

UNIVERSIDAD DEL CEMA



MASTER en DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Tesis

**Oportunidades de Arbitraje en Pequeñas Demandas
Derivadas de la Desregulación de Servicios Públicos**

Jorge Douglas - Juan Baqué

Argentina – Octubre 2002

Profesor: MBA Francisco María Pertierra Cánepa

Agradecimientos:

A MBA Francisco María Pertierra Cánepa por motivarnos a profundizar el estudio sobre el tema. A Lic. M. Carolina Pavía por la revisión de los aspectos formales del trabajo. A MBA – Especialista en Educación Universitaria – Lic. Adriana Deza por la lectura crítica del documento y los aportes derivados de la misma. A MBA Ing. Olga Cavalli por los comentarios sobre la desregulación de las Telecomunicaciones.

INDICE DE CONTENIDOS

| | | |
|-----------------|--|-----------|
| <u>1</u> | <u>Introducción</u> | 4 |
| <u>2</u> | <u>Experiencias de desregulación de servicios públicos</u> | 7 |
| 2.1 | <u>Monopolios naturales: razones de su paulatina extinción</u> | 7 |
| 2.2 | <u>Tendencia internacional en regulación</u> | 8 |
| 2.2.1 | <u>Telecomunicaciones</u> | 8 |
| 2.2.2 | <u>Energía</u> | 10 |
| 2.3 | <u>Estado de situación</u> | 12 |
| 2.3.1 | <u>Telecomunicaciones</u> | 12 |
| 2.3.2 | <u>Energía</u> | 18 |
| <u>3</u> | <u>Análisis de los resultados obtenidos</u> | 22 |
| 3.1 | <u>Telecomunicaciones</u> | 22 |
| 3.2 | <u>Energía</u> | 24 |
| <u>4</u> | <u>Análisis del rol del usuario en la captura de beneficios de la desregulación</u> | 28 |
| 4.1 | <u>Desregulación de Primera Generación</u> | 28 |
| 4.2 | <u>Desregulación de Segunda Generación</u> | 31 |
| <u>5</u> | <u>Proceso de compra</u> | 33 |
| 5.1 | <u>Conducta de compra</u> | 33 |
| 5.1.1 | <u>Enfoque de marketing de la conducta de compra</u> | 33 |
| 5.1.2 | <u>Enfoque económico de la conducta de compra</u> | 36 |
| 5.2 | <u>Factores que afectan la decisión de switching</u> | 38 |
| <u>6</u> | <u>La oportunidad de negocio</u> | 40 |
| 6.1 | <u>Síntesis de fundamentos</u> | 40 |
| 6.2 | <u>El potencial de mercado</u> | 41 |
| 6.3 | <u>Negocios desarrollados para capturar excedentes</u> | 42 |
| 6.4 | <u>Diferenciación y factores de éxito sobre los cuales construir el negocio</u> | 43 |
| <u>7</u> | <u>Conclusiones</u> | 45 |
| <u>8</u> | <u>Bibliografía</u> | 47 |
| <u>9</u> | <u>Anexos</u> | 50 |

1 Introducción

El mercado de provisión de servicios públicos durante la primera mitad del siglo XX se caracterizó por la presencia global de monopolios naturales. La prestación de servicios públicos esenciales - agua, energía, comunicaciones- para toda la población determinaba la necesidad de realizar elevadas inversiones en infraestructura amortizables solamente a partir de un gran volumen de negocios y largo plazo, lo que encontraba en las concesiones monopólicas la herramienta adecuada, asegurando al concesionario el retorno de su inversión a partir de servir clientes cautivos. Adicionalmente, la propiedad estatal de esos monopolios era una constante aún en los países más avanzados. La función social del Estado entendía que debía brindar estos servicios por sí mismo. Mas aún, durante los años de la “guerra fría” estos sectores eran considerados estratégicos, por lo que su preservación en manos del Estado estaba, en cierto modo, justificada.

Esta situación fue cambiando progresivamente: el fin de la “guerra fría”, la impericia del Estado como prestador o el reconocimiento de sus verdaderas funciones determinaron la aparición de actores privados en la actividad, siempre bajo la figura del monopolio.

Para evitar el abuso de ese poder monopólico, la actividad de los prestadores de servicios fue regulada, en un intento por simular los efectos que la competencia produciría, respecto a la calidad del servicio y el nivel general de precios, en un mercado de competencia perfecta.

Sin embargo, ésta situación comenzó a cambiar en la segunda mitad del siglo XX. La innovación tecnológica (IT) se encargó de ir derribando las barreras que inhibían ciertos servicios de ser prestados por múltiples oferentes. El avance de la informática y la tecnología son solo ejemplos genéricos de la IT. Basta observar el desarrollo en el campo de las telecomunicaciones a partir de la ampliación del espectro radioeléctrico, la utilización de la fibra óptica y la incorporación del enlace satelital para comprender el efecto de la IT y reconocer el cambio que está produciendo en la prestación de servicios públicos. Esto ha impactado directamente sobre la estructura de costos de la actividad de provisión de servicios, eliminando las restricciones económico financieras que impedían la competencia y llevaban a la instauración de monopolios. Es así como mercados antes operados por un único oferente regulado pueden convertirse en

mercados libres mas o menos poblados de acuerdo al tamaño y las economías de escala que este demande. Se da inicio a una etapa desregulatoria en este campo, que llega hasta nuestros días, promoviendo la competencia y el mejoramiento de las prestaciones.

La desregulación de servicios públicos tiene su origen en Inglaterra. A partir de allí se ha ido diseminando alrededor del mundo. Basta relevar la información disponible acerca de políticas de servicios en EEUU, los acuerdos desregulatorios de mediano plazo alcanzados en la Unión Europea (UE) y las distintas experiencias de la década del 90 en los países latinoamericanos para dimensionar esa tendencia.

Estudiando el desarrollo de esos procesos desregulatorios en diferentes lugares del mundo y para distintos servicios, se observa un gran impacto inicial en la economía a partir de la conversión del monopolio en mercado abierto desregulado. La competencia entre los nuevos operadores sumada al impacto de la tecnología ahorradora de costos permiten bajas significativas de las tarifas del mercado, incremento de la inversión, efecto multiplicador en la economía toda y ventajas a los usuarios finales adquiridas por estos en forma pasiva.

Claro está que el fin último de la desregulación es la mejora absoluta o relativa de costos en beneficio de los usuarios finales traducidos en igual servicio a menor precio o mejor servicio a igual precio.

Nuestra hipótesis plantea que este efecto no se logra cuando el avance de la desregulación implica el involucramiento directo del usuario en la selección del proveedor y su participación activa en la captura de los beneficios. Esto es, la plenitud del sistema competitivo no se alcanza debido a la no-adopción o aprovechamiento por parte de los usuarios de su nueva posición competitiva.

El objetivo de este trabajo es detectar si existe alguna oportunidad de arbitraje derivada de la conducta de compra del consumidor en estos procesos.

Intentaremos mostrar que diversos elementos confluyen en ese sentido. El desinterés y/o desinformación, el riesgo percibido, la incapacidad de valoración técnico-económica de las opciones y su relación costo-beneficio hacen que en general la decisión final de selección de proveedor no se produzca, y en los casos que se da, ésta radique en aspectos subjetivos. Es interesante que esto suceda cuando existen elementos cuantitativos como para que cada usuario evalúe su mejor opción.

Nuestro trabajo se ocupará de relevar resultados de experiencias de desregulación de manera de justificar los siguientes postulados:

- ✓ La desregulación de la provisión de servicios públicos es una realidad global y avanza inexorablemente.
- ✓ Se distinguen dos etapas dentro de los procesos de desregulación caracterizadas por el rol del usuario.
- ✓ El éxito de la segunda etapa de desregulación requiere del compromiso activo del usuario final para capturar las ventajas que ésta promueve.
- ✓ Esta última situación genera oportunidades de negocio.

La metodología de trabajo se basará en la siguiente secuencia analítica:

- Relevamiento del estado de regulación en los mercados de servicios públicos de los países del hemisferio occidental.
- Evaluación de impacto de la desregulación en usuarios residenciales.
- Detección de patrones de comportamiento y modelos de conducta del usuario como explicación de los resultados logrados.
- Análisis del proceso de compra o contratación de servicios públicos.
- Detección de oportunidades de negocio que ésta situación genera.

Considerando las características contemporáneas de los fenómenos bajo análisis, la evolución permanente y las limitaciones de alcance del trabajo, la justificación o no de la hipótesis se basará en la utilización de información secundaria disponible.

De verificarse aquello que surge intuitivamente del análisis preliminar, este trabajo servirá como base para el desarrollo de futuros emprendimientos.

2 Experiencias de desregulación de servicios públicos

2.1 Monopolios naturales: razones de su paulatina extinción

El monopolio natural debe su existencia a ser la mejor alternativa de producción de bienes de determinadas características. Bienes cuyo abastecimiento implica elevadas inversiones de capital, imposibilidad de almacenamiento y la existencia de una conexión física con el proveedor, suelen estar abastecidos por monopolios naturales¹.

El monopolio natural, no obstante ser la mejor alternativa en ciertas circunstancias, no está exento de costos. Su costo mas importante es el de regulación. Los problemas de agencia -esquema de fijación de incentivos, información asimétrica, cuasirentas generados por la inversión en activos específicos- adquieren en estas relaciones suprema relevancia.

El abastecimiento de estos servicios por medio del mercado presenta todas las ventajas que la disciplina de este sistema impone sobre los agentes de producción -eliminación de los problemas de agencia. Sin embargo tiene como contrapartida el no permitir alcanzar a sus miembros economías de escala semejantes a las que alcanzaría el monopolista por la existencia de subaditividad de costos.

La decisión final respecto al sistema de abastecimiento surge de minimizar el costo total: costos de producción + costos de agencia².

La innovación tecnológica altera fundamentalmente esta relación. Su impacto en la reducción de costos y en la velocidad con la que se adquiere economías de escala distorsiona el balance entre costos de producción y agencia, llegando en algunos casos a cambiar la decisión sobre la forma de abastecimiento del bien o servicio en cuestión.

Este ha sido el caso de las telecomunicaciones a partir de la década del '80 y lo que esta sucediendo hoy en día con el gas y la energía eléctrica. Ejemplos de esto último lo constituyen Inglaterra, EEUU, España.

¹ BERG, Sanford y TSCHIRHART, John, "*Natural Monopoly Regulation*", Cambridge University Press, 1988

2.2 Tendencia internacional en regulación

La innovación tecnológica está impulsando una tendencia desreguladora a nivel mundial. Los resultados exitosos de las primeras experiencias están conduciendo a la difusión de estas políticas en lugares donde no se aplicaban y a la profundización de las mismas en sus lugares de origen.

2.2.1 Telecomunicaciones³

Históricamente y hasta los ochenta, el mercado de telecomunicaciones estaba dividido en dos grandes segmentos. Por un lado, existían las empresas de telecomunicaciones que ofrecían canales y medios para la transmisión de voz, datos o en general de señales analógicas para comunicación interpersonal o Inter-empresarial. Por otro lado, las empresas de radiodifusión, orientadas a la comunicación de mensajes mediante señales específicas y con intenciones comerciales variadas.

El modelo del primer mercado se basaba en dos principios: ***el monopolio natural y la necesidad de servicio básico***. Dada la magnitud, complejidad y costos asociados a los servicios de telecomunicaciones, en la gran mayoría de países las concesiones de operación de servicios de telefonía, telégrafos, telex y servicios complementarios o similares estaban en manos de un mismo operador, el cual recibía el derecho de ser único abastecedor de esos servicios y único usufructuario del espectro de frecuencias, a condición de brindar servicios "socialmente relevantes".

Al carecerse de disciplina de mercado para mantener márgenes bajos y precios aceptables, la forma de controlar a los operadores de comportarse de acuerdo a una conducta monopólica fué a través de la regulación. En muchos países, la necesidad de monopolios fue extendida al concepto de monopolios estatales.

La situación descripta comenzó a cambiar a partir de mediados de los años ochenta. La aparición de tecnologías que permitían aprovechar nuevas áreas del espectro de frecuencias para enviar más información implicaba que existían alternativas a los

² BESANKO D., DRANOVE D., SHANLEY M. "The Economics of Strategy" John Wiley & Sons, Inc. Second Edition, 2000

servicios tradicionales, lo que significaba una amenaza para los monopolios al obligarlos a dirigir parte de sus capitales a desarrollar otros servicios.

Esto implicó la desaparición del Monopolio Natural en las Telecomunicaciones. Al existir muchas alternativas y variedad de esquemas de pago, la existencia de un monopolio regulado desde el estado comenzaba a sonar contraproducente. Poco a poco, la presión para acabar siquiera conceptualmente con el "monopolio natural" se fue consolidando y llevó a la efectiva desaparición de los monopolios, tanto privado como era el caso de los Estados Unidos a través de AT&T o estatales como en la mayoría de los demás países, permitiendo la llegada de una **etapa competitiva en las telecomunicaciones**.

En el año 1995 EEUU decide desmembrar la monopólica AT&T. El *modelo norteamericano* sirvió como ejemplo para el mundo: los mercados se dividieron en telefonía básica, telefonía de larga distancia, servicios agregados y transmisión de datos como áreas de negocio totalmente independientes. La telefonía básica continuó como monopolio natural durante el período de consolidación de mercado. La telefonía de larga distancia se abrió completamente a la competencia, al igual que la transmisión de datos, con la restricción que los que operaran telefonía local no debían ser los mismos que invirtieran en telefonía de larga distancia, para evitar *dumping* de precios por parte del operador combinado.

La enorme expansión de los mercados de telecomunicaciones se produjo, entre otras razones, cuando la competencia de operadores de larga distancia se acentuó en los EEUU llevando a ocasionar bajas significativas de precios. Los servicios complementarios que se ofrecieron como parte de esta competencia contribuyeron a aumentar el atractivo del sector.

Durante la década de los ochenta comenzó la etapa de la digitalización. Esto permitió que información digitalizada de diferentes servicios pudiera ser transportada a través de redes comunes y compartidas, en un proceso denominado "convergencia", impactando directamente sobre la estructura de costos.

En la actualidad, nos enfrentamos con un mercado más o menos unificado de telecomunicaciones, fruto de la digitalización y la desregulación. Este mercado ha

³VILLANUEVA MANSILLA, Eduardo. "El Mercado Global de las Telecomunicaciones: Revisión de Tendencias"

implicado la *desaparición del concepto de servicio público de la telefonía*, al menos de manera central y también está cambiando la interpretación del rol de los medios masivos.

Las transformaciones resultan evidentes: concentración y consolidación empresarial; digitalización que llega al usuario final, y una clara tendencia a la existencia de medios híbridos o mixtos.

Finalmente, en el marco del análisis del desarrollo de la desregulación de servicios públicos en el Mundo, la telefonía o las telecomunicaciones marchan a la cabeza en lo que a países alcanzados se refiere. Indudablemente el desarrollo tecnológico ha revolucionado el área de comunicaciones quizá mas profundamente que otras áreas y ha transformado el simple servicio de transmisión de voz en un completo abanico de prestaciones que incluyen la telefonía fija, celular y satelital, pager, transmisión de datos, Internet, etc. y permite cubrir las zonas mas alejadas del planeta con cada vez menores inversiones en infraestructura. Esta revolución ha generado la necesidad de mejorar las prestaciones lo que quizá haya influido en acelerar la ola desregulatoria en este campo. Las características neoliberales de los gobiernos de los 90 actuó como un disparador adicional no menos importante

Comenzando por Europa y EEUU, pioneros en tecnología por excelencia, la desregulación ha llegado incluso a países en vías de desarrollo. Basta observar el panorama desregulatorio de las comunicaciones en Latinoamérica y el Caribe para avalar este concepto. Desde Brasil, México y Argentina hasta países estructuralmente mas pobres como Bolivia, Perú o Guatemala han encontrado en la desregulación un modo de incorporar la tecnología a partir de la inversión privada.

2.2.2 Energía

Si bien con características diferentes de las telecomunicaciones respecto a la presión ejercida por la innovación tecnológica, las industrias de provisión de energía - Electricidad y Gas- han seguido los pasos de estas últimas en su camino de desregulación.

Básicamente las industrias de provisión de energía comprenden en su cadena de valor tres componentes:

- ✓ La producción del commodity: electricidad (MWh), gas (m3)
- ✓ El transporte del fluido desde el centro de producción hasta los lugares de consumo (centros urbanos)
- ✓ La distribución dentro de las ciudades, junto a la provisión de los servicios de comercialización (lectura de consumos, emisión de facturas, cobro)

El cambio de ideas de pensamiento, sumado a la reducción de costos de generación producto del avance tecnológico, llevaron a la modificación del sistema de prestación de estos servicios.

En estas industrias, la dirección de desregulación ha sido desde la etapa de producción del commodity (up-stream) a la comercialización al usuario final (down-stream). Comenzando por la producción del commodity, siguiendo por el transporte y en la actualidad la distribución y comercialización, la energía esta viendo desregular su cadena de valor.

A modo de ejemplo de este proceso se describe la etapa de desregulación que están viviendo los mercados mas desarrollados.

2.2.2.1 Europa

Desde mediados de la década del '90 la UE comenzó a transitar el camino de la desregulación de sus mercados energéticos. Las directivas de la UE⁴ de cara a la integración regional son claras al respecto: acceso abierto a las redes de transporte, posibilidad que cada vez mas clientes compren los servicios en forma desempaquetada (unbundled), objetivos crecientes de market share abierto a la competencia, son los principios rectores de las directivas emitidas, que están siendo implementadas por los países miembros de la comunidad.

2.2.2.2 EEUU

El sector energético de este país viene siendo desregulado desde hace mas de 20 años. Fiel a su filosofía de pensamiento, el libre mercado ha guiado a este sector de la economía desde sus orígenes.

⁴ COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES "Report on the Implementation of the Electricity and Gas Directives" Dic-2001 Online <http://europa.eu.int/comm/energy/en/internal-market/library/summary-en.pdf> (24/10/02)

En el *Anexo 1* se detallan los hitos que marcaron el proceso de introducción de la competencia en la industria del gas.

Este proceso ininterrumpido ha llevado a que en la actualidad el 100% del mercado mayorista se encuentre desregulado y, en algunos estados, los diversos componentes de la tarifa (commodity, transporte y distribución) sean contratados en forma independiente a proveedores libremente elegidos.

Da cuenta del éxito de este proceso el hecho que sea el gas natural el commodity con mayor actividad en el New York Mercantile Exchange (NYMEX)

2.2.2.3 Latinoamérica

La estado de desregulación en esta región es dispar. Argentina y Chile, son los únicos países que han privatizado la provisión de estos servicios. El resto de países se encuentra a medio camino, estudiando la experiencia de estos primeros; sin existir fecha cierta de liberalización.

2.3 Estado de situación

2.3.1 Telecomunicaciones

La desregulación telefónica o el inicio del desmantelamiento de los monopolios naturales comienza a mediados del siglo XX, cuando el gobierno de EEUU le pone límites a AT&T lo que es tomado como el primer límite al monopolio en este campo. De ahí en más se suceden una serie de hechos que conectan los adelantos tecnológicos con los cambios políticos y sociales, lo que da como resultado el espectacular desarrollo actual del campo de las comunicaciones. Los hitos más relevantes se observan con detalle en el *Anexo 2*.

2.3.1.1 Latinoamérica

La ola desregulatoria de los servicios de Telefonía y Comunicaciones se diseminó rápidamente por toda la región durante los 90. Desde los 3 grandes -México, Brasil y Argentina- hasta los más pequeños han desregulado su sistema de Telecomunicaciones o están en vías de hacerlo. Esto permitió la entrada de capitales extranjeros a través de operadores internacionales, determinando que el 80% del mercado latinoamericano este en manos europeas o americanas, según se detalla en el *Anexo 3*.

En general, la desregulación ha seguido los mismos pasos en la mayoría de los países de la región, a partir de copiar el modelo americano, con mayor o menor velocidad o con resultados diversos de acuerdo a la agresividad de las políticas implementadas por los gobiernos de turno.

Tomando como ejemplo la experiencia Argentina, observamos las siguientes características en la secuencia desregulatoria que se pueden resumir en tres etapas, las que se instrumentaron siguiendo el modelo americano:

1. Decisión de privatizar la prestadora estatal ENTEL, transformando el Monopolio en un Duopolio, con Telefónica y Telecom operando el país en dos áreas delimitadas sin competencia entre ellas. (Decreto 62/90)
2. Apertura del Mercado, permitiendo a TASA y TECO invadir las zonas excluidas inicialmente y a las compañías de telefonía celular brindar todo tipo de servicios sin restricción geográfica (Decreto 264/98)
3. Desregulación o liberalización del sistema para todos los operadores (decreto 764/00)

Esta desregulación por etapas tiene su lógica y su razón de ser desde lo económico: básicamente el oligopolio inicial permite hacer atractivo el sector para realizar inversiones elevadas en infraestructura, necesarias luego de años de desinversión y potenciadas por la necesidad de modernizar los servicios, asegurando a los operadores plazos razonables de amortización. La mayoría de los países han seguido procesos basados en éste modelo americano. Otros países han acelerado los procesos, como Chile, determinando que el mercado haya quedado con tarifas elevadas, con un jugador de mercado con el 90% de market share y 15 jugadores pequeños, lo que genera competencia imperfecta.

Los efectos inmediatos de la desregulación seriada en Argentina fueron los siguientes:

- Pasar de ENTEL como prestador universal a mas de 20 compañías que operan en el área de las Comunicaciones
- 17 mil millones de dólares de inversión en 10 años (90-00) destinada a modernización de redes y aplicación de tecnología de última generación.
- Pasar de 3 millones de líneas a 6,5 millones en menos de una década

- Pasar de 11 teléfonos cada 100 habitantes en 1991 a 24 cada 100 a fines del 2000, la tasa mas alta de Latinoamérica-
- Incremento de la facturación del sector hasta llegar a U\$8700 millones en el 2000, el 4% del PBI argentino.

Evidentemente los datos dimensionan el valor global de la decisión inicial de desregulación y privatización. Además de los beneficios iniciales obtenidos por los usuarios en las etapas 1 y 2, tales como la facilidad para conseguir una línea, la disminución de los costos de contratación, el mejoramiento de la calidad del servicio, etc., debemos considerar los beneficios globales derivados de la inversión extranjera, generación de mano de obra y el efecto multiplicador sobre la economía toda.

La etapa 3 presentaba un desafío para los usuarios. El primer paso de ENTEL a TASA y TECO había sido gigante pero sus efectos habían quedado atrás.

En septiembre de 2000 se firmó el decreto 764, que fijaba las reglas que marcaron la apertura del mercado de las telecomunicaciones en la Argentina⁵ y a partir del 9 de noviembre del 2000, varias empresas comenzaron a ofrecer servicios de telefonía local para PyMES y grandes firmas, además de larga distancia para los abonados residenciales.

Por otra parte, los nuevos decretos, aun no reglamentados, que fijan las pautas de la desregulación de las telecomunicaciones, introducen nuevas libertades para los usuarios, como la portabilidad numérica y para los proveedores, como la eliminación de las barreras que las antiguas normativas marcaban entre los servicios. De ésta manera, los operadores pueden ofrecer todos los servicios de telecomunicaciones que deseen. Por ejemplo, un proveedor de acceso a Internet, (Internet Service Provider), puede también brindar telefonía.

Así, una veintena de empresas ingresaron al mercado de telefonía, segmentando los clientes en residenciales, PyMES y Corporativos, para repartirse un mercado de 7 mil millones de dólares y creciendo.⁶

Analizando el proceso desregulatorio en otros países de Latinoamérica, se observan muchos puntos en común y efectos similares sobre los usuarios y la economía.

⁵ Ver Anexo 4

Por ejemplo Venezuela⁷ comenzó en 1991, a partir de la privatización de la Compañía Nacional de Teléfonos de Venezuela (CANTV), de capital estatal en el marco de la reestructuración de las empresas del Estado. Se otorgó el contrato de concesión con una duración de 25 años, período de exclusividad considerado necesario y suficiente para el desarrollo de la red de telefonía básica.

De acuerdo a la información de IDC (International Data Corporation) el tamaño o valor del mercado de Tecnología de la Información y Telecomunicaciones (TIT) en Venezuela alcanzó a 3.854 millones de dólares para 1998 generando alrededor de 45.000 puestos de trabajo, con una inversión de 1.400 millones de dólares en Telecomunicaciones (Computación Global, Enero 1999). En los últimos siete años las inversiones en éste sector sobrepasaron los 6.000 millones de dólares. De igual modo, se espera que en los próximos cinco años el sector de las Telecomunicaciones en Venezuela atraerá inversiones que oscilan entre 3.000 y 4.000 millones de dólares. La actividad tiene una participación en el Producto Bruto Interno (PBI) de 6%, mientras que en 1991 cuando se inició el proceso de apertura alcanzó 2% y, se espera que podría llegar a alcanzar el 10% del PBI en un plazo de cuatro a cinco años. Para 1997 Venezuela tenía 128,3 líneas por cada 1.000 habitantes, posición superior a Brasil que tiene 115,6 líneas, a México que cuenta con 94,2 e India que posee 17,9.

México⁸ por su parte es el país con la política desregulatoria mas cautelosa de la Región. Este sector se ha convertido en uno de los más dinámicos de la economía y los últimos nueve años ha crecido por encima del promedio de la economía nacional.

Inició su proceso de desregulación de las telecomunicaciones en el año 1990 con la privatización de TelMex. Hasta entonces el sector crecía con una tasa promedio anual del 6% (1980-1990), mientras que para el quinquenio 1990-1995 este promedio alcanzó el 14%.

En junio de 1995 se aprobó la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones, abriendo todos los sectores de las telecomunicaciones a la competencia.

⁶ Ver Anexo 5 y 6

⁷ GUZMÁN, C. "La Topografía del Poliédrico Mercado Cultural y Comunicacional en Venezuela" On line <http://www.innovarium.com/Prospectiva/referencia.htm> (24/10/2002)

A finales de 1995 se contaban con más de 8,7 millones de líneas en servicio. Entre 1991 y 1996 el servicio de larga distancia nacional creció a un ritmo anual del 12%; a mediados de 1996 existían nueve empresas a las que se les otorgó permiso para prestar los servicios de larga distancia. Los planes de inversión de estos concesionarios alcanzan los 5.800 millones de dólares hasta el año 2003, período durante el cual las empresas proyectan crear 17.000 nuevos empleos. En la actualidad existen siete empresas operando servicios de larga distancia, otras cuatro tienen la concesión y tres más se encuentran a la espera del dictamen de sus solicitudes; las que han comprometido inversiones en cinco años por valor de ocho mil millones de dólares. Del mismo modo que en los servicios de larga distancia, también se espera un gran desarrollo de la competencia en el tramo local. Las concesiones se otorgarán por un plazo de hasta veinte años con posibilidad de prórroga.

Es interesante observar el caso de Bolivia⁹, uno de los países más pobres de la Región en términos de ingreso per capita, sin embargo alcanzado por la ola desreguladora, el 27 de noviembre de 2002 termina el monopolio del servicio de telecomunicaciones. El esquema elegido responde al modelo Americano. En este caso la etapa inicial de desregulación sólo alcanza a la larga distancia.

2.3.1.2 Europa¹⁰

En Enero de 1996 la UE firmó los convenios estableciendo el inicio de la política desregulatoria a partir de 1998.

El modelo utilizado fue similar al americano, comenzando por la incorporación de prestadores al servicio de larga distancia para en una segunda etapa ir al mercado domestico.

⁸ CENTRO DE INFORMACION Y DOCUMENTACION EMPRESARIAL SOBRE IBEROAMERICA. “*México: Actividades del Sector Servicios: Telecomunicaciones*” On line <http://www.cideiber.com/infopaises/Mexico/Mexico-06-02.html> (24/10/2002)

⁹ COOPERATIVA DE TELECOMUNICACIONES COCHABAMBA LTDA. “*Se desata la guerra por telefonía de larga distancia*” On line <http://www.comteco.com.bo/noticias/noti-2.asp> (24/10/2002)

¹⁰ EUROPEAN UNION. “*Status Report on European Union Communications Policy*” On line <http://europa.eu.int/ISPO/infosoc/telecompolicy/en/Main-en.htm> (24/10/2002)

EUROPEAN UNION. “*The 1998 Regulatory Package*” Harmonisation Legislation. On line http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/98_regpack/index_en.htm (24/10/2002)

El servicio de Telecomunicaciones fue dividido en 4 servicios o segmentos de mercado, dejando en libertad a los 15 países miembros para otorgar licencias y establecer fees y royalties.:

- Telefonía Publica de voz Fija sin red propia
- Redes Publicas y servicios de Redes (excluyendo voz)
- Telefonía Publica de voz Fija con red propia sin servicios a terceros.
- Telefonía Publica de voz y servicios de redes con red propia.

Además, se hace distinción en algunos países, como el caso de Italia, España, Alemania, Finlandia y Francia en cuanto al grado de cobertura de las licencias. (Regional o Nacional).

El impacto ha sido impresionante. En toda la Unión Europea existen 1353 operadores autorizados para ofrecer Telefonía Publica de Voz local regional o nacional, estando UK a la cabeza con 188 autorizados y Luxemburgo en el otro extremo con solo 15. Actualmente están ofreciendo servicios de voz 475 empresas en toda la UE. Nuevamente UK a la cabeza con 99, seguido de Alemania y Finlandia con 47, 32 en España y 12 en Francia, a modo de ejemplo.

En el caso de telefonía de larga distancia e internacional, hay 562 operadores autorizados en toda la UE, 99 en UK, 79 en Alemania, 29 en Francia.

Para redes publicas hay 1583 operadores autorizados, liderando Alemania con 335.

Los números hablan por sí solos. La densidad de población y el alto poder adquisitivo medio han dado como resultado esta multiplicidad de operadores en solo 6 años de vigencia de los acuerdos desregulatorios.

2.3.1.3 EEUU

Estados Unidos fue el pionero en la desregulación telefónica. Ya en 1946 el Dpto. de Justicia americano levantó cargos contra AT&T por intentar monopolizar el mercado de equipos para telecomunicaciones (acción que se repite en 1974) y en 1959 permitieron el servicio privado por microondas. Sin embargo, recién en febrero de 1996 el presidente William Clinton firma el Telecommunications Act y da inicio a la desregulación del mercado de telecomunicaciones según el modelo descrito anteriormente y aplicado luego mundialmente.

Al igual que en la UE, el gobierno Federal aplicó la ley madre pero dejó la potestad a cada estado para avanzar en la concesión de licencias, establecer royalties y fees. Esto origina una concentración de operadores en las zonas más densamente pobladas en detrimento de las de menor densidad. El estado de Nueva York tenía a mediados del 2001 45 operadores habilitados para proveer servicio¹¹ y es el más beneficiado por los efectos de la desregulación. En el resto del país, los efectos son dispares y con diferente grado de éxito.

2.3.2 Energía

Con distinto grado de avance por región y por sector de la industria energética, la desregulación ha ido implementándose alrededor del mundo.

2.3.2.1 Europa

Siguiendo el estricto cronograma fijado por la Unión Europea, la apertura de los mercados está siendo implementada. La directiva promueve una desregulación gradual del mercado en tres etapas, con fechas límites en febrero de 1999, 2000 y 2003 y umbrales de consumo decreciente para cada etapa (40 GWh, 20 GWh y 9 GWh respectivamente en el caso de la energía eléctrica). Estos umbrales de consumo constituyen valores máximos, y esta en potestad de cada país profundizar aún más la desregulación, como efectivamente ha sucedido en países tales como España o Italia.

En la actualidad, llegando al final del cronograma, la situación de avance es la siguiente:

Lideran la implementación Inglaterra, Austria y Alemania quienes a la fecha ya han liberalizado el 100% de sus mercados. Le siguen España, Italia y los Países Bajos quienes, adelantándose a la directiva, tienen previsto la desregulación completa (100% del mercado de clientes) de sus mercados para 2003/04.

El resto de países está siguiendo la directiva que exige la liberalización completa para aquellos clientes cuyo volumen de consumo supera los límites establecidos en la misma.

En el *Anexo 7* se describe el estado de avance y los problemas más importantes que enfrenta cada país miembro de la comunidad.

¹¹ NEW YORK STATE PUBLIC SERVICE COMMISSION. "Executive Summary" . On line <http://www.dps.state.ny.us/telecom/e-summyr.htm> (24/10/2002).

2.3.2.2 EEUU

La reciente crisis energética de California ha obligado a la revisión del proceso de desregulación de muchos estados. Sin embargo, una vez separadas y analizadas las causas que provocaron los problemas, la desregulación de los mercados, esta recobrando su actividad.

Hoy en día la desregulación esta alcanzando a los clientes residenciales en los estados de New York, New Jersey, Pennsylvania, Washington DC, New Mexico, y West Virginia. Estos estados, que comprenden el 17% de los clientes del total del país, ya están ofreciendo programas de desregulación completa del servicio.

Otros estados como Georgia, Maryland, Ohio, Virginia , que comprenden el 12% del total de clientes del país, se encuentran dentro de la fase de implementación de los programas de desregulación completa del servicio.

Por último, estados como Illinois, Indiana, Michigan, Montana, Nebraska y Wyoming están experimentando con la implementación y monitoreo de programas piloto.

En el *Anexo 8* se detalla el estado de implementación de los programas de desregulación y el porcentaje de clientes elegibles por estado.

2.3.2.3 Latinoamérica¹²

Al igual que lo sucedido con las telecomunicaciones, esta región, ha iniciado procesos de privatización de la prestación de los servicios de energía durante la década del noventa.

Argentina ha sido pionera en desregulación y privatizaciones. Sus Leyes y Marcos Regulatorios han sido modelo imitado por los demás países latinoamericanos y europeos. El sector eléctrico de Argentina es uno de los más liberalizados de Sud América. De acuerdo a información del Inter-American Development Bank, 60% de la generación, 100% de la transmisión y 70% de la distribución eléctrica está en manos privadas. La industria del gas, por su parte, fue totalmente privatizada a comienzos de los 90. El upstream es un mercado libre, con clara concentración del market share en

¹² PLATTS, "Latin America Energy Report" On line
<http://www.platts.com/features/LatinAmericanpower/relatedproducts.shtml>(24/10/2002)

manos de Repsol-YPF. El downstream se divide en dos empresas Transportadoras y 9 Distribuidoras, monopolios naturales con áreas de licencia exclusiva otorgadas por 35 años, bajo la regulación del Ente Nacional Regulador del Gas (ENARGAS)

El regulador eléctrico es el Ente Nacional Regulador de la Electricidad (ENRE). El Mercado Eléctrico Mayorista (MEM) es administrado por una Compañía (CMMESA) que determina los precios estacionales y spot. CMMESA es propiedad de una red de participantes de la industria, generadores, transportistas y distribuidores, liderados por el Ministerio de Energía.

La capacidad eléctrica instalada en Argentina es de 23,500 MW. La generación es 55% térmica (mayormente gas natural), 41% hidráulica y 4% nuclear.

Chile ha sido modelo Latinoamericano de reforma económica. Su sector eléctrico – incluyendo a los principales generadores, transportistas y distribuidores – se privatizaron durante la última década.

La comisión Nacional de Energía (CNE) es responsable de la planificación, regulación tarifaria y de reglamentar el sistema nacional. El Centro de Despacho Económico de Carga (CDEC) está conformado por las principales compañías generadoras y regula y coordina la generación y transporte. Los clientes industriales y aquellos que consumen más de 2 MW no tienen tarifas reguladas y los precios libremente negociados con los generadores y operadores actúan como precios de referencia de precios de nodo para clientes regulados.

La capacidad total instalada es 10,370 MW. Endesa Chile provee el 50% de la energía.

Brasil se encuentra en una etapa primitiva de desregulación. El gobierno brasileño encaró a mediados de los 90 un ambicioso plan de privatización. La Distribución ha sido casi completamente privatizada, no obstante, la mayor parte de la generación y casi la totalidad de los activos de transmisión permanecen bajo el control estatal. El cambio de signo político en el gobierno podría ralentizar la liberalización del sector, dadas las propuestas enunciadas por los candidatos.

Con una capacidad instalada 75,000 MW Brasil es el mayor consumidor de energía de Sud América, no obstante, más del 90% de su generación proviene de la hidroelectricidad, lo que lo hace muy dependiente de la hidráulica. Brasil posee numerosas conexiones con sus países vecinos, y se espera que sus más de 185,000 km de líneas de transmisión crezcan otros 48,900 km para el 2009.

En **México**, el Presidente Vicente Fox hizo de la reforma de energía uno de sus objetivos primordiales. En los años 60 el gobierno nacionalizó la industria eléctrica para acelerar la industrialización del país. Desde entonces la Comisión Federal de Electricidad provee electricidad al 92% de la población, con licencia constitucional exclusiva de generación transmisión y distribución. Se permite a los Productores Independientes de Energía comercializar hasta 20 MW de la electricidad autogenerada excedente.

No obstante, se considera que la participación privada en esta industria es esencial para el crecimiento y modernización del sector. 74% de la generación es térmica, 18% hidráulica y 5% nuclear. Con sus 20 millones de clientes declarados, México es una promesa de múltiples posibilidades de negocios durante el proceso de apertura encarado hacia 2006.

3 Análisis de los resultados obtenidos

El objetivo último perseguido por la desregulación es el de maximizar el bienestar de la sociedad a la que sirve. Esto se logra atrayendo inversiones para el abastecimiento de la demanda y generando competencia para que los frutos de la innovación se trasladen al usuario final.

Un diseño tarifario eficiente provee al consumidor de las señales de precio adecuadas a la escasez de los recursos que consume. La persecución de innovación que permita tener éxito en un mercado competitivo provoca diseños de tarifas cada vez mas complejos para atender la demanda de usuarios naturalmente diferentes.

No obstante los esfuerzos de los reguladores por acercar al usuario final mayor cantidad de opciones para abastecer sus demandas de energía y comunicaciones, estos parecen despreciar las ofertas que el mercado ofrece.

La apatía que muestra el consumidor en estos procesos -mucho más evidente en energía que en comunicaciones- se manifiesta a través de las bajas tasas de cambio de proveedor (switching), lo que desconcierta sobre la efectiva necesidad del usuario final.

A continuación se describen algunos resultados ejemplificadores sobre el proceso de desregulación.

3.1 Telecomunicaciones

En Argentina, el panorama previo a la desregulación era alentador. El sitio de Internet dedicado a las comunicaciones, www.Tectimes.com , publicaba resultados de encuestas entre sus visitantes donde se reflejaba el optimismo de los usuarios respecto al impacto de la medida ¹³ y el sitio www.datosvirtuales.com publicaba estadísticas con rigor científico que validaban las expectativas y brindaban datos de la situación de la población.¹⁴ La opinion era clara: una sensación de tarifas caras y que la desregulación llegaba para mejorar precio y calidad.

¹³ Ver Anexo 9

¹⁴ Ver Anexo 10

El escenario previo auguraba una caída del costo de interconexión de 2,35 cvs. de dólar a 1,1 cvs. de dólar para localidades de mas de 5000 habitantes y 1,3 cvs. para la mas pequeñas. Esto permitiría bajar las tarifas de LD hasta en un 40%.

Sin embargo, el panorama expost fue diferente. Un estudio de la consultora argentina Telenexo”¹⁵ demostró que las tarifas telefónicas de larga distancia en Argentina bajaron un 36% en promedio en el año 2000/01 respecto de 1999. Sin embargo, las facturas de los clientes solo bajaron 13%. El informe indica que la tasa de switching fue muy baja y que incluso los usuarios que optaban por el cambio, no elegían el plan adecuado a su consumo. Las encuestas de Tectimes¹⁶ revelaban alguna explicación de esta situación.

En EEUU el panorama es similar. Un estudio estadístico realizado por el Research Institute for Telecommunications and Information Marketing (RITIM)¹⁷ organismo dependiente del College of Business Administration de la University of Rhode Island indica que existen diferencias en la conciencia de rol entre los usuarios corporativos y los domésticos. Los datos mas relevantes dicen que el 79% de las empresas y comercios sabe que puede beneficiarse con la desregulación de las telecomunicaciones, sin embargo sólo el 19% ha cambiado de proveedor. Los usuarios domésticos dicen en un 65% que prefieren tener múltiples ofertas, pero solo el 11% cambiaría de proveedor.

Por el lado de las asociaciones de consumidores, en los EEUU, la Consumer Federation of America (CFA)¹⁸ presento un reporte a 6 años del inicio del proceso desregulatorio en ese país con severas criticas resumidas en la frase ‘Los usuarios todavía esperan mejor servicio’. Las promesas de las compañías y las estimaciones previas a la desregulación aparentemente no se han cumplido. Los clientes solo observan que la posibilidad de elección es reducida, los servicios se han encarecido y sus facturas son cada vez mas complicadas de interpretar. La CFA cree que la falla residió en creer que las fuerzas competitivas atraerían jugadores al sistema y esto no ha sucedido.

¹⁵ Diario Cronista (Febrero 2001) On line <http://www.telenexo.com/> (24/10/2002)

¹⁶ Ver Anexo 13

¹⁷ DHOLAKIA, Ruby R. PhD. ‘*Customers Opinions on Local Competition in Rhode Island*’ On line <http://www.ritim.cba.uri.edu/pucreport/Revised%20%20PUC%20Report-Dec29.doc> (24/10/2002)

¹⁸ CONSUMERS UNION. On line <http://consumersunion.org/aboutcu/contact.htm> (14/09/2002)

Los cargos por telefonía local aumentaron un 17%¹⁹ desde la firma de la Ley de Telecomunicaciones y se espera un 5 % adicional para el corriente año. Como resultado de la política aplicada por la FCC, de 8 compañías reguladas antes de 1996 pasaron a solo 4 en la actualidad proveyendo servicio local, como resultado de consolidación masiva, contrariamente a lo esperado. Los servicios de larga distancia siguen siendo provistos mayoritariamente por solo 3 compañías (AT&T, MCI WorldCom y Sprint) las que aumentan sus cargos fijos para compensar la baja del costo de las llamadas. Solo Nueva York ha resultado exitosa en su política de desregulación.²⁰

Por otro lado, los efectos globales beneficiosos iniciales no se tradujeron en beneficios individuales. El analista Scott J. Rubin²¹ dice que casi el 70% de los usuarios residenciales nunca dejaron la ex-monopolica AT&T, que la tarifa que Bell le paga a AT&T por usarla de carrier ha bajado un 80% en 5 años mientras que las tarifas locales han subido un 50% y que la utilización del bundling y la información asimétrica por parte de los operadores ha determinado un detenimiento en la dispersión de los beneficios de la desregulación de los servicios.

3.2 Energía

Los resultados de la desregulación de los mercados de energía eléctrica y gas en pequeñas demanda son como mínimo desconcertantes.

Midiendo la conducta del cliente doméstico a través de las tasas de switching (% de cambio de proveedor por uno alternativo), se observa que los mercados están lejos de declararse como de competencia, no por limitaciones regulatorias, sino por el poder de mercado que mantienen los prestadores originales -empresas de servicio que originalmente prestaban el servicio completo.

Algunos resultados ejemplificadores:

Inglaterra

¹⁹ U.S Department of State. Bureau of Labor Statistics Data. Dec 2001

²⁰ CONSUMERS UNION On line <http://www.consumersunion.org/aboutcu/contact.htm#DC> (24/10/2002)

²¹ RUBIN, S.J. ‘Dollar Energy Fund Conference’ , Monroeville, PA. September 16, 1999. On line <http://www.publicutilityhome.com/speeches/DollarEnergy99.pdf> (24/10/2002)

Este país muestra el mayor éxito en tasas de cambio de proveedor. De aquellos clientes con capacidad de optar por proveedores alternativos, solo el 38% ha ejercido tal opción. Producto de ello, los resultados de penetración de los marketers están lejos de indicar que el mercado funciona como uno competitivo. En este sentido basta calcular la contribución de la ex empresa monopólica al índice de Herfindahl-Hirschman para corroborar esta posición²² ($62^2=3844 \gg 1800$).

El siguiente cuadro muestra las tasas de switching y su evolución en el ámbito energético:

| % de clientes que han cambiado una o mas veces | Electricidad | | Gas | |
|--|--------------|------|------|------|
| | 1999 | 2001 | 1999 | 2001 |
| Promedio | 11% | 38% | 25% | 37% |
| Por Clase Social | | | | |
| AB | 14% | 36% | 20% | 37% |
| C1 | 11% | 38% | 23% | 40% |
| C2 | 9% | 41% | 29% | 37% |
| DE | 10% | 36% | 28% | 36% |

Fuente: Ofgem²³

Un estudio estadístico realizado por el Centro para el Gerenciamiento Bajo Regulación de la Warwick Business School coincide con estas tasas de switching, no obstante encontrar un alto nivel de conciencia sobre la posibilidad de elegir en los consumidores británicos, llegando hasta un 86% de la muestra poblacional²⁴.

EEUU

En este país, la experiencia desreguladora ha sufrido severos cuestionamientos producto de la resonante crisis del estado de California. En la actualidad el debate se centra en diferenciar las fallas de implementación de las posibilidades que los modelos desregulatorios ofrecen.

²² Horizontal Mergers Guidelines. Federal Trade Commission-Department of Justice - EEUU. April, 1992

La agencia divide el espectro de resultados de concentración de Mercado medido por el Índice Herfindahl-Hirschman (IHH) en tres regiones que se caracterizan como: desconcentrado ($IHH < 1000$), moderadamente concentrado ($1000 < IHH < 1800$) y altamente concentrado ($IHH > 1800$).

²³ BOWLEY C., KENT S. "Future regulation of domestic gas and electricity supply markets" On line http://www.ofgem.gov.uk/docs2001/71_supplyprice_factsheet.pdf (24/10/2002)

²⁴ GIULIETTI, M., WADDAMS PRICE, C., WATERSON, M. "Redundant Regulation? - Competition and Consumer Choice in the Residential Energy Markets" http://users.wbs.ac.uk/cmur/publications/research_paper_004.pdf (24/10/2002)

No obstante la particularidad de California, numerosos estados han implementado programas de desregulación total de la actividad de comercialización, entre ellos Washington D.C., New Jersey, New Mexico, New York, Pennsylvania, West Virginia. Los resultados sobre tasas de switching resultan sorprendentemente bajos (11.4%, 2.4%, 0%, 5.9%, 10%, 0.01% respectivamente²⁵)

En el Anexo 8 se detalla el porcentaje de clientes que han cambiado de proveedor por estado.

Un trabajo preparado por Tom Michelson (Exelergy)²⁶ confirma la baja tasa de switching en California, New Jersey y Pennsylvania, y destaca las diferencias entre usuarios domésticos y corporativos.

Switching Activity in CA, PA, and NJ

| Switching activity as of Early 2000 | CA | PA | NJ |
|-------------------------------------|----------|------|------|
| Residential customers (%) | 1.8 | 8.7 | --- |
| Residential load (%) | 2.1 | 8.5 | --- |
| Commercial customers (%) | 6.7 | 16.1 | --- |
| Commercial load (%) | 14.6 | 38.7 | --- |
| Switching as of Jan. 2001 | | | |
| Residential | 3.0 | 10.0 | 2.1 |
| Commercial | 3.1-12.4 | 30.9 | 13.7 |
| Industrial | 24.9 | 36.8 | 13.7 |
| Total | 11.2 | 23.8 | 8.5 |

Otro estudio efectuado por la NEEC²⁷ (Northeast Energy Efficiency Council) coincide con los datos anteriores y afirma que exceptuando Pennsylvania, la tasa de switching promedio en energía en EEUU esta por debajo del 3%.

El economista del MIT, Paul Joskow²⁸, en un estudio sobre competencia minorista en EEUU arriba a datos similares en lo que respecta a tasas de switching. Además

²⁵ ENERGY INFORMATION ADMINISTRATION 'Retail Unbundling - U.S. Summary' 2002 On line http://www.eia.doe.gov/oil_gas/natural_gas/restructure/state/us.html (24/10/2002)

²⁶MASON, Jack. Energywindow President. 'Input to the Virginia State Corporation Commission on Electric Utility Restructuring' http://www.state.va.us/scc/division/eaf/comments/supplement/egywindow_070902.doc (24/10/2002)

²⁷NORTHEAST ENERGY EFFICIENCY COUNCIL. EEUU. 'Market and Policy Mechanisms for Supporting Energy Efficiency as a Competitive Choice in New England' 2001 On line http://www.eren.doe.gov/electricity_restructuring/documents/necp.ppt (24/10/2002)

²⁸JOSKOW, P. 'Retail competition in the U.S' . Conference. Oviedo, Spain. July 3-5,2002 On line <http://econ-www.mit.edu/faculty/pjoskow/files/JOSKOW-R1.pdf> (24/10/2002)

confirma la diferencia entre la tasa de switching del consumidor industrial respecto al usuario doméstico.

4 Análisis del rol del usuario en la captura de beneficios de la desregulación

En la evolución de los procesos desregulatorios se distinguen dos etapas denominadas *desregulación de primera y segunda generación*.

Un hecho ciertamente desconcierta a los reguladores: ¿Porqué si la primera generación de desregulación fue muy buena, y arrojó resultados sorprendentes, la segunda generación, pasa prácticamente inadvertida frente a los usuarios finales?

Analizaremos las características de cada una de ellas y particularmente el rol del usuario para intentar explicar su éxito o fracaso.

4.1 Desregulación de Primera Generación

Estas desregulaciones se caracterizan por el desmembramiento del monopolio integral estatal y la desregulación del sector de producción primaria (upstream).

Casos típicos representativos de estos tipos de desregulación son:

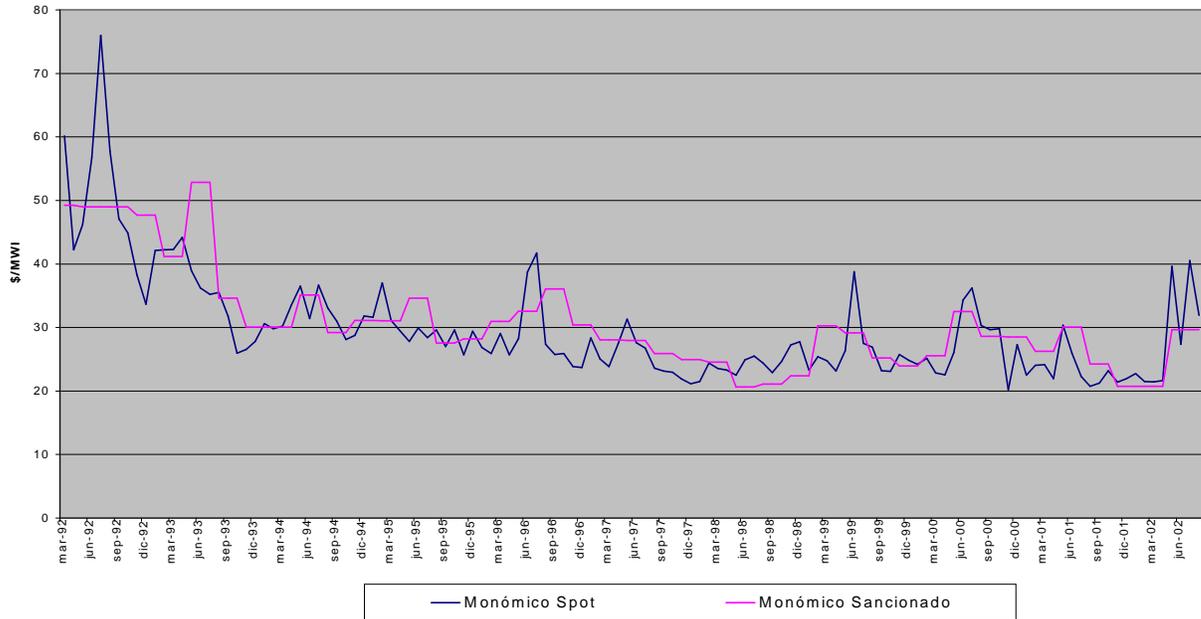
- Desregulación de la generación eléctrica (Argentina 1989, Inglaterra '80, EEUU 1990)
- Desregulación de la producción de gas (Argentina '90, Inglaterra '80, EEUU 1978)
- Desregulación de las comunicaciones de larga distancia (Argentina 2000, UK 1998, EEUU 1998)

El resultado logrado por estas reformas ha sido muy satisfactorio, tanto desde la perspectiva de la industria por las inversiones atraídas para satisfacer la demanda, como de la perspectiva del usuario final, beneficiario de última instancia de las reducciones de costos logradas.

Algunos ejemplos que reflejan los resultados se describen a continuación:

Ejemplo 1: Generación de energía eléctrica en Argentina. Baja del precio medio de la energía en Argentina, producto de la desregulación de la generación eléctrica a partir del año 1992.

Evolución de Precios del Mercado Eléctrico Mayorista Argentino



Fuente: CAMMESA

El gráfico muestra la baja del precio de la energía debido a la apertura a la competencia del sistema de generación. Otros resultados importantes fueron el aumento de la capacidad instalada y el rendimiento térmico de los equipos incorporados.

Otros ejemplos de baja de precios de energía (EEUU e Inglaterra) se muestran en el *Anexo 11*.

Ejemplo 2: En el caso de las telecomunicaciones, las primeras etapas de la desregulación corresponden a la ruptura de los monopolios y la apertura a la competencia de los sistemas de larga distancia, siguiendo el modelo americano.

Los beneficios alcanzados en forma pasiva en esta etapa se dividen en dos:

- inespecíficos o macroeconómicos
- específicos

Dentro de los primeros, obsérvese el crecimiento de la actividad y el aumento de la inversión en los casos descritos de Argentina, México y Bolivia. Los habitantes de esos países se beneficiaron por la mejora de los servicios, creación de empleo e

innovación tecnológica y efecto multiplicador sobre la economía. Las estadísticas que presenta la International Telecommunications Union²⁹ grafican y valoran este resultado.

Los efectos específicos son, por ejemplo, los alcanzados sobre las tarifas de larga distancia. Sin mediar acción alguna por parte del cliente se obtuvieron rebajas en los mercados desregulados en un rango del 10 al 60%.

En Argentina, Telenexo³⁰ estimó en 36% la caída de las tarifas promedio entre 1999 y 2001.

En España, un relevamiento del 2001 hecho por Angel Cortés³¹ a 4 años de iniciada la desregulación, determinó que la baja de la tarifa en larga distancia en horario central fue de 47% para los usuarios de Telefónica y 53% promedio para el resto de los operadores. Las tarifas internacionales bajaron un 33% en horario normal. Además, entre otros beneficios, se menciona la facturación por segundo y no por minuto y las bajas de llamadas locales entre un 6 a un 10%.

El informe resalta que si bien los valores relativos son importantes, el ahorro absoluto para una factura promedio no lo es tanto (3596 ptas./año), a juicio del autor.

Reducción de Facturas – Periodo Mar/99 - Mar/01

| Operador | Mar-99 | Mar-01 | Baja | % |
|---------------|----------------|----------------|--------------|-----|
| Telefónica | 17.779,1 ptas. | 14.477,3 ptas. | 3301,7 ptas. | 19% |
| Factura media | 5721,3 ptas. | 2124,9 ptas. | 3596,4 ptas. | 23% |
| Fact. mínima | 13814,3 ptas. | 9666,6 ptas. | 4146,7 ptas. | 30% |

En general, esta tendencia de beneficios sobre la tarifa de larga distancia es común a todos los mercados desregulados. La Oficina de Tecnología de las Telecomunicaciones del Departamento de Comercio Americano³² brinda información coincidente con lo antedicho, con casos sorprendentes como el de Gran Bretaña en el que la baja de tarifas ha llegado al 50%.

²⁹INTERNATIONAL TELECOMMUNICATIONS UNION. On line <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics> (Oct. 2002)

³⁰TELENEXO On line <http://www.telenexo.com> (24/10/2002)

³¹CORTES, A. Nota Periodística *‘España: la factura telefónica ha bajado un 23%’* http://www.laempresa.net/noticias/2001/0105/20010511_01.htm (24/10/2002)

³²OFFICE OF TELECOMMUNICATION TECHNOLOGIES On line <http://www.telecom.ita.doc.gov/> (05/10/2002)

Sin embargo si se analiza el rol que desempeñó el usuario final se observa que este actúa como agente pasivo, es decir los beneficios de la desregulación le llegan sin demandar de el acción alguna.

En el caso de la energía, el usuario final se benefició al recibir en su factura un cargo por commodity menor, producto de la competencia en el mercado generador. Igualmente sucedió con las facturas de gas natural.

De la misma manera en telecomunicaciones, el usuario final se benefició del menor tiempo de conexión, el aumento de servicios disponibles, entre otros. Al igual que con la energía el usuario final era agente pasivo.

4.2 Desregulación de Segunda Generación

Surge como resultado del éxito de las primeras. Los entes reguladores, respaldados por el impacto en los usuarios finales producto de la desregulación de primera generación, profundizaron este proceso. El desarrollo tecnológico, sumado a la experiencia acumulada confiraban esta decisión.

Basadas en estos conceptos se escribieron las directivas de la Unión Europea y son estas las ideas dominantes en el ámbito de regulación de EEUU.

No obstante, los resultados que están arrojando las primeras experiencias de desregulación hasta el usuario final residencial desconciertan a sus propulsores. Las tasas de adopción de proveedores alternativos (switching) son muy bajas y gran parte de los beneficios no están siendo capturados por el usuario final. Scott J. Rubin³³ - reconocido analista del sector- demuestra en sus conferencias el bajo nivel de conocimiento por parte de los asistentes de lo que pagan por los servicios que contratan. Esta situación difícilmente pueda conducir a la evaluación de alternativas de cambio. Mas aún, el usuario final percibe este proceso como una gran complicación en donde no termina de entender cuales son los beneficios para él. Una síntesis de este sentimiento se

³³ RUBIN, S.J. "Dollar Energy Fund Conference", Monroeville, PA. September 16, 1999. Online <http://www.publicutilityhome.com/speeches/DollarEnergy99.pdf> (24/10/2002)

resume en una columna del diario Washington Post que se reproduce en el *Anexo 12*. Si se analiza las características de la desregulación de primera y segunda generación, su diferencia fundamental se encuentra en el rol del usuario final.

Las segundas generaciones de desregulación, a diferencia de las primeras, requieren de un usuario activo. Activo en la conducta de compra. Interesado y capaz de evaluar las diferentes alternativas que el mercado le proporciona.

5 Proceso de compra

5.1 Conducta de compra

Es indispensable analizar el proceso de compra de bienes por parte de los usuarios residenciales y aplicarlos a la contratación de los servicios públicos para comprender la problemática de la baja tasa de adopción de las ventajas surgidas de la desregulación.

Es natural que años de monopolio hayan grabado a fuego en la mente de los consumidores que los servicios son contratados por defecto. La necesidad de agua, gas, luz y teléfono eran cubiertas por las compañías monopólicas de agua, gas, luz y teléfonos (A, G, L y T). Partiendo de la evidente necesidad de su suministro, la conducta de compra consistió históricamente solo en la suscripción o conexión al servicio.

La desregulación amplía el abanico de opciones y a medida que avanza aparecen las opciones T1, T2, T3 o, mas complejo aun, T1+T2. La conducta de compra debería verse alterada, adquiriendo algún grado de complejidad, pero la evidencia estadística demuestra lo contrario.

Podemos analizar este comportamiento desde la óptica del marketing o desde un punto de vista puramente economicista.

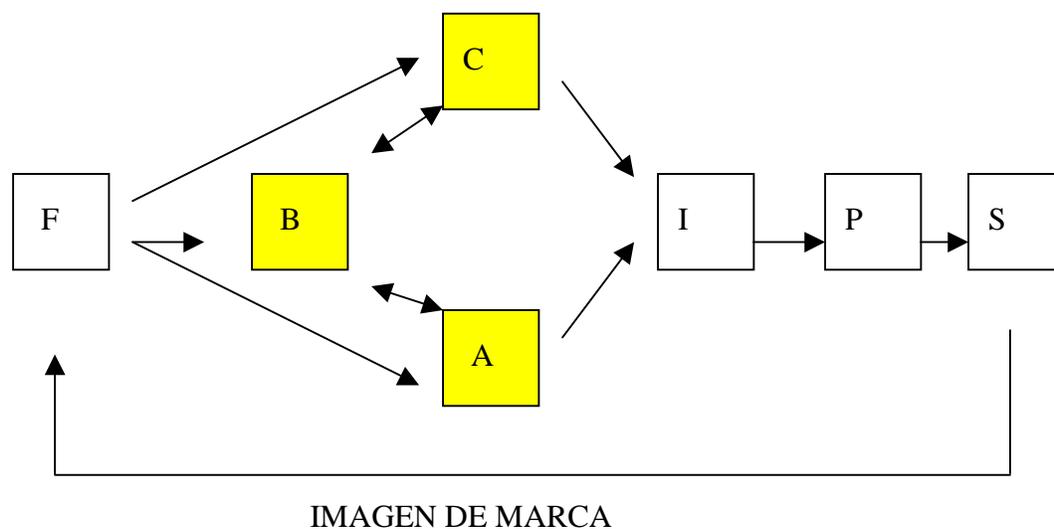
5.1.1 Enfoque de marketing de la conducta de compra

Desde la óptica del Marketing, utilizamos el Modelo de Decisión del Consumidor o CDM³⁴ para tratar de entender esta problemática, que propone que la transformación de la Información del producto o servicio recibida por el usuario en Intención de Compra se produce a través del análisis de la **Imagen de Marca (IM)**. El modelo CDM determina que el consumidor recibe un estímulo en forma de Información (F) acerca de un producto o servicio, lo procesa a través de la IM y de ese análisis se deriva su comportamiento, traducido en Compra o no del Producto o Servicio (P).

³⁴ HOWARD, John A. *‘El Comportamiento del Consumidor en la Estrategia de Marketing’* Cap. III Ediciones Díaz de Santos. España 1993

La IM se define como la total comprensión del Producto (y por ende su categoría) y está dada por la sumatoria de tres elementos: 1) Características físicas por las que el cliente reconoce el Producto 2) Valoración percibida de ese Producto para cada uno de sus atributos relevantes en escala “favorable-desfavorable” y 3) por la intensidad de la sensación que tiene el consumidor respecto a su capacidad para detectar con exactitud la calidad del Producto. Estos tres elementos se denominan Reconocimiento del Producto (B o Brand), Confianza (C) y Actitud (A) respectivamente y se interrelacionan de la forma que muestra el siguiente gráfico:

MODELO DE DECISION DEL CONSUMIDOR (HOWARD – 1993)



- F: Información
- A: Actitud
- B: Reconocimiento de Producto
- C: Confianza
- I : Intención de Compra
- P: Compra
- S: Grado de satisfacción.

La Confianza, dada por el grado de certidumbre del individuo de su propia capacidad para juzgar al servicio y la Actitud con sus 3 componentes, afectivo (sentimientos acerca del servicio), cognoscitivo (creencias acerca de los atributos del servicio) y conductual (intenciones de acción a partir de los atributos del producto), juegan un papel fundamental en el modelo y determinaran la acción, en este caso la Intención de compra o contratación de un proveedor alternativo de servicios públicos. A modo de ejemplo, los consumidores con fuerte inclinación ecologista serán influidos en su

componente afectivo de la Actitud por los proveedores de Green Energy (energía conservacionista).

Del mismo modo y continuando el análisis, la tipología de Conducta de Compra se puede modelizar a través de relacionar el grado de compromiso del consumidor con la decisión a tomar (Involucramiento) versus el Grado de Diferenciación del producto. El modelo intenta determinar que de acuerdo al juego de esas variables, la Actitud se va a ver afectada por la secuencia de utilización de sus 3 componentes. Se determinan de este modo 4 tipos de Conducta de Compra.

TIPOS DE CONDUCTA DE COMPRA

| | ALTO INVOLUCRAMIENTO | BAJO INVOLUCRAMIENTO |
|--------------------------------|---|--|
| ALTA DIFERENCIACIÓN | CONDUCTA COMPLEJA APRENDER SENTIR ACTUAR | CONDUCTA DE BÚSQUEDA DE LA VARIEDAD SENTIR APRENDER ACTUAR |
| BAJA DIFERENCIACIÓN | CONDUCTA DE REDUCCIÓN DE LA DISONANCIA ACTUAR APRENDER SENTIR | CONDUCTA HABITUAL ACTUAR SENTIR APRENDER |

Analizando el sector de servicios públicos, la situación previa a la desregulación era la de tener un servicio conocido, provisto por una Marca reconocida y única (Ej.: Entel) y se consumía en forma habitual y repetida. Por ende, la Conducta de Compra se asimilaba a la de un bien de Baja Diferenciación (similitud entre Marcas o imposibilidad de elección) y Bajo Involucramiento (bajo riesgo percibido), llevando a lo que se conoce como Conducta Habitual, generando la siguiente secuencia de aparición de los componentes de la Actitud: Actuar (conducta), Sentir (afectivo) y Aprender (cognoscitivo).

La desregulación debería afectar la Conducta de Compra por dos motivos: 1) La Diferenciación (potencial) producto de la aparición de proveedores alternativos con ofertas diferenciadas. 2) El aumento del riesgo percibido, originado por las conductas fraudulentas denunciadas por los usuarios y las dificultades operativas (mas números, diferentes facturas, etc.)

Al percibir riesgo, la situación debería transformarse en una de Alto Involucramiento. En consecuencia, la Conducta de Compra del Consumidor pasaría a ser una Conducta Compleja, caracterizada por la secuencia: Aprender, Sentir y por último, Actuar. Sin embargo esto no se manifiesta en el comportamiento de los clientes residenciales.

La explicación sobre la conducta de compra es posible abordarla a través del **concepto de Valor**. Si entendemos por Valor la relación entre los beneficios obtenidos por el uso del servicio en relación a los costos incurridos en procurarlo, probablemente el preconcepto sea que el monto a ahorrar sea superado largamente por los costos del tiempo necesario para evaluar correctamente la propuesta y los riesgos percibidos, por lo que la etapa inicial de la Conducta Compleja, Aprender, no tiene lugar.

Por otro lado, dada las características de consumo del producto -servicios imprescindibles de uso privado- el efecto de los Grupos de Pertenencia sobre la decisión de switching son débiles a nulas.

5.1.2 Enfoque económico de la conducta de compra

Los primeros trabajos en este sentido fueron realizados por Michael Rothschild en 1974.³⁵

El autor propone que los consumidores comprometidos en la búsqueda de la mejor alternativa no evalúan cada empresa sino que utilizan un modelo de decisión secuencial, en el que cada paso implica la evaluación de una alternativa y que el avance en la decisión depende de la relación de beneficios a obtener versus costos a incurrir.

Si el costo de la información perfecta fuera cero, el mercado se ubicaría en el lugar donde el costo marginal iguala al beneficio marginal. En consecuencia, toda vez que la búsqueda de información es costosa, el consumidor detiene su búsqueda en el punto en que los costos incurridos superan a los beneficios potenciales. Producto de ello la situación de equilibrio es distinta de la establecida en los modelos de competencia perfecta, produciéndose una diferencia entre el precio pagado y el menor precio disponible en el mercado.

³⁵ ROTHSCHILD, M., "Searching for the lowest price when the distribution of prices is unknown" Journal of Political Economy, 69,213-225 . 1974

Joseph Stiglitz³⁶ trabajó sobre el modelo de Rothschild demostrando cómo la existencia de costos de búsqueda y switching otorgan a un prestador poder de mercado, permitiéndole fijar precios por encima de su costo marginal.

Sobre ésta base trabajaron Christopher Knittel de la Universidad de Berkeley³⁷, investigando el impacto de los costos de búsqueda y switching y sus efectos en el poder de mercado de los proveedores de servicios telefónicos en EEUU y M. Giulietti, C. Waddams y Michael Waterson de la Universidad de Warwick, Coventry, UK³⁸, investigando el mismo efecto en el mercado minorista de energía británico. Ambos trabajos toman el modelo económico descrito y determinan que la decisión del consumidor depende de los costos de búsqueda y switching y ésta es afectada por variables tales como publicidad, ahorros disponibles, expectativas de precios, nivel de ingresos, características del consumidor, tiempo de evaluación requerido, experiencias de switching previas y facilidad de switching.

Si se observa la tasa de adopción de los usuarios hogareños versus la de los consumidores institucionales se confirma empíricamente este modelo de comportamiento.

Las estadísticas muestran (recordar cuadro sobre tasas de switching en CA, PA y NJ en punto 3.2) que grandes consumidores manifiestan un mayor interés en evaluar las alternativas y capturar los beneficios de la desregulación producto de que su balance entre costos de búsqueda-switching y beneficio del cambio resulta a favor de este último.

Otra evidencia empírica que respalda este enfoque es la recomendación de consultores de marketing de prestadores en ambientes desregulados quienes ante la imposibilidad de afectar el componente cognoscitivo de la actitud, producto del balance a favor de no

³⁶ STIGLITZ, J.E. (1989) *‘Imperfect Information in the Product Market’*, Handbook of Industrial Organization, Amsterdam; elsevier, pág. 769-847

³⁷ KNITTEL, Christopher R. 1997 – *‘Interstate Long Distance Rates: Search Costs, Switching Costs and Market Power’* – Review of Industrial Organization 12: pág. 519-536

³⁸ GIULIETTI, M., WADDAMS PRICE, C., & WATERSON, M. (2000) *‘Competition and Consumer Choice in the Residential Energy Markets’*. Research paper series. Centre for Management under Regulation. Warwick Business School, University of Warwick, Coventry, UK.

cambiar dados los costos de búsqueda, recomiendan a sus clientes para mejorar las tasas de switching, campañas que refuercen el componente afectivo de la actitud.³⁹

Es interesante rescatar la complementariedad de los modelos en la explicación de la conducta de compra. Mientras el enfoque de marketing explica muy bien la conducta de compra pre-desregulación, es incapaz de explicar porque ésta no evoluciona hacia una Compleja producto de la desregulación. Es aquí donde el modelo económico contribuye a explicar la conducta a partir del balance entre costos de búsqueda-switching y beneficios esperados. Sin embargo este último se limita a considerar los costos de búsqueda y switching en el balance contra los beneficios, mientras que el modelo de marketing considera adicionalmente la Confianza dada por el grado de certidumbre del individuo de su propia capacidad para juzgar al servicio y la Actitud a través de sus tres componentes: cognoscitivo, afectivo y conductual.

5.2 Factores que afectan la decisión de switching

Profundizando en el análisis de la tasa de no -adopción de los beneficios finales de la desregulación por parte de los usuarios finales, aparecen elementos adicionales que justifican en parte su pasividad.

Estrategias empresaria basadas en la utilización de ofertas combinadas (bundling) o manejo de información asimétrica determinan la aparición de situaciones que afectan negativamente la relación prestador-usuario.

El sector de telecomunicaciones es el mas rico en este tipo de experiencias y muy probablemente actúe como factor condicionante para la tasa de cambio en otros servicios.

Estos factores negativos en la contratación de servicios públicos se clasifican en:

- Slamming
- Cramming
- Otros

La deslealtad comercial es la característica común que engloba a maniobras fraudulentas o al menos dudosas por parte de las operadoras.

³⁹ DATAMONITOR “The Future of Branding in Residential Utilities” On line <http://www.datamonitor.com> (24/10/2002)

Slamming es el cambio de proveedor de servicio público sin autorización expresa del usuario o titular. La maniobra se realiza a través de promociones de cheques de descuento enviados por correo con condiciones contractuales ocultas en letra chica o mediante llamadas de promotores de telemarketing y posterior edición de los mensajes de voz fraguando aceptación de condiciones y produciendo el switch. Es muy común en las telecomunicaciones, aunque se observa también en los recientemente desregulados mercado energéticos.

Cramming es el aumento de cargos mensuales básicos a partir de la provisión de servicios no solicitados ni autorizados expresamente, tales como correo de voz, paging, membresía a clubes de consumidores, etc. Las técnicas para proceder de esta manera se asemejan a las descritas en el slamming.

Otras maniobras de deslealtad comunes corresponden al uso de promociones falsas de tarjetas telefónicas, números de acceso a larga distancia con promesas de bajas tarifas (dial-around access numbers), números 0800 con cargo, etc.

Es comprensible, en este contexto, la reticencia de los usuarios de servicios a cambiar de proveedor.

6 La oportunidad de negocio

6.1 Síntesis de fundamentos

El análisis de los resultados que se están obteniendo a partir de la desregulación de servicios públicos permite determinar que:

- ✓ La tendencia es mundial e inexorable. El desarrollo del capítulo 2 muestra como el proceso de desregulación iniciado en las telecomunicaciones avanza hacia el resto de los servicios públicos propulsado por la innovación tecnológica. Esta última es quien se encarga de desequilibrar la ecuación de producción -minimización de la suma de los costos de producción + costos de arbitraje- en favor de la apertura de los monopolios naturales a la competencia.
- ✓ Los resultados para el usuario final que se alcanzan dependen directamente del rol del mismo: desregulaciones de “primera generación” son exitosas mientras que las de “segunda generación” no logran los resultados que se esperan (ver capítulo 3).
- ✓ La conducta de compra se manifiesta como el factor determinante del éxito en la implementación de estos procesos de desregulación. El balance entre los costos de searching, switching y costos de evaluación versus los beneficios esperados determinan la actividad en las tasas de switching.

Conscientes de ello, los reguladores implementaron junto a la desregulación medidas para reducir los costos de searching, switching y evaluación para desequilibrar la balanza a favor del cambio de proveedor. También algunas iniciativas privadas de organizaciones no gubernamentales han sido lanzadas para satisfacer estas necesidades.

Ejemplos de estas medidas son:

- Difusión de información respecto al proceso de desregulación, derechos de los usuarios y particularidades por considerar al evaluar un proveedor alternativo⁴⁰.
- Fijación de estándares de facturación para facilitar la comparación entre facturas.
- Lanzamiento de sitios en Internet que permiten evaluar alternativas de diferentes proveedores⁴¹.

- Establecimiento de medios de recepción y actuación contra abusos de los prestadores⁴².

6.2 El potencial de mercado

La existencia de estos costos de searching y switching conducen a usuarios finales a no aprovechar completamente los beneficios de la desregulación. Es decir, son beneficiarios pasivos de cualquier iniciativa de su proveedor tradicional de bajar precios o aumentar servicios producto de la competencia, sin embargo no aprovechan aquellos beneficios que requieren de ellos una conducta activa.

Existen algunos datos que permiten estimar el volumen de ahorros que no se capturan y por lo tanto quedan como excedente del proveedor.

Por ejemplo:

Energía en Inglaterra

En el mercado desregulado de gas y energía eléctrica (EE) de Inglaterra, el 32,7% de los usuarios de gas y el 30% de los usuarios de EE han optado por un proveedor alternativo. La National Audit Office calculó que, producto del cambio, los usuarios de gas ahorran por año 1000 millones de libras y 750 millones de libras los de EE⁴³.

Telefonía en Argentina - Mercado telefónico de llamadas internacionales de Argentina:

La nota de tapa del diario "Cronista" en febrero de 2001 decía:

"Los usuarios pagan las llamadas telefónicas al exterior 13% menos que en 1999, aunque los planes de las operadoras son en promedio 36% más baratos -y en algunos casos hasta 70%- que en junio pasado"

Mas adelante

⁴⁰ OFFICE OF GAS AND ELECTRICITY MARKET (OFGEM), "Customer Information" On line <http://www.ofgem.gov.uk/customers/index.htm> (24/10/2002)

⁴¹ THE GAS AND ELECTRICITY CONSUMERS COUNCIL - On line <http://www.energywatch.org.uk/> (24/10/2002)

PENNSYLVANIA UTILITY CHOICE – On line <http://www.utilitychoice.org/> (24/10/2002)

⁴² NATIONAL FRAUD INFORMATION CENTER - On line <http://www.fraud.org/> (24/10/2002)

⁴³ OFGEM, "Future regulation of domestic gas and electricity supply market" On line http://www.ofgem.gov.uk/docs2001/71_supplyprice_factsheet.pdf (24/10/2002)

“La compañía⁴⁴ cruzó los datos que posee la Comisión Nacional de Comunicaciones sobre el tráfico internacional, con los montos facturados en llamadas al exterior de la consultora Prince & Cooke. Esta comparación indica que, en 1999, se pagaba un promedio de \$ 1,0903 por minuto, mientras que el año pasado se abonaba \$ 0,9659. La facturación de este rubro disminuyó 7,4% el año pasado, al pasar de u\$s 459 millones a u\$s 425 millones. En cambio, el tráfico se elevó 4,1%, de 421 millones a 440 millones de minutos el año pasado.”

Esto representa un volumen de ahorros que se están dejando de capturar por un valor de:

$(36\% - 13\%) * \$459 \text{ millones} = \$110,2 \text{ millones por año.}$

Energía en Pennsylvania – EEUU

Glen Thomas, Presidente de la Comisión de Servicios Públicos de Pennsylvania, estima que los usuarios de energía eléctrica de Pennsylvania han ahorrado U\$4,000 millones⁴⁵, producto de la desregulación.

En síntesis, los ahorros logrados producto de la desregulación son significativos, no obstante las bajas tasas de switching. El potencial del mercado surge de los ahorros que están dejando de percibir los usuarios que no están optando por las mejores opciones que se les presentan probablemente debido a las razones desarrolladas en el capítulo 4.

El volumen de excedentes es lo suficientemente grande como para invitar a pensar sobre las formas de arbitrar este negocio, sin requerir del usuario final una conducta activa.

6.3 Negocios desarrollados para capturar excedentes

Existen diferentes iniciativas, entre ellas:

Consultoría sobre alternativas de abastecimiento

Estos servicios son prestados por expertos del sector. Ofrecen un análisis del patrón de consumo y, en función de ello, la evaluación de alternativas de abastecimiento. El pago se fija como un porcentaje del ahorro logrado por el cliente.

En general están enfocados a grandes usuarios. Requieren de ellos una conducta activa - la contratación y el suministro de la información histórica de consumos.

⁴⁴ Telenexo <http://www.telenexo.com>

⁴⁵ THOMAS G, "Lesson Learned from the Enron Experience: How Will It Affect Regulation?" NARUC Winter Meeting Feb-2002 On line http://www.puc.paonline.com/Commissioners/Thomas_NARUC_Speech-021202.pdf (24/10/2002)

Ejemplos de este tipo de negocio lo constituyen:

www.telenexo.com

www.telegir.com

www.energywindow.com

Pool de compra

En general enfocados a usuarios industriales, comerciales y consorcios de viviendas. Su objetivo es agregar demandas y en función de ellas subastar el suministro a la mejor oferta.

Este tipo de negocios invierte el sentido de la búsqueda. No es el usuario quien incurre en los costos de searching, sino, que dado el atractivo de negocio que representan, son los propios comercializadores quienes se encargan de buscar los pooles. No atienden al usuario doméstico.

Ejemplos de este tipo de emprendimientos son:

www.energypower.com

Lower my bills – Reducción de costos de searching

Este tipo de negocios se basan en la evaluación comparativa de alternativas de suministro. En general requieren del usuario ingresar en una página de Internet, cargar los datos de consumo y lugar de residencia y a continuación se le presentan los costos de las diferentes alternativas de suministro con recomendaciones sobre mejores ofertas. El usuario elige el proveedor que más le satisface.

Están enfocados a los usuarios domésticos. El punto débil de este planteo es que, si bien reduce considerablemente los costos de búsqueda, requiere del usuario final una conducta activa.

www.lowermybills.com

6.4 Diferenciación y factores de éxito sobre los cuales construir el negocio

El éxito de los negocios descriptos en el punto anterior radica en la disminución de los costos de searching y switching. Tienen en común la necesidad de una conducta activa

por parte del cliente y es por ello que, no obstante su presencia, las tasas de switching de los distintos servicios siguen en general siendo bajas, tal cual lo descrito en el capítulo 3.

Existen características propias de esta actividad que permiten definir una oportunidad de negocio:

- ✓ El costo de searching es el mismo para un usuario que para un millón de usuarios.
- ✓ Para un usuario residencial, la balanza entre costos y beneficios se inclina a favor de los costos y por lo tanto no se produce el cambio de proveedor.
- ✓ La compra de energía o telecomunicaciones se encuentra, por sus características de consumo privado y bajo riesgo percibido, lejos de ser una actividad que cautive a los usuarios residenciales, de allí su apatía de comportamiento.

Un negocio que asuma el costo de searching pero por otro lado enfrente la sumatorias de los ahorros individuales, generará excedentes suficientes como para beneficiar al usuario final y compensar los costos incurridos, asumiendo una tarea –searching y switching- que el usuario final estaría dispuesto a tercerizar.

La captura de clientes residenciales requeriría de una alternativa que minimice o mejor aún anule la necesidad del rol activo por parte de los clientes.

Por otro lado, un negocio de este tipo conduciría las reformas de segunda generación en el camino de las primeras – por prescindir del rol del usuario – provocando un cambio fundamental en las tasas de éxito de las mismas medidas a través de las tasas de switching. Esto convierte a los entes reguladores en aliados para facilitar la implementación de un negocio de estas características.

Existen alternativas para arbitrar este mercado que por razones de alcance y confidencialidad no se desarrollan en este documento.

7 Conclusiones

Lo desarrollado en los capítulos anteriores permite concluir que:

- ✓ El mercado mundial de provisión de servicios públicos ha iniciado un proceso de desregulación de su cadena de valor. Este proceso se encuentra fuertemente respaldado en el éxito logrado a través de las desregulaciones de primera generación.
- ✓ Los resultados de la desregulación de primera generación incluyen beneficios indirectos a partir de la inversión, flujo de capitales, multiplicación de la actividad económica, beneficios directos de mejoramiento de los servicios y menores costos de prestación. La característica fundamental de este proceso es que estos beneficios son alcanzados pasivamente, es decir, sin requerir la intervención del usuario final.
- ✓ El éxito de estos procesos motivó la profundización del proceso de desregulación. Los resultados obtenidos, medidos a través de las tasas de switching, reflejan una conducta apática por parte del usuario final y producto de ello estos mercados se encuentran lejos de poder ser declarados competitivos.
- ✓ La falta de involucramiento de los usuarios residenciales se debe a la conjugación de diversos factores: desinformación, incapacidad de evaluación de ofertas, riesgo percibido, subvaloración del beneficio, costos de searching y switching.

El conjunto de argumentos expuestos permiten aceptar la hipótesis inicialmente planteada y afirmar que, cuando el avance de la desregulación implica el involucramiento directo del usuario en la selección del proveedor y su participación activa en la captura de los beneficios, esta no se produce y -producto de ello- los resultados alcanzados por las desregulaciones de segunda generación se encuentran lejos de ser considerados exitosos.

Esta conducta genera una oportunidad de negocio basada en:

Que existen economías de escala que se pueden lograr al repartir entre muchos los costos de searching y switching.

Que la actividad de compra de servicios públicos, dada sus características de uso privado y bajo riesgo percibido, posee potencial de ser tercerizada.

Que los entes reguladores verían incrementar el éxito de los procesos de desregulación por ellos iniciados.

Que el volumen de ahorros que actualmente se están dejando de percibir permiten pensar en alternativas de arbitrar este mercado provocando una situación win-win para quien lo arbitre y el usuario final.

En síntesis, hemos relevado y analizado experiencias de desregulación en el mundo y detectado la conducta del consumidor como el factor determinante para explicar el éxito o fracaso de estos procesos. Observamos un sector de la economía mundial cambiante, en constante evolución, donde existen imperfecciones de mercado que generan posibilidades de arbitraje.

Consideramos que con este trabajo se descubre un negocio potencial interesante, cuyas bases de fundación han sido enunciadas y que consecuentemente nuestra investigación servirá de disparador de proyectos que intenten capturar este negocio.

8 Bibliografía

- BERG, Sanford y TSCHIRHART, John, *‘Natural Monopoly Regulation’* , Cambridge University Press, 1988, pág. 3.
- BESANKO D., DRANOVE D., SHANLEY M. *"The Economics of Strategy"* John Wiley & Sons, Inc. Second Edition, 2000
- VILLANUEVA MANSILLA, Eduardo. *"El Mercado Global de las Telecomunicaciones: Revisión de Tendencias."* Online <http://macareo.pucp.edu.pe/~evillan/telcomar.html> (24/10/2002)
- COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES *‘Report on the Implementation of the Electricity and Gas Directives’ Dic-2001* Online <http://europa.eu.int/comm/energy/en/internal-market/library/summary-en.pdf> (24/10/02)
- GUZMÁN, C. *"La Topografía del Poliédrico Mercado Cultural y Comunicacional en Venezuela"* On line <http://www.innovarium.com/Prospectiva/referencia.htm> (24/10/2002)
- CENTRO DE INFORMACION Y DOCUMENTACION EMPRESARIAL SOBRE IBEROAMERICA. *‘México: Actividades del Sector Servicios: Telecomunicaciones’* On line <http://www.cideiber.com/infopaises/Mexico/Mexico-06-02.html> (24/10/2002)
- COOPERATIVA DE TELECOMUNICACIONES COCHABAMBA LTDA. *‘Se desata la guerra por telefonía de larga distancia’* On line <http://www.comteco.com.bo/noticias/noti-2.asp> (24/10/2002)
- EUROPEAN UNION. *‘Status Report on European Union Communications Policy’* On line <http://europa.eu.int/ISPO/infosoc/telecompolicy/en/Main-en.htm> (24/10/2002)
- EUROPEAN UNION. *“The 1998 Regulatory Package”* Harmonisation Legislation. On line http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/98_regpack/index_en.htm (24/10/2002)
- NEW YORK STATE PUBLIC SERVICE COMISSION. *‘Executive Summary’* . On line <http://www.dps.state.ny.us/telecom/e-summry.htm> (24/10/2002)
- DHOLAKIA, Ruby R. PhD. *‘Customers Opinions on Local Competition in Rhode Island’* On line <http://www.ritim.cba.uri.edu/pucreport/Revised%20%20PUC%20Report-Dec29.doc> (24/10/2002)

- RUBIN, S.J. *‘Dollar Energy Fund Conference’*, Monroeville, PA. September 16, 1999. On line <http://www.publicutilityhome.com/speeches/DollarEnergy99.pdf> (24/10/2002)
- HORIZONTAL MERGERS GUIDELINES. FEDERAL TRADE COMMISSION- Department of Justice - EEUU. April, 1992
- BOWLEY C., KENT S. *‘Future regulation of domestic gas and electricity supply markets’* On line http://www.ofgem.gov.uk/docs2001/71_supplyprice_factsheet.pdf (24/10/2002)
- GIULIETTI, M., WADDAMS PRICE, C., WATERSON, M. *‘Redundant Regulation? - Competition and Consumer Choice in the Residential Energy Markets’* http://users.wbs.ac.uk/cmur/publications/research_paper_004.pdf (24/10/2002)
- ENERGY INFORMATION ADMINISTRATION *‘Retail Unbundling - U.S. Summary’* 2002 On line http://www.eia.doe.gov/oil_gas/natural_gas/restructure/state/us.html (24/10/2002)
- MASON, Jack. Energywindow President. *‘Input to the Virginia State Corporation Commission on Electric Utility Restructuring’* http://www.state.va.us/scc/division/eaf/comments/supplement/egywindow_070902.doc (24/10/2002)
- NORTHEAST ENERGY EFFICIENCY COUNCIL. EEUU. *‘Market and Policy Mechanisms for Supporting Energy Efficiency as a Competitive Choice in New England’* 2001 On line http://www.eren.doe.gov/electricity_restructuring/documents/neec.ppt (24/10/2002)
- JOSKOW, P. *‘Retail competition in the U.S.’* . Conference. Oviedo, Spain. July 3-5, 2002 On line <http://econ-www.mit.edu/faculty/pjoskow/files/JOSKOW-R1.pdf> (24/10/2002)
- OFFICE OF TELECOMMUNICATIONS TECHNOLOGIES On line <http://www.telecom.ita.doc.gov/> (05/10/2002)
- HOWARD, John A. *‘El Comportamiento del Consumidor en la Estrategia de Marketing’* Cap. III Ediciones Díaz de Santos. España 1993
- ROTHSCHILD M., *‘Searching for the lowest price when the distribution of prices is unknown’* Journal of Political Economy, 69, 213-225 . 1974
- STIGLITZ, J.E. (1989) *‘Imperfect Information in the Product Market’* , Handbook of Industrial Organization, Amsterdam; elsevier, pág. 769-847
- KNITTEL, Christopher R. 1997 – *‘Interstate Long Distance Rates: Search Costs, Switching Costs and Market Power’* – Review of Industrial Organization 12: pág. 519-536
- GIULIETTI, M., WADDAMS PRICE, C., & WATERSON, M. (2000) *‘Competition and Consumer Choice in the Residential Energy Markets’* . Research

paper series. Centre for Management under Regulation. Warwick Business School, University of Warwick, Coventry, UK.

- DATAMONITOR “*The Future of Branding in Residential Utilities*” On line <http://www.datamonitor.com> (24/10/2002)
- OFFICE OF GAS AND ELECTRICITY MARKET “*Customer Information*” On line <http://www.ofgem.gov.uk/customers/index.htm> (24/10/2002)
- THE GAS AND ELECTRICITY CONSUMERS COUNCIL - On line <http://www.energywatch.org.uk/> (24/10/2002)
- PENNSYLVANIA UTILITY CHOICE – On line <http://www.utilitychoice.org/> (24/10/2002)
- NATIONAL FRAUD INFORMATION CENTER - On line <http://www.fraud.org/> (24/10/2002)
- THOMAS G, “*Lesson Learned from the Enron Experience: How Will It Affect Regulation?*” NARUC Winter Meeting Feb-2002 On line http://www.puc.paonline.com/Commissioners/Thomas_NARUC_Speech-021202.pdf (24/10/2002)

9 Anexos

Anexo 1: Hitos de desregulación de la industria del gas en EEUU⁴⁶

1978 -- Natural Gas Policy Act termina con el control Federal sobre el precio en boca de pozo de gas “huevo” al 1° de enero de 1985, pero mantiene el control sobre el precio en boca de pozo en reservorios viejos. Comienzan a trabajar las leyes de oferta y demanda en la industria del gas.

1985 – El reglamento 436, emitido por la Federal Energy Regulatory Commission (FERC), establece un programa voluntario que alienta a las transportadoras de gas a ser carriers de gas natural comprado directamente por usuarios a productores ("open access"). Ese reglamento inicia la separación del mercado de tuberías “merchant” y las funciones de transporte e inicia la reforma de la estructura regulatoria de la Industria del Gas.

1989 -- Natural Gas Wellhead Decontrol Act elimina todos los controles residuales sobre el precio en boca de pozo en gas natural.

1992 -- FERC Order 636 ordena a las transportadoras interestatales a "unbundle," u ofrecer separadamente, sus ventas de gas y servicios de transporte y almacenamiento. El objetivo de esta norma era asegurar que todos los oferentes de gas compitan por compradores en igualdad de condiciones.

1995 – Se implementan los primeros programas para que los clientes residenciales elijan su proveedor. Para 1997, el servicio de gas natural en 17 estados y en el distrito de Columbia habían propuesto y/o implementado esas políticas de programas de elección por usuarios residenciales o programas piloto.

⁴⁶ NATIONAL CENTER FOR APPROPRIATE TECHNOLOGY, *“An Overview and History of Gas Deregulation”*
On line <http://www.ncat.org/liheap/dereg/gasoview.htm> (24/10/2002)

Anexo 2: Cronología de la Desregulación de las Telecomunicaciones

| Fecha | Acontecimiento |
|--------------------|---|
| 1949 | El Departamento de Justicia de Estados Unidos levanta cargos contra AT&T por intento de monopolizar el mercado de equipo de telecomunicaciones. |
| 1956 | El caso de 1949 queda resuelto cuando AT&T acuerda mantenerse fuera de los mercados de telecomunicaciones no regulados (por ejemplo, el de computadoras). |
| 1959 | Una decisión de la FCC (Comisión Federal de Comunicaciones, en Estados Unidos) para frecuencias de microondas por encima de los 890 Mhz permite a las empresas el proveer servicios privados por microondas. |
| 1962 | AT&T realiza el lanzamiento de Telstar, primer satélite de comunicaciones. |
| 1965 | El consorcio internacional INTELSAT lanza el primer satélite en órbita geosincrónica, el Earlybird, para efectuar comunicaciones internacionales. |
| 1968 | La denominada Decisión Carterphone de la FCC permite el que equipo terminal distinto al de AT&T se conecte a la red pública. |
| 1969 | La FCC permite a la empresa MCI proveer servicio de microondas para líneas privadas. |
| 1971 | La denominada Decisión Especializada para Operadores Públicos de la FCC permite mayores posibilidades de entrada al mercado de telecomunicaciones corporativas. |
| 1972 | La política de Cielos Abiertos de la FCC permite la competencia en el mercado estadounidense de servicios satelitales. |
| 1974 | MCI ofrece el servicio conmutado Execunet sin el permiso de la FCC. Este organismo responde mediante acción legal sin éxito ante las Cortes Judiciales. Hacia 1978, la FCC admite que la competencia en este segmento de mercado es benéfica. |
| 1974 | El Departamento de Justicia de Estados Unidos levanta una demanda contra AT&T por monopolizar los mercados de larga distancia y de equipo. |
| 1981 | Francia realiza el lanzamiento de servicios de Información por Minitel. |
| Enero, 1982 | El llamado Decreto de Consentimiento (Consent Decree) resuelve el caso del Departamento de Justicia contra AT&T, con lo que procede a la desincorporación de los operadores de telefonía local. |
| 1983 | El servicio telefónico inalámbrico empieza a operar en Estados Unidos. |
| Enero, 1984 | Se lleva a cabo la desincorporación, con lo que surgen las Compañías Operadoras Regionales Bell (Regional Bell Operating Companies, o Baby Bells). |
| 1984 | Se privatiza la telefónica británica, British Telecomm o BT, en el Reino Unido. |
| 1984 | La Ley de Desregulación de Televisión por Cable relaja los controles de Regulación Tarifaria en Estados Unidos, pero impide a las compañías de telecomunicaciones ofrecer los servicios de televisión por cable en sus áreas de jurisdicción. |
| 1989 | La FCC establece la aplicación de regulación de precios tope, no la de tasas de retorno, para AT&T. |
| Agosto 1990 | Modificación del título de concesión de Teléfonos de México |
| 1994 | La Comisión de Servicios Públicos del Estado de Nueva York permite a la compañía Rochester Telephone el separarse en dos firmas, una dedicada a ofrecer servicios regulados al mayoreo, y otra dedicada a ofrecer servicios |

| | |
|------------------------|---|
| Mayo 1995 | Aprobación de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones en México |
| Octubre, 1995 | Se desregula a AT&T en servicios de interconexión doméstica (nacional). |
| 1995 | La FCC asigna frecuencias por vez primera bajo el método de subasta. |
| 1996 | Acuerdo final de la Unión Europea que establece la desregulación de servicios telefónicos a partir de 1998. |
| Febrero, 1996 | El presidente William Clinton firma la Ley de Telecomunicaciones |
| Abril, 1996 | Fusión propuesta de las compañías SBC y Pacific Telesis; fusión propuesta entre NYNEX y Bell Atlantic. |
| Julio, 1996 | Francia permite a compañías privadas de telefonía el construir infraestructura propia. |
| Agosto 1996 | Creación de la Comisión Federal de Telecomunicaciones de México |
| Agosto 1996 | Inicio de la apertura de los servicios de Larga Distancia en México |
| Agosto, 1996 | La FCC intenta establecer reglas de interconexión para competencia en telefonía local. La reglamentación se suspende en octubre luego de un litigio judicial. |
| Octubre 1996 | Primer subasta simultánea ascendente para la prestación de radiolocalización móvil de personas en México |
| Noviembre, 1996 | Un cuarto de las acciones de Deutsche Telekom salen a cotización en la oferta pública inicial más grande efectuada en Europa hasta entonces. |
| Noviembre, 1996 | .BT y MCI proponen fusionarse en una nueva empresa, Concert PLC. |
| Enero, 1997 | Las primeras propuestas de servicio local por parte de MCI y AT&T en California; para estos servicios se tiene en la mira a clientes residenciales de altos ingresos. |
| Enero, 1997 | La firma Ameritech somete una solicitud para ofrecer larga distancia en Michigan |
| Febrero 1997 | AT&T anuncia pruebas con una nueva tecnología que puede conectar hogares a su red inalámbrica, con lo que pasaría por alto las redes inalámbricas. |
| Mayo, 1997 | Las primeras acciones de France Telecom salen a la venta para individuos e inversionistas institucionales. |
| Enero, 1988 | La desregulación de telecomunicaciones comenzará en varios países miembros de la Unión Europea, tales como la República Federal Alemana. |

Fuente: PRICE WATERHOUSE WORLD FIRM SERVICES BV ‘EMC Technology Forecast’ 1998; pp. 28-29, , Inc. Con permiso de Price Waterhouse, México. NOTA: Se han agregado los datos más relevantes de la regulación en México

Anexo 3: Inversión extranjera en Latinoamérica

| Non Latin - American Owner | Owner Country of Origin | Countries in which owner has stakes |
|-----------------------------------|--------------------------------|--|
| Telefonica | Spain | Brazil, Chile, Argentina, Mexico, Puerto Rico, Peru, Uruguay |

| | | |
|-------------------|------------|--|
| Telecom Italia | Italy | Brazil, Argentina, Chile, Peru, Bolivia |
| France Telecom | France | Brazil, Argentina, Chile, Mexico, Bolivia, El Salvador |
| Bell South | USA | Brazil, Argentina, Chile, Ecuador, Peru, Venezuela, Colombia, Guatemala, Panama, Nicaragua |
| Verizon | USA | Venezuela, Dominican Republic, Mexico, Argentina |
| ATT Latin America | USA | Brazil, Argentina, Chile, Mexico, Peru |
| Portugal Telecom | Portugal | Brazil |
| MCI/Worldcom | USA | Brazil, Mexico |
| United Global Com | USA | Brazil, Mexico, Chile, Peru |
| SBC/BCI | Canada USA | Brazil, Argentina, Colombia, Ecuador, Guatemala, Uruguay, Venezuela |
| Williams | USA | Chile, Argentina |

Fuente: OFFICE OF TELECOMMUNICATIONS TECHNOLOGY, U.S. Department of Commerce, International Trade Administration

Anexo 4: Síntesis del Decreto 764 de Desregulación Telefónica

El decreto 764 contiene cuatro reglamentos:

Reglamento de Licencias para Servicios de Telecomunicaciones: establece los requisitos para poder obtener una licencia y competir en el mercado. Las nuevas entrantes deberán invertir US\$ 2 por cada habitante por área, hasta el 30 de junio del 2001.

Reglamento Nacional de Interconexión: establece cuáles serán los costos que cada empresa deberá pagar para usar las redes de la otra. Los operadores deberán pagar 1,1 centavos por minuto de interconexión para localidades con una población mayor a 5000 habitantes, y de 1,3 centavos el minuto para las demás. Este valor deberá ir descendiendo hasta 0,974 y 1,151 respectivamente, para el 8 de noviembre del 2002.

Reglamento General del Servicio Universal: indica como se financiará el servicio telefónico en zonas no rentables. Los operadores deberán destinar un 1% de su facturación para el Servicio Universal (SU). Sólo estarán exentas de este aporte aquellas empresas que operen en áreas con una teledensidad menor al 15 por ciento. Hasta el 2003, el 12% de los fondos del SU serán usados para financiar la implementación de Internet en las escuelas. Se creará un Fondo Fiduciario para administrar subsidios, integrado por representantes de la Comisión Nacional de Comunicaciones, la Secretaría de Defensa de la Competencia, empresas, cooperativas, provincias y usuarios. Telecom y Telefónica solo podrán acceder a subsidios cuando pierdan un 20% del mercado de telefonía local en las zonas que venían cubriendo históricamente.

Reglamento de administración, gestión y control del espectro radioeléctrico: precisa como se llevará a cabo el gerenciamiento de éste recurso.

Fuente: Telenexo

Anexo 5: Segmentación de Mercado de Comunicaciones y sus Proveedores Argentina 2000

| RESIDENCIAL | PYMES | CORPORATIVO |
|--------------------|-------------------|--------------------|
| Telefónica | Telefónica | Telefónica |
| Telecom | Telecom | Telecom |
| Movicom BellSouth | Movicom BellSouth | MovicomBellSouth |
| CTI | CTI | CTI |
| TechTel | TechTel | TechTel |
| AT&T | AT&T | AT&T |
| | MetroRed | MetroRed |
| | Sinectis | Sinectis |
| | Impsat | Impsat |
| | Diveo | Diveo |
| | Comsat | Comsat |
| | RedAlternativa | Iplan |
| | | GlobalOne |

Anexo 6: Datos de Estructura de Mercado de Comunicaciones Argentina 2001

Perfil del Mercado

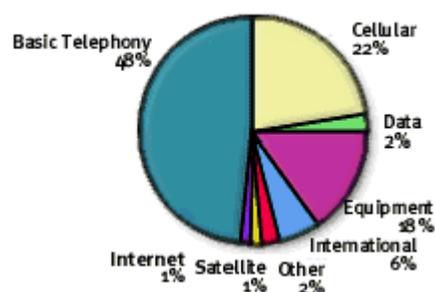
| | |
|--|----------------------------|
| Población | 37,030,000 (2000) |
| PER CAPITA GDP | \$7,731 (2000) |
| TELEPHONE DENSITY | 2153 (2000) |
| CELLULAR DENSITY | 12.12 (2000) |
| EQUIPMENT MARKET SIZE | US\$ 2 Billion (1995 est.) |
| U.S. TELECOM EXPORTS | \$501 million (1999) |
| TELECOM SERVICE REVENUE | \$6.61 Billion (1998) |
| WTO BASIC TELECOM SERVICES AGREEMENT SIGNATORY | Yes |

Fuente: Office of Telecommunications Technology, U.S. Department of Commerce, International Trade Administration

Segmented Total Generated Revenues (2000):

| | |
|-----------------|----------------------------|
| Basic Telephony | U\$S 5.046 millions |
| Data | U\$S 261 millions |
| Internet | U\$S 87 millions |
| Satellite | U\$S 87 millions |
| Cellular | U\$S 2.349 millions |
| International | U\$S 609 millions |
| Other | U\$S 261 millions |
| Total | U\$S 8.700 millions |

Market Distribution (2000):



Anexo 7: Estado de desregulación en la Unión Europea

El siguiente cuadro muestra el estado de avance de este proceso en Europa.

Del análisis del mismo se desprende lo masivo de la aceptación de las directivas no obstante los inconvenientes que enfrenta.

| Status of electricity deregulation in EU countries | | | | Status of gas deregulation in EU countries | | |
|--|-------------------------|-------------------|---|--|-------------------|--|
| Information released Dec 3, 2001 | | | | | | |
| Country | Declared market opening | Full opening date | Obstacles to competition | Declared market opening 2000 | Full opening date | Obstacles to competition |
| Austria | 100% | 2001 | Cross-border issues | 49% | 2001 | Tariff level/structure, cross-border issues |
| Belgium | 33% | 2007 | Dominant incumbent, balancing regime, insufficient regulator power/delays, cross-border issues | 59% | 2005 | Balancing/storage regime, cross-border issues, tariff level/structure |
| Denmark | 90% | 2003 | Dominant incumbent, cross-border issues | 30% | None | Tariff level/structure, balancing/storage regime |
| Finland | 100% | 1997 | Inadequate unbundling (for DSOs) | | | |
| France | 30% | None | Dominant incumbent, balancing regime, inadequate unbundling, cross-border issues, insufficient regulator power/delays | 20% | None | Tariff level/structure, insufficient regulator power/delays, balancing/storage regime, dominant incumbent, cross-border issues |
| Germany | 100% | 1999 | Inadequate unbundling, insufficient regulator power/delays, cross-border issues, high network tariffs | 100% | 2000 | Insufficient regulator power/delays, tariff level/structure, balancing/storage regime |
| Greece | 30% | None | No responses | | | |
| Ireland | 30% | 2005 | Dominant incumbent, balancing regime, inadequate unbundling, cross-border issues | 75% | 2005 | Insufficient regulator power/delays, tariff level/structure, balancing/storage regime |
| Italy | 45% | None | Dominant incumbent, balancing regime, cross-border issues | 65% | 2003 | Cross-border issues |
| | | | | 51% | 2007 | No response |
| Netherlands | 33% | 2003 | Cross-border issues, dominant incumbent | 45% | 2004 | Insufficient regulator power/delays |
| Portugal | 30% | None | Dominant incumbent, cross-border issues | | | |
| Spain | 45% | 2003 | Dominant incumbent, cross-border issues, insufficient regulator power/delays | 72% | 2003 | Cross-border issues, insufficient regulator power/delays |
| Sweden | 100% | 1998 | Dominant incumbent, balancing regime | 47% | 2006 | Insufficient regulator power/delays, inadequate unbundling, dominant incumbent |
| UK | 100% | 1998 | Dominant incumbent, inadequate | 100% | 1998 | Entry capacity |

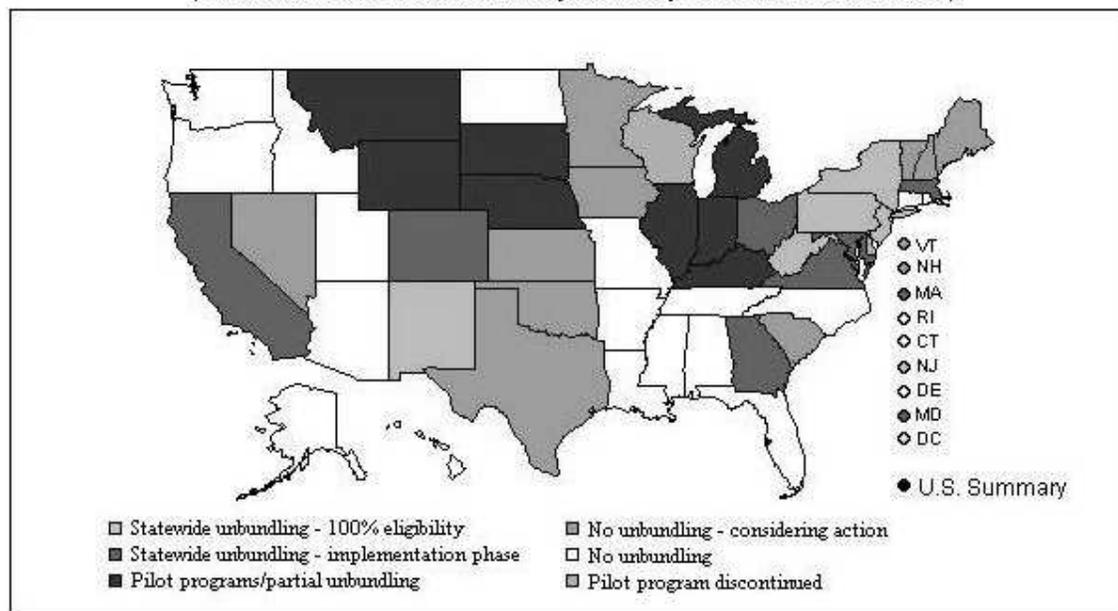
Source: Commission of the European Communities

Anexo 8: Estado de implementación de los programas de desregulación en EEUU

El siguiente cuadro resume el estado de situación a nivel nacional

Status by State as of December 2001

(Click on a state or its abbreviation for more information about that state.)



| Residential Natural Gas Restructuring Status | States |
|--|---|
| Statewide unbundling - 100 percent eligibility | DC , NJ , NM , NY , PA , WV |
| Statewide unbundling - implementation phase | CA , CO , GA , MD , MA , OH , VA |
| Pilot programs/partial unbundling | IL , IN , KY , MI , MT , NE , SD , WY |
| No unbundling - considering action | IA , KS , ME , MN , NV , NH , OK , SC , TX , VT |
| No unbundling | AK , AL , AR , AZ , CT , FL , HI , ID , LA , MS , MO , NC , ND , OR , RI , TN , UT , WA |
| Pilot program discontinued | DE , WI |

Fuente: ENERGY INFORMATION ADMINISTRATION⁴⁷

⁴⁷ ENERGY INFORMATION ADMINISTRATION "Natural Gas Residential Choice Program – Status by State as of December 2001" On line http://www.eia.doe.gov/oil_gas/natural_gas/restructure/restructure.html (24/10/2002)

Status as of December 2001: Number of Residential Customers

| Category/State | Total 2000 | Eligible | | Participating | | |
|--|-------------------|-------------------|-----------------------|------------------|---------------------|-----------------------|
| | | Total | Percent of 2000 Total | Total | Percent of Eligible | Percent of 2000 Total |
| Statewide Unbundling: 100-Percent Eligibility | | | | | | |
| D.C. | 138,252 | 138,252 | 100 | 15,807 | 11.4 | 11.4 |
| New Jersey | 2,364,058 | 2,364,058 | 100 | 57,040 | 2.4 | 2.4 |
| New Mexico | 479,894 | 479,894 | 100 | 0 | 0 | 0 |
| New York | 4,162,450 | 4,162,450 | 100 | 244,823 | 5.9 | 5.9 |
| Pennsylvania | 2,519,523 | 2,519,523 | 100 | 253,734 | 10 | 10 |
| West Virginia | 360,471 | 360,471 | 100 | 21 | 0.01 | 0.01 |
| Subtotal | 10,024,648 | 10,024,648 | 100 | 571,425 | 5.7 | 5.7 |
| Statewide Unbundling: Implementation Phase | | | | | | |
| Georgia | 1,679,152 | 1,375,556 | 81.9 | 1,375,556 | 100 | 81.9 |
| Maryland | 941,384 | 933,051 | 99.1 | 166,800 | 17.9 | 17.7 |
| Ohio | 3,456,770 | 2,744,000 | 79.4 | 825,148 | 30.1 | 23.9 |
| Virginia | 907,855 | 184,000 | 20.3 | 45,630 | 24.8 | 5 |
| Subtotal | 6,985,161 | 5,236,607 | 75 | 2,413,134 | 46.1 | 34.5 |
| Pilot Programs/Partial Unbundling | | | | | | |
| Illinois | 3,631,762 | 285,000 | 7.8 | 65,833 | 23.1 | 1.8 |
| Indiana | 1,590,925 | 610,000 | 38.3 | 10,001 | 1.6 | 0.6 |
| Michigan | 2,979,832 | 806,137 | 27.1 | 199,218 | 24.7 | 6.7 |
| Nebraska | 465,718 | 73,669 | 15.8 | 73,669 | 100 | 15.8 |
| Wyoming | 129,274 | 9,185 | 7.1 | 9,185 | 100 | 7.1 |
| Subtotal | 8,797,511 | 1,783,991 | 20.3 | 357,906 | 20.1 | 4.1 |
| Total | 25,807,320 | 17,045,246 | 66 | 3,342,465 | 19.6 | 13 |
| U.S. 2000 Total | 59,478,980 | -- | -- | -- | -- | -- |

Note: Three other states (California, Colorado, and Massachusetts) are in the implementation phase of state-wide unbundling, but eligibility and participation data are not available. Also, three other states (Kentucky, Montana, and South Dakota) have pilot programs or partial unbundling, but residential data are not available (see state information pages). Sources: **Total 2000:** Energy Information Administration, *Natural Gas Annual 2000* (November 2001). **Eligibility and Participation:** State public utility commissions.

On line http://www.eia.doe.gov/oil_gas/natural_gas/restructure/state/us.html

Anexo 9: Encuestas previas a la desregulación del sistema DLD en Argentina

| Con la desregulación, ¿perderán mercado Telecom y Telefónica? | |
|--|------|
| Vigencia: 20/11/00 al 3/12/00 | |
| Perderán mucho mercado | 47 % |
| Perderán poco mercado | 51 % |
| No sabe / no contesta | 2 % |
| ¿Qué sucederá con la apertura de las telefónicas? | |
| Vigencia: 29/05/00 al 11/06/00 | |
| Mejorarán los servicios | 70 % |
| Los servicios no cambiarán | 10 % |
| Sólo habrá caída en los precios | 20 % |

| ¿Qué proveedor de telefonía piensa elegir próximamente? | |
|--|--------|
| Vigencia: 29/09/00 al 15/10/00 | |
| Telecom | 9.6 % |
| Telefónica | 17.7 % |
| CTI | 3.2 % |
| Movicom | 6.4 % |
| AT&T | 62.9 % |
| ¿Está analizando seriamente cambiar su operador telefónico? | |
| Vigencia: 27/11/00 al 10/12/00 | |
| Sí | 71.7 % |
| No | 18.4 % |
| No sé | 9.7 % |

Fuente: <http://www.tectimes.com>

Anexo 10: Análisis estadístico del mercado telefónico previo a la desregulación en Argentina

Período: Mayo de 2000.

Tipo de encuesta: Telefónica.

Muestra: 400 casos efectivos, segmentados por muestreo según características telefónicas de la Ciudad de Buenos Aires

INTRODUCCION:

El estudio pretende analizar algunas variables relacionadas con el servicio telefónico y sus implicancias ante la inminente desregulación del mercado. Se busca medir, entre otras cosas, el nivel de satisfacción con el servicio, el nivel de conocimiento de los usuarios acerca de las modificaciones que se producirán en el mercado en los próximos meses.

RESULTADOS:

En general, se advierte un bajo nivel de información por parte del público usuario acerca del mercado en general y de las empresas prestadoras de servicio en particular. De los servicios accesorios que ofrecen las actuales empresas prestadoras, ninguno de ellos es conocido por una proporción importante de la muestra. Sólo el servicio de contestador de llamadas (35,50%) y el de línea de Internet (28,75%) es mencionado por un número razonable de encuestados. El resto de los servicios son, prácticamente ignorados y el 11,50% manifestó no conocer ninguno. Si se trata del uso, los porcentajes son muy inferiores. El servicio de línea de Internet es el más utilizado (20,25%) junto con el de contestador de llamadas (17,25%). Casi un 35% de los encuestados manifestaron no utilizar ninguno de los servicios adicionales.

El bajo nivel de información se advierte también respecto a la posibilidad de elegir el servicio de larga distancia. Casi un 44% manifestó no estar enterado de la posibilidad. De los que eligieron, Telefónica es la más escogida (32,75%). Movicom muestra una posición interesante habiendo sido elegida por más del 10%, si se considera que ingresó al mercado desde otro tipo de servicio (telefonía celular). Cuando se averigua respecto a la próxima desregulación del mercado de llamadas locales, los resultados son muy elocuentes. Un 47% aún está indeciso respecto a la compañía que elegirá cuando pueda hacerlo. De los que ya manifiestan estar decididos,

un 28,50% expresa que elegirá a Telefónica, un 16,75% a Telecom y un 6,25% a Movicom.

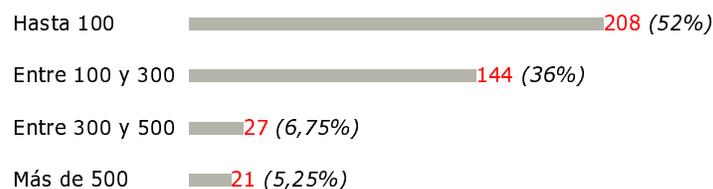
Los resultados son más elocuentes aún cuando se analiza la elección de empresa según la prestadora actual. De los actuales usuarios de Telefónica, el 29% manifiesta seguir con la misma empresa, el 10% elegirá a Telecom y un 8,50% a Movicom (más del 50% aún no se ha decidido). En cambio, los actuales usuarios de Telecom, parecen estar más disconformes con su actual prestadora. El 23,50% manifiesta que elegirá a su actual empresa, en tanto que el 28% dice que elegirá a Telefónica y un 4% a Movicom. El 44% aún está indeciso.

En cuanto a teléfonos celulares, Movicom muestra un claro dominio del mercado con un 31,75% de la muestra, que se eleva al 61,35% si se lo evalúa dentro del grupo de usuarios de celulares. Personal le sigue con un 11,25 y 21,74%, respectivamente. El 48,25% de la muestra no usa teléfono celular.

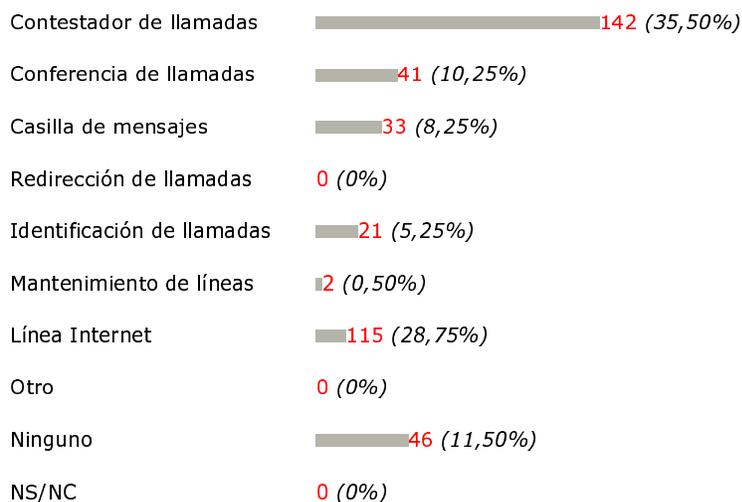
Otros datos adicionales muestran que el mercado telefónico tiene aún un gran potencial de crecimiento. El 76,25% manifestó tener una sola línea de teléfono. Si se vincula este dato con el de uso de servicios adicionales, se advierte que una gran proporción de quienes tienen más de una línea es por tener línea de Internet. Con lo cual, aún las empresas tienen mercado potencial en cuanto a cantidad de líneas por usuario. Este dato es más marcado entre los usuarios de Telecom, quienes manifestaron tener una sola línea en un 81,50%. Aunque la explicación puede encontrarse en que la zona cubierta por Telefónica presenta mayor cantidad de empresas, que tienden a tener mayor número de líneas (un 14% tiene más de dos).

El potencial se advierte también por monto de consumo. El 52% consume menos de \$100 mensuales, en tanto que el 36% consume entre esa cifra y \$300 mensuales. En este aspecto también se advierte una diferencia entre las empresas prestadoras, pero vinculada más con la zona geográfica asignada. Los usuarios de Telecom, aunque declaran tener menos líneas, tienen un consumo promedio mayor, lo que resulta coherente con la distribución de ingresos en las zonas que le corresponden de la Ciudad de Buenos Aires (el 42% de los usuarios de Telecom manifiestan consumir entre \$100 y \$300).

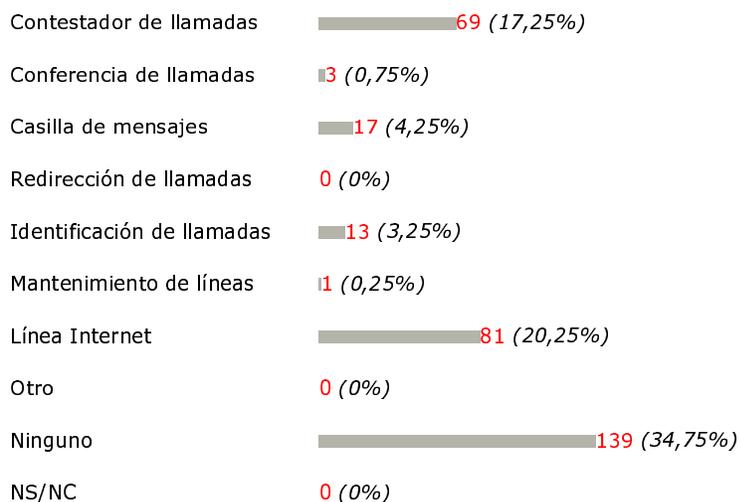
Como Me da (en US)



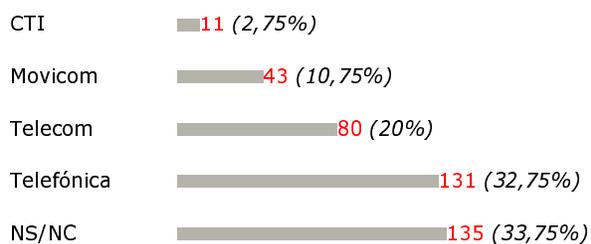
Servicios que se utilizan



Servicios Utilizados

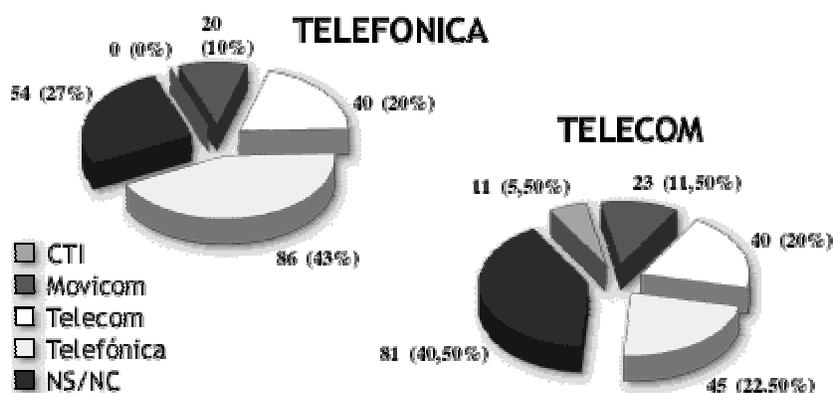


Serviços de longa distância



Serviços de longa distância por Empresa Prestadora

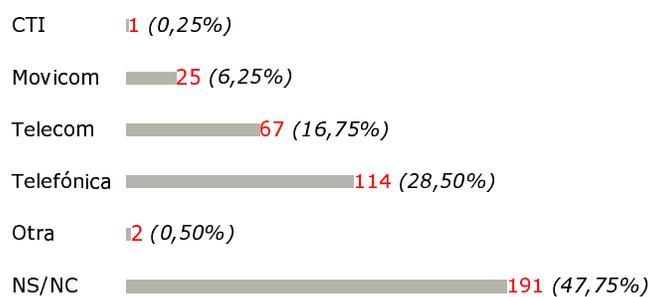
(2000)



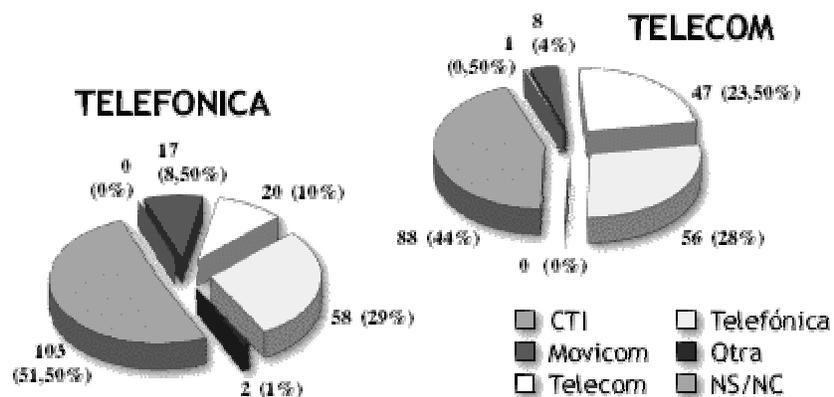
¿Siempre utiliza los servicios de larga distancia?



Compañía que utiliza



Compañías según compañía actual:

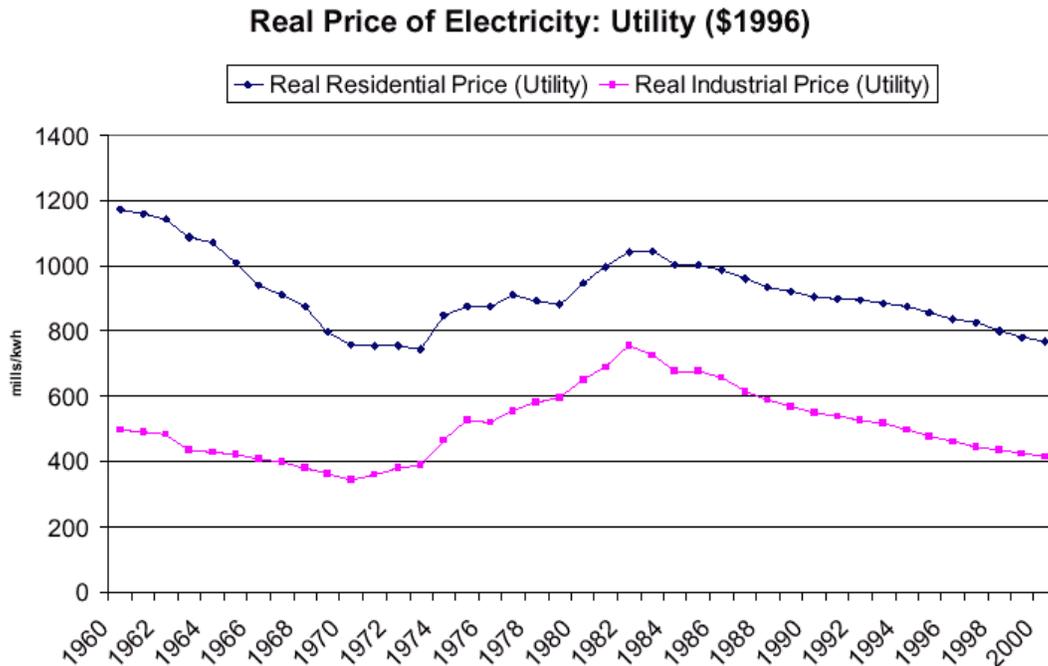


Fuente: DATOSVIRTUALES 'Mercados y Encuestas' On line

http://www.datosvirtuales.com/mercadosEncuestas/estudiosDeMercado/empresasDeTelecomunicaciones01/empresasDeTelecomunicaciones01_02.php

http://www.datosvirtuales.com/mercadosEncuestas/estudiosDeMercado/empresasTelefonicas/empresasTelefonicas_00.php (24/10/2002)

Anexo 11: Ahorro de costos productos de la desregulación de primera generación



Anexo 12: The Color of Money - So Many Choices, So Little Time

By Michelle Singletary

Washington Post Staff Writer

Sunday, October 17, 1999; Page H01

I' ve already gotten my first taste of energy deregulation. It came with a telephone call, of course while I was busy cooking dinner and washing clothes. It was from some company, whose name I immediately forgot, asking if I wanted to switch to another gas company.

"Why do I need to switch?" I asked. "My gas looks the same as always and it cooks my food just fine."

"Switching to our company could save you money," the representative said. "What' s your monthly gas bill now?"

With that one question, I fear, we' ve entered another era of Let' s Break Up Monopolies to Drive Customers Bonkers by Bombarding Them With Commercial Appeals From Companies Offering New Rate Plans and Complicated Bills That You Need a Degree in Economics to Decipher.

And let's not forget those annoying early-morning and evening telemarketing calls that surely will follow this latest restructuring.

I want energy deregulation the way I wanted that nasty castor oil my grandmother would make me swallow whenever I was coming down with a cold.

"Baby, I know it tastes bad, but this is good for you," she would say before forcing that big tablespoon past my tightly clenched lips.

Currently, 23 states are in the process of deregulating their electric utilities, according to the latest figures from the Department of Energy. Twenty states and the District are unbundling or conducting pilot programs for restructuring their natural gas industries.

When all this unbundling is done, customers will be able to choose their own gas or electricity supplier.

Theoretically, deregulation is supposed to drive down prices and lead to new services. These new services, of course, will require us to make still more decisions, as if we needed them.

For example, you might be asked by your utility company if you would like your electricity to be generated by solar energy, methane gas, coal, wind or a nuclear reactor.

To which I would say: I don't know. I don't have time to find out. I can't keep track of my kid's sneakers. I just want the power to come on when I flip that little switch.

Proponents of deregulation are telling us we should feel excited about the opportunity to shop around for energy.

To them I say: What power trip are you on?

I now have to figure out what a "therm" is. If you don't know you'll have to learn, because that's how natural gas is measured. So, how many therms does it take to cook a turkey? Which company's therm is cheaper? Why do I have to know anyway?

I'll have to begin comparing price per kilowatt-hour for my electricity. How am I supposed to know what a kilowatt-hour goes for on the open market?

I'm as concerned as any consumer about saving money. But I still can't figure out all the charges on my telephone bill, thanks to deregulation in that industry.

In the near future, maybe everything that comes to the house will be combined under one marketer. Just imagine that bill: That'll be \$50 for the therms, \$65 for the 500

channels, \$40 for local calls, \$70 for long-distance and, for good measure, \$10 for Internet access.

Some experts say the cost savings will all but make up for the confusion and problems we' ll experience as the energy industry restructures. But estimates of how much consumers will save are all over the place. Consumer advocates question whether there will be any savings at all.

To be sure, the real winners will be big business. Giant corporations will make millions buying and selling utility companies. Their big business customers will reap huge discounts because of the amount of energy they consume and the deals they' ll be able to cut.

One survey conducted by RKS Research & Consulting, a national market research and polling company, found that 17 percent of U.S. consumers can now choose their energy suppliers. Yet only 2 percent have actually switched.

But the industry is confident it can talk us into liking this new deal.

"Consumers are saying that their expectations for energy service are being met — not exceeded — by their current supplier," said Charleen Heidt, RKS vice president.

In other words, we' re satisfied.

So I' ve got an idea: How about leaving us alone?

Michelle Singletary welcomes comments and column ideas, but she cannot offer specific personal financial advice. Her e-mail address is singletarym@washpost.com. Readers can write to her at The Washington Post, 1150 15th St. NW, Washington, D.C. 20071. © 1999 The Washington Post Company

Anexo 13: Encuestas post-desregulación sistema telefónico DLD – Argentina 2001

| ¿Que la desregulación telefónica ha comenzado a ser un éxito? | |
|---|--------|
| Vigencia: 23/04/01 al 6/05/01 | |
| Sí, porque los precios de las tarifas han comenzado a bajar | 11.9 % |
| No, porque los usuarios no se cambian de compañía por falta de incentivos | 85.7 % |
| Ns/Nc | 2.3 % |

| ¿Que se desregulan los servicios telefónicos en la telefonía fija? | |
|---|--------|
| Vigencia: 19/02/01 al 4/03/01 | |
| Mejóro | 20.7 % |
| Empeoró | 18.8 % |
| Sigue igual | 60.3 % |

Fuente: <http://www.tectimes.com/poll/poll.asp?sector=emp&codpoll=219>