



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

Competencia en la era de la economía digital. Retos y oportunidades de las autoridades de competencia de ALC.

EC. LUCIANA MACEDO

COMISIONADA



Introducción

- El desarrollo de la economía basado en la tecnología digital, los teléfonos inteligentes, las nuevas plataformas y aplicaciones, dan lugar al desarrollo de nuevos modelos de consumo.
- Ejemplos: comercio electrónico, educación en línea, banca en línea, búsqueda de trabajo en línea.
- La innovación tecnológica tiene gran impacto, también, en lo que se llama **economía colaborativa**.



Economía colaborativa

- Este modelo de negocio se basa en el intercambio entre particulares a través de plataformas de bienes y servicios que estaban ociosos o infrautilizados, a cambio de una contraprestación.
- Ejemplos: plataformas para el arrendamiento de corta duración de espacios, principalmente, viviendas, alquiler de trayectos en vehículos.
- El acceso al bien o servicio mediante internet hace que los mercados tengan un carácter más amplio, tanto en los bienes y servicios ofrecidos como en la demanda.
- Internet reduce o elimina barreras de los mercados no tradicionales, facilitando la entrada de oferentes y demandantes, debido a los menores costos de entrada, publicidad.
- Estas innovaciones tienen efectos pro competitivos en los mercados al ampliar la oferta, reducir los costos de transacción, mejorar la calidad del servicio y permitir formación de precios más eficientes.



Efectos de la economía colaborativa I

- **Mejora la asignación de recursos:** la prestación de servicios a través de plataformas digitales permite una igualación más eficiente entre oferta y demanda. Es clave el uso de algoritmos de precios que permiten que los mismos respondan a las variaciones de oferta y demanda. En momentos de mayor demanda, el precio aumenta lo que incentiva la oferta de servicios de otros usuarios en la plataforma, ajustándose los precios y aumentando el volumen de intercambios. Esto permite alcanzar una asignación más eficiente de recursos.
- **Favorece precios más eficientes:** se logra una formación de precios más eficientes al permitir ajustes dinámicos en los precios.
- **Reduce la asimetría de información:** se dispone de más información sobre los productos y servicios.
- **Disminuye los costos de transacción:** menores costos de búsqueda y de intermediación. Hay un intercambio más directo entre usuarios, reduciéndose el número de intermediarios en el proceso de acceder al bien o servicio.



Efectos de la economía colaborativa II

- Sin embargo, estas innovaciones generan mucha resistencia por parte de los operadores del sector involucrado (incumbentes): sindicatos, gremios, asociaciones de profesionales.
- Y también de los responsables de la formulación de políticas, que aspiran a proteger a trabajadores y consumidores, llegando en algunos casos a prohibir estas actividades.
- Surge el tema de cómo adecuar la regulación actual a estos nuevos modelos de negocios y de si es necesario introducir nuevas regulaciones.



Se requiere intervención del sector público para regular estos nuevos modelos de negocio?

- La intervención del sector público en estos modelos de negocio se debe realizar aplicando los principios de regulación económica eficiente.
- Esto es, la regulación sólo está justificada si existen fallas de mercado.
- Fallas de mercado: i) poder de mercado, ii) externalidades, iii) problemas de información y, iv) bienes públicos.
- Desafío: Necesidad de regular ante aparición de plataformas informáticas para la prestación de servicios o adquisición de bienes?
- La decisión de regular requiere analizar las fallas de mercado que se pretenden solucionar.



Economía digital y Autoridades de Competencia (AC)

- Las AC tienen la oportunidad y el reto de que los mercados con innovaciones disruptivas se mantengan competitivos y que, por lo tanto, los consumidores se beneficien de las innovaciones.
- Las AC deben asegurar que las leyes de competencia se sigan aplicando en estos mercados.
- Estar alerta tanto a los incumbentes que incurren en conductas anticompetitivas para impedir la entrada de nuevos agentes y a los entrantes que podrían abusar de posición dominante.
- Las AC pueden jugar un rol clave mediante abogacía de la competencia.



Instrumentos de Promoción de la Competencia I

- La Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia aplicó los instrumentos de promoción de la competencia a la Economía Colaborativa, de acuerdo a las potestades conferidas por ley.
- Art. 26 F) de la Ley 18.159 dispone, entre las facultades de la Comisión: “Emitir recomendaciones no vinculantes, dirigidas al Poder Ejecutivo, Poder Legislativo, Poder Judicial, Gobiernos Departamentales, y entidades y organismos públicos, relativos al tratamiento, protección, regulación, restricción o promoción de la competencia en leyes, reglamentos, ordenanzas municipales y actos administrativos en general. Estas recomendaciones se realizarán respecto de leyes, reglamentos, ordenanzas municipales y otros actos administrativos vigentes o a estudio de cualquiera de los organismos señalados.”



Instrumentos de Promoción de la Competencia II

- El mercado objeto de estudio por parte de la Comisión fue el de transporte privado oneroso de personas.
- El servicio de transporte de personas mediante taxis está fuertemente regulado y cerrado a la competencia.
- Regulado por las intendencias departamentales. Está limitado el ingreso de nuevos permisarios de taxi a la cantidad de permisos o licencias otorgadas por la Intendencia.
- Regulación de precios: tarifas máximas fijadas por Ministerio de Economía.



Instrumentos de Promoción de la Competencia III

- Comparecencia en Parlamento: proyecto de ley para regular la “Prestación de Servicios mediante Plataformas Informáticas.”
- La Comisión manifestó su postura desfavorable respecto al proyecto de ley ya que limita el ejercicio de la actividad privada y limita la competencia.
- Se dispone que los servicios prestados por personas físicas o jurídicas mediante el uso de sistemas informáticos, quedan sometidos a los controles, autorizaciones, permisos, licencias y otras regulaciones que establecen las normas específicas relativas al servicio final.
- Por lo tanto, se mantiene el *statu quo*, limitando la competencia y poniendo trabas a la entrada de nuevos agentes.



Instrumentos de Promoción de la Competencia IV

- En el caso del transporte privado oneroso de personas, implica que la oferta es limitada por los gobiernos departamentales limitar la oferta (licencias). Además, se desconocen los criterios para asignar las licencias.
- Modificación en proyecto de ley (aprobado por Cámara de Representantes): se elimina la referencia a permisos, licencias. Se introduce que “para los servicios regulados [por esta ley] se aplicarán los principios de eficiencia, no discriminación regulatoria, ausencia de requisitos injustificados o barreras a la entrada que impidan el ingreso de nuevos agentes al mercado o que establezcan obstáculos para el desarrollo de nuevos modelos de negocios”.
- Pero: “Inalteración del Derecho preexistente:...se aplicará a los servicios contratados por medios electrónicos la misma regulación jurídica que a los contratados por otro medio.”



Instrumentos de Promoción de la Competencia V

- Comparecencia en Junta Departamental de Montevideo por Proyecto de Decreto de la Intendencia de Montevideo para regular servicios tipo Uber.
- El proyecto de Decreto introduce restricciones a la competencia.
- Limita la oferta: establece que la Intendencia podrá limitar la cantidad máxima de vehículos afectados a la prestación del servicio. El mejor asignador de recursos cuando no hay fallas de mercado es justamente el mercado. La oferta debería fijarse en el mercado de acuerdo a la demanda existente. Porqué limitarla en perjuicio del consumidor?



Instrumentos de Promoción de la Competencia VI

- Establece un canon, un costo adicional que deben pagar los vehículos por km recorrido. Se desconoce el criterio para el monto fijado.
- Ese canon fijado podría tornar inviable el negocio. Se estaría expulsando del mercado a estos nuevos agentes.
- Se impone cantidad de requisitos: registro de conductores, un permiso por persona, licencia profesional, tamaño y antigüedad del vehículo, póliza de seguro, aportes previsión social.
- De acuerdo con regular la calidad del servicio: libreta profesional, vehículos adecuados, contratación de seguros, regularización laboral.



Fallas de mercado en sector transporte privado oneroso de pasajeros

- Externalidades (problemas de congestión, polución). Estos problemas están asociados a los vehículos en general y no a este servicio. Por el contrario, este tipo de aplicaciones podrían ayudar a mitigar este problema.
- Información asimétrica (calidad del servicio y problema de seguridad): Se pueden establecer criterios en materia de calidad y de seguridad (requisitos del vehículo, de licencia de conducir, seguros).
- Exceso de entrada. Generaría una caída de la productividad media y de la rentabilidad de la actividad de taxis. Esto es un problema si hay altos costos fijos, costos hundidos (que no pueden recuperarse).
- Si se liberaliza el número de taxis no se necesitaría una fijación del precio. Debería ir acompañado de una liberalización de los precios del servicio.



Retos y Oportunidades de las AC

- La irrupción de estos nuevos modelos de negocio debería ser una oportunidad para revisar el funcionamiento de varios mercados. (ej. liberalizar mercado taxi)
- Las AC pueden tener un rol importante: promover una evaluación de las regulaciones existentes desde el punto de vista de la competencia.
- Las AC pueden hacer abogacía de la competencia para favorecer la competencia en los mercados disruptivos, buscando eliminar las barreras al acceso y a la actividad en varios sectores.
- Esto permitiría maximizar el potencial de la economía digital e impulsar la productividad, la innovación y el crecimiento.