un proyecto de concentración por el cual Telefónica UK Limited, Vodafone Group plc y Everything Everywhere Limited (bajo el control conjunto de France Télécom y Deutsche Telekom) adquieren el control conjunto, a tenor de lo dispuesto en el artículo 3, apartado 1, letra b), del Reglamento de concentraciones, de una empresa en participación de nueva creación que ofrecerá diversos servicios de comercio móvil a empresas del Reino Unido. La Comisión adoptó una Decisión para incoar un procedimiento a tenor del artículo 6, apartado 1, letra c), del Reglamento de concentraciones el 13 de abril de 2012.

El 14 de junio y el 10 de julio de 2012 acepté unas solicitudes de audiencia de, respectivamente, Hutchinson 3G UK Limited («Three UK») y Lloyds Banking Group como terceros interesados a tenor del artículo 18, apartado 4, del Reglamento de concentraciones. Three UK y Lloyds Banking Group demostraron tener suficiente interés en el procedimiento. La concentración notificada podría afectar a su posición competitiva respecto a la oferta de servicios de monedero móvil en el Reino Unido. Lloyds Banking Group es también un posible cliente de la futura empresa en participación. Además, ambas partes han efectuado una serie de contribuciones en el curso del procedimiento. En consecuencia, he informado a las partes notificantes de mi decisión de reconocer a Three UK y a Lloyds Banking Group como terceros interesados.

Sobre la base de las pruebas adicionales recopiladas durante la fase más detallada de la investigación, los servicios de la Comisión llegaron a la conclusión de que la operación propuesta no obstaculizaría de forma significativa la competencia efectiva en el mercado interior y que, por consiguiente, es compatible con el mercado interior y el funcionamiento del Acuerdo EEE. En consecuencia, no se enviaron a las partes pliegos de cargos.

El proyecto de decisión establece una autorización incondicional de la concentración propuesta. No he recibido quejas de las partes notificantes u otras partes sobre el ejercicio efectivo de los derechos procesales. El proyecto de decisión no incluye objeciones sobre las que las partes no hayan tenido la oportunidad de dar a conocer sus puntos de vista. A la vista de lo expuesto, considero que todos los participantes en el procedimiento han podido ejercer efectivamente sus derechos procesales.

Bruselas, el 8 de agosto de 2012.

Michael ALBERS

⁽¹⁾ De conformidad con los artículos 16 y 17 de la Decisión 2011/695/UE del Presidente de la Comisión Europea, de 13 de octubre de 2011, relativa a la función y el mandato del consejero auditor en determinados procedimientos de competencia (DO L 275 de 20.10.2011, p. 29).

⁽²⁾ Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas (DO L 24 de 29.1.2004, p. 1).

Resumen de la Decisión de la Comisión**de 4 de septiembre de 2012****por la que se declara una concentración compatible con el mercado interior y con el funcionamiento del Acuerdo EEE****(Asunto COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV)***[notificada con el número C(2012) 6063 final]***(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)****(Texto pertinente a efectos del EEE)**

(2013/C 66/04)

Algunas partes de este texto se han editado para no revelar información confidencial; esas partes figuran entre corchetes y están señaladas con un asterisco.

El 4 de septiembre de 2012, la Comisión adoptó una decisión en un asunto de concentración con arreglo al Reglamento (CE) n.º 139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas⁽¹⁾ y, en particular, con el artículo 8, apartado 1, de dicho Reglamento. Existe una versión no confidencial de la Decisión completa en la lengua auténtica del asunto y en las lenguas de trabajo de la Comisión en el sitio Internet de la Dirección General de Competencia, en la siguiente dirección:

http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

I. PROCEDIMIENTO

- (1) El 6 de marzo de 2012, la Comisión recibió la notificación de un proyecto de concentración de conformidad con el artículo 4 del Reglamento (CE) n.º 139/2004 (el «Reglamento de concentraciones») por la cual las empresas Everything Everywhere Limited («Everything Everywhere»), Telefónica UK Limited («Telefónica UK») y Vodafone Group plc («Grupo Vodafone») (denominadas conjuntamente «las partes notificantes»), adquirirían, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del Reglamento de concentraciones, el control conjunto de una empresa en participación de nueva creación (la «empresa en participación»), que ofrecerá diversos servicios de comercio electrónico móvil («mCommerce») a empresas en el Reino Unido («la operación»).
- (2) La dimensión de la operación abarca la UE de conformidad con el artículo 1, apartado 2, del Reglamento de concentraciones.
- (3) Después de una primera fase de evaluación, la Comisión concluyó que la operación entraba en el ámbito de aplicación del Reglamento de concentraciones y planteaba serias dudas en cuanto a su compatibilidad con el mercado interior y con el Acuerdo EEE. Por consiguiente, el 13 de abril de 2012, la Comisión inició el procedimiento contemplado en el artículo 6, apartado 1, letra c), del Reglamento de concentraciones (en lo sucesivo, «la decisión de incoar el procedimiento»).
- (4) Las partes notificantes han presentado varias observaciones separadas con objeto de responder a los aspectos concretos planteados en la decisión de incoar el procedimiento.

- (5) El 2 de mayo de 2012, las partes notificantes solicitaron una prórroga de 17 días laborables del plazo establecido para la segunda fase de la investigación, de conformidad con el artículo 10, apartado 3, segundo párrafo, del Reglamento de concentraciones.

II. LAS PARTES NOTIFICANTES

- (6) Everything Everywhere es una empresa en participación creada por la fusión de T-Mobile UK y Orange UK, que fue declarada compatible con el mercado interior por la Decisión de la Comisión de 1 de marzo de 2010, en el asunto COMP/M.5650 — T-Mobile/Orange⁽²⁾. Everything Everywhere es, en último término, propiedad de France Télécom y Deutsche Telekom, que prestan servicios de telefonía fija y móvil en varios Estados miembros de la UE y en el resto del mundo.
- (7) Telefónica UK es una filial propiedad al 100 % de Telefónica S.A. y pertenece al Grupo Telefónica, que ofrece principalmente servicios de telefonía fija y móvil en varios Estados miembros de la UE, así como en una serie de países no europeos, especialmente en América Latina.
- (8) El Grupo Vodafone es la sociedad de cartera de un grupo de empresas que opera redes de telecomunicaciones móviles y presta los correspondientes servicios de telecomunicaciones. El Grupo Vodafone tiene participaciones accionariales en treinta operadores de telefonía móvil de todo el mundo. Está presente en otras partes de la Unión Europea a través de filiales de su propiedad o bajo su

⁽¹⁾ DO L 24 de 29.1.2004, p. 1 (denominado en lo sucesivo el «Reglamento de concentraciones»).

⁽²⁾ Apartado 239.

control, y también tiene relaciones con otras redes asociadas en más de cuarenta países, entre ellos países de la Unión Europea. Vodafone UK Limited («Vodafone UK»), filial propiedad de Vodafone Group al 100 % y controlada por este, opera concretamente en el mercado minorista de la telefonía móvil del Reino Unido.

(9) La empresa en participación ofrecerá diversos servicios dirigidos a los clientes empresariales en el Reino Unido. Ninguna de las actividades de la empresa en participación se suministrará directamente a los consumidores. La empresa en participación prestará servicios a las partes notificantes, así como a terceros operadores móviles (los «usuarios de los servicios»). Concretamente, la empresa en participación prevé ofrecer los siguientes servicios:

a) El suministro de una plataforma que permita prestar servicios relativos a las transacciones (por ejemplo, pagos o compra de billetes) accesibles fuera de línea a través de un teléfono móvil equipado con la tecnología Near Field Communication («NFC»), así como en línea a través de internet (plataforma monedero o Wallet Platform) ⁽³⁾. La plataforma monedero admitirá la prestación de diversos servicios relacionados con NFC, incluidos el pago en tiendas, la compra de billetes y los servicios de acceso así como los servicios de vales y de fidelidad, que permitan suministrar vales digitales a los consumidores (las «transacciones»). Estos servicios se prestarán a entidades comerciales incluidos bancos, otros emisores de tarjetas de pago (de crédito, de débito, de prepago, etc.), emisores de tarjetas de fidelidad, emisores de billetes y otros minoristas (los «prestadores de servicios»).

b) La prestación y provisión de servicios de plataforma de comercialización móvil con el fin de ofrecer un punto único de contacto para los anunciantes y las agencias publicitarias que deseen desarrollar campañas de publicidad dirigidas a clientes de los operadores de redes móviles («ORM») y de los operadores de redes virtuales móviles («ORVM») (denominados conjuntamente «los operadores móviles») ya sea a través de mensajes push, cupones y vales, o a través de la venta de espacio publicitario.

⁽³⁾ Existen dos modalidades de lo que comúnmente se denomina monedero móvil: i) un monedero contenedor: el monedero contenedor ofrece a los consumidores, como mínimo, una visión de todas las aplicaciones que están cargadas en el elemento seguro y le permite elegir las tarjetas de pago que están activadas o no y establecer prioridades entre ellas. Este monedero móvil sirve como contenedor de todas las tarjetas de pago virtual de los consumidores (el componente de la interfaz gráfica de usuario) y permite configurar el elemento seguro (el componente técnico) incluso de diferentes emisores de tarjeta, como lo haría un consumidor que tuviera varias tarjetas de pago físico en su cartera; ii) un monedero centrado en una aplicación: solo contiene una aplicación que puede incluir varias tarjetas, pero de un mismo emisor. Cada tarjeta guardada en el elemento seguro (por ejemplo, una tarjeta de pago) está representada por la correspondiente aplicación (interfaz gráfica de usuario) en el móvil. Así pues, una tarjeta perteneciente a un prestador de servicios individual aparece como una aplicación individual en el dispositivo. En el mundo físico sería lo equivalente a una tarjeta de plástico.

c) El suministro de servicios de análisis de datos a los consumidores de las transacciones de la empresa en participación y a los anunciantes en relación con los datos recogidos de sus servicios tanto relativos a las transacciones como de publicidad ⁽⁴⁾.

III. MERCADOS DE REFERENCIA

3.1. Mercados de productos de referencia

Mercado de suministro mayorista de plataformas de monedero móvil

(10) Cabe definir un mercado de referencia del suministro mayorista de plataformas de monedero móvil ⁽⁵⁾, distinto del mercado de la distribución al por menor de servicios de monedero móvil a los clientes. No obstante, a efectos de la presente Decisión, esta definición puede quedar abierta, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna definición alternativa del mercado de productos.

Mercado de almacenamiento seguro

(11) Un monedero móvil necesita un lugar de almacenamiento seguro de la información, en particular de las credenciales de pago. Ese almacenamiento puede, en principio, suministrarse mediante una variedad de medios como el almacenamiento en la nube y almacenamiento en un elemento seguro («ES»), que pueden estar situados en diferentes lugares o en el teléfono móvil.

(12) La Comisión no excluye que pueda establecerse una distinción entre un mercado de suministro mayorista de servicios de plataformas de monedero móvil y un mercado de suministro de almacenamiento seguro únicamente. Sin embargo, este último no solo abarcaría el suministro de almacenamiento seguro en tarjetas SIM sino que

⁽⁴⁾ La empresa en participación también operará como procesador de transacciones virtuales («PTV»), que permite a los distribuidores analizar la actividad minorista de los consumidores. La empresa en participación no procesará en realidad por sí misma todas las transacciones. En su lugar, se asociará con terceros procesadores de transacciones existentes, actuando como intermediario, con el fin de obtener información básica sobre compras en línea y físicas realizadas por los usuarios del monedero móvil, junto con ciertos detalles sobre el usuario. Posteriormente, la empresa en participación podría transmitir esta información a los comerciantes pertinentes como servicio de valor añadido. Si bien no constituyen un mercado de productos de referencia (ya que los servicios de PTV de la empresa en participación no se ofrecerán como un producto diferenciado), estos servicios están vinculados a los elementos de publicidad y análisis de datos de la empresa en participación.

⁽⁵⁾ Varias empresas (Ericsson, Microsoft, etc.) ofrecen lo que se suele denominar monederos de «marca blanca». Estas empresas pretenden ofrecer a los participantes en el mercado una infraestructura de TI para facilitar las transacciones, el canje de bonos y el análisis de datos para lanzar un monedero de marca propia. Por consiguiente, el suministro de monederos de «marca blanca» se parece a la plataforma de monedero que la propia empresa en participación quiere hacer a OR(V)M terceros. Por otra parte, estas empresas, al igual que la empresa en participación, solo están presentes en el nivel mayorista y, de este modo, la oferta de un mercado del suministro de servicios mayoristas de plataforma de monedero móvil sería sustancialmente diferente a la de la prestación de servicios de distribución minorista de monedero móvil a los clientes finales.

también incluiría al menos un almacenamiento seguro suministrado en ES integrados y, posiblemente, en ES situados en dispositivos añadidos al teléfono móvil, así como en soluciones basadas en la nube.

- (13) En cualquier caso, a efectos de la presente Decisión no es necesario dilucidar si un mercado de almacenamiento seguro incluye también un lugar de almacenamiento seguro en ES añadidos al teléfono móvil o en soluciones basadas en la nube, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna definición alternativa del mercado de productos.

Mercado de distribución al por menor de servicios de monedero móvil para clientes

- (14) Las partes notificantes consideran que existe un mercado descendente de la distribución al por menor de servicios de monedero móvil para clientes. La propia empresa en participación no estará presente en este mercado. En lugar de ello, la oferta de la empresa en participación de suministro mayorista de plataformas de monedero móvil hará posible que las partes notificantes y los demás usuarios de servicios oferten un monedero móvil individualizado para compras minoristas basado en la plataforma de monedero móvil subyacente suministrada por la empresa en participación.

- (15) Durante la investigación de mercado, la Comisión examinó, en particular, los siguientes aspectos:

- a) si el mercado minorista de la prestación de servicios de monedero móvil (que incluyan los pagos a través de móviles tanto en línea como fuera de línea), constituye un mercado distinto del de los servicios de pago en línea existentes (a través de tarjetas de crédito/débito/PayPal, etc., a través de internet en un ordenador estático, en tabletas, o en un teléfono móvil);
- b) si el mercado minorista de la prestación de servicios de monedero móvil (que incluyan los pagos a través de móviles tanto en línea como fuera de línea), constituye un mercado distinto del de los servicios de pago fuera de línea existentes (tarjetas de crédito y débito con tecnología NFC y medios clásicos de pago, como las tarjetas de débito y de crédito y el pago en efectivo);
- c) si el mercado minorista de la prestación de servicios de monedero móvil debe subdividirse a su vez entre pagos en línea y fuera de línea a través de móviles.

- (16) La Comisión considera que los actuales métodos existentes de pago en línea y a través de móviles pueden pertenecer a mercados de productos de referencia distintos. Sin embargo, a efectos de la presente Decisión no es

necesario dilucidar si en la actualidad los métodos existentes de pago en línea forman parte del mismo mercado que los métodos de pago a través de móviles, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna definición alternativa del mercado de productos.

- (17) La Comisión considera probable que los pagos a través de móviles sigan coexistiendo en un futuro próximo con medios de pago no móviles, incluidas las tarjetas de crédito y de débito con y sin tecnología NFC. Los consumidores querrán seguir utilizando varios medios de pago y los proveedores de medios de pago y los minoristas tienen un incentivo para seguir suministrando y aceptando los medios de pago utilizados por sus clientes. Incluso si estos medios de pago tienen características que los distinguen de los pagos a través de móviles, es muy probable que exista un cierto grado de sustituibilidad, especialmente entre los pagos a través de móviles y con tarjetas de crédito y débito con tecnología NFC, lo que implica que los medios de pago fuera de línea existentes actualmente pueden ejercer una presión competitiva sobre los proveedores minoristas de servicios de pago a través de móviles. Esto, a su vez, dará lugar a una presión competitiva indirecta sobre los proveedores mayoristas de plataformas de monedero móvil. Sin embargo, a efectos de la presente Decisión, no es necesario dilucidar si actualmente los pagos fuera de línea forman parte del mismo mercado que los pagos a través de móviles, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna definición alternativa del mercado de productos.

- (18) Por último, la Comisión considera que no es probable que los pagos en línea y fuera de línea a través de móviles formen parte del mismo mercado de productos de referencia, al menos en la actualidad. Si bien la evolución a corto y medio plazo no está totalmente clara⁽⁶⁾, a efectos de la presente Decisión, no es necesario dilucidar si los pagos en línea y fuera de línea a través de móviles forman parte del mismo mercado, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna definición alternativa del mercado de productos.

Mercado de servicios de publicidad

- (19) La empresa en participación actuará como intermediario para la venta de inventario publicitario digital: ofrecerá a los anunciantes, agencias y otros una «ventanilla única» para el envío de cupones y ofertas o campañas de publicidad de marcas a través de los teléfonos móviles de los clientes inscritos de todos los OR(V)M participantes mediante una única campaña.

⁽⁶⁾ Esto es coherente con el Libro Verde de la Comisión «Hacia un mercado europeo integrado de pagos mediante tarjeta, pagos por Internet o pagos móviles» que apunta a una difuminación de la línea que separa los pagos móviles a distancia de los pagos electrónicos, difuminación que podría hacerse más patente en el futuro. Véase el punto 2.4 del Libro Verde en la siguiente dirección: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011DC0941:EN:NOT>

(20) En particular, la empresa en participación ofrecerá los siguientes servicios:

- a) *SMS push*: la empresa en participación enviará mensajes SMS a los clientes de todos los OR(V)M que se hayan inscrito para recibir ofertas o mensajes de promocionales;
- b) *SMS masivos inteligentes*: la empresa en participación enviará a los clientes inscritos mensajes SMS de un anunciante con datos/características adicionales superpuestos a fin de mejorar la eficacia de la campaña; la empresa en participación ofrecerá, únicamente como actividad accesoria, servicios estándar de SMS masivos, es decir, sin superposición inteligente;
- c) *ofertas de captación (pull)*: la empresa en participación proporcionará a los anunciantes y agencias acceso a plataformas como las aplicaciones de los OR(V)M o al monedero de la empresa en participación para enviar ofertas o información en un lugar que se incitaría a los consumidores a visitar y en el que podrían encontrar estos servicios, en lugar de enviar ofertas o información a través de *SMS push* /MMS o mediante un anuncio visualizado;
- d) *visualización de publicidad en los recursos de los OR(V)M*: la empresa en participación proporcionará a los anunciantes opciones de publicidad, entre ellas, visualización de anuncios, recuadros, ventanas emergentes, etc., en todos los dispositivos móviles de los OR(V)M participantes, es decir, en monederos, portales y aplicaciones móviles;
- e) *cupones y vales*: la empresa en participación ofrecerá la capacidad de emitir cupones y vales a través de mensajes y otros medios, canjearlos tanto en línea como en los comercios minoristas a través del monedero de la empresa en participación o de otras aplicaciones móviles y realizar un seguimiento de ese canje cuando sea necesario.

(21) La empresa en participación no tendrá actividad en otros tipos de publicidad móvil (como por ejemplo el suministro de servicios de intermediación para publicidad en motores de búsqueda), que, por lo tanto, no se contemplan en la presente Decisión.

Mercado de servicios de intermediación de publicidad móvil

(22) Según las partes notificantes, el mercado de productos de referencia para la evaluación de la creación de la empresa en participación es el mercado de la prestación de servicios de intermediación de publicidad digital en el Reino Unido, incluidas todas las formas de publicidad digital (ya sea mensajería de comercialización por correo electrónico, SMS o notificación *push*; o publicidad en línea ligada o no a la búsqueda), enviada tanto a través de conexiones de internet estáticas como a través de dispositivos móviles de comunicación (y, por ende, a través de dispositivos intermedios como ordenadores portátiles y tabletas).

(23) En su práctica anterior, la Comisión ha distinguido entre el suministro de espacio publicitario en línea y fuera

de línea (7). La Comisión también ha examinado si el mercado de la publicidad en línea podía subdividirse en servicios ligados o no a la búsqueda, pero finalmente decidió no pronunciarse al respecto porque la operación no planteaba problemas de competencia en ninguna definición alternativa del mercado de productos (8).

(24) Sin embargo, a efectos de la presente Decisión, tampoco es necesario dilucidar si la publicidad móvil constituye un mercado distinto de la publicidad en línea (ligada o no a la búsqueda) o si forma parte de un mercado mayor, puesto que no es probable que la operación vaya a obstaculizar de forma significativa la competencia efectiva en ninguna otra posible definición del mercado de productos.

Mensajería comercial específica como parte de la publicidad móvil

(25) A efectos de la presente Decisión, no es necesario, sin embargo, determinar si la mensajería móvil comercial constituye un mercado distinto de la publicidad móvil ligada o no a la búsqueda o si forma parte de un mercado mayor, puesto que no es probable que la operación vaya a obstaculizar de forma significativa la competencia efectiva en ninguna otra posible definición del mercado de productos.

Existencia de submercados distintos dentro de la mensajería comercial específica

(26) La Comisión examinó, además, si, dentro de la mensajería comercial específica, los *SMS push* y los SMS masivos inteligentes, por una parte, y las notificaciones *push* IP, por otra, constituyen mercados distintos.

(27) Sin embargo, a efectos de la presente Decisión, no es necesario dilucidar si los diferentes tipos de mensajes comerciales móviles específicos constituyen mercados distintos o forman parte de un mercado mayor, ya que no es probable que la operación vaya a obstaculizar de forma significativa la competencia efectiva en ninguna otra posible definición del mercado de productos.

Intermediación de publicidad móvil frente a ventas directas

(28) La empresa en participación actuará como intermediario por lo que respecta a la mensajería comercial específica, la publicidad no ligada a búsqueda y de otro tipo en teléfonos móviles (como cupones y vales).

(29) Basándose en la investigación del mercado, la Comisión ha llegado a la conclusión de que las ventas directas de publicidad móvil restringen en buena medida la venta a través de intermediarios. En cualquier caso, a efectos de la presente Decisión, no es necesario dilucidar si existen mercados distintos para las ventas directas o a través de intermediarios de publicidad móvil o si son parte de

(7) Véase la Decisión de la Comisión de 11 de marzo de 2008 en el asunto COMP/M.4731 — Google/DoubleClick.

(8) Véase la nota a pie de página 7.

un mercado mayor, ya que no es probable que la operación vaya a obstaculizar de forma significativa la competencia efectiva en ninguna otra posible definición del mercado de productos.

Conclusión general

- (30) Basándose en lo anterior, se concluye que, por lo que se refiere a las actividades de publicidad de la empresa en participación, no es necesario definir con precisión el mercado de productos, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna otra posible definición alternativa de mercado de productos.

Mercado de los servicios de SMS masivos al por mayor y al por menor

- (31) El servicio de SMS masivos al por menor permite a las empresas (tales como minoristas o entidades financieras) enviar grandes volúmenes de mensajes de texto a sus clientes (siempre que estos se hayan inscrito para recibirlos en sus móviles). Puede utilizarse para el envío de mensajes de comercialización, pero en la actualidad se utiliza principalmente para ofrecer información general a los clientes. Por ejemplo, un banco puede utilizar un servicio al por menor de SMS masivos para enviar comunicaciones bancarias breves o alertar a sus clientes sobre fraudes.
- (32) El envío de mensajes a través de SMS a los destinatarios previstos exige la conectividad con una o varias redes móviles y el transporte físico de dichos mensajes a los correspondientes abonados a la telefonía móvil. Este servicio se denomina envío al por mayor de SMS masivos. El servicio consta de dos elementos principales: en primer lugar, el transporte del mensaje del remitente (la empresa en participación o un agregador) a la red móvil a la que está abonado el destinatario (la red de origen), y, en segundo lugar, el transporte por la red de origen hasta el teléfono móvil del destinatario.
- (33) Las partes notificantes consideran que existe un mercado independiente para los servicios al por menor de SMS masivos y otro para los servicios al por mayor de SMS masivos, que es un insumo del mercado anterior para los servicios de mensajería comercial de la empresa en participación.
- (34) Según la investigación del mercado, los servicios al por menor de SMS masivos constituyen un mercado distinto del de mensajería comercial activa. El primero es posterior al posible mercado de la prestación al por mayor de servicios de SMS masivos. Sin embargo, a los efectos de la presente Decisión, la definición exacta del mercado puede dejarse abierta, ya que no es probable que la operación vaya a obstaculizar de forma significativa la competencia efectiva en ninguna otra posible definición del mercado de productos.

Mercado de servicios de análisis de datos

- (35) Además de sus servicios relativos a las transacciones y de publicidad, la empresa en participación ofrecerá servicios de análisis de datos a sus clientes. Las partes notificantes

no tienen previsto que la empresa en participación ofrezca servicios de análisis de datos como productos distintos. La empresa en participación pretende recoger y analizar los datos generados por sus transacciones y sus servicios de publicidad con el fin de proporcionar a sus clientes información útil sobre el comportamiento de los consumidores. Las actividades de análisis de datos de la empresa en participación constarán de tres elementos principales: análisis de informes, análisis de la evolución del negocio y análisis de la fidelidad.

- (36) En opinión de las partes notificantes, la empresa en participación operará en el mercado de la prestación de servicios de análisis de datos relativos a los servicios de publicidad en línea y fuera de línea y relacionados con las transacciones. No consideran necesario segmentar el mercado general de la prestación de servicios de análisis de datos en el presente asunto.
- (37) La Comisión evaluó, en el contexto de la presente operación, si podía o no existir un mercado de productos distinto para la prestación de servicios de análisis de datos en relación con la publicidad móvil.
- (38) Además, evaluó si, en el campo de la telefonía móvil, podían existir mercados distintos para los servicios de estudios de mercado (con objeto de medir y comprender los hábitos de consumo de los consumidores) y para los servicios de información sobre el mercado (dirigidos a suministrar datos sobre los consumidores individuales, tales como edad, grupo social, actividades, dirección, etc., para fines de comercialización directa).
- (39) En cualquier caso, a los efectos de la presente Decisión, la definición exacta del mercado de productos puede quedar abierta, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna otra posible definición del mercado de productos.

Mercado de los servicios de telefonía móvil al por menor

- (40) En este mercado, los ORM venden a los clientes finales llamadas de voz nacionales e internacionales, SMS (incluidos los MMS), internet móvil con servicios de datos y acceso a contenidos a través de la red móvil.
- (41) En decisiones previas⁽⁹⁾, la Comisión no subdividió más el mercado de la prestación de servicios de comunicaciones móviles a los clientes finales en función del tipo de cliente (empresas o particulares, abonados con contrato o clientes de prepago) o según el tipo de tecnología de la

⁽⁹⁾ Véanse las Decisiones de la Comisión de 1 de marzo de 2012 en el asunto COMP/M.5650 — T-Mobile/Orange, apartado 24; de 27 de noviembre de 2007, en el asunto COMP/M.4947 — Vodafone/Tele2 Italia/Tele2 España, apartado 14; de 26 de abril de 2006 en el asunto COMP/M.3916 — T-Mobile Austria/Tele.ring, apartado 18; de 24 de septiembre de 2004 en el asunto COMP/M.3530 — Teliasonera/Orange, apartado 13; y de 16 de septiembre de 2003, en el asunto COMP/M.3245 — Vodafone/Singlepoint, apartado 12.

red (2G/GSM o 3G/UMTS). Por consiguiente, la Comisión evaluó los asuntos anteriores basándose en un mercado único para la prestación de servicios de telecomunicación móvil a clientes finales.

- (42) A efectos de la presente Decisión, puede dejarse abierta la cuestión de si existen o no distintos submercados por lo que se refiere a los servicios de telecomunicación móvil para clientes finales, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en cualquier definición alternativa del mercado de productos.

3.2. Mercados geográficos de referencia

Mercado de suministro mayorista de plataformas de monedero móvil

- (43) Las partes notificantes consideran que el mercado geográfico de referencia del suministro mayorista de plataformas de monedero móvil es, como mínimo, de alcance nacional y abarca todo el Reino Unido.
- (44) Basándose en la investigación del mercado, la Comisión considera que en el presente asunto el ámbito geográfico del suministro mayorista de plataformas de monedero móvil parece ser al menos nacional (Reino Unido) y posiblemente más que nacional. Sin embargo, no es necesario dilucidar si el alcance geográfico del mercado del suministro mayorista de plataformas de monedero móvil es mayor que el nacional, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en cualquier definición alternativa del mercado geográfico de referencia.

Mercado de almacenamiento seguro

- (45) Las partes notificantes no tomaron en consideración un mercado de almacenamiento seguro ni su alcance geográfico.
- (46) El suministro de almacenamiento seguro en un ES basado en la tarjeta SIM parece estar estrechamente relacionado con la prestación de servicios de telefonía móvil al por menor, mercado cuyo ámbito geográfico, según ha concluido la Comisión en anteriores decisiones, es de alcance nacional⁽¹⁰⁾.
- (47) Por otra parte, cabe concebir que el ámbito geográfico del suministro de un almacenamiento seguro en un ES integrado es mayor, ya que los emisores de ES integrados, en particular los fabricantes de equipos originales (OEM) y los proveedores de sistemas operativos (SO) e incluso quizás los emisores de ES externos y de almacenamiento

seguro en la nube, operan a escala mundial. Por lo tanto, pueden contratar con proveedores minoristas de servicios de monedero móvil o con proveedores minoristas de plataformas de monedero móvil para el suministro de almacenamiento seguro a una escala superior a la nacional.

- (48) La Comisión considera que en el presente caso el alcance geográfico del posible mercado del suministro de almacenamiento seguro parece ser al menos nacional (Reino Unido). A efectos de esta operación, la definición exacta del mercado geográfico del posible mercado del suministro de almacenamiento seguro puede quedar abierta, ya que la operación propuesta no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en cualquier definición alternativa del mercado geográfico de referencia.

Mercado de la distribución al por menor de servicios de monedero móvil para clientes

- (49) Las partes notificantes consideran que el alcance geográfico del mercado de la distribución minorista de servicios de monedero móvil es al menos nacional. No prevén ofrecer activamente monederos móviles a los consumidores fuera del Reino Unido, lo que refleja el hecho de que las tarjetas de pago y los servicios ofrecidos a través del monedero móvil estarán relacionados con prestadores de servicios en el Reino Unido.
- (50) Sin embargo, las partes notificantes estiman que sus competidores, tales como Google y PayPal, ofrecerán estos servicios a los consumidores en varios países⁽¹¹⁾ y por lo tanto operarán a escala mundial. Consideran que, si bien no hay ninguna base para definir unos mercados regionales o locales, no es necesario dilucidar si el mercado de referencia de la distribución minorista de servicios de monedero móvil a clientes puede ser mayor que el nacional.
- (51) Basándose en la investigación del mercado, la Comisión considera que, en el presente asunto, el alcance geográfico del mercado de la distribución minorista de servicios de monedero móvil parece ser al menos nacional (Reino Unido). A los efectos del presente asunto, la definición exacta del mercado geográfico de la distribución minorista de servicios de monedero móvil a clientes puede dejarse abierta, en la medida en que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna definición del mercado geográfico de referencia.

⁽¹⁰⁾ Véase la Decisión de la Comisión de 24 de septiembre de 2004, asunto COMP/M.3530 — TeliaSonera AB/Orange, apartado 16, y la Decisión de la Comisión de 24 de octubre de 2005, asunto COMP/M.3920 — France Télécom/Amena, apartado 20.

⁽¹¹⁾ Las partes notificantes pretenden además que el monedero móvil de la empresa en participación sea interoperable con las distintas iniciativas de monedero de otros Estados miembros de la UE, lo que permitirá a los usuarios utilizar su monedero móvil cuando viajen por la Unión Europea (y potencialmente en cualquier otro lugar).

Mercado de servicios de publicidad

- (52) En relación con los servicios de publicidad prestados por la empresa en participación (y los posibles submercados), las partes notificantes afirman que la definición del mercado geográfico de referencia abarca al menos el Reino Unido.
- (53) Vista la investigación del mercado, la Comisión concluye que el alcance del mercado geográfico de los servicios de publicidad y sus posibles submercados parece ser nacional (Reino Unido). Sin embargo, a los efectos de la presente Decisión, la definición exacta del mercado geográfico puede quedar abierta, ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna definición de mercado geográfico.

Mercado de los servicios de SMS masivos al por mayor y al por menor

- (54) Las partes notificantes consideran que el alcance geográfico del mercado de los servicios de SMS masivos al por menor es de dimensión nacional como mínimo y que abarca el conjunto del Reino Unido.
- (55) El ámbito geográfico del (posible) mercado de los servicios de SMS masivos al por menor parece ser nacional (Reino Unido) o incluso de mayor alcance; el (posible) mercado de los servicios de SMS masivos al por mayor parece tener un alcance superior al nacional.
- (56) Tanto en lo que se refiere al mercado de los servicios de SMS masivos al por mayor y como al por menor, la definición exacta del mercado geográfico puede quedar abierta en el presente asunto, dado que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna definición alternativa del mercado geográfico.

Mercado de servicios de análisis de datos

- (57) Las partes notificantes consideran que el ámbito geográfico del mercado de servicios de análisis de datos (y de sus correspondientes submercados) es, como mínimo, de alcance nacional y abarca todo el Reino Unido.
- (58) A efectos de la presente Decisión, la definición exacta del mercado geográfico puede quedar abierta, dado que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna definición alternativa del mercado geográfico.

Mercado de los servicios de telefonía móvil al por menor

- (59) En decisiones anteriores⁽¹²⁾, la Comisión consideró que el mercado geográfico de referencia de los servicios de telecomunicación móvil para clientes finales (y de cualquier posible submercado) era de ámbito nacional. Esto se basa en que las tarifas de los móviles se aplican a escala nacional y que la regulación (como la atribución

del espectro, la numeración y la terminación móvil) también se hace a dicha escala.

- (60) La Comisión concluye, en línea con sus decisiones anteriores, que el mercado geográfico se limita al Reino Unido.

IV. EVALUACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMPETENCIA**4.1. Introducción**

- (61) De conformidad con el artículo 2, apartados 2 y 3, del Reglamento de concentraciones, la Comisión debe evaluar si una concentración propuesta es susceptible de obstaculizar de forma significativa la competencia efectiva en el mercado común o en una parte sustancial del mismo⁽¹³⁾. A este respecto, la Comisión ha evaluado todos los mercados afectados por la operación.
- (62) Por lo que respecta a los servicios relativos a las transacciones móviles, los mercados de referencia para la evaluación de la operación son el mercado anterior de la prestación al por mayor de servicios de monedero móvil, el mercado del acceso a un almacenamiento seguro, el mercado posterior de la distribución al por menor de monederos móviles a los clientes, y el mercado de los servicios de telefonía móvil al por menor. Todos estos mercados tienen un ámbito geográfico que abarca al menos el Reino Unido, pudiendo incluso ser mayor⁽¹⁴⁾.
- (63) Por lo que se refiere a los servicios de publicidad de la empresa en participación, los mercados de referencia para la evaluación de la operación desde el punto de vista de la competencia son los mercados de intermediación de publicidad móvil y sus posibles submercados así como el del suministro al por mayor y al por menor de servicios de SMS masivos. Además, el mercado del análisis de datos, con sus posibles submercados, también es pertinente para la evaluación de la competencia en el presente caso.
- (64) La Comisión ha centrado principalmente su investigación de mercado en la evaluación de la probabilidad de que, como resultado de la operación, las posibles estrategias de cierre del mercado sean perjudiciales para la competencia, en particular habida cuenta de las posiciones muy sólidas que las partes notificantes tienen conjuntamente en el mercado de la telefonía móvil al por menor en el Reino Unido. Como consecuencia, la presente sección evalúa en primer lugar los posibles efectos no horizontales de la operación en los mercados de los monederos móviles y los SMS masivos y, a continuación, examina los posibles efectos horizontales de la operación en los mercados de la prestación al por mayor de servicios de plataformas de monedero móvil y en los mercados de los servicios de publicidad móvil y del suministro de análisis de datos.

⁽¹²⁾ Véanse las Decisiones de la Comisión de 1 de marzo de 2012 en el asunto COMP/M.5650 — T-Mobile/Orange, apartado 25; de 20 de agosto de 2007 en el asunto COMP/M.4748 — T-Mobile/Orange Netherlands, apartado 16; y de 26 de abril de 2006 en el asunto COMP/M.3916 — T-Mobile Austria/Tele.ring, apartado 19.

⁽¹³⁾ Véase el Reglamento del Consejo (CE) n° 139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas (DO L 24 de 29.1.2004, p. 1).

⁽¹⁴⁾ La evaluación de la competencia se lleva a cabo en un mercado constituido por el conjunto del Reino Unido. En cualquier mercado geográfico más amplio, se llegaría a la misma conclusión de que no existe ningún probable obstáculo significativo para la competencia efectiva.

(65) A la hora de evaluar los posibles efectos horizontales, la Comisión ha considerado la situación si no existiera la operación. Basándose en los resultados de la investigación del mercado, la Comisión considera que las partes notificantes podrán (y en cierta medida ya pueden) ofrecer sus servicios de comercio electrónico móvil sin la empresa en participación⁽¹⁵⁾. Sin embargo, a efectos de la presente Decisión no es necesario llegar a una conclusión a este respecto ya que la operación no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en ninguna hipótesis alternativa.

4.2. Efectos no horizontales — efectos verticales

Introducción

(66) En la presente Decisión, la Comisión examina si las partes notificantes podrán ejercer su fuerte posición colectiva en el mercado de los servicios de telefonía móvil al por menor (y en cualquier posible submercado), a fin de excluir a otros posibles nuevos operadores del mercado al por mayor de las plataformas de monedero móvil de la oferta de servicios móviles competidores de plataforma de monedero móvil. Según las Directrices sobre concentraciones no horizontales, hay dos tipos posibles de cierre del mercado: bloqueo de insumos y bloqueo de clientes⁽¹⁶⁾. En el presente asunto, la Comisión evalúa la probabilidad de una estrategia destinada a bloquear técnica o comercialmente el acceso a insumos esenciales para el suministro de productos de monedero móvil a los consumidores finales; estos insumos esenciales son el ES y la instalación de aplicaciones en un teléfono móvil que permitan el funcionamiento del monedero móvil. Ese bloqueo de insumos podría perjudicar o deteriorar las condiciones de la competencia en el mercado de los servicios al por mayor de plataformas de monedero móvil (por ejemplo, dando lugar a precios más altos para los proveedores de servicios) y afectaría también a las condiciones de la competencia en el mercado posterior de los servicios al por menor de plataformas de monedero móvil. Por lo tanto, la Comisión examina a continuación la capacidad y el incentivo de las partes notificantes para emprender ese bloqueo de insumos.

(67) La Comisión ha investigado, en particular, si las partes notificantes:

- a) tendrían la capacidad técnica para bloquear sustancialmente a los competidores proveedores de monederos móviles usando una variedad de posibles medios;
- b) tendrían la capacidad y los incentivos para emprender el bloqueo comercial de los competidores proveedores de monederos móviles usando una variedad de posibles medios.

⁽¹⁵⁾ Véanse, por ejemplo, las respuestas a los cuestionarios Q1 y Q2 de 7 de marzo de 2012, preguntas 64 y 65.

⁽¹⁶⁾ Para una definición de bloqueo de insumos véanse las Directrices para la evaluación de las concentraciones no horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas (2008/C 265/07), apartado 31.

Evaluación del bloqueo técnico

(68) Por lo que se refiere a la capacidad técnica para bloquear sustancialmente a los competidores proveedores de monederos móviles, cabe señalar en primer lugar que la mayoría de los que respondieron durante la investigación de mercado consideraba que las partes notificantes no tendrán capacidad técnica para impedir o limitar la capacidad de sus competidores⁽¹⁷⁾ para ofrecer servicios de monederos móviles por un medio distinto a la empresa en participación⁽¹⁸⁾. También cabe señalar que las partes notificantes afirman que la empresa en participación facilitará acceso a los demás ORM y ORVM en condiciones no discriminatorias⁽¹⁹⁾. En particular, la empresa en participación desarrollará todos los detalles técnicos de conformidad con los estándares de la industria que se distribuirán de forma abierta a los usuarios de los servicios y a los potenciales usuarios de servicios sobre una base no discriminatoria⁽²⁰⁾.

(69) El acceso a un ES es fundamental para el funcionamiento de los monederos móviles. Aunque, en principio, es posible que las transacciones desde un teléfono móvil se pudieran concluir mediante soluciones que usasen programas informáticos seguros que guardaran las credenciales de pago en la nube, en el momento actual se considera que estas soluciones son menos seguras o demasiado lentas para su uso en los puntos de venta, ya que requieren la introducción de un nombre de usuario y de contraseñas. Esas soluciones parecen viables a medio y largo plazo⁽²¹⁾.

(70) La Comisión considera, por lo tanto, que el medio actual más probable para ofrecer un monedero móvil a los clientes es el uso de un ES basado en una tarjeta SIM o, alternativamente, un ES integrado.

(71) Así pues, en primer lugar, la Comisión evalúa si las partes notificantes podrán impedir sustancialmente que los competidores ofrezcan a los clientes un monedero móvil que compita con el ofertado a través de la empresa en participación, denegándoles acceso al ES basado en la tarjeta SIM.

(72) En segundo lugar, suponiendo que se denegara el acceso al ES basado en una tarjeta SIM, la Comisión evalúa si sus competidores podrían aún seguir ofreciendo sus monederos móviles mediante el acceso a un ES alternativo incorporado en el equipo del teléfono móvil o si las partes notificantes podrán también impedir sustancialmente que los competidores ofrezcan a los clientes un monedero móvil que compita con el ofertado a través de la empresa en participación, denegándoles el acceso a este ES alternativo integrado.

⁽¹⁷⁾ Por ejemplo, OR(V)M competidores, Google Wallet, PayPal u otros proveedores de monederos móviles.

⁽¹⁸⁾ Respuestas al cuestionario Q3 de 7 de marzo de 2012, pregunta 7.

⁽¹⁹⁾ Véase la respuesta de las partes notificantes a la solicitud de información de la Comisión de 13 de septiembre de 2011, pregunta 6.

⁽²⁰⁾ Véase el formulario CO, apartados 994 y 995.

⁽²¹⁾ Los servicios basados en programas informáticos o en la nube también se pueden utilizar para almacenar credenciales de pago. Se trata de una tecnología nueva y en desarrollo y todavía no está muy claro cómo se podría desplegar en el mercado masivo. No obstante, ofrece potencialmente una alternativa a la prestación de servicios del ORM.

(73) Sin embargo, la Comisión observa que, dado que se trata de un mercado incipiente y en evolución, si en el futuro salieran al mercado tecnologías nuevas basadas en programas informáticos, ES en la nube, tarjetas micro-SD, adhesivos o fundas NFC, o soluciones alternativas, lo que podría esperarse razonablemente teniendo en cuenta la evolución tecnológica, introducirían una competencia adicional significativa con las consiguientes presiones competitivas para la empresa en participación y las partes notificantes.

Capacidad técnica para cerrar sustancialmente el acceso al mercado de los competidores proveedores de monederos móviles bloqueando el acceso al ES basado en la tarjeta SIM

(74) La Comisión concluye que las partes notificantes tendrían la capacidad técnica para bloquear sustancialmente el acceso al ES basado en la tarjeta SIM por parte de los competidores proveedores de monederos móviles en los contratos de telefonía móvil al por menor que firmen con sus clientes (cuando facilitan la tarjeta SIM al cliente) en el Reino Unido. Esta conclusión no cambiaría si el alcance del mercado geográfico fuera mayor que el Reino Unido, ya que las partes notificantes ofrecen fundamentalmente sus contratos de telefonía móvil al por menor a clientes residentes en el Reino Unido.

Capacidad técnica para bloquear/degradar los monederos móviles competidores que funcionen con un ES alternativo

(75) En principio, los monederos móviles competidores podrían puentear el acceso al ES basado en una tarjeta SIM si pudieran acceder a otros ES situados en algún otro lugar del teléfono móvil que no fuese el interior de la tarjeta SIM de las partes notificantes.

(76) Los ES pueden estar integrados en el equipo del teléfono móvil (una solución propuesta por varios OEM⁽²²⁾ de teléfonos móviles de venta en el Reino Unido), o incluidos en un dispositivo externo etiquetado en el teléfono móvil. Como ejemplo, Visa ya ofrece una solución de servicios de pago móviles utilizando este ES en el Reino Unido.

(77) Es muy probable que los competidores que ofrezcan servicios relativos a las transacciones utilicen estas alternativas, lo que les abre claramente la posibilidad de proponer a los consumidores sus productos utilizando ES integrados tales como Google Wallet.

(78) Como la alternativa más probable al ES basado en una tarjeta SIM es el ES integrado, la Comisión centra su evaluación del bloqueo técnico en la capacidad de las

partes notificantes para degradar la funcionalidad de los monederos móviles competidores que necesiten usar un ES integrado. Esta degradación podría revestir esencialmente una de las varias formas existentes, que consideramos a continuación.

Capacidad técnica para bloquear/degradar la descarga, instalación o actualización en un terminal que opere con las redes de las partes notificantes, de una aplicación de monedero móvil competidor, que necesite un ES integrado

(79) La Comisión evaluó si las partes notificantes pueden tener la capacidad técnica para garantizar que los consumidores no se puedan descargar o utilizar la aplicación de monedero móvil necesaria. Las partes notificantes afirman que un ORM no tiene dicha capacidad de bloquear (o degradar) la descarga, instalación o actualización de una aplicación de monedero móvil (competidora)⁽²³⁾.

(80) Durante esta investigación del mercado, la Comisión ha mantenido estrechos contactos con el regulador de las telecomunicaciones del Reino Unido (Ofcom), que ha aportado su experiencia técnica independiente. Ofcom evaluó en detalle la presentación de las partes notificantes relativa al bloqueo técnico. Ofcom concluyó, en resumen, que las afirmaciones de las partes notificantes son razonables en el estado actual de la tecnología y la aplicación de los servicios de monedero móvil.

(81) Por lo que se refiere a la posibilidad técnica de los ORM de impedir la descarga de una aplicación de monedero móvil competidor sin bloquear el acceso a toda la tienda de aplicaciones, dos ORM que no forman parte de la empresa en participación confirmaron que no sería posible.

(82) Además, en lo que respecta a la posibilidad de que los ORM puedan obligar a un consumidor que utiliza una conexión 3G o Wi-Fi a dejar de descargar aplicaciones (por ejemplo, desde PayPal) de tiendas de aplicaciones tales como Google Play o iTunes, varios encuestados declararon que no era posible.

(83) Es probable que si las partes notificantes intentasen bloquear sitios web o aplicaciones por motivos distintos de la gestión del tráfico o el bloqueo de contenidos ilegales, los consumidores o los propietarios de estos sitios web y Ofcom lo detectarían, lo que podría afectar al comportamiento de las partes notificantes a este respecto. La Comisión considera que también es probable que esto ocurra con las demás estrategias de bloqueo técnico evaluadas en la Decisión.

⁽²²⁾ Por ejemplo, RIM, con sus modelos Blackberry Curve 9360, Bold 9900, Bold 9790 y 9860; HTC, con sus modelos One X y Desire C; Samsung, con sus modelos Galaxy Nexus y Galaxy SIII; y Sony Ericsson, con su modelo Xperia S, todos los cuales admiten una arquitectura con ES doble (ES integrado y ES basado en tarjeta SIM), y Samsung, con su Galaxy Note que solo admite ES integrados.

⁽²³⁾ Respuesta de las partes notificantes a la solicitud de información de la Comisión de 24 de abril de 2012, pregunta 14, y documento técnico de 8 de mayo de 2012 presentado por [...]*, en nombre de las partes notificantes, páginas 21 y 22.

- (84) Basándose en lo anterior, es muy probable que las partes notificantes no tengan capacidad para bloquear o degradar la descarga, instalación o actualización de una aplicación de monedero móvil competidor en un dispositivo que opere en la red de las partes notificantes.

Capacidad técnica para bloquear/degradar la funcionalidad de un ES integrado o para desactivarlo una vez instalado

- (85) Las partes notificantes afirman que los OEM son quienes emiten los ES integrados y controlan el acceso a los mismos ya que son quienes tienen los derechos de gestión de contenidos. Las partes notificantes no pueden bloquear el acceso o degradar la funcionalidad de los ES integrados, dado que carecen de las claves técnicas necesarias para introducirse en el ES integrado. No pueden modificar o determinar los derechos de acceso a los ES integrados.

- (86) La Comisión considera, basándose en especial en el informe de Ofcom ⁽²⁴⁾, que los ORM no son «propietarios» de los ES no basados en tarjetas SIM y que, en consecuencia, dichos ORM no controlarían la activación y el manejo de esos ES (aunque la activación de algunos aspectos puede depender total o parcialmente de los servicios de acceso, tales como las conexiones móviles de banda ancha, que los ORM pueden suministrar a algunos clientes). Si el acceso a la conexión de banda ancha de los ORM puede utilizarse para activar inicialmente un ES integrado, esto también puede hacerse alternativamente por USB o con una conexión Wi-Fi. Por consiguiente, si el ORM deseara cerrar el acceso, podría hacerlo con respecto a su conexión de banda ancha (es decir, puede ser factible desde el punto de vista técnico), pero es poco probable que fuera técnicamente viable impedir el uso de otros servicios de acceso (por ejemplo, USB o Wi-Fi) ⁽²⁵⁾.

- (87) Basándose en la investigación del mercado, es muy probable que las partes notificantes carezcan de capacidad técnica para bloquear o degradar técnicamente la funcionalidad de un ES integrado o para desactivarlo una vez instalado.

Capacidad técnica para subordinar el funcionamiento de un monedero móvil competidor de forma que se dé preferencia automáticamente al ES basado en una tarjeta SIM del monedero móvil de las partes notificantes

- (88) Las partes notificantes sostienen que es posible tener en un único móvil un ES basado en una tarjeta SIM y un ES integrado en ese mismo móvil. También es técnicamente posible que un ES basado en una tarjeta SIM y un ES integrado estén «activos» simultáneamente, es decir, funcionando de tal modo que el lector de proximidad pueda llamar a cualquiera de los ES. Además, los ORM no tienen la capacidad técnica para subordinar el funcionamiento de un monedero móvil competidor de tal modo

que se dé preferencia automáticamente al ES basado en una tarjeta SIM o al monedero móvil basado en la plataforma de la empresa en participación.

- (89) Basándose en la investigación del mercado y, en particular en lo afirmado por Ofcom, la Comisión considera que en último término la selección del ES por defecto dependerá de la decisión del cliente.

- (90) La Comisión reconoce que el hecho de preseleccionar en los ajustes de un móvil un monedero móvil por defecto puede tener ventajas. No obstante, considera que, en el caso de una aplicación que permita efectuar pagos en tiendas o en línea, que puede ser considerada una aplicación importante para los consumidores en términos de seguridad inherente, prestaciones, etc., es probable que el consumidor seleccione la aplicación de pago que prefiera para pagar sus bienes o servicios.

- (91) Por tanto, puede concluirse que, en caso de un teléfono móvil con un ES basado en una tarjeta SIM y un ES integrado, será el suministrador del SO y no los OEM quien probablemente efectúe la primera configuración de los ajustes de preferencia del ES y que, en último término, el consumidor podrá configurar los ajustes a su elección.

Creación de unos estándares o especificaciones de facto que bloqueen a los proveedores de monederos móviles competidores

- (92) Las partes notificantes afirman que no se prevé que la empresa en participación vaya a crear estándares nuevos. En su lugar, utilizará estándares abiertos preexistentes para la creación de su plataforma de monedero móvil.

- (93) La Comisión investigó si las partes notificantes podrían crear estándares y especificaciones de facto, impidiendo que los proveedores de servicios al por mayor de plataformas de monedero móvil competidor accedieran a aquellos, bloqueando así sus ofertas de monederos móviles competidores.

- (94) El resultado de la investigación del mercado en lo que respecta a la cuestión de si ya existen o no estándares o especificaciones aplicables a la interoperabilidad entre los ES basados en tarjetas SIM y las aplicaciones de monedero móvil no fue concluyente. La Comisión considera que esto puede ser reflejo de la naturaleza evolutiva de esta tecnología emergente.

- (95) Por otra parte, en lo que respecta a la posibilidad de que los clientes paguen, canjeen cupones y soliciten puntos de fidelidad al mismo tiempo con sus móviles (la solución denominada «todo en uno»), la Comisión ha llegado a la conclusión de que no existe una especificación

⁽²⁴⁾ Presentación de Ofcom de 31 de mayo de 2012, apartado 2.4.4.

⁽²⁵⁾ Véase, en particular, el acta aprobada de la conversación telefónica con Ofcom de 6 de junio de 2012.

estándar y que es probable que las partes notificantes deban crear sus propias especificaciones⁽²⁶⁾ o usar los estándares y especificaciones desarrolladas por operadores del mercado tales como Google o VeriFone⁽²⁷⁾.

(96) No obstante, Google, para que funcione su Google Wallet, ha desarrollado también unas especificaciones propias que permiten pagar y canjear cupones y puntos de fidelidad al mismo tiempo y los fabricantes de lectores para puntos de venta señalaron que estas especificaciones propias podrían coexistir en dichos lectores para que pudieran operar con diferentes monederos móviles⁽²⁸⁾.

(97) En mayo de 2010 se lanzó en Francia el proyecto Cityzi de servicios comerciales interoperables que agrupa sistemas de títulos de transporte, pagos seguros a través de móviles, varios proyectos minoristas y otros servicios turísticos mediante teléfono móvil. Actualmente más de un millón de teléfonos móviles NFC utilizan este servicio. Durante el experimento se ha puesto de manifiesto que el actual estándar o especificación GlobalPlatform para conexiones entre el TSM y la gestión del ES no estaba suficientemente claro por lo que respecta, por ejemplo, a las tarjetas de fidelidad. Por lo tanto, la Association française du Sans Contact Mobile ha creado nuevos estándares o especificaciones para resolver el problema⁽²⁹⁾. Dichos estándares o especificaciones se hallan en fase de

⁽²⁶⁾ First Data afirma que los terminales de los puntos de venta todavía no están equipados con estándares o especificaciones para el procesamiento de operaciones que no sean pagos, tales como el canje de bonos y la concesión de puntos de fidelidad. Existen diferentes formas posibles de establecer estos estándares y modernizar consiguientemente los terminales. Se espera que el desarrollo de esos estándares o especificaciones tenga lugar en organismos asociativos del sector, tales como EMVCO, o con arreglo a los sistemas de tarjetas internacionales (VISA, Mastercard). First Data adoptará esos estándares o especificaciones según lo requiera el sector.

⁽²⁷⁾ VeriFone afirma que solo existen estándares y especificaciones para las operaciones de pago (establecidos por Visa y MasterCard). Por lo que respecta a los cupones y los puntos de fidelidad, los operadores como Google deben desarrollar un protocolo específico. VeriFone intenta ofrecer también un interfaz de programador de aplicaciones (API) abierto de modo que cualquier monedero móvil que active cupones pueda interactuar con sus terminales. VeriFone espera que en último término se desarrollarán estándares mundiales. En relación con el proceso de homologación de los terminales de VeriFone, no existe una certificación estándar para los terminales de pago de proximidad. VISA, Mastercard, etc. homologan por separado los terminales de VeriFone. Los distintos procesos de homologación cambian regularmente, pero son válidos en todo el mundo, excepto en el caso de Visa, que ha desarrollado versiones diferentes en algunas zonas (por ejemplo, Visawave para ASPAC).

⁽²⁸⁾ VeriFone afirma que no hay patentes sobre la solución «todo en uno». Google habría desarrollado sus especificaciones para Google Wallet y sería la titular de los respectivos derechos de propiedad. VeriFone ha desarrollado el API para la aplicación de estas especificaciones en sus terminales basándose en estas especificaciones. VeriFone es titular de los derechos de propiedad de este API. VeriFone también ha desarrollado su propio entorno general para admitir que los monederos móviles funcionen en sus terminales. Por consiguiente, para otras empresas resultaría sencillo proponer un servicio similar al «todo en uno» de Google.

⁽²⁹⁾ Véase comunicado de prensa (20.12.2011): <http://www.afscm.org/en/news/the-afscm-releases-a-new-set-of-specifications.htm?id=59>

discusión y aprobación por GlobalPlatform y se incluyen también en el proyecto Fast track de GSMA.

(98) Basándose en lo anterior, puede concluirse que es muy probable que las partes notificantes no estén en condiciones de crear estándares y especificaciones de facto que no pueda utilizar ningún otro participante en el mercado, bloqueando de forma sustancial a los competidores proveedores de monederos móviles.

Evaluación del bloqueo comercial

Introducción

(99) A efectos de la presente Decisión, la Comisión considera «bloqueo comercial» una estrategia basada en la capacidad e incentivos de las partes notificantes para bloquear sustancialmente a los proveedores de monederos móviles competidores empleando medios comerciales en vez de medios técnicos. Por consiguiente, el bloqueo comercial se realiza principalmente de forma indirecta⁽³⁰⁾, por ejemplo, negociando con terceros, tales como OEM, para inducirlos a tomar medidas comerciales que puedan bloquear u obstaculizar a los proveedores de monederos móviles competidores, o incentivando a terceros, tales como minoristas independientes, a comercializar móviles vinculados al monedero móvil de la empresa en participación antes que los móviles que incluyan monederos móviles competidores.

(100) La Comisión examinó si una sola de las partes notificantes podía aplicar una estrategia de bloqueo comercial propia, independientemente de las estrategias de los restantes partes notificantes, o si, en cualquier posible hipótesis de bloqueo, las partes notificantes optarían por aplicar dicha estrategia de forma conjunta (o colectiva).

(101) Para entender si las partes notificantes tendrían la capacidad comercial para bloquear sustancialmente a los proveedores de monederos móviles competidores, la Comisión examinó la cadena de suministro de móviles. A continuación se presentan los principales participantes en la cadena de suministro:

a) OEM, responsables de la especificación del equipo y los programas informáticos de los dispositivos móviles que suministran a los minoristas;

⁽³⁰⁾ Con excepción del bloqueo comercial basado en la descatalogación de móviles que contengan monederos móviles competidores que podrían ser realizado directamente por las partes interesadas.

- b) desarrolladores de SO que suministran programas informáticos a los OEM y a menudo establecen un conjunto mínimo de requisitos del equipo y controlan qué aplicaciones funcionan en su SO y/o las principales tiendas de aplicaciones desde las que se pueden descargar estas;
- c) OR(V)M proveedores de tiempo de conexión;
- d) minoristas de teléfonos móviles y tiempo de conexión, tanto canales de venta directa de los OR(V)M como minoristas independientes.
- (102) La Comisión analiza, para cada posibilidad de bloqueo comercial, si las partes notificantes tienen la capacidad y el incentivo para emprender una estrategia conjunta de bloqueo comercial. Además, la Comisión ha analizado si las partes notificantes junto con los bancos tienen la capacidad y el incentivo para bloquear sustancialmente las soluciones de pago no bancarias.
- Presión comercial sobre los OEM para no instalar ES o bloquear los preinstalados*
- (103) La Comisión ha examinado si las partes notificantes tendrían la capacidad y el incentivo para ejercer una presión comercial sobre los OEM con objeto de que no instalen un ES integrado en sus modelos de teléfono móvil, o de que bloqueen los ES preinstalados. La Comisión ha examinado la influencia comercial de las partes notificantes en relación con los móviles que suministran para distribuirlos a través de sus propios canales de venta directa y también en relación con los móviles «libres» suministrados por minoristas independientes.
- (104) Varios OEM han respondido a las preguntas de la Comisión durante la investigación del mercado señalando que los ORM a veces intentan comprar una «variante de operador» concreta de un determinado teléfono móvil vendido en sus propios canales minoristas. Así, algunas características de la «variante de operador» pueden diferir según los deseos de dichos operadores en lo que respecta a las características que el móvil debe presentar y que están dispuestos a apoyar como contenido preinstalado. Sin embargo, estas características (como un ES integrado) estarían disponibles en la «variante libre» del móvil vendido en el mercado abierto que estaría disponible para los minoristas independientes, sujeta a la certificación técnica de los ORM. Estos dan esa certificación, exenta de consideraciones comerciales, a los móviles que son compatibles técnicamente con su red. Así lo demuestra el hecho de que las partes notificantes, y los minoristas independientes del Reino Unido, disponen ya de grandes existen-

cias de móviles NFC con un ES integrado (que puede incluir un monedero móvil competidor). La excepción más importante es Apple, que no ofrece «variantes de operador».

- (105) Sobre esta base, las partes notificantes podrían, en teoría, solicitar a los OEM que eliminasen o bloqueasen el ES integrado preinstalado en los móviles suministrados para su propio canal minorista de distribución directa de marca propia. Sin embargo, los proveedores de SO o los OEM totalmente integrados verticalmente podrían emprender estrategias para contrarrestar ese intento de bloqueo. Los proveedores de SO intervienen mucho antes que los ORM en el proceso de desarrollo de un móvil, lo que limita el alcance de la influencia de las partes notificantes sobre las especificaciones del móvil en comparación con las de los proveedores de SO. Un proveedor de SO que previese cualquier petición de este tipo por las partes notificantes podría tratar de influir en las especificaciones de los móviles de los OEM en una fase inicial haciendo que sea obligatorio que todos los móviles de marca cuenten con un ES operativo integrado. Este sería el caso concreto de Google, cuyo control sobre Android le confiere una posición sólida en las posibles negociaciones con OEM ⁽³¹⁾. La posición de Google en el mercado del suministro de dispositivos es cada vez más importante a medida que la proporción de ventas de móviles que utilizan Android ha crecido de forma significativa con el tiempo. En el período 2010-2011, los móviles Android en el Reino Unido han aumentado su cuota

⁽³¹⁾ Véase la Decisión de la Comisión de 13 de febrero de 2012 en el asunto COMP/M.6381 Google/Motorola Mobility. Además, aunque Google esté avanzando en el negocio de los equipos, según expertos independientes «a pesar de la filosofía abierta con la que Android se introdujo inicialmente, ha habido una tendencia constante de Google a controlar cada vez más la plataforma. Al principio lo hizo lanzando sus propios dispositivos de la marca Nexus, que ha utilizado para presentar la última versión de Android, pero tras esto se ha negado a que el código de la versión de Honeycomb optimizada para tabletas fuese de fuente abierta. También hay informes de que Google es más selectivo en cuanto a los OEM a los que concede acceso pronto a las últimas versiones del código fuente de Android, creando esencialmente un selecto club de OEM que deben mantenerse cerca de Google para poder seguir en la vanguardia del desarrollo tecnológico. Google mantiene una serie de puntos de control propietario del SO «abierto» tales como la marca registrada del nombre «Android», además de las principales aplicaciones de marca Google que se hallan en el dispositivo, tales como Google Mail, Maps y Android Marketplace. Además, la licencia de fuente abierta Apache 2.0 que Google ha elegido para Android significa que no está obligada legalmente a comunicar el código fuente, motivo por el cual ha podido mantener privado el código de Honeycomb. Estos factores significan que los OEM deben mantener una estrecha relación con Google y contar con su bendición para acceder al código fuente, utilizar sus servicios populares y usar la marca Android en sus dispositivos. A este respecto, es evidente que no solo Google tiene interés en ejercer un mayor control sobre quién utiliza Android, sino también sobre cómo lo utiliza. La empresa ha comprendido claramente las ventajas que le puede reportar un mayor control e integración vertical, al ver cómo aumenta el valor de Apple, su mayor competidor, y también puede estar interesada en aprovechar los beneficios de estar cada vez más integrada verticalmente.» Informe [...]*, p. 6, adjunto como anexo 4 a la presentación de las partes notificantes de 6 de junio de 2012.

desde menos del 5 % al 40 %. Los OEM totalmente integrados en sentido vertical que ofrezcan un monedero competidor en un ES integrado podrían velar también por que el equipo del teléfono móvil fuera totalmente compatible con el funcionamiento de su monedero móvil ⁽³²⁾.

- (106) Por otra parte, la capacidad de bloquear el mercado comercial cerrando o desactivando el ES integrado tendría en todo caso un alcance limitado y sería ineficaz, al menos parcialmente. La capacidad comercial de las partes notificantes para cerrar o desactivar los ES integrados preinstalados solo daría lugar al bloqueo parcial de los monederos móviles competidores ya que las partes notificantes no tendrían la capacidad ni los incentivos para bloquear sustancialmente el canal minorista indirecto o para bloquear los monederos situados en los móviles de Apple, si este decidiese introducirse en el mercado. Los minoristas independientes tienen una posición fuerte en el mercado con una cuota de hasta el 49 % y un 41 % del número de comercios al por menor del Reino Unido. Según un informe de Mintel ⁽³³⁾, Phones 4U y Carphone Warehouse tienen conjuntamente 1 258 tiendas. Esta cifra ha de compararse con las 672 tiendas de Everything Everywhere, las 450 de Telefónica y las 365 de Vodafone. Three UK tiene otras 300 tiendas en el Reino Unido.
- (107) La Comisión concluye, por lo tanto, que la capacidad comercial de las partes notificantes de bloquear de forma sustancial ejerciendo una presión comercial en los OEM para que cierren o desactiven los ES integrados preinstalados daría lugar, como mucho, a un bloqueo parcial (excluidos los móviles de Apple y los minoristas indirectos). Además, podría fracasar totalmente si los proveedores de SO pudieran aplicar estrategias contrarias eficaces que impidan que las partes notificantes bloqueen el funcionamiento de los ES integrados.
- (108) El hecho de que una estrategia de bloqueo comercial basada en no instalar o bloquear los ES integrados solo daría lugar a un bloqueo parcial limitaría considerablemente la eficacia y, aunque se utilizase, reduciría significativamente los incentivos para emprender esa estrategia, puesto que el incremento de los beneficios derivado del bloqueo sería limitado. Esto se ve reforzado por la gran asimetría que existe entre los beneficios previstos de la empresa en participación y los del mercado minorista de la telefonía móvil, tal como destacaron las partes notifi-

cantes. En particular, los beneficios brutos de las actividades de telefonía móvil al por menor de las partes notificantes (incluidos los beneficios de interconexión y neto de costes de captación de clientes) son aproximadamente unas [...] * veces superiores a los beneficios previstos de la empresa en participación tras su periodo inicial de despegue ⁽³⁴⁾.

- (109) Por otra parte, las partes notificantes han puesto también de manifiesto que las condiciones de la competencia en los mercados de la publicidad y de los servicios de análisis de datos difieren considerablemente de las del mercado mayorista de monederos móviles. Por otra parte, los ingresos y beneficios de estas dos actividades no están vinculados directamente a las transacciones de la empresa en participación y no se verán directamente afectados por una estrategia que excluya a los operadores rivales de monederos móviles.
- (110) Además, una reacción negativa de los consumidores ante el empobrecimiento de las ofertas de monederos móviles competidores constituye el principal mecanismo a través del cual el bloqueo comercial daría lugar a pérdidas en el mercado minorista de la telefonía móvil. Lo que es peor, los competidores podrían emprender estrategias contrarias destinadas a incrementar la reacción negativa de los consumidores. Estas estrategias contrarias harían que los monederos móviles competidores fueran atractivos para los clientes, con el consiguiente aumento de los costes de bloqueo.
- (111) Estos factores, considerados conjuntamente, significan que el bloqueo comercial estaría asociado a incentivos importantes para que cualquiera de las partes notificantes se apartase de la conducta en cuestión, con objeto de evitar las reacciones negativas de los consumidores ante el empobrecimiento de su oferta de móviles y de adquirir una ventaja sobre las otras partes notificantes que incurran en el bloqueo. Cualquier parte notificante que se apartase del bloqueo se evitaría también una pérdida de cuota de mercado que beneficiaría a los OR(V)M ajenos a la empresa en participación.
- (112) En conjunto, parece muy probable que al menos una de las partes notificantes tendría un incentivo unilateral para apartarse de cualquier estrategia de bloqueo comercial conjunto consistente en ejercer presión sobre los OEM para bloquear los ES integrados preinstalados. Esto socavaría una estrategia conjunta de bloqueo comercial.

- (113) Por lo que respecta a una estrategia de bloqueo basado en una coordinación continua y tácita entre las partes notificantes, es poco probable que se cumpliesen todas las condiciones establecidas en la sentencia *Airtours* ⁽³⁵⁾ en el caso del bloqueo comercial.

⁽³²⁾ RIM, fabricante de los móviles Blackberry, ha anunciado recientemente que el desarrollo de aplicaciones NFC será una prioridad para sus *smartphones* Blackberry y señaló que «NFC supondrá un gran impulso para RIM en los próximos 12 meses» (véase <http://www.forbes.com/sites/elizabethwoyke/2011/11/08/rim-plans-big-push-for-nfc-enabled-blackberry-apps>). No obstante, la Comisión toma nota de la evolución de la situación de RIM, que parece estar aplicando algunas medidas de reestructuración. Blackberry tiene probablemente el poder necesario en la cadena de suministro para garantizar una vía de acceso al mercado para sus populares móviles. Según [...] *, en el primer trimestre de 2012 tres de los diez primeros dispositivos para abonados con contrato en el Reino Unido eran móviles Blackberry (véase la presentación de las partes notificantes «No hay capacidad comercial de excluir a servicios mayoristas de plataforma de monedero móvil competidores», página 35).

⁽³³⁾ Mintel, *Telecoms Retailing* (de enero de 2011), gráfico 27.

⁽³⁴⁾ Véanse, por ejemplo, las respuestas de las partes notificantes a las solicitudes de información de la Comisión de 31 de mayo, 8 de junio y 14 de junio de 2012.

⁽³⁵⁾ Asunto T-342/99, *Airtours/Comisión*, Rec. 2002, p. II-2585, apartado 62.

- (114) En primer lugar, sería complicado aplicar un bloqueo comercial coordinado ya que depende del resultado de unas negociaciones bilaterales entre cada Parte notificante y terceras partes, negociaciones que son confidenciales y están condicionadas por el poder negociador de cada una de las partes.
- (115) En segundo lugar, puede que un bloqueo coordinado no sea estable internamente, puesto que el beneficio unilateral de la desviación puede superar el coste de la sanción resultante del fracaso de la coordinación. Dada la gran asimetría entre los beneficios de la telefonía móvil minorista y los beneficios previstos por la empresa en participación debidos a las transacciones, la amenaza de sanción puede no ser suficiente para compensar el incentivo para apartarse. Además, es probable que las desviaciones de la coordinación solo se detectasen tardíamente en este mercado, dado que las negociaciones comerciales son confidenciales y solo se detectarían una vez que el teléfono móvil se introdujese en el mercado. Esto podría comprometer aún más la eficacia de cualquier mecanismo de sanción, de tal modo que un acuerdo colusorio sería incluso más difícil de mantener.
- (116) En general, basándose en el análisis anterior, la Comisión concluye que es muy poco probable que las partes notificantes tengan la capacidad y el incentivo para emprender una estrategia de bloqueo conjunta que suponga ejercer una presión comercial sobre los OEM para que bloqueen un ES integrado preinstalado que pudiera soportar un monedero móvil competidor.
- Influencia sobre los desarrolladores de SO o sobre los OEM para que bloqueen las aplicaciones de monedero móvil*
- (117) La Comisión ha examinado si las partes notificantes tendrían la capacidad y el incentivo para influir en los desarrolladores de SO o en los OEM para que bloqueen la preinstalación en un móvil de aplicaciones de monedero móvil o las quiten de este.
- (118) Algunos de los que respondieron a las preguntas planteadas durante la investigación de mercado destacaron la importancia de cargar de antemano una aplicación y señalaron que las partes notificantes pueden influir en cuanto al lugar en que se sitúa una aplicación en la pantalla de su móvil de «variante de operador».
- (119) No obstante, los proveedores competidores de monederos móviles podrían estar en condiciones de tomar medidas de represalia, fomentando la colocación de sus monederos móviles en un lugar destacado de la tienda de aplicaciones. Por otra parte, los proveedores de SO también podrían vincular la aplicación de monedero móvil al SO, adelantándose a las peticiones de los OEM. Google, en particular, podría aplicar esta estrategia contraria ya que tiene la capacidad de influir en las elecciones de los programas informáticos a través de sus acuerdos con los OEM para la distribución de aplicaciones, que estipulan cuáles de las series de aplicaciones de Google se cargan de antemano en un móvil. La eficacia potencial de esta estrategia también se refleja en la actual influencia de Google en el mercado de los SO para móviles.
- (120) En términos generales, habida cuenta de la eficacia limitada del bloqueo comercial basado en las presiones a los OEM para que no instalen o bloqueen los ES integrados preinstalados y la fuerza de las estrategias contrarias de los proveedores competidores de monederos móviles, es poco probable que las partes notificantes tengan la capacidad comercial para excluir de forma sustancial a las aplicaciones competidoras de monederos móviles mediante un bloqueo.
- (121) La mayor parte de los argumentos relativos al incentivo que se aplican a la primera estrategia de bloqueo comercial estudiada en la sección sobre el efecto del bloqueo comercial basado en las presiones a los OEM para que no instalen o bloqueen los ES integrados preinstalados se aplica también a una estrategia comercial basada en influir en los desarrolladores de SO o en los OEM para que bloqueen los monederos móviles.
- (122) En general, basándose en el análisis anterior, la Comisión llega a la conclusión de que es muy poco probable que las partes notificantes tengan la capacidad y el incentivo para emprender una estrategia conjunta de exclusión que se base en influir en los desarrolladores de SO o en los OEM para que bloqueen o quiten las aplicaciones de monedero móvil.
- Discriminar o descatalogar los móviles que contengan monederos móviles competidores*
- (123) La Comisión ha examinado si las partes notificantes tendrán la capacidad y el incentivo para discriminar o descatalogar los móviles que puedan admitir monederos móviles competidores.
- (124) Dado que los móviles discriminados o descatalogados que pueden contener monederos móviles competidores tendrán una ruta alternativa al mercado a través de los minoristas independientes, los ORM que discriminen o descataloguen en su propia red minorista los móviles que contengan monederos móviles competidores solo bloquearán parcialmente el mercado. Además, esta estrategia tendrá un alto coste comercial. Los competidores pueden emprender estrategias contrarias que harían que los monederos móviles competidores fueran atractivos para los clientes, lo que aumentaría el coste del bloqueo.
- (125) La descatalogación de los móviles que contengan monederos móviles competidores implicaría que estos ya no se almacenarían en el canal de distribución directa controlado por las partes notificantes. Discriminar a los móviles que contengan monederos móviles competidores sería una forma más sutil de bloqueo basado en la reducción de las subvenciones pagadas por estos teléfonos móviles en el canal de distribución directa controlado por las partes notificantes.

(126) La mayor parte de los argumentos relativos al incentivo expuestos en la sección que examina la estrategia basada en ejercer presiones comerciales sobre los OEM para que no instalen o bloqueen los ES integrados preinstalados se aplica también a una estrategia de bloqueo basada en discriminar o descatalogar los móviles.

(127) A la luz del análisis anterior, la Comisión concluye que es muy poco probable que las partes notificantes tengan la capacidad y el incentivo para emprender una estrategia conjunta de exclusión basada en discriminar o descatalogar los móviles.

Incentivar a los minoristas independientes para que comercialicen móviles que no contengan monederos móviles competidores o para que establezcan determinados ajustes por defecto que favorezcan al monedero móvil de las partes notificantes

(128) La Comisión ha examinado si las partes notificantes tendrían la capacidad y el incentivo para inducir a los minoristas independientes a comercializar móviles que no contengan monederos móviles competidores o a que establezcan determinados ajustes por defecto que favorezcan al monedero móvil de las partes notificantes.

(129) Con el fin de aplicar un enfoque prudente en lo que respecta a una estrategia de bloqueo comercial basada en incentivar a los minoristas independientes para que comercialicen móviles que no contengan monederos móviles competidores o para que establezcan determinados ajustes por defecto que favorezcan al monedero móvil de las partes notificantes, la Comisión evalúa esta estrategia de bloqueo comercial en combinación con una de las tres estrategias antes mencionadas (bloqueo del canal de distribución directa minorista controlado por las partes notificantes).

(130) Contrariamente a lo que ocurre con las estrategias de bloqueo centradas en el canal de distribución directa minorista, la capacidad de las partes notificantes para bloquear comercialmente a sus competidores incentivando a los minoristas independientes sería más limitada. Mientras que las partes notificantes pueden estar en condiciones de incentivar a los minoristas independientes dado que ya les conceden comisiones y [...] subvenciones (aunque estas no suelen destinarse claramente a unos móviles determinados), los OEM y los proveedores de SO también conceden subvenciones selectivas a los minoristas independientes y podrían aplicar una estrategia contraria con objeto de incentivar la venta en el mercado libre de móviles que contengan un monedero móvil competidor. En particular, la Comisión considera que un nuevo operador potencial que se introdujese en el mercado de los monederos móviles podría concluir con los OEM unos acuerdos de reparto de ingresos para garantizar que los dispositivos están equipados de ES integrados. Por otra parte, no se entiende por qué las partes notifi-

cantes tendrían un incentivo mayor que los OEM o los proveedores de SO para subvencionar determinados móviles con objeto de bloquear el mercado de monederos móviles.

(131) Por lo tanto, si bien las partes notificantes tendrían una cierta capacidad comercial para incentivar a los minoristas independientes para que comercializasen móviles que no contengan monederos móviles competidores o para que estableciesen determinados ajustes por defecto que favoreciesen al monedero móvil de las partes notificantes, la eficacia de esta estrategia podría verse muy limitada por estrategias contrarias similares aplicadas por terceros.

(132) Algunos de los argumentos relativos al incentivo expuestos en las secciones anteriores relativas a las otras estrategias de exclusión comercial se aplicarán también a una estrategia de bloqueo comercial basada en incentivar a los minoristas independientes para que comercialicen móviles que no contengan monederos móviles competidores o para que establezcan determinados ajustes por defecto que favorezcan al monedero móvil de las partes notificantes.

(133) Para lograr bloquear eficazmente las ofertas competidoras en el canal de distribución indirecta minorista, las partes notificantes deberían incurrir en costes significativos con objeto de mejorar las ofertas de los OEM o los proveedores de SO destinadas a obtener el apoyo de los revendedores independientes. A su vez, esto incrementaría considerablemente el coste del bloqueo, lo que reforzaría nuevamente los incentivos unilaterales para apartarse de esta estrategia de bloqueo comercial. Por lo tanto, es poco probable que una estrategia basada en un bloqueo consistente en incentivar a los minoristas para que comercialicen móviles que no contengan monederos móviles competidores o para que establezcan determinados ajustes por defecto que favorezcan al monedero móvil de las partes notificantes dé lugar al bloqueo del canal de distribución indirecta minorista.

Exclusión potencial de las soluciones de pago no bancarias

(134) La Comisión considera que la empresa en participación no supondrá ningún cambio con respecto a la capacidad y el incentivo de los bancos para discriminar a los sistemas de pago no bancarios como consecuencia de la creación de la empresa en participación, con respecto a una situación en la que cada una de las partes ofreciera su propio monedero móvil, ya que los bancos no son partes de la operación.

(135) En conclusión, la Comisión considera que es muy poco probable que los bancos y los ORM tengan incentivos coincidentes para excluir sustancialmente a los sistemas de pago no bancarios.

Conclusión general

- (136) La Comisión concluye que es poco probable que las partes notificantes tengan la capacidad ni el incentivo para emprender un bloqueo comercial.

Servicios de SMS masivos

- (137) La empresa en participación también operará como agregador en el mercado al por menor de los SMS masivos, que compra a los ORM servicios de originación y terminación en el mercado mayorista de los servicios de SMS masivos en el Reino Unido.

- (138) El mercado ascendente del envío al por mayor de SMS masivos consta de dos elementos principales: el transporte del mensaje del remitente (la empresa en participación o un agregador) a la red móvil a la que está abonado el destinatario (la red de origen), y el transporte por la red de origen hasta el teléfono móvil del destinatario.

- (139) El envío al por mayor de SMS masivos solo puede ser ofrecido por ORM y lo proporcionan todos los ORM del Reino Unido de situación de competencia. Normalmente los agregadores contratan con un ORM el envío de todos sus mensajes masivos de SMS con independencia de la red de origen de cada uno de los destinatarios de los mensajes. Los ORM pueden ofrecer este servicio, que consta de envío en red y fuera de red, debido a los acuerdos de interconexión subyacentes que existen entre los ORM para el intercambio de mensajes SMS.

- (140) La agregación requiere un ordenador equipado de un programa para enviar mensajes y una conexión a un ORM, conectado a escala mundial, que pueda encaminar mensajes SMS a cualquier destino gracias a los acuerdos de interconexión subyacentes con otros ORM. Los agregadores que generan unos volúmenes de mensajes a una determinada red suficientes para justificar la inversión suelen establecer sus propios acuerdos de interconexión con redes individuales para el envío de mensajes a (y desde) los abonados móviles a dicha red.

- (141) La Comisión evaluó si la posición combinada de las partes notificantes en el mercado mayorista ascendente de los SMS masivos podría dar lugar a un bloqueo sustancial de los agregadores de SMS masivos que compiten con la empresa en participación en el mercado al por menor de los SMS masivos, si se negasen a terminar en sus redes respectivas los SMS masivos procedentes de agregadores competidores o si ofreciesen tarifas de terminación más elevadas a los competidores de la empresa en participación. La gran mayoría de los encuestados considera que las partes notificantes seguirían prestándoles los servicios de terminación de SMS.

- (142) Habida cuenta de la investigación del mercado, la Comisión considera que es improbable que las partes notificantes tengan capacidad para aplicar una discriminación entre los SMS masivos enviados por la empresa en par-

ticipación y los enviados por sus competidores que han de terminar en sus redes. Por lo tanto, no es probable que las partes notificantes emprendan un bloqueo.

- (143) Por otra parte, sería difícil llegar a un bloqueo coordinado. En particular, la capacidad de las partes notificantes para llegar a un acuerdo sobre la estrategia de exclusión solo sería muy limitada debido a la falta de transparencia en el mercado mayorista y a la rápida evolución de las cuotas de mercado.

- (144) En conclusión, es improbable que la operación cree un obstáculo significativo a la competencia efectiva en ninguno de los mercados relacionados con las actividades de la empresa en participación relativas a los SMS masivos.

4.3. Efectos no horizontales — efecto de conglomerado

- (145) La Comisión analizó la importancia que tendría para un OR(V)M competidor la posibilidad de ofrecer un monedero móvil a fin de seguir siendo un competidor creíble en el mercado minorista de la telefonía móvil.

- (146) La mayoría de los que respondieron a la investigación de mercado esperan que, al menos a corto plazo, la presencia de monederos móviles no sea un factor diferenciador clave para los consumidores a la hora de elegir un teléfono móvil o un contrato de tiempo de conexión con un ORM.

- (147) Además, incluso si la capacidad de ofrecer un monedero móvil fuera un factor «imprescindible», argumento que Three UK sostiene con vehemencia⁽³⁶⁾, es probable que Three UK estuviera en condiciones de ofrecer su propio monedero móvil a los clientes, posiblemente en asociación con terceros tales como Google o entidades financieras.

- (148) Basándose en lo anterior, se llegó a la conclusión de que es muy probable que los efectos de conglomerado resultantes de la creación de la empresa en participación no planteen problemas de competencia.

4.4. Efectos horizontales

- (149) La Comisión ha examinado también si la operación planteará problemas de competencia horizontal. La evaluación realizada en esta sección se divide en dos partes dedicadas, respectivamente, al mercado de la prestación mayorista de servicios de plataformas de monedero móvil y a los mercados de la prestación de servicios de publicidad móvil y de análisis de datos. El efecto más directo de la concentración será la pérdida de competencia entre las empresas fusionadas.

⁽³⁶⁾ Three UK afirma que la disponibilidad de un monedero móvil llegará a ser un parámetro clave de la competencia cuando los consumidores opten por un plan de tarifa con un operador, ya que los móviles serán cada vez más multifuncionales, el monedero móvil será el próximo paso de una evolución natural ya existente, y se está convirtiendo en un «factor de higiene» en el sentido de que será parte integrante del móvil, como por ejemplo la cámara o el acceso a Internet

Prestación mayorista de servicios de plataformas de monedero móvil y de almacenamiento seguro

- (150) La empresa en participación será un nuevo operador en el mercado naciente de la prestación mayorista de servicios de plataformas de monedero móvil. Las partes notificantes son operadores nuevos en el mercado (por ejemplo, el producto Orange/Barclaycard Quicktap y el monedero Telefónica O2) o son nuevos operadores potenciales. Asimismo, son o bien nuevos operadores o bien operadores potenciales en el posible mercado del almacenamiento seguro.
- (151) La Comisión ha investigado estos obstáculos a la entrada en este mercado naciente de los servicios de plataformas de monedero móvil y de almacenamiento seguro. Ya se ha anunciado una serie de iniciativas en varios países. También se han puesto en marcha varias iniciativas en el Reino Unido. Los nuevos operadores potenciales son bancos y entidades financieras, otros ORM/ORVM (en particular Three UK) y operadores en línea o de gran importancia como Google y PayPal. La Comisión también considera probable la entrada de Apple si las condiciones de mercado son favorables. Aparte de acceder a ES basados en tarjetas SIM, también se podría acceder a ES integrados, así como a los ES incluidos en soportes adicionales (adhesivos, etiquetas, etc.). Tal como se describe en las secciones relativas a los efectos verticales y de conglomerado, las partes notificantes no tendrán la capacidad ni el incentivo para excluir a los competidores en este mercado de forma sustancial. Esto implica que las partes notificantes no podrían evitar la entrada en el mercado descendente de los monederos móviles al por menor.
- (152) Basándose en lo anterior, la Comisión concluye que no es probable que la operación dé lugar a un obstáculo significativo para la competencia efectiva, puesto que la empresa en participación se enfrentará a la competencia de varios otros participantes en el mercado. Por lo tanto, incluso si la operación elimina la competencia potencial entre las partes notificantes, no es probable que obstaculice de forma significativa la competencia efectiva, ya que no puede disuadir a empresas importantes (por ejemplo, Google, Apple) de entrar en este mercado naciente y de competir efectivamente con la empresa en participación.

Servicios de análisis de datos

- (153) Actualmente ninguna de las partes notificantes opera individualmente en la prestación de servicios de análisis de datos relativos a la publicidad en línea y fuera de línea y a los servicios relativos a las transacciones. La empresa en participación operará en la prestación de servicios de análisis de datos en el Reino Unido relativos a la publicidad en línea y fuera de línea y a los servicios relacionados con las transacciones, proporcionando análisis de informes, análisis de la evolución del negocio y análisis de la fidelidad.

- (154) La empresa en participación suministrará componentes de los tres tipos servicios de análisis de datos. Sin em-

bargo, no suministrará programas informáticos de análisis de datos⁽³⁷⁾, pero sí algunos análisis sobre tendencias de internet que estas empresas también proporcionan. Del mismo modo, no venderá datos puros (como hacen BlueKai o Experian), pero en cambio venderá la información obtenida aplicando los servicios de análisis de datos.

- (155) Sin embargo, la información que estará disponible para la empresa en participación también lo estará en gran medida tanto para los operadores del mercado ya existentes como para los nuevos tales como Google, Apple, Facebook, los emisores de tarjetas, las agencias de referencia y los minoristas⁽³⁸⁾. Además, existen otras vías para llegar a un gran número de consumidores, tales como, por ejemplo, los prestadores de servicios públicos (casi todos los consumidores los utilizan). Por otra parte, también se reconoce que además de la empresa en participación algunas otras empresas, como RIM, tendrían acceso a una cantidad de datos similar procedentes del móvil.
- (156) Además, la Comisión examinó si, de no haber existido la operación, las partes notificantes hubieran podido ofrecer individualmente servicios de análisis de datos (de móviles). La gran mayoría de los encuestados consideraba que esto era posible. No obstante, muchos de ellos consideraban que era más eficaz tener a la empresa en participación como punto de contacto único y que, dado que el análisis de datos no constituye su actividad principal, la inversión no estaría justificada para prestar este servicio únicamente.
- (157) Teniendo en cuenta toda la información disponible, la Comisión concluye que, en todos los posibles submercados, es cierto que la empresa en participación habría podido obtener una amplia gama de información sobre los consumidores, que será muy valiosa para sus servicios de análisis de datos (de móviles) y sus servicios de publicidad. No obstante, también hay muchos otros operadores sólidos y establecidos que pueden ofrecer soluciones comparables a las de la empresa en participación. Por tanto, no se podría bloquear el acceso a un insumo esencial por parte de otros proveedores de servicios de publicidad competidores de la empresa en participación y la creación de la empresa en participación no tendría un efecto negativo para la competencia en el mercado del análisis de datos (de móviles), así como en el de los servicios de estudios de mercado o de los servicios de información sobre comercialización. Por lo tanto, la pregunta de si las partes notificantes podrían haberse introducido en el mercado de no existir la operación puede quedar sin responder.
- (158) A la luz de lo anterior, no es probable que la operación obstaculice de forma significativa la competencia efectiva en ninguno de los posibles mercados relacionados con las actividades de análisis de datos de la empresa en participación.

⁽³⁷⁾ [...]*

⁽³⁸⁾ El hecho de que no exista un bloqueo de las actividades relativas a las transacciones también contribuye a garantizar que estas empresas estarán en condiciones de obtener los datos pertinentes tras la operación.

Servicios de publicidad

- (159) La empresa en participación actuará como intermediario de publicidad que ofrecerá una gama de servicios de publicidad, entre ellos: publicidad no ligada a la búsqueda (en ORM y ORVM participantes en la empresa en participación y los inventarios de terceras partes) SMS *push*, SMS masivos inteligentes y mensajes de captación (cupones y bonos).
- (160) La Comisión evaluó los efectos de la creación de la empresa en participación en el mercado de la intermediación de publicidad móvil y en todos los submercados posibles. Muchos de los servicios aún son incipientes, aun cuando los analistas esperan una considerable evolución en un futuro próximo ⁽³⁹⁾.
- (161) Ninguna de las partes notificantes presta actualmente por separado servicios de intermediación para ningún tipo de publicidad digital. Cada uno de ellas solo opera actualmente en la venta de su propio inventario, en una medida muy limitada.
- (162) En el mercado general de la publicidad móvil, la Comisión considera que la empresa en participación se enfrentará a fuertes competidores mundiales como (DoubleClick, AdMob, Admeld), Apple (Quattro Wireless/iAd), Yahoo! (Blue Lithium y RightMedia), Microsoft (Screenonic, aQuantive), AOL (AOL Advertising), WPP (24/7 RealMedia), o a redes independientes de publicidad móvil como Millennial Media. En este mercado, la empresa en participación operaría como alternativa a estos operadores del mercado establecidos.
- (163) En el mercado más pequeño de la mensajería de comercialización específica y, en particular, en los posibles submercados de los SMS masivos inteligentes y los SMS *push*, la Comisión evaluó si la empresa en participación llegaría a ser un operador fuerte con acceso a los clientes finales de las partes notificantes y si tendría capacidad de enviarles mensajes de comercialización específicos.
- (164) En la actualidad, el mercado de la mensajería de comercialización específica (y, en particular, los SMS *push* y los SMS masivos inteligentes) es insignificante si se compara con la publicidad móvil. Además, la empresa en participación no sería la única con capacidad para ofrecer mensajes SMS específicos, ya que existen varios operadores (como Apple o Google) ⁽⁴⁰⁾, que también tienen los números de los móviles de (la mayor parte de) sus clientes junto con otra información sobre ellos y podrían crear fácilmente un servicio similar, o suministrar a terceros los datos requeridos ⁽⁴¹⁾. Otros operadores del mercado, como emisores de tarjetas de crédito, sistemas de pago, minoristas y empresas de referencia de crédito, posible-

mente de forma combinada, también podrían crear ofertas o proporcionar datos a terceros.

- (165) Además, hay que señalar que incluso en la definición de mercado más restrictiva posible que solo abarque los SMS *push* y los SMS masivos inteligentes, es probable que la empresa en participación se vería suficientemente presionada por otras formas de mensajería, tales como las notificaciones *push* o la mensajería por correo electrónico.
- (166) La Comisión concluye que no es probable que la operación obstaculice de forma significativa la competencia efectiva en ninguno de los posibles mercados pertinentes relacionados con los servicios de publicidad de la empresa en participación.

Coordinación en el mercado minorista de la telefonía móvil

- (167) La Comisión también ha analizado de conformidad con el artículo 2, apartado 4, del Reglamento de concentraciones, si la empresa en participación brindaría posibilidades de coordinación entre las partes notificantes en el mercado minorista de la telefonía móvil, lo que se debe evaluar con arreglo a los criterios del artículo 101, apartados 1 y 3, del TFUE. Existe restricción de la competencia de conformidad con el artículo 101, apartado 1, del TFUE cuando la coordinación del comportamiento competitivo de las empresas matrices sea demostrable, apreciable y resulte de la creación de la empresa en participación ⁽⁴²⁾.
- (168) Las tres partes notificantes operan y seguirán operando en el mercado minorista de la telefonía móvil en el Reino Unido, que es un mercado próximo a los de las actividades de la empresa en participación.
- (169) No obstante, es improbable que la creación de la empresa en participación afecte a ninguno de los parámetros clave de la competencia en el mercado minorista de la telefonía móvil, tales como la disponibilidad de teléfonos móviles o el número de minutos incluidos, el volumen de datos o los mensajes de texto.
- (170) La Comisión concluye que la empresa en participación no ofrece prácticamente posibilidad de coordinación alguna de las partes notificantes en el mercado de la telefonía móvil.

V. EFICIENCIAS

- (171) El impacto global de la operación también resultará afectado por las posibles eficiencias resultantes de la operación. Aunque no existan efectos contrarios a la competencia, independientemente de las eficiencias, estas eficiencias forman parte de la evaluación global en términos de competencia.

⁽³⁹⁾ Informe de Ofcom, agosto de 2011, pp. 201-202.

⁽⁴⁰⁾ Las partes notificantes destacan que, por ejemplo, Apple y Google recogen los números de los móviles cuando los clientes crean sus identidades de iTunes o Google Play.

⁽⁴¹⁾ De lo afirmado por otros operadores del mercado, la Comisión entiende que, actualmente, ni Apple ni Google venden este tipo de datos directamente.

⁽⁴²⁾ Véase la Decisión de la Comisión de 27 de mayo de 1998, asunto IV/JV. 1 — Telia/Telenor/Schibsted, apartado 28.

- (172) Las partes notificantes no han facilitado un análisis detallado que muestre que esas eficiencias cumplen los criterios de las Directrices sobre concentraciones horizontales y, en particular, que no se podrían obtener mediante alternativas menos contrarias a la competencia.
- (173) Sin embargo, no es necesario calcular con precisión la magnitud de estas probables eficiencias dado que la operación no produce efectos contrarios a la competencia, independientemente de aquellas.

VI. CONCLUSIÓN GENERAL DE LA EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA EN LOS MERCADOS DE REFERENCIA

- (174) El comercio electrónico móvil está en sus comienzos, con un número de partes interesadas penetrando en él y la aparición de diferentes tecnologías emergentes. No es probable que la empresa en participación tenga la capacidad técnica o comercial, ni tampoco el incentivo, para bloquear u obstaculizar de forma sustancial la entrada o expansión de competidores en relación con los servicios mayoristas o minoristas de plataformas de monedero móvil, los servicios de publicidad o los servicios de análisis de datos.
- (175) Ya está apareciendo un número suficiente de competidores o es muy probable que lo haga en el futuro próximo. Algunos de estos competidores son empresas con un poder de mercado, una base de clientes y conocimientos del sector significativos. Entre ellos hay proveedores de servicios financieros, operadores de internet y de gran

importancia, operadores que ya están activos en el mercado de los pagos en línea y otros ORVM. La Comisión no considera que la operación pueda plantear obstáculos significativos a la entrada, por ejemplo, haciendo que sea más difícil para los operadores potenciales conseguir los insumos necesarios. Por lo tanto, la Comisión concluye que, incluso si las partes notificantes no destacan individualmente como competidores reales por la creación de la empresa en participación, seguirá existiendo un número suficiente de otros competidores que garantizará una presión competitiva adecuada tras la operación. Del mismo modo, la Comisión llega a la conclusión de que no es probable que la empresa en participación pueda bloquear la innovación; de hecho, el mercado del comercio electrónico móvil probablemente seguirá caracterizándose por el desarrollo de nuevas iniciativas y la aparición de una variedad de posibles evoluciones comerciales y técnicas en los próximos años.

- (176) La Comisión concluye que la operación no dará lugar a un obstáculo significativo a la competencia efectiva en el sentido del artículo 2, apartado 2, del Reglamento de concentraciones en ninguno de los mercados de referencia ni en los posibles submercados.
- (177) La operación debe declararse compatible con el mercado interior y con el funcionamiento del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo, de conformidad con el artículo 8, apartado 1, del Reglamento de concentraciones y con el artículo 57 del Acuerdo EEE.

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 6 de marzo de 2013

que modifica la Decisión de la Comisión de 6 de octubre de 2010 por la que se crea el grupo de expertos en la evolución de la misión de los sistemas europeos de radionavegación por satélite, «Grupo Consultivo sobre la Evolución de la Misión»

(Texto pertinente a efectos del EEE)

(2013/C 66/05)

LA COMISIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea,

Considerando lo siguiente:

- (1) En virtud de la Decisión de la Comisión de 6 de octubre de 2010 se creó el grupo de expertos en la evolución de la misión de los sistemas europeos de radionavegación por satélite, «Grupo Consultivo sobre la Evolución de la Misión» ⁽¹⁾ (en lo sucesivo, «el Grupo»), con el objetivo de asesorar a la Comisión de manera independiente sobre la evolución de la misión de EGNOS y Galileo.
- (2) Al crear el Grupo, la Comisión decidió que sus miembros se nombrarían a título individual.
- (3) Según las normas de la Comisión sobre grupos de expertos ⁽²⁾, los miembros nombrados a título individual deben actuar de forma independiente y en pro del interés público.
- (4) Algunos miembros del Grupo, nombrados por la Comisión ⁽³⁾, son empleados y directivos de empresas privadas que se ven directamente afectadas por el trabajo del Grupo. Por tanto, dichos empleados y directivos no pueden ser miembros nombrados a título personal, sino que deben participar en el trabajo del Grupo como representantes de partes interesadas.
- (5) A la vista de lo expuesto, los miembros del Grupo deben ser personas físicas nombradas a título individual, personas físicas nombradas para representar un interés común compartido por partes interesadas u organizaciones. En consonancia con las normas de la Comisión sobre grupos de expertos ⁽⁴⁾, el término organizaciones ha de interpretarse en el más amplio sentido de la palabra, lo que incluye, entre otras cosas, empresas, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, agencias y organismos de la Unión y organizaciones internacionales.
- (6) Por consiguiente, la Decisión de la Comisión de 6 de octubre de 2010 por la que se crea el grupo de expertos en la evolución de la misión de los sistemas europeos de radionavegación por satélite, «Grupo Consultivo sobre la Evolución de la Misión», debe modificarse en consecuencia.

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

En el artículo 4 de la Decisión de 6 de octubre de 2010 por la que se crea el grupo de expertos de la evolución de la misión de los sistemas europeos de radionavegación por satélite, «Grupo Consultivo sobre la Evolución de la Misión», los apartados 2 y 3 se sustituirán por el texto siguiente:

«2. Los miembros serán nombrados por la Comisión entre especialistas competentes en los ámbitos mencionados en el artículo 2 y entre organizaciones con un historial de actividad en dichos ámbitos que hayan respondido a la convocatoria de candidaturas.

3. Los miembros del Grupo serán:

- personas físicas nombradas a título individual,
- personas físicas nombradas para representar un interés común compartido por partes interesadas en el ámbito de la radionavegación por satélite, que no representarán a ninguna parte interesada individual, o bien
- organizaciones en el más amplio sentido de la palabra, lo que incluye empresas, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, agencias y organismos de la Unión y organizaciones internacionales; las organizaciones designarán a sus representantes.»

Artículo 2

La presente Decisión entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de la Unión Europea*. Será aplicable hasta el 31 de diciembre de 2014.

Hecho en Bruselas, el 6 de marzo de 2013.

Por la Comisión

Antonio TAJANI

Vicepresidente

⁽¹⁾ DO C 271 de 7.10.2010, p. 2.

⁽²⁾ C(2010) 7649 final, norma 9.

⁽³⁾ C(2011) 3624 final.

⁽⁴⁾ C(2010) 7649 final, norma 8.

INFORMACIONES RELATIVAS AL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO

ÓRGANO DE VIGILANCIA DE LA AELC

Información comunicada por los Estados de la AELC relativa a las ayudas estatales concedidas con arreglo a la norma a la que se refiere el apartado 1, letra j), del anexo XV del Acuerdo EEE [Reglamento (CE) n° 800/2008 de la Comisión por el que se declaran determinadas categorías de ayuda compatibles con el mercado común en aplicación de los artículos 87 y 88 del Tratado (Reglamento general de exención por categorías)]

(2013/C 66/06)

PARTE I

Ayuda n°	GBER 12/12/ENV	
Estado de la AELC	Noruega	
Autoridad que concede la ayuda	Denominación	Dirección de Aduanas e Impuestos Especiales (autoridades aduaneras regionales)
	Dirección	Postbox 8122 Dep 0032 Oslo NORWAY
	Página web	http://www.toll.no
Título de la medida de ayuda	Reducción del impuesto del CO ₂ del aceite mineral utilizado en el sector de la aviación en el marco del régimen europeo de comercio de derechos de emisión.	
Base jurídica nacional (referencia a la publicación oficial nacional pertinente)	— La decisión anual del Parlamento noruego sobre el impuesto del CO ₂ — Reglamento de 11 de diciembre de 2001 n° 1451 relativo a los impuestos indirectos § 4-6-1 (2)	
Enlace web con el texto completo de la medida de ayuda	http://www.lovddata.no/for/sf/sv/fd-20121127-1217.html y http://www.lovddata.no/for/sf/fd/td-20011211-1451-029.html	
Tipo de medida	Régimen	Deducción fiscal
Duración	Régimen	1.1.2012 a 31.12.2021
Sector(es) económico(s) afectado(s)	Limitado a sectores específicos — Se ruega especificar con arreglo a la NACE rev. 2	51.10 Transporte aéreo de pasajeros 51.21 Transporte aéreo de mercancías
Tipo de beneficiario	PYME	PYME y grandes empresas
	Grandes empresas	PYME y grandes empresas
Presupuesto	Importe total anual del presupuesto previsto con arreglo al régimen	70 millones NOK
Instrumento de ayuda (art. 5)	Medida fiscal	Deducción fiscal

PARTE II

Objetivos generales (lista)	Objetivos (lista)	Intensidad máxima de la ayuda en % o importe máximo de la ayuda en NOK	PYME – primas en %
Aid for Environmental protection (art 17 – 25)	Ayuda en forma de reducción de los impuestos medioambientales (art. 25)	70 millones NOK	

Comunicación del Órgano de Vigilancia de la AELC sobre los tipos de interés vigentes para la recuperación de ayudas estatales y los tipos de referencia y actualización para tres Estados de la AELC, aplicables a partir del 1 de enero de 2013

[Publicada de conformidad con el artículo 10 de la Decisión n° 195/04/COL del Órgano de Vigilancia de 14 de julio de 2004 (DO L 139 de 25.5.2006, p. 37 y Suplemento EEE n° 26/2006 de 25.5.2006, p. 1)]

(2013/C 66/07)

Los tipos básicos se calculan de conformidad con el capítulo relativo al método para fijar los tipos de referencia y actualización de las Directrices sobre ayudas estatales del Órgano de Vigilancia, en su versión modificada por la Decisión 788/08/COL del Órgano de Vigilancia, de 17 de diciembre de 2008. Para obtener el tipo de referencia aplicable, hay que añadir los márgenes apropiados de conformidad con las Directrices sobre ayudas estatales. En cuanto al tipo de descuento, esto implica que hay que añadir al tipo básico el margen apropiado de 100 puntos básicos. El tipo de recuperación también se calculará normalmente añadiendo 100 puntos básicos al tipo de base, de acuerdo con lo previsto en la Decisión n° 789/08/COL del Órgano de Vigilancia, de 17 de diciembre de 2008, por la que se modifica la Decisión n° 195/04/COL del Órgano de Vigilancia, de 14 de julio de 2004 (publicada en el DO L 340 de 22.12.2010, p. 1 y en el Suplemento del EEE n° 72/2010 de 22.12.2010, p. 1). Los tipos básicos se han determinado como sigue:

	Islandia	Liechtenstein	Noruega
1.1.2013-	6,14	0,34	2,39

V

(Anuncios)

PROCEDIMIENTOS JURISDICCIONALES

TRIBUNAL DE LA AELC

Recurso interpuesto el 4 de diciembre de 2012 por el Órgano de Vigilancia de la AELC contra el Principado de Liechtenstein**(Asunto E-14/12)**

(2013/C 66/08)

El 4 de diciembre 2012, el Órgano de Vigilancia de la AELC, representado por Xavier Lewis, Clémence Perrin y Catherine Howdle, en calidad de agentes, 35, Rue Belliard, 1040 Bruselas, Belgium, presentó ante el Tribunal de la AELC un recurso contra el Principado de Liechtenstein.

El Órgano de Vigilancia de la AELC solicita al Tribunal de la AELC que declare que:

- 1) Al mantener en vigor una legislación que impone a las personas residentes en Liechtenstein que son responsables de una agencia de trabajo temporal la obligación de proporcionar una garantía de 50 000 francos suizos, mientras que la garantía impuesta a las personas que desempeñen una función similar y que residen fuera de Liechtenstein y a las agencias de trabajo temporal que deseen ofrecer servicios transfronterizos es de 100 000 francos suizos, el Principado de Liechtenstein («Liechtenstein») ha incumplido las obligaciones que le incumben en virtud del artículo 31 y el artículo 36 del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo.
- 2) El Principado de Liechtenstein soportará las costas de estos procedimientos.

Antecedentes de hecho y de derecho y motivos invocados:

- El Órgano de Vigilancia de la AELC aduce que Liechtenstein ha incumplido un dictamen motivado emitido el 25 de enero de 2012 por el Órgano de Vigilancia de la AELC relativo al incumplimiento de sus obligaciones derivadas de los artículos 31 y 36 del Acuerdo EEE en el ámbito del trabajo temporal y los servicios de empleo.
- Las medidas de Liechtenstein en cuestión son los artículos 25 y 26 de la Verordnung vom 11. Juli 2000 zum Gesetz über die Arbeitsvermittlung und den Personalverleih (Reglamento de 11 de julio de 2000 relativo a los servicios de colocación y de empleo temporal).

El Órgano de Vigilancia de la AELC alega que, mediante estas medidas, la legislación nacional de Liechtenstein impone a las personas residentes en dicho país, responsables de una agencia de trabajo temporal, la obligación de proporcionar una garantía de 50 000 francos suizos. Mediante la misma legislación, se impone la obligación de facilitar una garantía de 100 000 francos suizos en el momento de prestar los servicios de trabajo temporal a las personas que desempeñen una función similar y que residan fuera de Liechtenstein. También se exige una garantía de 100 000 francos a las agencias de trabajo temporal establecidas fuera de Liechtenstein que pretendan prestar tales servicios transfronterizos.

- El Órgano de Vigilancia de la AELC alega que, al mantener vigente su legislación, en su redacción actual, Liechtenstein está incumpliendo sus obligaciones en virtud de los artículos 31 y 36 del Acuerdo EEE.

Recurso interpuesto el 30 de noviembre de 2012 contra la República de Islandia por el Órgano de Vigilancia de la AELC**(Asunto E-12/12)**

(2013/C 66/09)

El 30 de noviembre de 2012, el Órgano de Vigilancia de la AELC, representado por Markus Schneider y Clémence Perrin, en calidad de agentes, 35, Rue Belliard, 1040 Bruselas, Belgium presentó ante el Tribunal de la AELC un recurso contra la República de Islandia.

El Órgano de Vigilancia de la AELC solicita al Tribunal que:

- 1) Declare que, al no haber adoptado o notificado al Órgano de Vigilancia, en el plazo previsto a tal efecto, las medidas necesarias para aplicar el acto al que se hace referencia en el punto 7h del anexo XIX del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (Directiva 2008/48/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2008, relativa a los contratos de crédito al consumo y por la que se deroga la Directiva 87/102/CEE), adaptada al Acuerdo mediante su Protocolo 1, la República de Islandia ha incumplido las obligaciones impuestas por dicho acto y por el artículo 7 del Acuerdo EEE; y
- 2) Condene en costas a la República de República de Islandia.

Antecedentes de hecho y de derecho y motivos invocados:

- El Órgano de Vigilancia de la AELC aduce que, de conformidad con el artículo 27 de la Directiva 2008/48/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2008 («la Directiva»), y el artículo 7 del Acuerdo EEE, la República de Islandia está obligada a adoptar las medidas necesarias para aplicar la Directiva, y a informar al Órgano de Vigilancia de la AELC de las medidas adoptadas.
 - El Órgano de Vigilancia de la AELC alega que no ha recibido tal información del Gobierno islandés, ni está tampoco en posesión de otros datos que le permitan llegar a la conclusión de que las medidas necesarias para la aplicación de la Directiva han sido adoptadas.
 - El Órgano de Vigilancia de la AELC aduce que la República de Islandia ha incumplido las obligaciones que le incumben en virtud del artículo 27 de la Directiva, y de conformidad con el artículo 7 del Acuerdo EEE al no adoptar o notificar al Órgano, las medidas necesarias para la aplicación de la Directiva en el plazo prescrito.
-

Recurso interpuesto el 30 de noviembre de 2012 contra la República de Islandia por el Órgano de Vigilancia de la AELC

(Asunto E-13/12)

(2013/C 66/10)

El 30 de noviembre de 2012, el Órgano de Vigilancia de la AELC, representado por Xavier Lewis y Maria Moustakali, en calidad de agentes, 35, Rue Belliard, 1040 Bruselas, Belgium, presentó ante el Tribunal de la AELC un recurso contra la República de Islandia.

El Órgano de Vigilancia de la AELC solicita al Tribunal que:

- 1) Declare que, al no haber adoptado o notificado al Órgano de Vigilancia, en el plazo previsto a tal efecto, las medidas necesarias para aplicar el acto al que se hace referencia en el punto 10, de la parte 7.1, del capítulo I, del anexo I del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (Directiva 90/167/CEE del Consejo, de 26 de marzo de 1990, por la que se establecen las condiciones de preparación, de puesta en el mercado y de utilización de los piensos medicamentosos en la Comunidad), adaptada al Acuerdo mediante su Protocolo 1, la República de Islandia ha incumplido las obligaciones impuestas por dicho acto y por el artículo 7 del Acuerdo EEE; y
- 2) Condena en costas a la República de Islandia.

Antecedentes de hecho y de derecho y motivos invocados:

- El Órgano de Vigilancia de la AELC aduce que, de conformidad con el artículo 15 de la Directiva 90/167/CEE del Consejo, de 26 de marzo de 1990 («la Directiva»), y el artículo 7 del Acuerdo EEE, la República de Islandia está obligada a adoptar las medidas necesarias para aplicar la Directiva, y a informar al Órgano de Vigilancia de la AELC de las medidas adoptadas.
 - El Órgano de Vigilancia de la AELC alega que no ha recibido tal información del Gobierno islandés, ni está tampoco en posesión de otros datos que le permitan llegar a la conclusión de que las medidas necesarias para la aplicación de la Directiva han sido adoptadas.
 - El Órgano de Vigilancia de la AELC aduce que la República de Islandia ha incumplido las obligaciones que le incumben en virtud del artículo 15 de la Directiva, y de conformidad con el artículo 7 del Acuerdo EEE al no adoptar o notificar al Órgano, las medidas necesarias para la aplicación de la Directiva en el plazo prescrito.
-

PROCEDIMIENTOS RELATIVOS A LA APLICACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMPETENCIA

COMISIÓN EUROPEA

Notificación previa de una operación de concentración

(Asunto COMP/M.6869 — GM/Ispol)

Asunto que podría ser tramitado conforme al procedimiento simplificado

(Texto pertinente a efectos del EEE)

(2013/C 66/11)

1. El 1 de marzo de 2013, la Comisión recibió la notificación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 4 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo ⁽¹⁾, de un proyecto de concentración por el cual la empresa General Motors Europe Holdings S.L. («GMEH», España), perteneciente al grupo General Motors Company («GM», EE.UU.), adquiere el control, a tenor de lo dispuesto en el artículo 3, apartado 1, letra b), del Reglamento comunitario de concentraciones, de la totalidad de la empresa Ispol Holding BV G («Ispol», Países Bajos) mediante adquisición de acciones.

2. Las actividades comerciales de las empresas en cuestión son las siguientes:

- GM: fabricación y venta de turismos y vehículos comerciales ligeros a escala mundial,
- Ispol: fabricación y venta de motores diesel para la propulsión de vehículos.

3. Tras un examen preliminar, la Comisión considera que la operación notificada podría entrar en el ámbito de aplicación del Reglamento comunitario de concentraciones. No obstante, se reserva su decisión definitiva al respecto. En virtud de la Comunicación de la Comisión sobre el procedimiento simplificado para tramitar determinadas concentraciones en virtud del Reglamento comunitario de concentraciones ⁽²⁾, este asunto podría ser tramitado conforme al procedimiento simplificado establecido en dicha Comunicación.

4. La Comisión invita a los interesados a que le presenten sus posibles observaciones sobre el proyecto de concentración.

Las observaciones deberán obrar en poder de la Comisión en un plazo máximo de diez días a partir de la fecha de la presente publicación. Podrán enviarse por fax (+32 22964301), por correo electrónico a COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu o por correo, con indicación del número de referencia COMP/M.6869 — GM/Ispol, a la siguiente dirección:

Comisión Europea
Dirección General de Competencia
Registro de Concentraciones
J-70
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

⁽¹⁾ DO L 24 de 29.1.2004, p. 1 («Reglamento comunitario de concentraciones»).

⁽²⁾ DO C 56 de 5.3.2005, p. 32 («Comunicación sobre el procedimiento simplificado»).

Precio de suscripción 2013 (sin IVA, gastos de envío ordinario incluidos)

Diario Oficial de la UE, series L + C, solo edición impresa	22 lenguas oficiales de la UE	1 300 EUR al año
Diario Oficial de la UE, series L + C, edición impresa + DVD anual	22 lenguas oficiales de la UE	1 420 EUR al año
Diario Oficial de la UE, serie L, solo edición impresa	22 lenguas oficiales de la UE	910 EUR al año
Diario Oficial de la UE, series L + C, DVD mensual (acumulativo)	22 lenguas oficiales de la UE	100 EUR al año
Suplemento del Diario Oficial (serie S: Anuncios de contratos públicos), DVD semanal	Plurilingüe: 23 lenguas oficiales de la UE	200 EUR al año
Diario Oficial de la UE, serie C: Oposiciones	Lengua(s) en función de la oposición	50 EUR al año

La suscripción al *Diario Oficial de la Unión Europea*, que se publica en las lenguas oficiales de la Unión Europea, está disponible en 22 versiones lingüísticas. Incluye las series L (Legislación) y C (Comunicaciones e informaciones).

Cada versión lingüística es objeto de una suscripción aparte.

Con arreglo al Reglamento (CE) n° 920/2005 del Consejo, publicado en el Diario Oficial L 156 de 18 de junio de 2005, que establece que las instituciones de la Unión Europea no estarán temporalmente vinculadas por la obligación de redactar todos los actos en irlandés y de publicarlos en esta lengua, los Diarios Oficiales publicados en lengua irlandesa se comercializan aparte.

La suscripción al Suplemento del Diario Oficial (serie S: Anuncios de contratos públicos) reagrupa las 23 versiones lingüísticas oficiales en un solo DVD plurilingüe.

Previa petición, las personas suscritas al *Diario Oficial de la Unión Europea* podrán recibir los anexos del Diario Oficial. La publicación de estos anexos se comunica mediante una «Nota al lector» insertada en el *Diario Oficial de la Unión Europea*.

Venta y suscripciones

Las suscripciones a diversas publicaciones periódicas de pago, como la suscripción al *Diario Oficial de la Unión Europea*, están disponibles en nuestra red de distribuidores comerciales, cuya relación figura en la dirección siguiente de internet:

http://publications.europa.eu/others/agents/index_es.htm

EUR-Lex (<http://eur-lex.europa.eu>) ofrece acceso directo y gratuito a la legislación de la Unión Europea. Desde este sitio puede consultarse el *Diario Oficial de la Unión Europea*, así como los Tratados, la legislación, la jurisprudencia y la legislación en preparación.

Para más información acerca de la Unión Europea, consulte: <http://europa.eu>

