

La competencia y los consumidores en mercados regulados

Bernardo Altamirano Rodríguez

Carlos Martínez Velázquez

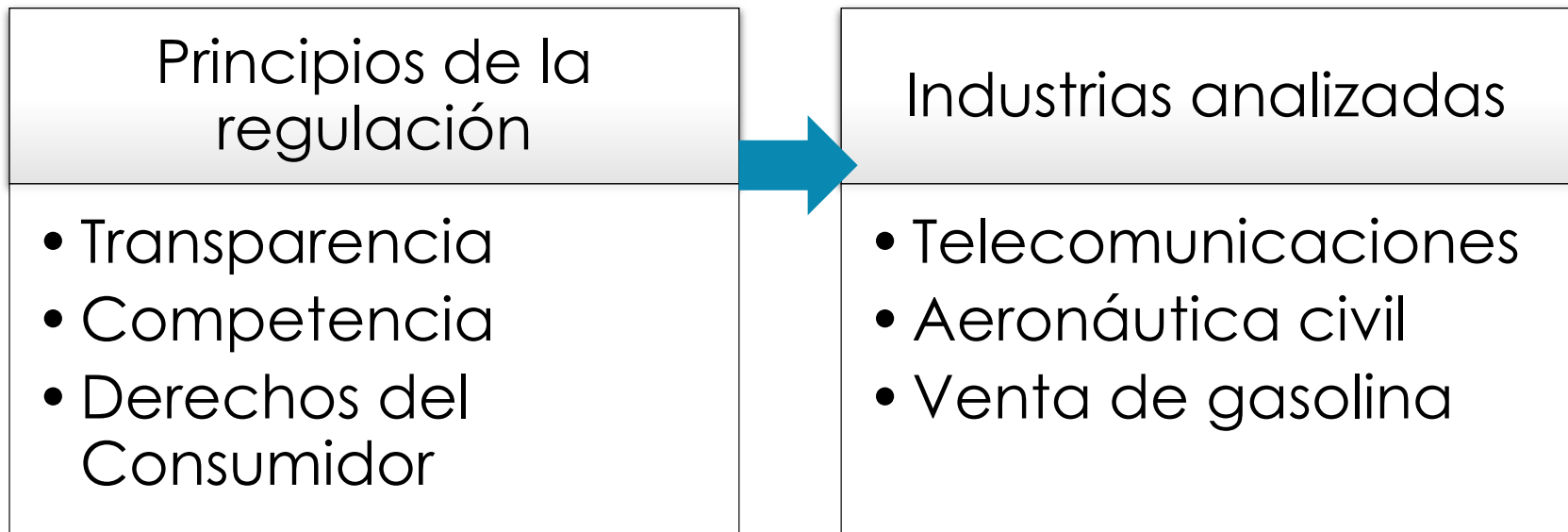
Cita: Altamirano, Bernardo, y Carlos Martínez. 2015. «**La competencia y los consumidores en mercado regulados.**» En *Derecho de la Competencia en México*, editado por José Roldán Xopa, Carlos Mena Labarthe y Laura A. Méndez Rodríguez, 461-495. México: Porrúa.

Introducción

- Modelo estatista en la economía y **tensiones entre el sector público y la empresa privada.**
- Reformas estructurales 2013 y 2014. **Transición de industrias monopólicas a competencia.**
- Oportunidad de **ordenar la racionalidad y el espíritu de la regulación** económica:
 - Objetivo de la regulación: gozar de nuestras libertades y derechos fundamentales, mediante la competencia, competitividad y crecimiento económico.
 - Sistematización de los artículos 1º, 25 y 28 de la CPEUM.
 - Vinculación directa entre competencia económica y satisfacción de los consumidores.
 - Principio pro persona.

Metodología

- Derivado de un análisis de los mercados regulados, encontramos tres aspectos que deben ser los parámetros para revisar mercados regulados. Los aplicamos en tres industrias.



Telecomunicaciones

Sector	<p>Al cierre de 2013, existían 103.6 millones de suscripciones a servicios de telefonía móvil, (12.42 millones de teléfonos con acceso a banda ancha).</p> <p>14.73 millones de suscripciones a servicios de televisión restringida.</p> <p>51.16 millones de usuarios de internet.</p>
Competencia	<p>Comportamiento de cada mercado y sector</p> <p>Ley Federal de Telecomunicaciones, Ley Federal de Competencia</p> <p>Ley de Inversión Extranjera</p> <p>Regulación asimétrica y equidad de acceso</p>
Transparencia	<p>Registro público de concesiones</p> <p>Sistema Nacional de Información e Infraestructura</p> <p>Contratos de adhesión</p>
Protección al consumidor	<p>Ley Federal de Protección al Consumidor</p> <p>Obligaciones a proveedores (NOM-184)</p> <p>Contratos de adhesión</p> <p>Medidas de compensación</p>

Aeronáutica civil

Sector	Diario se transportan en el país 164,402 pasajeros vía aérea y este mercado representa el 0.4% del PIB de México
	El número de los asientos disponibles por kilómetro entre 2009 y 2012 se incrementó en 5.1% en tasa anual compuesta
Competencia	De acuerdo con estándares internacionales, el servicio nacional presenta un mercado moderadamente concentrado, pues el valor del IHH para 2013 fue de 1,936 puntos. Por otro lado, en el servicio internacional se observa un mercado altamente concentrado pues el IHH alcanza un valor de 3,600 puntos.
Transparencia	<p>Registro de tarifas</p> <p>Registro Nacional Aeronáutico</p> <p>Datos abiertos en el sector</p>
Protección al consumidor	<p>Derechos establecidos en la Ley e Aeronáutica Civil y su Reglamento.</p> <p>Derechos de los consumidores en concursos mercantiles.</p> <p>Propuesta: Derechos de los consumidores en caso de retrasos.</p>

Gasolinas

Sector	11 mil 126 estaciones de servicio(2014)
	2013, 404 mil 889 millones de pesos de ventas
	36 millones 742 mil 180 vehículos de motor registrados en México
Competencia	Precios y asignación de permisos de venta
	Entrada de nuevos competidores con estrategias diferenciadas
Transparencia	Ley de los Órganos Reguladores Coordinados en Materia Energética
	Ley de Hidrocarburos
	Estadísticas del mercado de la CRE
Protección al consumidor	Verificación administrativa (NOM 005 y 185)
	Ley Federal de Protección al Consumidor
	Competencia económica

Conclusiones

- En los tres casos vemos cómo **una frágil competencia, reduce el bienestar de los consumidores**, por lo que medidas regulatorias tienden a reducir asimetrías, propiciar equidad, evitar que los riesgos y costos se trasladen unilateralmente a los usuarios, así como implementar instrumentos de verificación del cumplimiento muy onerosas.
- Los reguladores deben tener en mente la muy frágil **cultura de la legalidad** que afecta a todos los sectores de nuestro País.
- En este sentido, la nueva generación regulatoria debe **poner los derechos y bienestar del consumidor como centro de gravedad**, lo que enfatizará su carácter social y de interés público, y no como un acuerdo cupular de beneficios restringidos.
- Nuestros reguladores deben ser **sensibles a la realidad social y cultural**, y no sólo buscar el “impecable” diseño jurídico, sino transitar a la eficaz internalización de la conducta deseada.
- Tenemos en nuestras manos la oportunidad de **democratizar la regulación** y de confirmar que la competencia es el mejor medio para encaminarnos al progreso.



**CENTRAL CIUDADANO Y
CONSUMIDOR**

Central Ciudadano y Consumidor, A.C.

Camino a Santa Teresa 763, Del. Álvaro Obregón
C.P. 01900, Jardines del Pedregal
México, D.F.

Tel. (55) 5652 7440
www.centralcyc.mx

contacto@centralcyc.mx
baltamirano@centralcyc.mx
cmartinezv@centralcyc.mx