

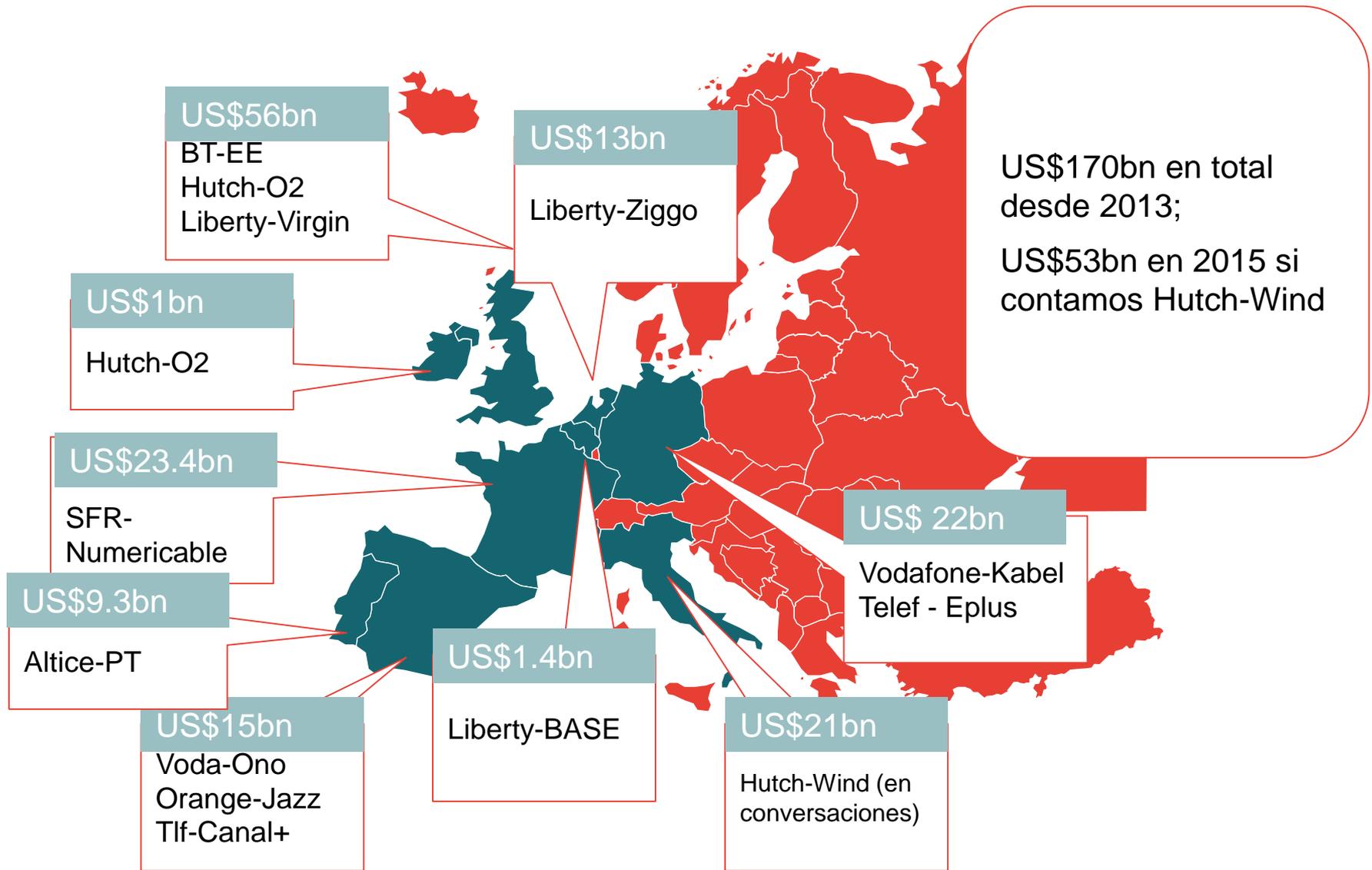


# Consolidación en el mercado europeo de telecomunicaciones

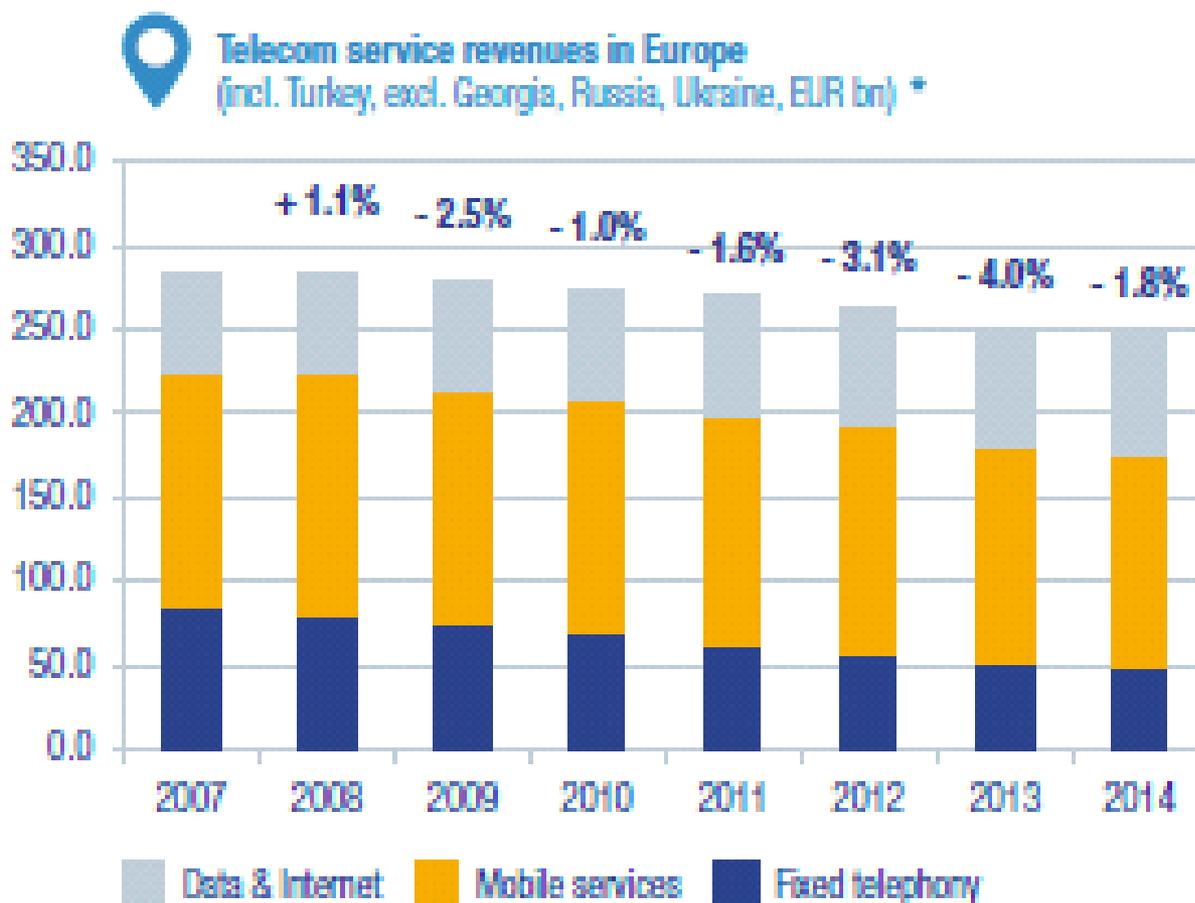
Jornada Anual de Competencia

29 de junio de 2015

# “Fiebre” de fusiones en Europa en los últimos años ...



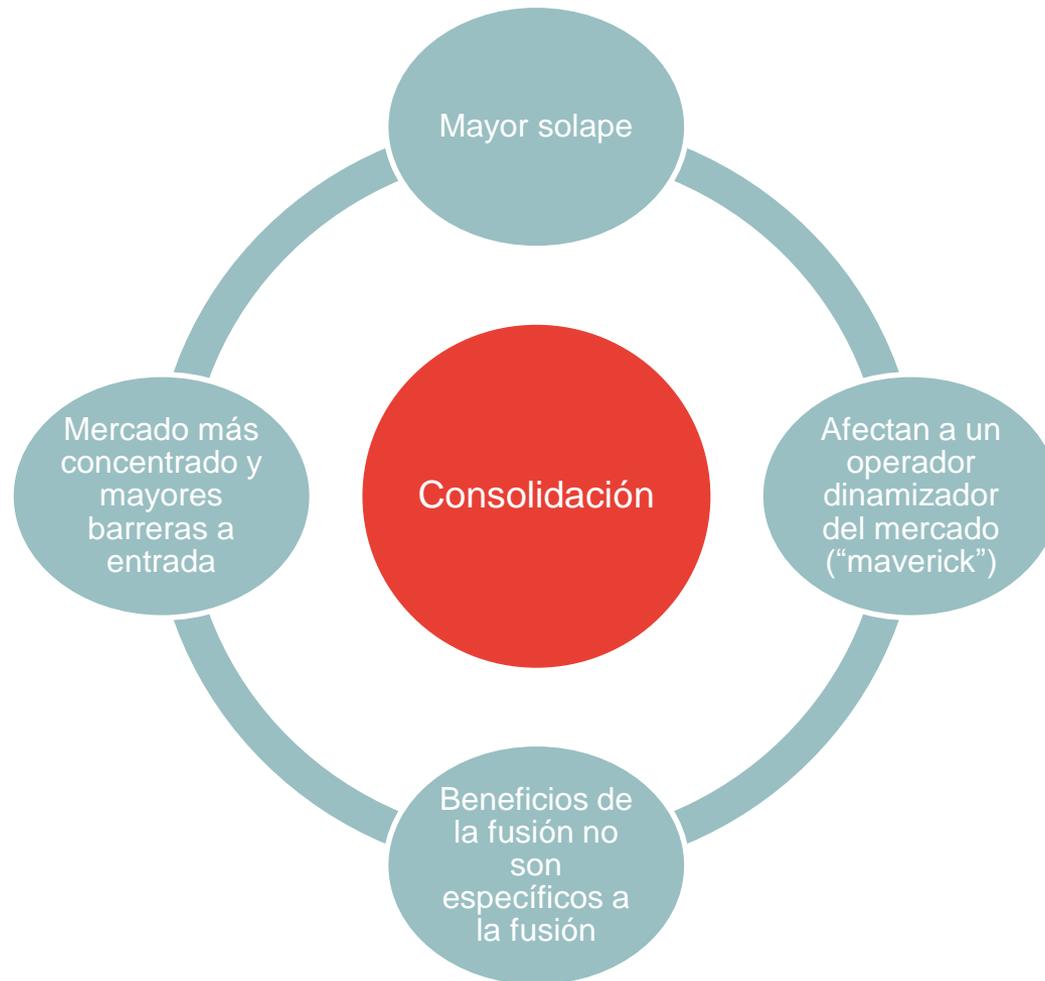
... motivados por una caída de ingresos y la necesidad de acometer inversiones (4G y redes NGN fijas\*)



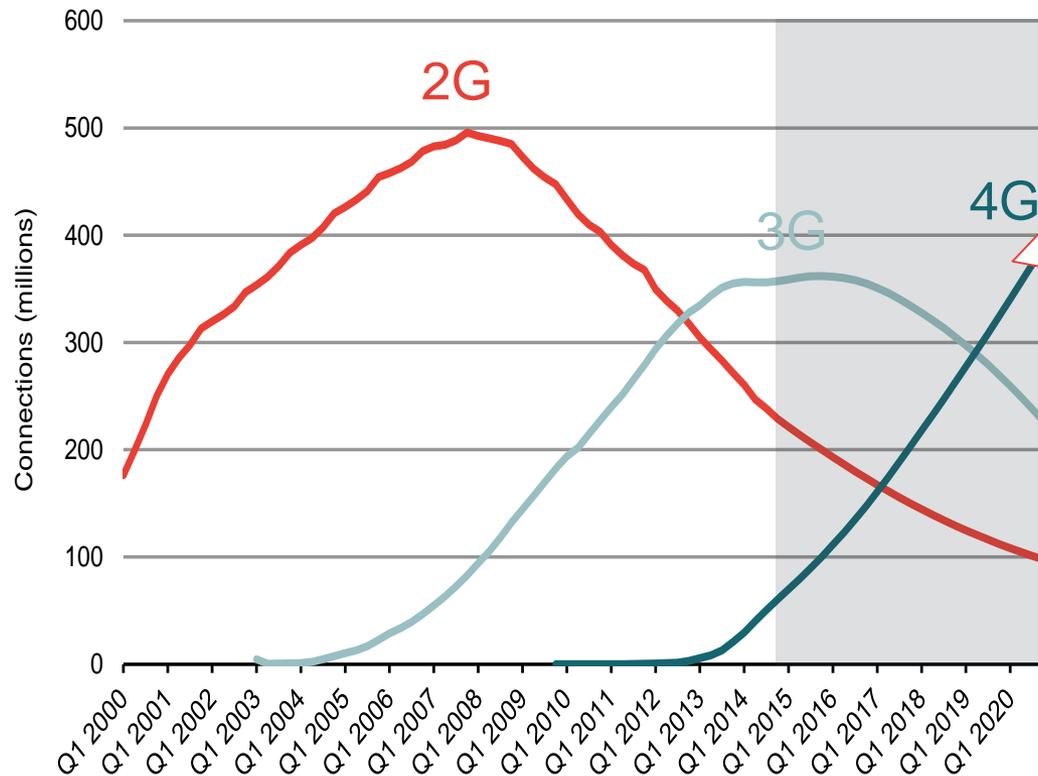
Fuente: ETNO

(\* ) También fusiones encaminadas a ofrecer productos empaquetados

# Las consolidaciones causan más preocupación a las autoridades de competencia cuanto...



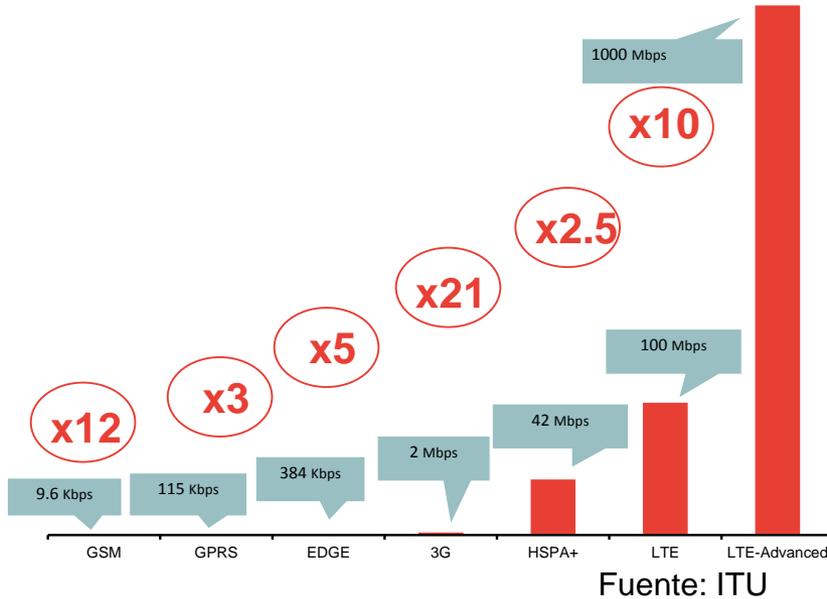
# Importancia del aspecto dinámico: introducción de nuevas tecnologías



En el mercado móvil, la media de tiempo para la introducción de una nueva tecnología son entre 7 y 8 años, en contraste con muchos otros sectores, donde el rango puede ser entre 15 y 50 años

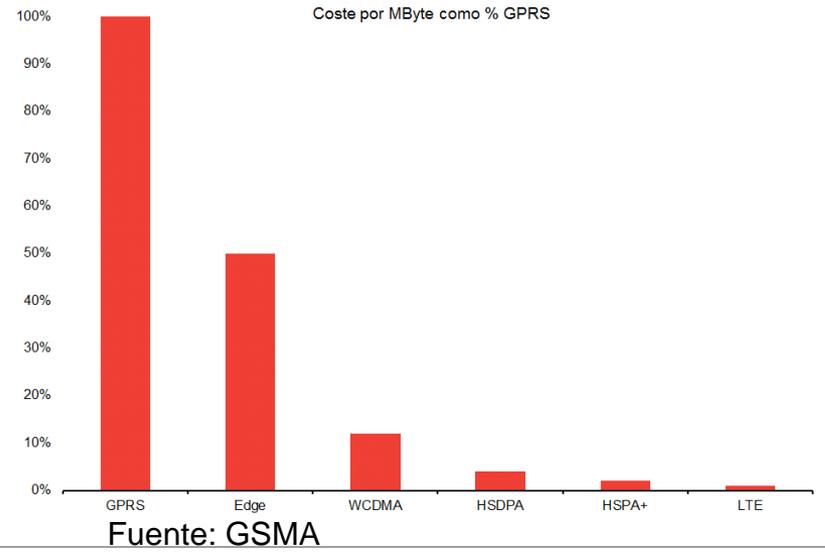
Las fusiones no de telecomunicaciones que han pasado a Fase 2, no muestran la misma tasa de cambio tecnológico y necesidad de invertir para aumentar la capacidad de prestar el servicio

# La introducción de nuevas tecnologías benefician al consumidor en mejores servicios y menores precios



Cada nueva tecnología permite un aumento significativo en la velocidad

Lo que conduce a una reducción en los costes y en los precios



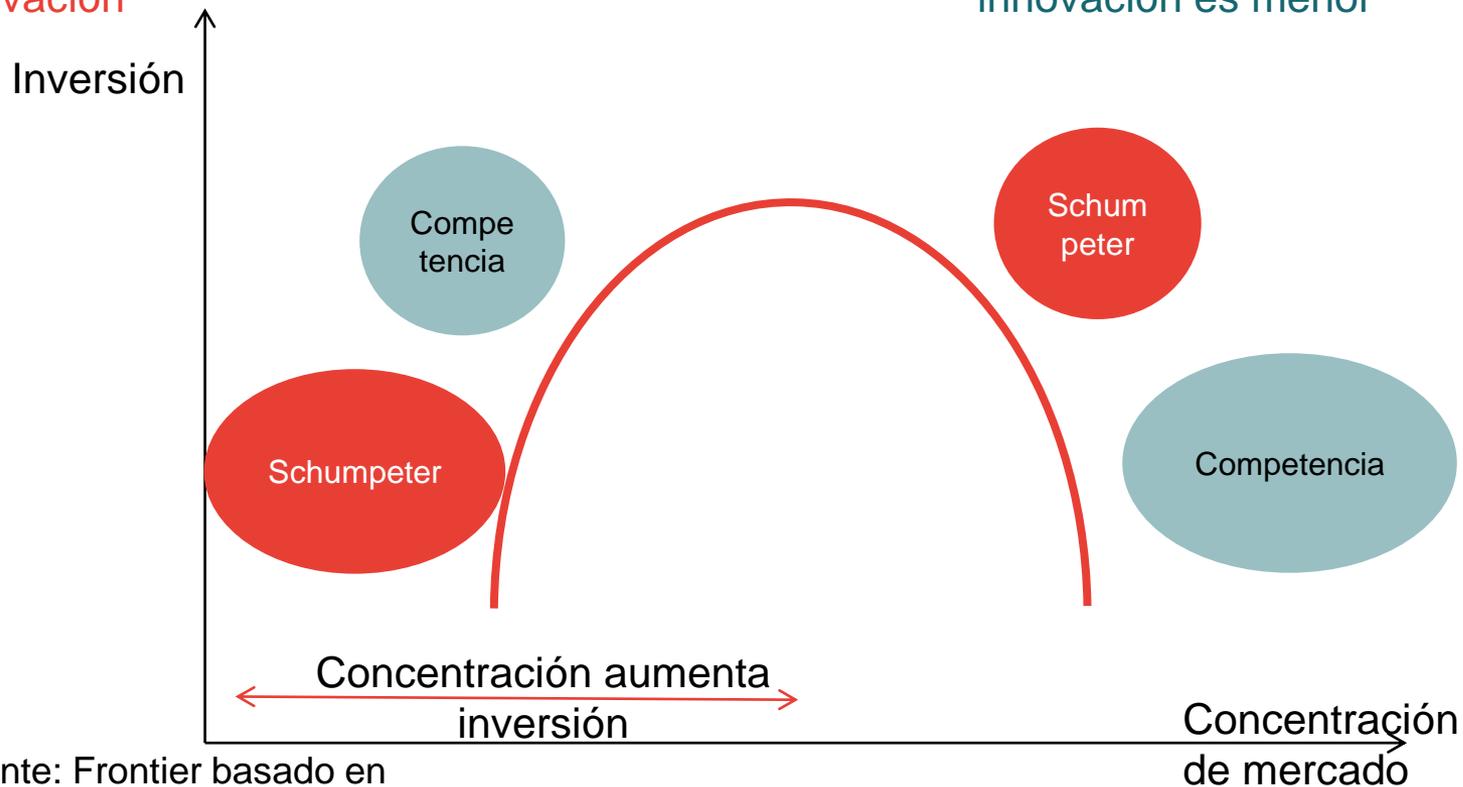
# ¿Cómo afecta la concentración a la inversión?

## Schumpeter:

Mayor concentración conlleva mayor inversión porque las empresas obtienen más beneficios de la innovación

## Competencia:

Con menor competencia las empresas tienen menos incentivos a innovar porque el beneficio incremental de la innovación es menor



Fuente: Frontier basado en Aghion et al. (2005)

# La dificultad del análisis de estas fusiones consiste en valorar adecuadamente el efecto de la concentración en el corto y en el largo plazo

Efecto en el corto plazo

Posibilidad de aumento de precios

- GUPPI y simulación de fusiones

Efecto en el largo plazo

Eficiencias e innovación

- Verificables
- Trasladables al consumidor (ahorros en costes fijos son menos importantes)
- Específicas a la fusión

# GUPPI y márgenes

VARIABLE MARGIN

		20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
DIVERSION RATIO	5%	1%	2%	2%	3%	3%	4%	4%	5%
	10%	2%	3%	4%	5%	6%	7%	8%	9%
	15%	3%	5%	6%	8%	9%	11%	12%	14%
	20%	4%	6%	8%	10%	12%	14%	16%	18%
	25%	5%	8%	10%	13%	15%	18%	20%	23%
	30%	6%	9%	12%	15%	18%	21%	24%	27%
	35%	7%	11%	14%	18%	21%	25%	28%	32%
	40%	8%	12%	16%	20%	24%	28%	32%	36%
	45%	9%	14%	18%	23%	27%	32%	36%	41%
	50%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%

Source: Frontier analysis

$$\begin{aligned}
 \text{GUPPI} &= \\
 &\text{Ratio de desviación} \\
 &\times \\
 &\text{Margen ventas} \\
 &\times \\
 &\text{Relación de precios}
 \end{aligned}$$

# Efectos de largo plazo específicos a la fusión

	Emplazamientos	Red de radio	Red troncal	Roaming	Espectro
Australia	X	X			
Brasil	X	X			
Chipre	X			X	
Francia	X	X		X	
Alemania	X			X	
Hungría					
India	X				
Italia	X				
Malta				X	
P. Bajos	X				
Noruega	X	X	X	X	
Pakistán	X				
Suecia	X	X	X		X
Reino Unido	X	X		X	
Estados Unidos	X				

Fuente: Frontier Economics, basado en datos GSMA

# Conclusiones

- Efecto dinámico es distintivo en telecomunicaciones:
  - Después de la apertura de competencia en el sector (fijo y móvil) los cambios estructurales en el beneficio del consumidor vienen determinados por el cambio tecnológico
- Dos aspectos clave
  - Forma en que el efecto de largo plazo es tenido en cuenta en el análisis
  - ¿Más competidores es siempre mejor para el consumidor en el largo plazo?



Frontier Economics Limited in Europe is a member of the Frontier Economics network, which consists of separate companies based in Europe (Brussels, Cologne, London and Madrid) and Australia (Melbourne & Sydney). The companies are independently owned, and legal commitments entered into by any one company do not impose any obligations on other companies in the network. All views expressed in this document are the views of Frontier Economics Limited.