

El impacto del proyecto de Ley “Argentina Digital” en la competencia en el mercado de comunicaciones

Por Diego Petrecolla¹.

El Proyecto de Ley presenta una serie de debilidades de diseño regulatorio que atentan contra la consecución de los objetivos que se propone, a saber, promover la convergencia tecnológica, mayor competencia y el desarrollo de nuevas tecnologías en el sector de las comunicaciones.

Es positivo que se busque promover la convergencia tecnológica y que cualquier operador del sector pueda participar en cualquier segmento del sector de las comunicaciones. Sin embargo, el Proyecto no regula adecuadamente la entrada de las telefónicas al mercado de TV paga, en orden a lograr que compitan en el mismo a través de nuevas plataformas de transmisión (Art. 9). Tal como el Proyecto está formulado, las empresas telefónicas, que son las empresas con clara posición dominante en el sector, podrán ingresar al mercado en asociación con la TV Satelital, como ya lo han hecho en otros países de Latinoamérica, lo cual concentrará el mercado aún más y finalmente afectará negativamente a los usuarios.

El mercado de TV paga es un mercado maduro, desde el punto de vista de la demanda, con limitadas posibilidades de expansión. Con un grado de penetración que es uno de los más altos del mundo, el mercado sólo marginalmente podría aumentar la cantidad de abonados. En consecuencia, sólo cabe esperar que las telefónicas entren al mercado de TV paga excluyendo a los cables establecidos, antes que sumando nuevos abonados. El resultado de este proceso será que el mercado de las comunicaciones se concentrará en las empresas telefónicas.

La práctica regulatoria habitual en el mercado de telecomunicaciones es utilizar un instrumento denominado “regulación asimétrica”, por medio del cual se le exigen obligaciones especiales a las empresas con posición dominante, para que no puedan abusar de ella. En este caso, se recomienda que el Proyecto de Ley prohíba el ingreso de las telefónicas al mercado de TV paga a través de las tecnologías ya existentes (cable y/o satelital). Si efectivamente se quiere promover la competencia y el desarrollo tecnológico, las empresas telefónicas debieran entrar al mercado desarrollando su propia tecnología.

Finalmente, también se recomienda que se cree un regulador “técnico e independiente del poder político de turno” para que garantice las condiciones de competencia efectiva en este mercado convergente. Mientras este regulador no exista y no se reglamenten las regulaciones necesarias para que la competencia en este mercado se manifieste de forma efectiva, sería conveniente que no se permita que las empresas telefónicas participen del mercado de TV paga.

¹ GPR Economía SA. Ex Presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia