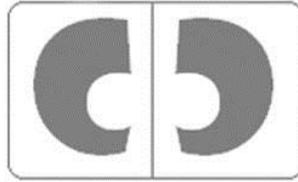




JOSÉ ARTIGAS
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES
BICENTENARIO.UY



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay
Ministerio de Economía y Finanzas

Montevideo, 29 de enero de 2015.

Informe N° 5/015

**ASUNTO 10/2014: APLICACIONES PARA SOLICITAR SERVICIO DE
TAXÍMETRO - INVESTIGACIÓN DE OFICIO.**

1. ANTECEDENTES

Vienen las presentes actuaciones a fin de definir el mercado relevante en que se desarrolla la investigación de posibles prácticas prohibidas por la Ley de Promoción y Defensa de la Competencia.

2. ANÁLISIS

La actividad que aquí nos ocupa se desarrolla en la etapa de intermediación a la que recurren los consumidores a la hora de requerir un servicio de taxímetro.

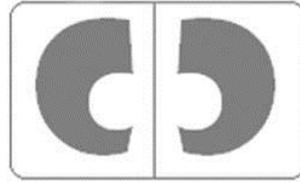
Para definir el mercado en que se desarrollan las prácticas investigadas es menester analizar en un primer plano las distintas formas de requerir un servicio de taxímetro para luego ver la sustituibilidad entre ellas y la posibilidad o no, de pertenecer a un mismo mercado relevante.

- I. En primer lugar existe la posibilidad de que se tome un taxi libre en la calle, lo cual no requiere de intermediación alguna, simplemente se realiza la seña a un taxi con cartel de “libre” para que nos conduzca a nuestro destino.
- II. Otra posibilidad es la de tomar un móvil disponible en una parada de taxis, lugar en el cual los taxistas paran a tomar viajes por orden de llegada, y los usuarios, también por orden, van ocupando los vehículos que están disponibles. Tampoco existe intermediario, más que un punto de encuentro que tanto consumidores como prestadores del servicio de taxímetro conocen como tal.
- III. La tercer modalidad implica llamar a una radio operadora para solicitar un móvil, la cual nos va a ubicar el más cercano a nuestra ubicación y nos informa el tiempo estimado en el que el vehículo va a estar en la dirección que brindamos para conducirnos al destino indicado. Para esta opción requerimos contar con un teléfono, ya sea fijo o móvil, que nos permita realizar la llamada a la radio y seguir las instrucciones que se nos indiquen.
- IV. Existe además la posibilidad de solicitar un taxi mediante SMS (solo para algunas empresas), donde enviamos la dirección en que nos encontramos, y nos responden los datos del taxi que pasará a buscarnos y el tiempo estimado. Para esta opción vamos a requerir un teléfono celular para el envío del mensaje de texto.
- V. Finalmente aparecen las aplicaciones para teléfonos inteligentes o smartphones, diseñadas para solicitar servicios de taxi. Una vez descargadas, nos dan la opción de solicitar un vehículo, localiza nuestra ubicación mediante el GPS, y nos envían un taxi a la dirección en la que nos encontramos. Para ésta opción es necesario contar con un smartphone con conexión a internet.

Se puede observar que las distintas modalidades posibles de solicitar un servicio de taxímetro son variadas y con características específicas. Por ejemplo, las



JOSÉ ARTIGAS
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES
BICENTENARIO.UY



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay
Ministerio de Economía y Finanzas

paradas de taxis no están disponibles en todos los puntos de la ciudad, sino en lugares específicos, particularmente utilizadas en lugares con mucha afluencia de público como terminales de ómnibus, centros comerciales, entre otros. Por lo tanto no es una opción que esté disponible para todos los consumidores en cualquier momento y lugar, es más bien una alternativa para determinadas situaciones. Distinto es el caso si buscamos un taxi disponible en cualquier calle o avenida. Esta modalidad es una alternativa para cualquier consumidor, en todo momento o lugar en que se encuentre, pudiendo dirigirse tal vez a la avenida más cercana, donde la circulación podrá ser mayor. Para el resto de las alternativas es necesario contar con un intermediario, ya sea por medio de una llamada, mensaje de texto o a través de una aplicación, existe un proceso de intermediación que vincula a los consumidores con los conductores de taxi.

Para situarnos en el caso que nos ocupa debemos enfocarnos en lo que respecta a servicios de intermediación de transporte de taxímetros, lo que implica que debe existir un intermediario entre el taxi y el consumidor final del servicio, o sea un tercer agente que oficie de nexo entre ambos, ayudando el proceso de encontrar un taxi libre. Tal nexo se utiliza con el fin de minimizar el tiempo de espera o para ahorrar el costo (en términos de tiempo) que tiene para el consumidor el proceso de búsqueda de un taxi libre en el momento y lugar requerido.

Siguiendo esta línea, no podemos considerar dentro del mismo mercado los taxis que se toman en la calle, caso en el cual el consumidor interactúa directamente con el taximetrista para acceder al servicio, así como tampoco tendremos en cuenta los taxis que se toman en sitios específicamente identificados como paradas de taxis, ya que en esas circunstancias tampoco va a

existir intermediación, la persona va a acudir a la parada que está previamente identificada, a sabiendas de que el primer taxi disponible le otorgará el servicio de traslado.

Evaluación del efecto del uso de aplicaciones en los consumidores

La aparición de las nuevas tecnologías y el uso de aplicaciones móviles para la solicitud y gestión de medios de transporte es algo que se viene desarrollando hace algunos años alrededor de todo el mundo.

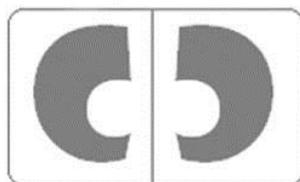
Desde el punto de vista de la demanda el principal requerimiento es tener un taxi a disposición en el momento en que se lo requiere, con el menor tiempo de espera posible, y que el servicio sea de buena calidad.

Desde el punto de vista de la oferta, se va a buscar tener el taxi ocupado el mayor tiempo posible, con lo cual se dificulta estar a disposición de todos los consumidores que así lo requieran en el momento preciso, sobre todo en las denominadas horas pico.

En lo que respecta al impacto del uso de aplicaciones móviles para la solicitud de servicios de taxímetro en los consumidores, no caben dudas de que les es muy beneficioso. No solo les brinda una alternativa útil y novedosa respecto de los métodos tradicionales, sino que además ofrecen mayor información del servicio, aportando datos acerca del conductor y el vehículo que los pasará a buscar, así como el detalle del recorrido por el que se traslada el taxi en dirección a su punto de encuentro, mediante tecnología GPS. También cuentan con sistemas de calificación para los conductores que permiten conocer evaluaciones de otros usuarios hacia el chofer. Todo lo anterior resulta en un servicio más eficiente y seguro para los consumidores, que podrán minimizar el costo de búsqueda de un taxi, accediendo además a mayor información del prestatario del servicio.



JOSÉ ARTIGAS
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES
BICENTENARIO.UY



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay
Ministerio de Economía y Finanzas

Mercado Relevante

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) distingue tres diferentes mercados para los servicios de taxi¹:

- a) El mercado de taxis que se toman en la calle. (street-hail market)
- b) El mercado de taxis que se toman en una parada de taxis. (taxi rank market)
- c) El mercado de taxis que se solicitan por teléfono, internet u otro dispositivo de comunicación. (pre-booked market)

Una de las características que hacen a los mercados “pre-booked” es la existencia de economías de red. Este fenómeno hace que se popularice un número telefónico o aplicación, y que por lo tanto sea conveniente pertenecer al más conocido, y no crear un nuevo número. Este fenómeno afecta la aparición de nuevos competidores y tiene efectos negativos en el desarrollo de la competencia, particularmente en pequeñas ciudades con menor densidad de población.

Cuanto más grande sea una red de solicitud de taxímetro, mayores son las posibilidades de que tenga un taxi próximo a mi domicilio, y por lo tanto que se reduzcan los tiempos de espera, que es uno de los principales valores agregados destacados por los demandantes de taxis. Esto hace que los consumidores tiendan a optar por los servicios de intermediación más populares, o los que se perciben con un mayor número de taxis afiliados.

¹ OECD. POLICY ROUNDTABLES – Competition Issues in Road Transport.

Mercado geográfico

Para la delimitación del mercado geográfico es necesario remitirnos a la normativa departamental que establece la Intendencia de Montevideo dentro del Digesto Departamental, Volumen V - Tránsito y Transporte².

La actividad para los automóviles con taxímetro se restringe a los límites del departamento de Montevideo, en los casos en los que tuvieran que salir del departamento deberán hacerlo con la bandera baja. De esta forma el mercado relevante nos quedará delimitado por estos mismos límites.

Si bien la mayor cantidad de taxis del país se encuentra en el departamento de Montevideo, y fue ahí donde se presentaron las prácticas investigadas por el presente expediente, cabe la posibilidad de que sus conclusiones se puedan extender al resto de los departamentos, cada uno como un mercado relevante independiente, suponiendo que se encuentre habilitado el uso de aplicaciones de teléfonos celulares para la solicitud de taxímetros, así como los demás medios tradicionales que fueron analizados en el presente informe.

3. CONCLUSIONES

Siguiendo el análisis realizado en el capítulo anterior, así como el criterio adoptado por la OCDE para el asunto que ocupa este expediente, se define el mercado relevante como *los servicios de intermediación para el transporte de taxímetro en el departamento de Montevideo*. Dichos servicios pueden solicitarse por teléfono (fijo o móvil), SMS, aplicaciones para teléfonos inteligentes, internet u otros. Quedarían por fuera del presente mercado relevante las hipótesis descritas en los numerales I y II del capítulo anterior, las cuales al no contar con intermediación alguna para la utilización del servicio de taxímetro, no pertenecen al mismo mercado.

²Disponible en <http://normativa.montevideo.gub.uy>