



Competencia en Telecomunicaciones

¿Herramienta o fin?

Agenda



1. ¿Qué se entiende por Competencia?
2. ¿Por qué se busca la Competencia?
3. Disposiciones sobre Competencia
4. Impacto de la Competencia en telecomunicaciones
5. Competencia ¿herramienta o fin?

¿Qué se entiende por Competencia?

Mercado de un producto o servicio

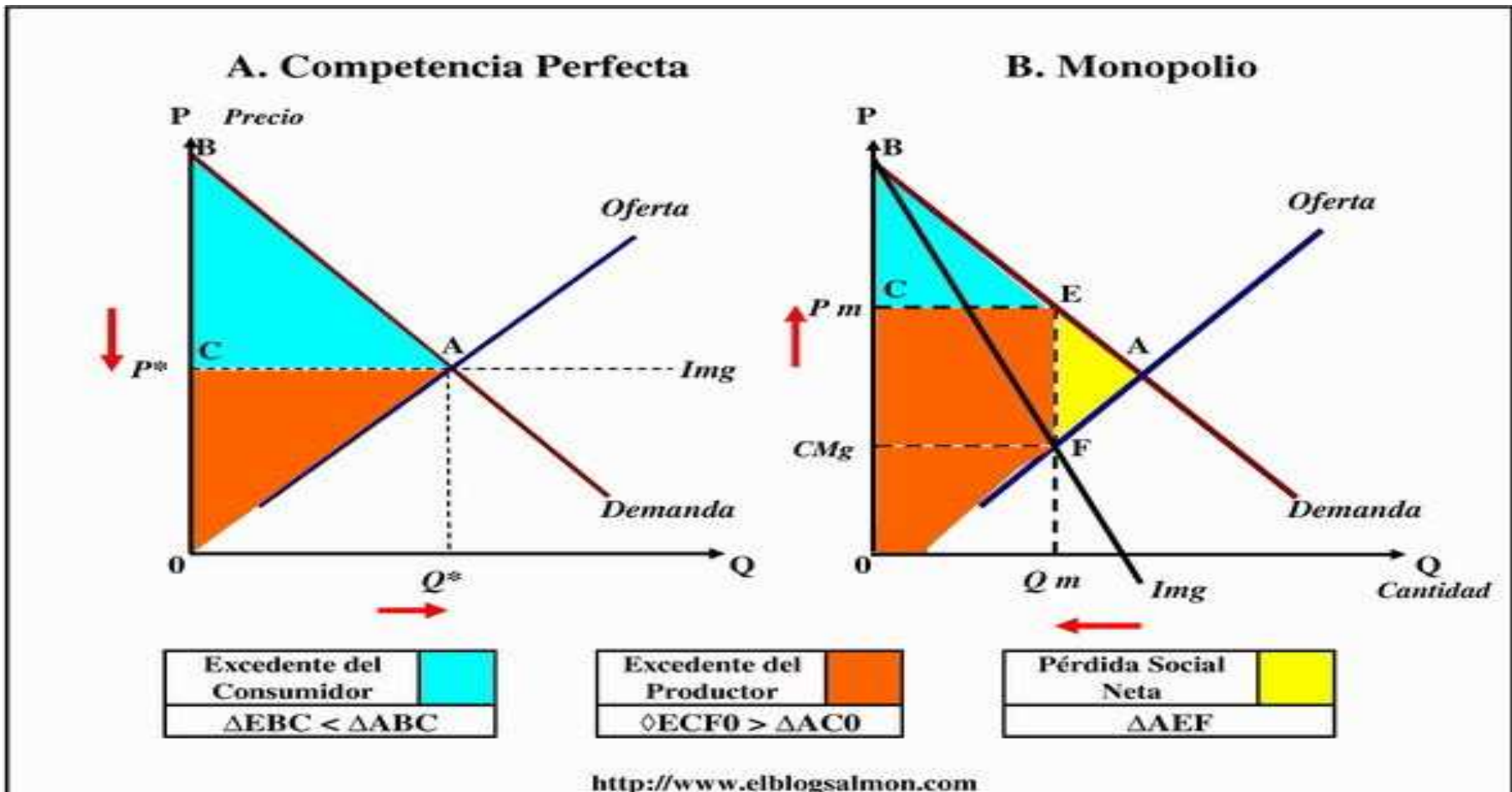
- Competencia perfecta
- Monopolio
- Competencia imperfecta: oligopolio, competencia monopolística
- Características específicas de algunas industrias:
Monopolio natural → Regulación

¿Por qué se busca la Competencia? (1)

JNT#2017



Primeras Jornadas
Nacionales en
Telecomunicaciones



¿Por qué se busca la Competencia? (2)

JNT#2017



Primeras Jornadas
Nacionales en
Telecomunicaciones

- Mayor grado de competencia aumenta el **bienestar**, medible por el excedente de los agentes (áreas color turquesa y anaranjado del gráfico)
- El excedente se incrementa como resultado de la **eficiencia económica** que se genera con la intensidad competitiva: se logra más cantidad de producto con los recursos aplicados (máximo en competencia perfecta).
- Entonces, la Competencia genera:
 - ✓ **Mayor cantidad** de productos o servicios
 - ✓ **Precios más bajos**
 - ✓ Incentivos a mejorar la **calidad** de los productos o servicios
 - ✓ Incentivos a ofrecer más **variedad** de bienes y servicios
 - ✓ Incentivos a **innovar** para ofrecer nuevos productos o prestaciones
 - ✓ Incrementos del **PIB**, la **productividad** y el **empleo** (BID)

Disposiciones sobre Competencia (1)

¿Cómo se ha plasmado en normativas, recomendaciones y estudios específicos?

- En Uruguay, en servicios de comunicaciones, es objetivo de URSEC “la promoción de la libre competencia en la prestación, sin perjuicio de los monopolios y exclusividades legalmente dispuestos” (Ley 17.296 art. 72)
- Nuestra ley de Competencia establece que “todos los mercados estarán regidos por los principios y reglas de la libre competencia, excepto las limitaciones establecidas por ley, por razones de interés general” y el objeto de la ley es “fomentar el bienestar de los actuales y futuros consumidores y usuarios, a través de la promoción y defensa de la competencia, el estímulo a la eficiencia económica y la libertad e igualdad de condiciones de acceso de empresas y productos a los mercados.” (Ley 18.159)
- La ley de telecomunicaciones de EE.UU. de 1996 dispuso fomentar la Competencia para “asegurar precios más bajos y mayor calidad de servicios para los consumidores de telecomunicaciones y para fomentar el rápido despliegue de nuevas tecnologías de telecomunicaciones.” (Telecommunications Act 1996)

Disposiciones sobre Competencia (2)

¿Cómo se ha plasmado en normativas, recomendaciones y estudios específicos? 2)

- En la Unión Europea, la directiva sobre Competencia en los mercados de redes y servicios de comunicaciones electrónicas establece que “los Estados miembros adoptarán las medidas necesarias para garantizar el derecho de toda empresa a prestar servicios de comunicaciones electrónicas o a crear, ampliar o suministrar redes de comunicaciones electrónicas”. (Directiva 2002/77/CE).
- Las Directrices para la protección del consumidor de la ONU, recomiendan a los Estados Miembros “promover el establecimiento de condiciones de mercado que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos”, y esto se aplica a “las transacciones entre empresas y consumidores, incluida la provisión de bienes y servicios a consumidores por empresas estatales”. (ONU – Directrices 1985, versión 2015)
- UIT destaca los efectos de la competencia en la reducción de los precios de los servicios y el fomento de la innovación, siendo clave la baja de precios para la masificación de los servicios móviles en los países en desarrollo, así como también ha impactado en otros mercados de telecomunicaciones. (UIT - MISR 2014)

Impacto de la Competencia



Previo:

- Posible medición del grado de competencia mediante el IHH*
- Estudio de UIT** aplicó estimación por IHH:
más competencia → baja de precios

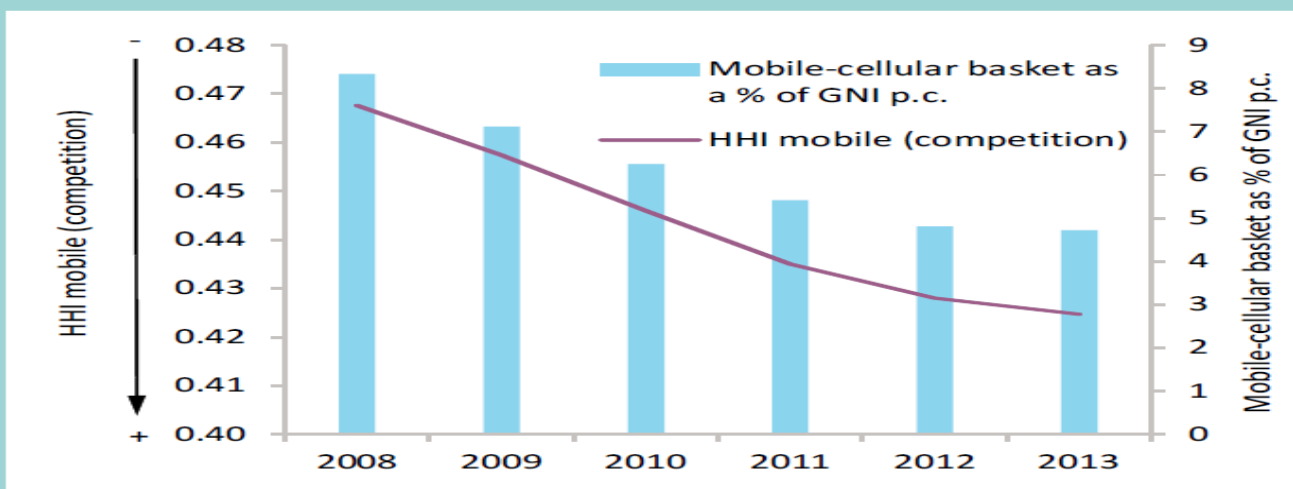
* Índice Herfindahl-Hirschman

**Resultados en “Measuring the Information Society Report 2014” - ITU

Impacto de la Competencia (2) como herramienta para bajar los precios

Competencia en mercados de móvil y Precios de móvil como porcentaje del PIB pc (promedio de 140 países)

Chart 4.22: Competition in mobile markets and mobile-cellular prices as a percentage of GNI p.c., 2008-2013



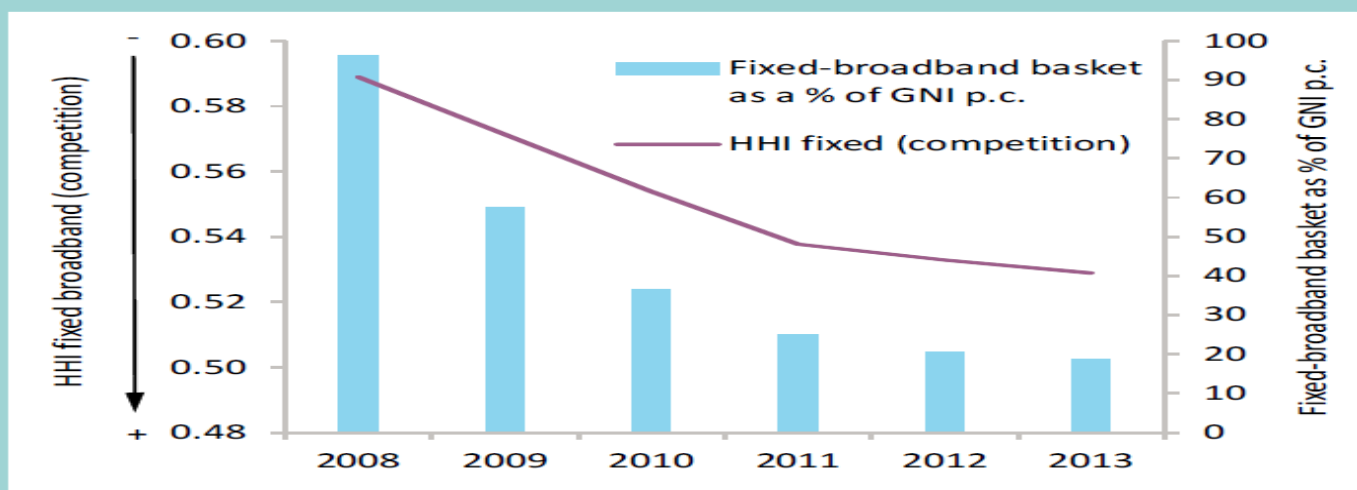
Note: Simple averages for 140 economies with available data on mobile-cellular prices and competition for the period 2008-2013.

Source: ITU. Herfindahl-Hirschman Index (HHI) data sourced from Informa.

Impacto de la Competencia (3) como herramienta para bajar los precios

Competencia en mercados de banda ancha fija y Precios de banda ancha fija como porcentaje del PIB pc (promedio de 140 países)

Chart 4.21: Competition in fixed-broadband markets and fixed-broadband prices as a percentage of GNI p.c., 2008-2013



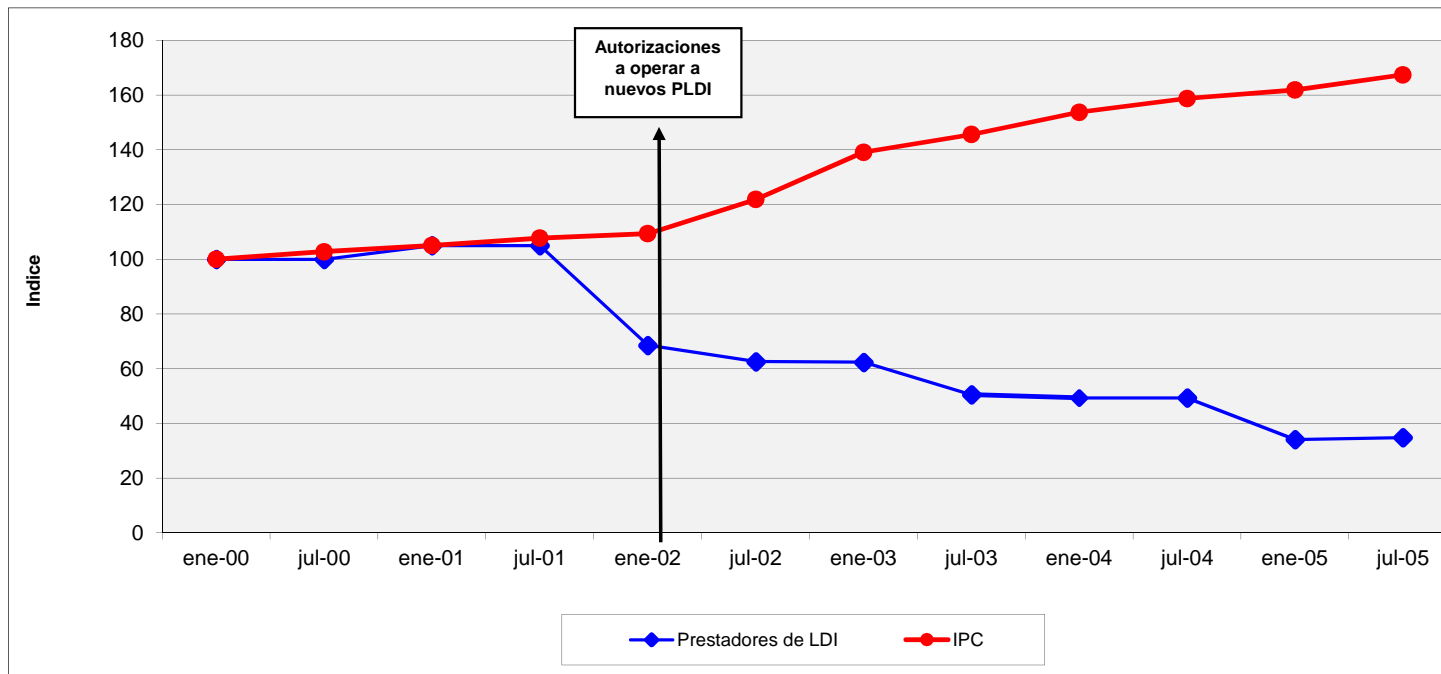
Note: Simple averages for 140 economies with available data on fixed-broadband prices and competition for the period 2008-2013.

Source: ITU. Herfindahl-Hirschman Index (HHI) data sourced from Informa.

Impacto de la Competencia (4)

como herramienta para bajar los precios

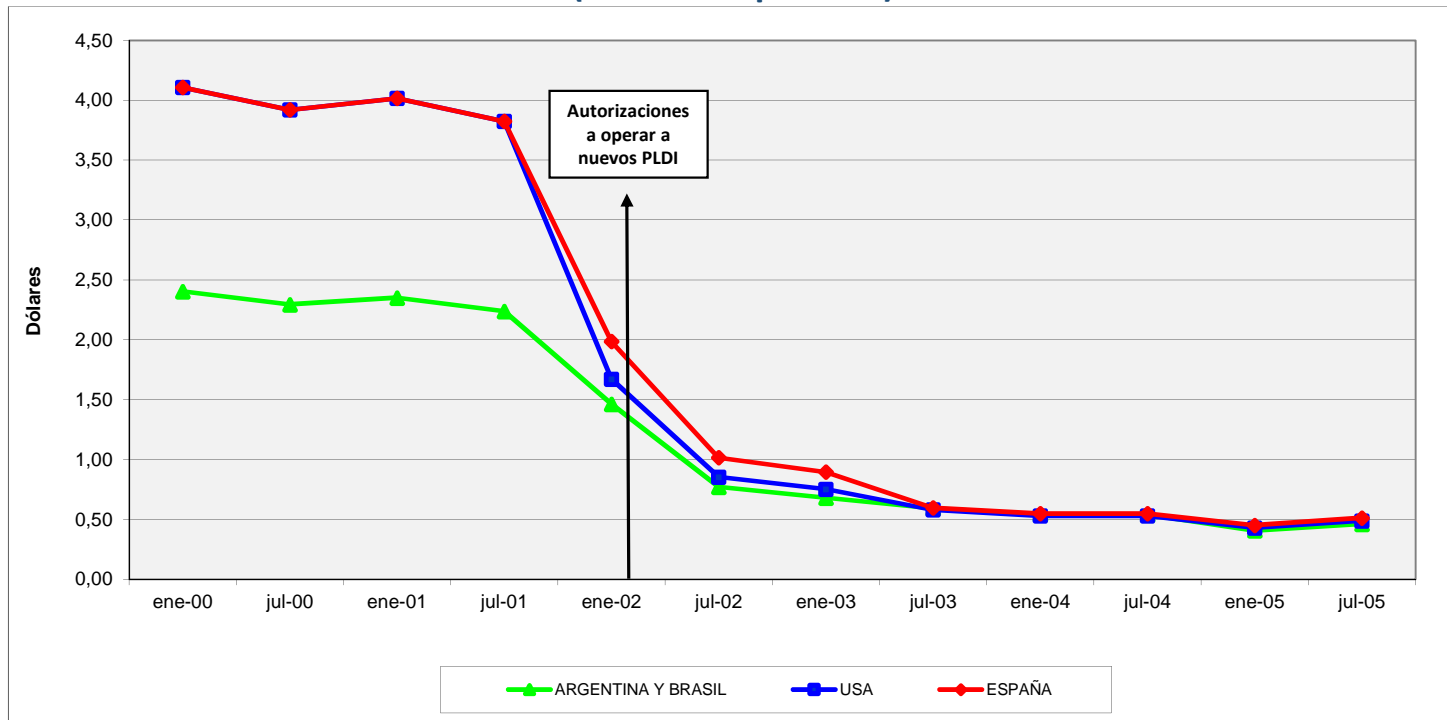
Uruguay - Índice de precios de telecomunicaciones de Larga Distancia Internacional (LDI)



Impacto de la Competencia (6)

como herramienta para bajar los precios

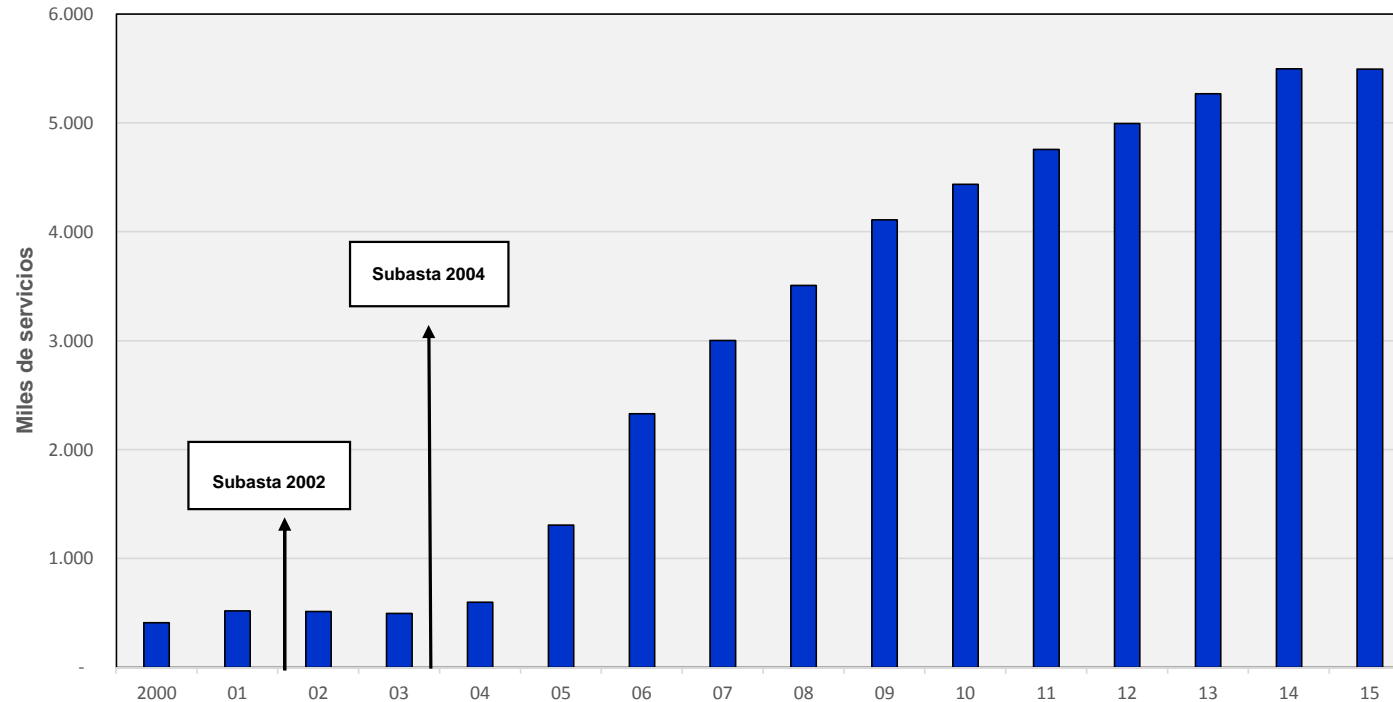
Uruguay - Precio de una comunicación de LDI de 3 minutos según destino (U\$S sin impuestos)



Impacto de la Competencia (7)

como herramienta para incrementar la penetración

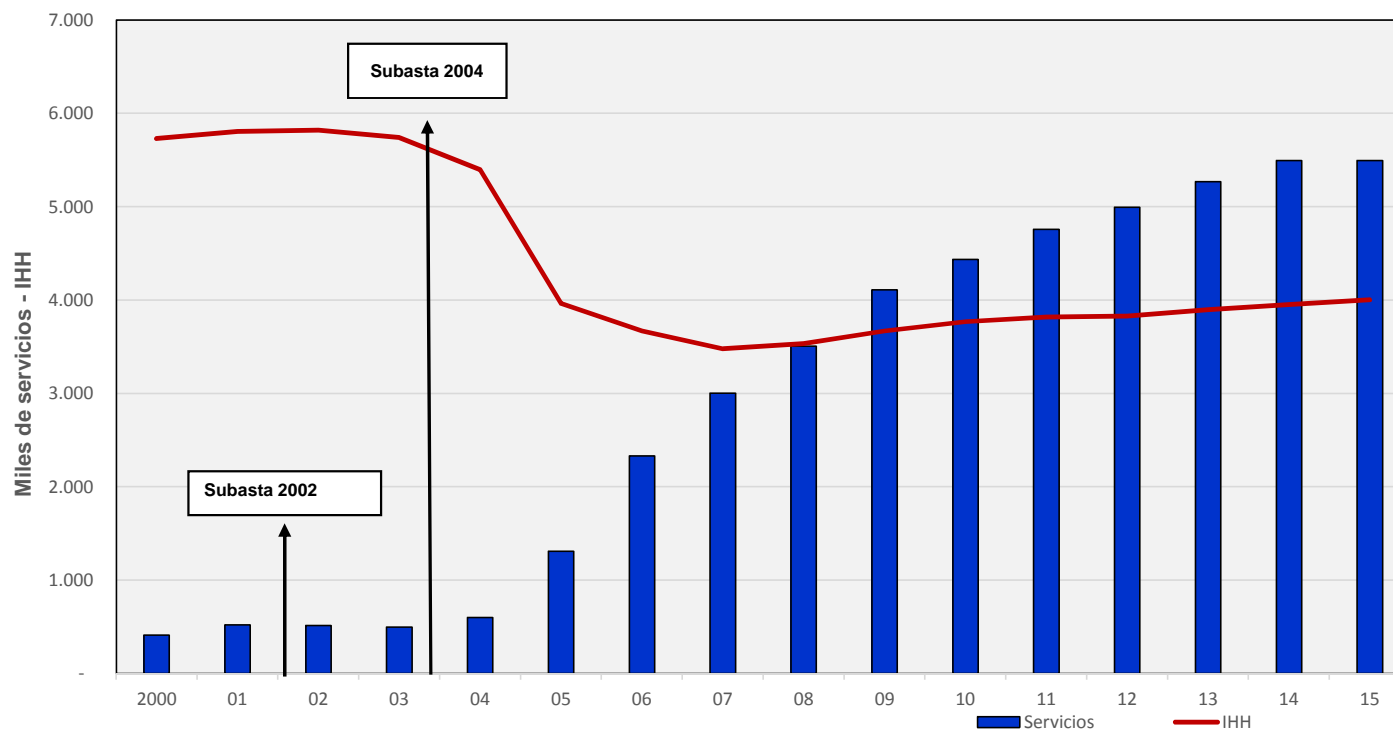
Uruguay - Servicios móviles



Impacto de la Competencia (8)

como herramienta para incrementar la penetración

Uruguay - Servicios móviles e IHH



Impacto de la Competencia (9)

como herramienta para incrementar el PIB y la productividad

JNT#2017



*Primeras Jornadas
Nacionales en
Telecomunicaciones*

Estudio del BID* para 26 países de América Latina y el Caribe concluyó que:

- Un incremento promedio del 10% en la penetración de Banda Ancha provocó aumentos del 3,19% del PIB y del 2,1% de la productividad en el grupo de países comprendidos en el estudio.

* García-Zaballos, A. / López-Rivas, R.: Governmental control on socio-economic impact of broadband in LAC countries. IDB, 2012. (analizó período 2003 a 2009)

Competencia ¿herramienta o fin?

- Vimos la Competencia como una **herramienta** para contribuir a un **objetivo de bienestar**, a través del impacto que el funcionamiento competitivo de los mercados, en este caso mercados de telecomunicaciones, tiene sobre diferentes variables y sobre comportamientos de los agentes económicos.
- En mercados no competitivos, podría plantearse como un **fin** alcanzar estructuras donde esté vigente la competencia, para que luego pueda operar como **herramienta**, con el impacto que se vio.
- Entonces, más allá de concluir si es herramienta o fin, es relevante **trabajar en favor de la Competencia**, y para ello contamos con la herramienta de nuestro marco normativo vigente en la materia.

¡Muchas gracias!

Por esta presentación se puede comunicar con:

Ec. Adriana Riccardi
URSEC
+598 29028082
ariccardi@ursec.gub.uy

