



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

LA REGULACIÓN ANTE LA INNOVACIÓN DISRUPTIVA

*FORO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE
COMPETENCIA*

*Sesión I. Innovación disruptiva en América
Latina y el Caribe: Retos en la aplicación de
la Ley de Competencia y oportunidades
para la abogacía*

Comisionada María Elena Estavillo Flores
12 de abril de 2016
Ciudad de México

CARÁCTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN DISRUPTIVA RELEVANTES EN LAS TELECOMUNICACIONES

Efectos de red y
economías de escala

Mayor parte de nuevos
negocios funciona
sobre internet fijo y
móvil

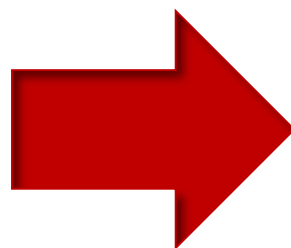
Son muy escalables

El crecimiento de un
tipo de cliente beneficia
a otros → mercados de
varios lados

Muchos nuevos
servicios en telecom se
financian con
publicidad



**DOCUMENTO DE
REFERENCIA**

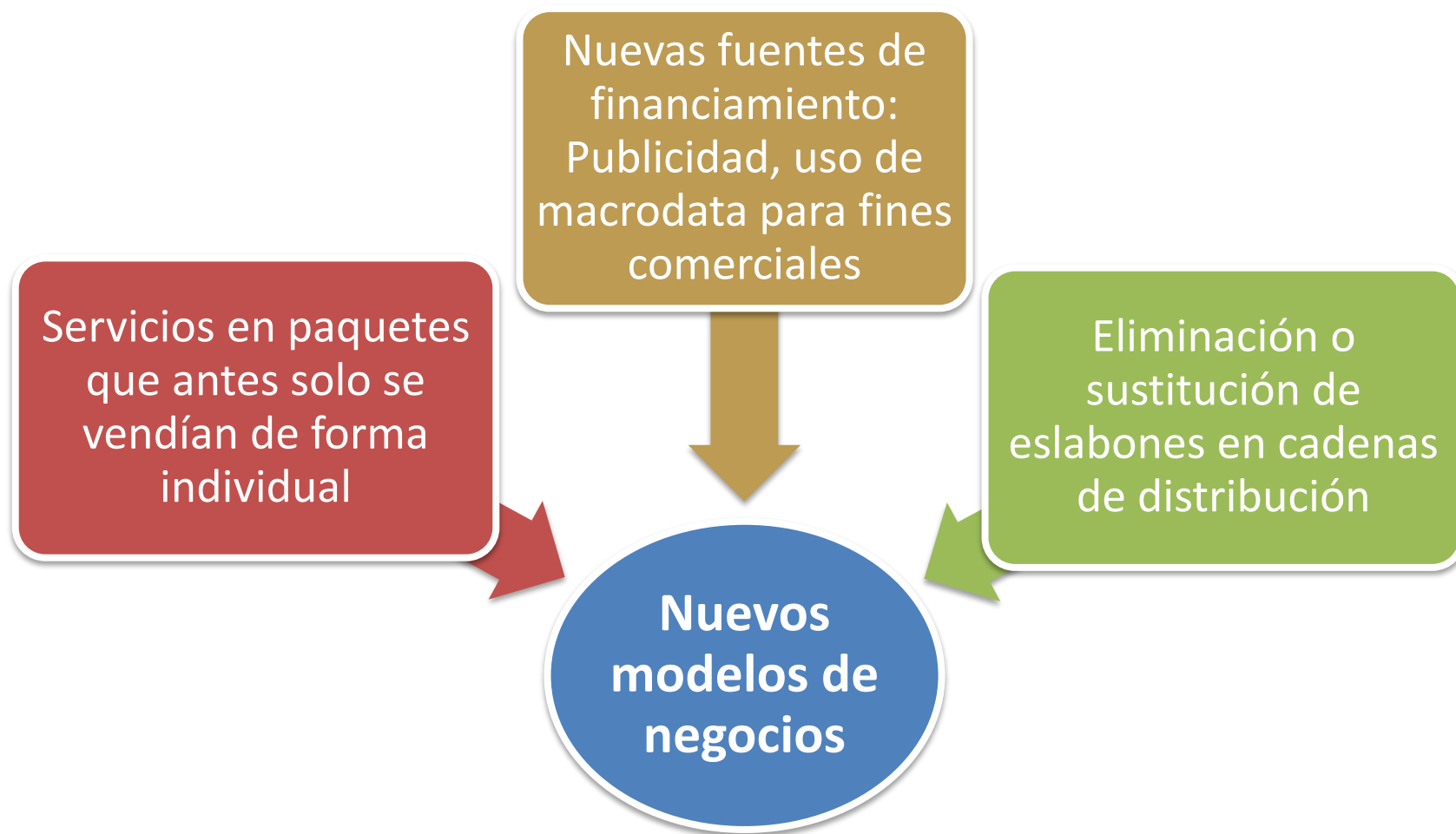


**Dificultades que tienen
las autoridades de
competencia para
prever EVOLUCIÓN DE
MERCADOS**



**Es necesario determinar cuándo se requiere una
intervención y cuál debe ser ésta**

Las innovaciones disruptivas no sólo implican nuevas tecnologías, sino nuevos modelos de negocio:



1

Identificar innovaciones disruptivas que generan eficiencia dinámica o procesos de destrucción creativa

Joseph Schumpeter, *“Capitalism, Socialism and Democracy”* (1942):

“Proceso de mutación industrial que revoluciona incesantemente la estructura económica desde adentro, destruyendo sin cesar la anterior, creando incesantemente una nueva.”

➤ Difícil valorar:

- si el nuevo modelo de negocios es sólo una variante del tradicional
- alcance de los avances tecnológicos para transformar los mercados
- evolución de los hábitos y preferencias de los consumidores
- posibilidad de convivencia de los negocios tradicionales con los innovadores → ¿sustitución total?

2

Definir adecuadamente los mercados cuando los hábitos y preferencias de los consumidores están evolucionando y surgen nuevos modelos de negocios.

Algunos ejemplos:

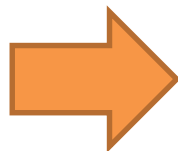
i) ¿VOD es un nuevo mercado distinto al de televisión de paga?



- ❖ VOD: alternativa para acceder a películas y series televisivas desde diferentes dispositivos;
- ❖ Provee contenidos comparables a los de TV restringida, **con la ventaja de colocarlos bajo demanda y ser ubicuos;**
- ❖ Crecimiento de VOD será resultado del crecimiento en la **penetración y calidad de la banda ancha, así como de la evolución de preferencias de los consumidores;**
- ❖ Ejemplos: Netflix, Clarovideo, Cinépolis, iTunes, entre otros.



ii) Mensajería instantánea (MI) vs SMS y telefonía:



¿La mensajería instantánea como Whatsapp sustituirá a los SMS o a la telefonía?

Preferencia de las **nuevas generaciones** por la mensajería instantánea: predilección por la **ubicuidad**, la **convergencia de dispositivos**, y **abandono de servicios de voz**

- ✓ SMS ofrecidos por los operadores móviles;
- ✓ MI a través de **aplicaciones descargadas por internet**;
- ✓ MI en algunos casos disponible en otros dispositivos: computadoras y tabletas;
- ✓ MI frecuentemente financiados por publicidad o suscripción;
- ✓ MI están ganando terreno sobre los SMS y **también sobre la telefonía móvil**
→ cambio de hábitos de usuarios

3

Diferenciar prácticas monopólicas frente a costos de corto plazo generados por la innovación disruptiva



- Error tipo I (falso positivo): Juzgar como anticompetitivo un esquema comercial que desplaza competidores bajo un nuevo modelo de negocios, que en realidad está sustituyendo al modelo tradicional porque es una innovación disruptiva
- Error tipo II: no actuar frente a conductas provenientes de modelos de negocios aparentemente innovadores pero que no lo sean y que terminen por excluir competidores viables.

¿LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS SUSTITUIRÁN A LOS TRADICIONALES?

El nuevo modelo de negocios sustituye eventualmente a los convencionales debido a que se trata de una oferta superior y/o porque los hábitos y preferencias de los consumidores cambian permanentemente



- las prácticas comerciales que pudieran desplazar a oferentes tradicionales serían parte del proceso de destrucción creativa
- cuidar que regulación no impida entrada o desarrollo de innovadores
- cuidar que regulación no impida a tradicionales adaptarse a nuevo modelo

El nuevo modelo coexiste con el anterior, porque satisface distintas necesidades, preferencias y nichos de consumidores



- Evitar prácticas excluyentes de competidores viables (tradicionales o innovadores)
- Vigilar que consumidores mantengan libertad de elección (costos de cambio, asimetría de información)

En tanto se observa cómo evoluciona el mercado ante la innovación, la acción de la autoridad de competencia puede encaminarse a **evitar que la regulación o las prácticas comerciales distorsionen la competencia:**

- ① libertad elección de consumidores
- ② eliminar barreras de entrada
- ③ promover la eliminación de regulación que ya no es necesaria o adecuada en nuevas circunstancias

EJEMPLOS DE INNOVACIONES QUE RESUELVEN FALLAS DE MERCADO



U B E R

- ✓ **Problemática original:** asegurar un nivel mínimo de seguridad en el servicio de taxi
- ✓ **Respuesta regulatoria:** registro de chofer, registro de automóvil, revisión mecánica anual
- ✓ **Innovación:** plataforma Uber permite intercambiar información: identificar choferes y unidades, compartir impresiones entre usuarios, evaluación de choferes y de usuarios.
 - Innovación ofrece solución a falla de mercado (información asimétrica) y hace innecesaria la regulación.

- ✓ **Problemática original:** falta de información para otorgar préstamos a personas sin historia crediticia
- ✓ **Respuesta regulatoria:** créditos subsidiados por gobierno; porción de población queda desatendida
- ✓ **Innovación:** Kreditech utiliza macrodatos (big data) para estimar solvencia de quienes quedan al margen de los bancos.
 - Innovación resuelve falla de mercado y genera nuevo nicho



¿QUÉ PUEDE HACER LA AUTORIDAD DE COMPETENCIA?

Ante modelos innovadores, los negocios tradicionales demandan “**piso parejo**”

- ❖ Que se aplique regulación tradicional a negocios innovadores
 - Extender costos adicionales de operación
 - Fortalecer barreras de entrada.
- ❖ Poca atención en la adecuación de la regulación de los negocios tradicionales a nueva realidad

Disrupción es una oportunidad para **replantear el marco regulatorio**

- ❖ Puede desaparecer la razón que generó la regulación del negocio tradicional → el nuevo modelo de negocios con nuevas tecnologías puede incorporar mecanismos que logran el mismo objetivo por medio del mercado.
- ❖ Regulaciones tienden a permanecer demasiado tiempo sin cambio en mercados dinámicos: la aparición de una innovación representa una oportunidad para revisar el marco regulatorio.
- ❖ Puede existir objetivo de política que justifique aplicar ciertas reglas a innovadores

Para identificar la regulación susceptible de ser modificada → cuestionario del documento sobre cuestiones relativas a la innovación disruptiva del secretariado de la OCDE*:

Lista básica para investigar casos de regulación que interfiere con la disrupción:

- ¿Qué objetivo tiene la regulación?
- ¿La regulación está adaptada a su objetivo? Más concretamente, ¿restringe la competencia lo mínimo posible al tiempo que cumple sus objetivos?
- ¿Es posible comparar la eficiencia entre mercados regulados y no regulados?
- ¿Cuál es el motivo por el que el establecido quiere que se le aplique la regulación al disruptor?
- ¿Cuál es el motivo por el que el regulador quiere que se le aplique la regulación al disruptor?
 - ¿Son razones legítimas, o el motivo es simplemente mantener al disruptor fuera del mercado u obstaculizar su entrada?

- ❑ ¿Qué argumento esgrime el disruptor para que se le permita obviar la regulación?
- ❑ ¿Beneficiaría a los consumidores que no se aplique la regulación al disruptor?
- ❑ ¿El establecido ha estado innovando? En caso negativo, ¿mantener fuera al disruptor le permitiría seguir postergando sus inversiones en innovación?
- ❑ Si parece haber un problema con la competencia, ¿qué opciones tiene la autoridad de competencia para resolverlo?
 - ¿La regulación es inmune al escrutinio de la ley de competencia?
 - **SÍ**: la autoridad de competencia puede emitir recomendación para minimizar el impacto de la regulación sobre la competencia; o publicar un estudio de mercado para llamar la atención sobre el problema.
 - **NO**: la autoridad de competencia puede tomar medias legales para cuestionar la regulación

❖ **Abogacía regulatoria:**

- Opinar sobre pertinencia de regular los nuevos modelos de negocios
- Opinar sobre adecuación de regulación de modelos tradicionales a nuevo entorno de competencia
- Recomendar medidas específicas para el diseño del marco regulatorio:
 - eliminar regulación que ya no es necesaria porque el mercado puede resolver el problema que le dio origen
 - Eliminar reglas que impiden o dificultan la entrada de los innovadores al mercado
 - Eliminar reglas que limitan la competencia entre los innovadores y los tradicionales
 - Eliminar regulación que impide que los tradicionales se transformen para competir en nueva dinámica creada por los innovadores
- ❖ Las autoridades de competencia que al mismo tiempo tienen responsabilidades regulatorias, pueden directamente **actualizar la regulación.**



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Gracias

elena.estavillo@ift.org.mx

[**www.ift.org.mx**](http://www.ift.org.mx)