

Advanced Micro Devices (AMD) vs. Intel Corporation
Sumário Executivo da Ação da AMD contra a Intel

OBSERVAÇÃO: Este é um resumo da apresentação da ação. Este resumo não constitui nenhuma parte da ação, e foi preparado apenas para a comodidade do leitor.

VISÃO GERAL

Em 27 de junho de 2005, a AMD entrou com uma ação antitruste contra a Intel no Tribunal do Distrito de Wilmington, Delaware, nos Estados Unidos. A ação apresenta em detalhe como a Intel vem mantendo de forma ilegal seu poder de monopólio no mercado de microprocessadores x86 por, entre outras ações:

- forçar seus maiores clientes, como Dell, Sony, Toshiba, Gateway, e Hitachi a aderir a acordos exclusivos da Intel em troca de pagamentos em dinheiro, práticas de precificação discriminatória ou subsídios de marketing condicionados à exclusão da AMD;
- forçar outros grandes clientes como NEC, Acer, e Fujitsu a aderir a acordos de exclusividade parcial ao condicionar descontos, verbas e fundos para desenvolvimento de mercado (MDF em inglês), em acordos com clientes ao limitar seriamente ou completamente as compras da AMD;
- estabelecer um sistema de descontos discriminatórios, retroativos, e desde o primeiro dólar gerados por compras de grandes volumes, a fim de intencionalmente negar aos clientes a liberdade de adquirir qualquer volume significativo de processadores da AMD;
- ameaçar executar represálias contra clientes pela introdução de plataformas de computadores AMD, especialmente em segmentos estratégicos de mercado como os computadores pessoais comerciais;
- estabelecer e exigir o cumprimento de cotas entre varejistas-chave como Best Buy e Circuit City, exigindo efetivamente destes o estoque exclusivo ou maciço de computadores Intel, limitando artificialmente a escolha do consumidor;
- forçar os fabricantes de PC e parceiros de tecnologia a boicotar os lançamentos de produtos e promoções da AMD;
- e se fazer valer abusivamente de seu poder de mercado ao impor ao segmento padrões técnicos e produtos, ação que tem como principal objetivo prejudicar a AMD no mercado.

A coação econômica da Intel é abrangente e estendida a todos os clientes do sistema x86 – desde grandes fabricantes de equipamentos originais (“OEMs” em inglês) como a Hewlett-Packard, pequenos fabricantes de sistemas, grandes atacadistas até varejistas com a Circuit City. Todos os envolvidos enfrentam a mesma escolha: aceitar condições que excluem a AMD ou sofrer tratamento discriminatório de preços a competição predatória. O Governo Japonês reconheceu esta competição maléfica em 8 de março de 2005, quando a sua Comissão Federal para o Comércio (“JFTC”, em inglês) recomendou sanções contra a Intel com base em sua má-conduta excludente em relação à AMD. A Intel optou por não contestar as acusações.

Através de sua conduta excludente, a Intel tem evitado a concorrência baseada no mérito e privado a AMD da oportunidade de oferecer seus preços e qualidade contra a Intel para vendas potenciais de microprocessadores. A ausência de concorrência neste setor traz um alto custo embutido: limitações artificiais à inovação, preços mais altos e a perda dos direitos do consumidor de realizar escolhas que melhor atendam às suas necessidades. Desta maneira, a conduta da Intel viola as regras anti-monopólio da Seção 2 da Lei Federal Antitruste Sherman, bem como a proibição das Leis da Califórnia contra descontos secretos e interferência criminosa visando vantagens econômicas. Da mesma forma, a AMD busca: 1) uma medida liminar para barrar a conduta anticoncorrência da Intel; 2) reparação no equivalente ao triplo do dano sofrido, como determinado pela Lei Sherman; e 3) Multa cominatória como determinado pela lei da Califórnia.

Em 2003, a AMD começou a se distanciar tecnologicamente da Intel e os microprocessadores da AMD são atualmente aclamados como superiores aos da Intel. O avanço

mais significativo da AMD se deu quando esta apresentou o Opteron; o primeiro chip de 64 bits compatível com programas anteriores x86.

A indústria de informática aclamou a apresentação da computação de 64 bits compatível com programas anteriores como uma vitória da engenharia. Em abril de 2005, a AMD foi nomeada a “Empresa de Processadores de 2005” em um evento de premiação do setor patrocinado pela Intel. Derrotada em um duelo tecnológico sobre o qual clamava liderança, a Intel aumentou a exploração de seu poder de mercado ao exercer pressão sobre seus consumidores para que estes evitasse migrar para os processadores AMD, superiores e de custo mais acessível.

RESUMO DA MÁ CONDUTA DA INTEL

Os seguintes itens são apenas uma amostra da má conduta da Intel.

a. Acordos exclusivos e semi-exclusivos com OEMs

Dell. A Dell nunca adquiriu microprocessadores AMD, apesar de reconhecer as limitações da Intel e o clamor de seus clientes pelas soluções da AMD. De acordo com relatórios do setor, a Intel comprou a exclusividade da Dell com pagamentos explícitos e preços e serviços discriminatoriamente favoráveis. Os executivos da Dell admitiram que eles devem responder financeiramente pela retribuição da Intel caso decidam lançar um único produto AMD.

Japão. Em 1999, a AMD começou a realizar incursões notáveis nas vendas da Intel a grandes OEM japoneses, que exportavam PCs para vários países, inclusive para os EUA. Em 2002, a Intel efetuou pagamentos equivalentes a vários milhões de dólares à Sony, Toshiba e Hitachi, disfarçados em descontos e apoio promocional, em troca de exclusividade mundial. A Intel também efetuou pagamentos da ordem de vários milhões de dólares às empresas NEC e Fujitsu a fim de limitar a participação da AMD e seus negócios.

b. Restrições geográficas, de linha de produtos, ou canal

A Intel também adquiriu mais exclusividade limitada dos OEMs como maneira de excluir a AMD das linhas mais lucrativas ou de canais de distribuição mais adequados a tirar proveito da vantagem da relação preço/ desempenho da AMD sobre a Intel. Como exemplo, a Intel sabotou as investidas da AMD de criar um computador de mesa bem-sucedido tanto na HP quanto na IBM.

c. Descontos excludentes, precificação predatória

A Intel também impôs aos OEMs um sistema de descontos desde o primeiro dólar que criam uma exclusividade ou semi-exclusividade e barram artificialmente a AMD de competir significativamente. Enquanto em muitos segmentos um vendedor oferece descontos por volume, os esquemas de descontos da Intel diferem significativamente e são essencialmente mais ofensivos à competição. Os descontos de “penetração” ou “lealdade” da Intel não são baseados em eficiências ou economias de custo, e sim são criados a fim de evitar a competição de preços cabeça-a-cabeça com a AMD e alavancar a posição de mercado da Intel. A Intel define de forma intencional um desconto a um cliente em um nível de compras que ela sabe constitui uma porcentagem majoritária das necessidades do cliente. Os descontos retroativos da Intel então operam de forma a estabelecer o preço de microprocessadores adicionais a um custo igual ou inferior, de forma que a AMD não possa competir por este negócio.

d. Ameaças de represália

A Intel também recorreu a ameaças em desuso, intimidação e punições a fim de impedir que os OEMs lidassem com a AMD. Por exemplo, ao final de 2000, o CEO da Compaq, Michael Capellas, revelou que devido ao volume de negócios que ele havia dado à AMD, a Intel reteve a entrega dos chips de servidores que a Compaq necessitava com urgência. Relatando ter

“uma arma apontada para sua cabeça,” Capellas informou a um executivo da AMD que ele precisava parar de comprar processadores da AMD. A subsidiária européia da NEC, NEC-CI, que opera as divisões européia e Ásia não-japonesa da NEC, relatou que os executivos da Intel afirmaram que iriam “destruir” a NEC-CI por se envolver com a AMD no setor de computadores de mesa comerciais. A Intel relatou aos varejistas da NEC-CI que as negociações da empresa com a AMD poderiam prejudicar a habilidade da NEC-CI de fornecer produtos a seus clientes. Quando a NEC-CI resistiu à pressão, a Intel impôs um aumento de preços discriminatório.

e. Interferência nos lançamentos de produtos da AMD

Um lançamento marcante de um produto é condição essencial para gerar confiança entre os profissionais de computação, que serão o público potencial de um novo microprocessador, e é um fator-chave para ganhar a aceitação do mercado. Ciente da importância do lançamento de produtos, a Intel se superou ao minar a AMD. Por exemplo, em 2003, o CEO da Intel Craig Barrett viajou até Taiwan a fim de ameaçar pessoalmente o Chairman, Presidente e CEO da Acer com “conseqüências severas” por apoiar publicamente o lançamento do Athlon64 da AMD. A visita de Barrett coincidiu com um atraso da Intel em fornecer de US\$15 a 20 milhões em fundos de desenvolvimento de mercado devidos à Acer. Como conseqüência, a Acer se retirou do lançamento nos EUA e Taiwan, recolheu seus materiais promocionais, banuiu o uso pela AMD de um vídeo que a Acer havia preparado, e atrasou o anúncio de seus computadores baseados no Athlon64.

f. Práticas excludentes direcionadas a varejistas

Na Alemanha, a AMD foi sumariamente expulsa do Media Markt, que opera lojas de varejo na Europa e responde por 35% das vendas de varejo na Alemanha. A Intel fornece cerca de US\$15 a 20 milhões anuais de MDF, e desde 1997 a Media Markt vende exclusivamente

computadores Intel. DA mesma forma, nos EUA, a Intel fornece pagamentos MDF (fundos para desenvolvimento de mercado) completos aos varejistas, como Best Buy e Circuit City, caso estes aceitem limitar a 20% não apenas o espaço em gôndolas reservado aos produtos baseados na tecnologia AMD mas também a participação em receitas geradas nas vendas de plataformas AMD. Se a participação da AMD exceder os 20%, o apoio da Intel ao varejista que infrinja tais determinações é reduzido em 33% *em todos os produtos*.

EFEITOS DA MÁ CONDUTA DA INTEL

Apesar de sua liderança tecnológica, a participação de mercado da AMD permanece artificialmente paralisada devido às ações excludentes da Intel. Desde 1999, a participação mundial da AMD permanece em 15%, enquanto a Intel capturou pelo menos 80% da vendas de unidades de microprocessadores x86 em sete dos últimos oito anos. Ao limitar a participação de mercado da AMD, a Intel impediu a AMD de se expandir a fim de atingir o tamanho necessário para se tornar uma fornecedora dominante aos maiores clientes. Como resultado, aqueles no setor de microprocessadores permanecem atados à Intel, que exige destes o pagamento de preços de monopólio, a exposição às práticas coercitivas da Intel, e a sujeição a limites artificiais em compras da AMD. Os consumidores são os que acabam arcando com a conta da conduta da Intel, na forma de preços de PCs inflados e falta de escolha em computadores. Por fim, a sociedade como um todo perde pela falta de inovação que apenas um mercado verdadeiramente competitivo pode oferecer.