

# **Simposio Mundial para Reguladores**

## **Contribución - Polonia**

La Oficina de Comunicaciones Electrónicas (UKE), que reglamenta los mercados de telecomunicaciones, se creó con arreglo a la legislación de la Comunidad Europea y trabaja en el marco de las comunicaciones electrónicas. Por consiguiente, todas las medidas normativas relacionadas con la NGN se aplican en el marco normativo de la UE para las comunicaciones electrónicas. Nuestra opinión es que los organismos reguladores nacionales deben concentrarse en crear las condiciones apropiadas para una competición efectiva en el mercado al por mayor.

A continuación se indican varias prácticas de reglamentación deseables con respecto a la NGN (red de la próxima generación) en determinados sectores:

### **Acceso**

Un usuario que reside en una determinada zona debe poder elegir fácilmente un servicio de telecomunicaciones que dé acceso a la NGN.

El gobierno debería crear un marco normativo propicio para que las empresas realicen nuevas inversiones. Los organismos reguladores nacionales deberían tratar de garantizar una distribución justa y eficaz de la infraestructura existente.

### **Competición**

En el caso de la NGN, los problemas de la competición serán probablemente similares a los actuales. En primer lugar, los organismos reguladores nacionales deberían configurar el entorno de modo que hubiera una competición efectiva en el mercado al por mayor entre empresas de telecomunicaciones. Esa actividad debería crear naturalmente una competición efectiva en el mercado al por menor.

### **Conciencia del consumidor/protección al consumidor**

Las ofertas de las empresas de telecomunicaciones deberían ser transparentes, y deberían supervisarlas los organismos reguladores de las telecomunicaciones y los de reglamentación de la competición. Los organismos reguladores deberían poder supervisar por adelantado los cambios de esas ofertas y oponerse a ellas o a las tarifas cuando representaran una amenaza para el consumidor.

### **Interconexión**

Las empresas de telecomunicaciones con un poder significativo en el mercado deberían aplicar el principio de transparencia a fin de que otras entidades que desean interconectarse tuvieran conocimiento de los criterios claramente definidos y públicamente disponibles seguidos por las empresas SMP.

### **Inversión**

La inversión es el elemento fundamental del proceso de migración hacia las NGN. Los Gobiernos de los Estados Miembros deberían reducir al mínimo los obstáculos al desarrollo de infraestructura alámbrica terrenal. Ésta es necesaria porque la infraestructura de radiocomunicaciones no podrá satisfacer la demanda de una mayor capacidad de transmisión y podría considerarse como meramente complementaria.

La restricción del derecho de propiedad de la infraestructura del operador, que lo obligaría por ejemplo a compartirla en cumplimiento de una decisión administrativa, debería remunerarse de manera apropiada. La empresa debe confiar en que su inversión será rentable, aun cuando intervenga el regulador (como en el caso de la desagregación del bucle local).

**Concesión de licencias**

Las licencias para actividades de telecomunicaciones deberían concederse a cualquiera.

Las frecuencias radioeléctricas libres deberían poderse comercializar.

**Fijación de precios**

Los organismos reguladores nacionales no deberían imponer precios, salvo para las actividades de transición, a fin de crear una competición real en el mercado. Una competición real en el mercado al por mayor debería generar cambios de precios favorables al consumidor en el mercado al por menor.

**Calidad de servicio**

Las ofertas de las empresas a los usuarios, así como a otras empresas de telecomunicaciones, deberían ser transparentes en cuanto a condiciones y a calidad de servicio. No se ha de discriminar a ninguna empresa en el mercado al por mayor por su calidad de servicio.

**Acceso/servicio universal**

Se ha de redefinir el alcance del servicio universal a fin de incluir el acceso Internet a una velocidad mínima que corresponda a las necesidades actuales de un consumidor medio.

---