

MATRIZ DE COMENTARIOS

PROYECTO DE DECRETO SUPREMO QUE MODIFICA LOS LINEAMIENTOS DE POLÍTICA DE APERTURA DEL MERCADO DE TELECOMUNICACIONES EN EL PERÚ Y EL TUO DEL REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE TELECOMUNICACIONES

PROYECTO	COMENTARIOS	JUSTIFICACIÓN / PROYECTO FINAL
Considerandos		
Artículo 1º.- Modificar los numerales 22 y 33 de los Lineamientos de Políticas de Apertura del Mercado de Telecomunicaciones aprobados mediante Decreto Supremo N° 020-98-MTC, quedando redactado en los siguientes términos:		
<p>"22. Para prestar servicios públicos de telecomunicaciones, con excepción de los de valor añadido, es requisito el otorgamiento de una concesión. Los concesionarios de servicios públicos de telecomunicaciones tienen derecho a vender sus servicios a comercializadores registrados ante el Ministerio.</p> <p>Osiptel tiene la facultad de establecer, en aquellos mercados donde determine que no existe competencia efectiva, la obligatoriedad de la venta de tráfico y/o servicios públicos de telecomunicaciones por parte de dichos concesionarios a comercializadores autorizados, así como las condiciones para su comercialización. Asimismo, adoptará las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento de las obligaciones que asuma el comercializador con los concesionarios en la realización de sus actividades.</p> <p>Para tal efecto, Osiptel dictará las disposiciones complementarias, de ser el caso".</p>	<p>Comunicaciones Móviles del Perú S.A. Consideramos que la política desarrollada originalmente en los Lineamientos de Apertura del Mercado en términos de permitir la comercialización sin hacerla obligatoria es la más adecuada desde el punto de vista de los objetivos de política de telecomunicaciones de nuestro país, es decir, aumentar la penetración y la cobertura y fomentar el despliegue de redes. La comercialización se basa en las redes existentes y aunque puede fomentar la competencia para los usuarios que ya cuentan con servicio telefónico, imponer su obligatoriedad conlleva como consecuencia negativa desincentivar el despliegue de nuevas redes.</p> <p>En este sentido, queremos reiterar que estamos a favor de la promoción de la competencia en los diversos servicios públicos de telecomunicaciones; sin embargo esta competencia debe generar los incentivos correctos que permitan el despliegue de infraestructura en países como el nuestro en que la penetración del servicio telefónico es muy baja.</p> <p>Por lo tanto proponemos que se elimine este artículo y se mantenga la política establecida en los Lineamientos de Apertura.</p>	<p>De los comentarios recibidos sobre este tema, se ha visto por conveniente seguir evaluando la posibilidad de adoptar una medida como la propuesta por el OSIPTEL, pues en la actualidad el Ministerio viene trabajando en el diseño de diferentes estrategias así como la implementación de políticas destinadas al desarrollo de las telecomunicaciones y la promoción del despliegue de redes en las áreas rurales y lugares considerados de preferente interés social, tales como disposiciones referidas a la interoperabilidad de los servicios.</p> <p>En el caso de la interoperabilidad, su finalidad es permitir al usuario final acceder a comunicaciones locales, de larga distancia e Internet a través de cualquier terminal fijo, habiéndose publicado el 16 de noviembre de 2004, para comentarios, un proyecto de norma que amplía los alcances de la interoperabilidad a los servicios públicos móviles, a fin de permitir el acceso desde cualquier terminal móvil a los servicios de información y de telegestión comercial, del operador que elija, lo que incluye servicios de centro de mantenimiento, servicio de reclamo de avería, información de guía local y nacional, reporte de pérdida, bloqueo o robo de equipos, centro de llamadas (call center), servicios de recarga de tarjetas de pago, entre</p>

		<p>otros servicios.</p> <p>Así también, el día 15 de diciembre del presente año se ha publicado el Documento de Trabajo N° 1 Implementación de la Portabilidad Numérica en el País, que busca la promoción de la competencia en el mercado de telecomunicaciones como uno de los elementos claves que permitirá obtener mayores beneficios para la sociedad en la medida que contribuye al desarrollo de la competencia, elimina una barrera a la entrada de nuevos operadores y permite la utilización eficiente de la numeración.</p> <p>Es por ello que, consideramos que resulta conveniente hacer un seguimiento a la respuesta del mercado respecto de la implementación de las medidas antes descritas y, en esa medida, seguir evaluando la necesidad de implementar posteriormente la obligatoriedad de la comercialización.</p>
<p>"33. Se entiende por comercialización o reventa la actividad que consiste en que una persona natural o jurídica compre servicios y/o volumen de tráfico al por mayor con la finalidad de ofertarlos a terceros a un precio al por menor.</p> <p>Los comercializadores deberán registrarse previamente ante el Ministerio. Osiptel establecerá los niveles de descuento obligatorios y las medidas necesarias para permitir que la comercialización se lleve a cabo de manera efectiva y que los descuentos sean publicados y ofrecidos de manera no discriminatoria.</p> <p>Los comercializadores no tendrán los derechos ni las obligaciones de los concesionarios.</p>	<p>AMERICATEL Consideramos importante señalar que para fijar la tarifa de los servicios a comercializar se deben descontar los costos en los que deja de incurrir la concesionaria al ofrecer sus servicios al por mayor, tales como: costo de distribución, costo de comercialización, menor tasa de incobrabilidad, etc.</p> <p>Comunicaciones Móviles del Perú S.A. En la experiencia internacional existe una amplia discusión sobre si los descuentos que se otorgan a los comercializadores deberían ser obligatorios y regulados por el organismo regulador. Esta experiencia fue presentada y estudiada en las audiencias públicas mediante las cuales se desarrolló el Modelo Perú de apertura del mercado de telecomunicaciones. La experiencia internacional mostraba que la regulación de descuentos obligatorios desincentivaba el desarrollo de redes y el despliegue de infraestructura; es por esta razón que en los lineamientos de apertura se estableció que la autoridad regulatoria no establecería niveles de descuentos obligatorios pero sí que los descuentos sean ofrecidos de manera no discriminatoria y que sean publicados.</p> <p>Consideramos que la experiencia internacional a la que hacemos mención en el párrafo precedente sigue teniendo vigencia y, por lo tanto, proponemos que se elimine de este artículo la referencia a que el OSIPTEL establecerá los niveles de descuento obligatorios para la comercialización.</p>	<p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p> <p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p>

	<p>Telefónica Empresa S.A.A. Numeral 33 de los Lineamientos de Apertura, último párrafo: Consideramos demasiado general la redacción del párrafo que dice: "Los comercializadores no tendrán los derechos ni las obligaciones de los concesionarios"; podría entenderse que los comercializadores estarían exentos de las obligaciones y derechos establecidos ya en la normativa actual tanto por el Ministerio como por el OSIPTEL, cuando alguna de ellas coincida con algún derecho u obligación del que goza el concesionario. Sugerimos precisar mejor los casos en que no se compartirán los mismos derechos y obligaciones.</p> <p>TIM PERÚ S.A.C. Expresamos nuestro desacuerdo en que la autoridad pueda fijar los niveles de descuento en material de comercialización, puesto que constituiría una excesiva regulación que a la postre afectaría el propósito mismo de promover la competencia vía la comercialización de tráfico y/o servicios públicos; todo lo anterior, tomando en cuenta los referentes normativos de la Ley y el Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones que prevén la intervención regulatoria en aspectos tarifarios (ergo, por extensión, a niveles de descuentos) únicamente en limitados casos donde no se aprecie una libre competencia en el mercado respectivo.</p> <p>En cualquier caso, estimamos también necesario la inclusión de referencias normativas claras y expresas a fin de asegurar y cautelar que vía la comercialización de tráfico no se produzcan fraudes o ilícitos en perjuicio de las empresas operadoras de servicios públicos de telecomunicaciones. Se trata de un aspecto fundamental que la norma debería incorporar como elemento necesario y complementario.</p>	<p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p> <p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p>
<p>Artículo 2°.- Modifíquese el numeral 10) del artículo 136° y el artículo 145° del Texto Único Ordenado del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones, los cuales tendrán el siguiente texto:</p>		
<p>"Artículo 136° .-(...)</p> <p>10. Vender su tráfico y/o servicios públicos de telecomunicaciones a comercializadores registrados y hacer de conocimiento de los interesados la información sobre descuentos a los comercializadores y otros concesionarios, proporcionando dicha información al Ministerio y al Osiptel cuando se lo soliciten."</p>	<p>TELMEX S.A. En términos generales, la posibilidad de imponer la venta de tráfico a operadores dominantes en situaciones de ausencia de competencia efectiva es saludable. De hecho, la negativa injustificada de venta en tales circunstancias constituye una práctica sancionable (abuso de posición de dominio) en virtud de lo establecido en el Decreto Legislativo 701.</p> <p>Sin embargo, para evitar incertidumbre consideramos que en la norma propuesta debe quedar claramente establecida que el OSIPTEL solo</p>	<p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p>

podrá ejercer dicha facultad en relación a los operadores dominantes. Entendemos que ello es lo que inspira al Proyecto y que además cuenta con respaldo en la legislación de competencia (Decreto Legislativo 701).

La regulación asimétrica es la herramienta idónea para promover la competencia efectiva. No tiene sentido imponer la venta obligatoria de tráfico y/o servicios a los entrantes y a los operadores no dominantes, para quienes vender tráfico y/o servicios significa perder una parte sustancial de la actividad para la cual cuentan con concesión e infraestructura, desincentivándose así su entrada y permanencia en el mercado. Con ello, los únicos que pierden son los consumidores y el único que gana es el dominante, que consolida así su posición en el mercado.

En este orden de ideas, somos particularmente enfáticos en sostener que la comercialización de servicios –como instrumento de beneficio a los consumidores e impulsador de la competencia—sólo debe establecerse para las empresas dominantes. Imponer la obligación de comercialización a todas las empresas, incluidas las que no gozan de posición de dominio, implicar consolidar la posición hegemónica de la empresa dominante actual (en fija y en móvil) en vista a los efectos negativos que en forma directa se van a generar para las empresas entrantes.

Por otro lado, consideramos que el OSIPTEL deberá tomar en cuenta para la determinación de los niveles de descuento obligatorio las tarifas promedio ponderadas que establezca el operador dominante y no las tarifas de lista. Esta precisión es importante teniendo en cuenta lo que ocurre con la prueba de imputación tarifaria regulada en el artículo 266 del TUO y que fuera posteriormente desarrollada por el OSIPTEL.

En efecto, si las tarifas que se utilizan para establecer los descuentos son las tarifas de lista y no las tarifas que efectivamente, en promedio, terminan siendo cobradas a los consumidores por el dominante; se corre el riesgo de que los descuentos obligatorios no dejen suficiente margen como para que los comercializadores encuentren atractivo el negocio.

En suma, el punto de partida para que funcione el régimen obligatorio de comercialización, es que el Ministerio delimite las facultades normativas y regulatorias del OSIPTEL, precisando que las normas y regulaciones que éste apruebe deberán considerar un régimen de obligatoriedad de la venta de tráfico que solo rija para el dominante y un régimen en el cual los descuentos obligatorios se calculen tomando como base de cálculo la tarifa que el dominante cobra realmente a sus consumidores, incluyendo los descuentos, promociones y demás ventajas que ofrece a éstos.

NEXTEL DEL PERÚ S.A.

	A efectos de ser coherentes con la modificatoria propuesta al inciso 22 de los Lineamientos de Política de Apertura del Mercado de las Telecomunicaciones peruano, el artículo en mención deberá señalar que dicha obligatoriedad sólo será efectiva en los mercados donde OSIPTEL determine que no existe competencia.	Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.
<p>“Artículo 145.- Los servicios públicos de telecomunicaciones y/o el tráfico pueden ser comercializados, entendiéndose esta actividad como la posibilidad de que una persona natural o jurídica, adquiera servicios y/o volumen al por mayor de tráfico con la finalidad de ofertarlos a terceros. Sin perjuicio de ello, Osiptel tiene la facultad de establecer, en aquellos mercados donde determine que no existe competencia efectiva, la obligatoriedad de la comercialización, así como sus condiciones.</p> <p>Asimismo, Osiptel establecerá los niveles de descuento obligatorios así como las medidas necesarias que permitan que la comercialización se lleve a cabo de manera efectiva y que los descuentos sean publicados y ofrecidos de manera no discriminatoria, garantizando el cumplimiento de las obligaciones que asuma el comercializador con los concesionarios en la realización de sus actividades.</p> <p>Son comercializadores puros aquellos que no cuentan con infraestructura de telecomunicaciones ni cuentan con concesión. Previo al inicio de sus actividades, se deberá obtener el correspondiente certificado, inscribiéndose en el registro de comercializadores a cargo del Ministerio.</p> <p>Corresponde al Ministerio establecer los requisitos y procedimientos para la inscripción en el registro de comercializadores.”</p>	<p>Comunicaciones Móviles del Perú S.A. Igual comentario que los numerales 22 y 33 de los Lineamientos.</p> <p>Telefónica Empresas S.A.A. Artículo 145, tercer párrafo del TUO del Reglamento de la Ley de Telecomunicaciones. Consideramos que ya no tiene razón de ser el hacer mención a los comercializadores puros cuando ya en el proyecto de Lineamiento 33 se ha eliminado. Debe regir la norma por la cual, cualquiera que sea comercializador debe registrarse ante el Ministerio.</p>	<p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p> <p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p>
<p>Artículo 3º.- Incorpórese el numeral 49-A a los Lineamientos de Política de Apertura del Mercado de las Telecomunicaciones del Perú, aprobado por Decreto Supremo N° 020-98-MTC, el cual tendrán el siguiente texto:</p>		
<p>“49-A. La revisión de los cargos de interconexión se efectuará obligatoriamente cada cuatro (4) años. Sin perjuicio de ello, el Osiptel podrá efectuar la revisión de oficio, o a pedido de parte en cualquier momento”.</p>	<p>Comunicaciones Móviles Consideramos que, dado que el OSIPTEL tiene la facultad de revisar los cargos en cualquier momento de oficio o a pedido de parte no se debería establecer un plazo obligatorio para que éste revise los cargos. Como lo indica la propuesta, esta revisión no conllevaría necesariamente la modificación de los cargos pero sin embargo obliga al regulador y a las empresas reguladas a realizar todos los estudios pertinentes para su revisión. En este sentido, los cargos se deberían revisar sólo cuando el regulador considera que existe alguna razón que justifique su revisión o existe un pedido expreso para que éste se haga.</p> <p>Rural Telecom Consideramos que la revisión de los cargos de interconexión deberá realizarse al menos cada 03 años, dado que los cambios tecnológicos permiten plantear nuevos escenarios de costos (inferiores) en lapsos de tiempo menores, de forma tal que se beneficie a los usuarios.</p>	<p>No compartimos el comentario pues consideramos que una medida adicional de regulación para la cual se encuentra facultado el OSIPTEL es el establecer revisiones obligatorias de los cargos de interconexión, más aún si se cuenta con los recursos logísticos y humanos necesarios para el cumplimiento de tal fin.</p> <p>La tendencia internacional es establecer un plazo de cuatro años por lo que se ha recogido dicho plazo y no encontramos mayor sustento para su reducción.</p>

	<p>Telefónica Empresas S.A.A. Consideramos que, al igual que en el proyecto de artículo 115-A del TUO de la Ley de Telecomunicaciones se hace la precisión de que la revisión de cargos no implica necesariamente su modificación, debe ponerse la misma precisión como último párrafo del numeral, caso contrario no se entiende su exclusión en dicho texto.</p> <p>TIM PERÚ S.A.C. Estimamos que esta medida es muy adecuada, que genera predictibilidad en los agentes del Mercado y se alinea con algunas tendencias mundiales sobre la materia, por lo cual expresamos nuestro pleno acuerdo con la misma. No obstante, debemos manifestar nuestra preocupación y desacuerdo con la facultad que tendría el regulador de efectuar revisiones adicionales del cargo de interconexión dentro del plazo de cuatro años; revisión que se efectuaría no sólo de oficio si no también a pedido de parte, puesto que ello desnaturaliza el propósito anterior. Consideramos que la adopción de un plazo para la revisión de los cargos de interconexión tiene por objeto asegurar que el referido cargo refleje la situación vigente del mercado de telecomunicaciones en general y de las operadoras en particular y, a su vez, garantizar cierto marco de estabilidad para el desarrollo de las actividades de las operadoras, con la consiguiente optimización de los costos de transacción y litigiosidad tanto de las operadoras del regulador.</p> <p>EN efecto, el plazo para la revisión de los cargos de interconexión que equilibre cada una de estas variables, permitirá que el sector de telecomunicaciones se desarrolle en el marco de estabilidad y predictibilidad necesario bajo la debida supervisión de las autoridades normativas y reguladoras del sector. A manera de referencia, ponemos en conocimiento de su despacho lo dispuesto por la normativa chilena sobre la materia, (Ley N° 18.168, Ley General de Telecomunicaciones; Título V: de las tarifas. Artículo 30°) que establece un plazo de cinco (5) años para la revisión de los cargos de interconexión dentro de los cuales no cabe revisión ni modificación alguna del mismo.</p> <p>Además de lo anterior, es claro que la complejidad del procedimiento de revisión de los cargos de terminación y los costos administrativos que la frecuencia de esta revisión generaría la regulador y a las operadoras resultará en la distracción de recursos de los involucrados sin aportar beneficio a nuestros usuarios.</p> <p>En ese sentido, proponemos que se suprima la mención a la posibilidad de OSIPTEL de revisar en cualquier momento de los cargos de interconexión puesto que ello desnaturaliza y afecta el postulado básico de la propuesta que se enfoca en otorgar, acertadamente, un horizonte de tiempo con predictibilidad para la industria. Para dichos efectos, también sugerimos que el plazo no sea de 4 sino de 5 años tal como sucede en la experiencia chilena en la que se ha demostrado claramente que ese intervalo de tiempo es el adecuado para la eventual revisión de los cargos de interconexión.</p>	<p>Se recoge la sugerencia y se precisa en los lineamientos que la revisión de los cargos de interconexión no implica necesariamente su modificación.</p> <p>No coincidimos con estos argumentos referidos a una supuesta contradicción entre la revisión obligatoria de los cargos de interconexión cada cuatro años con la facultad del organismo regulador de revisarlos de oficio o a pedido de parte pues, la revisión obligatoria no inhibe las facultades del OSIPTEL del seguimiento que debe efectuar del desenvolvimiento del mercado y de intervenir cuando detecte fallas en él.</p>
--	---	--

		<p>Sin perjuicio de lo señalado líneas arriba, se ha visto por conveniente precisar que la revisión que el OSIPTEL realizará cada cuatro años es la referida a los cargos de interconexión tope, pudiendo establecer plazos diferentes para ello, de considerarlo conveniente.</p> <p>VERSIÓN FINAL</p> <p>“49-A.- La revisión de los cargos de interconexión tope se efectuará obligatoriamente cada cuatro (4) años. Sin perjuicio de ello, el Osiptel podrá efectuar la revisión de oficio, o a pedido de parte en cualquier momento, siempre que exista una justificación para ello. El OSIPTEL podrá establecer plazos diferentes al precitado plazo, mediante Resolución de su Consejo Directivo.</p> <p>Esta revisión no implica necesariamente la modificación de dichos cargos”</p>
Incorporación		
<p>“88-A Los concesionarios del servicio telefónico móvil y del servicio de comunicaciones personales (PCS) que actualmente prestan tales servicios, no podrán participar en el concurso público para el otorgamiento de concesión y asignación de las bandas del espectro radioeléctrico precisadas en la Resolución Ministerial N° 453-2004-MTC/03. Esta restricción alcanza a toda persona natural o jurídica vinculada a ellos, conforme las normas especiales sobre vinculación y grupo económico aprobadas por Resolución SBS N° 445-2000, Resolución CONASEV N° 722-97-EF/94.10 y Resolución CONASEV N° 009-2002-EF-94.10.</p> <p>No será aplicable para el referido concurso público lo dispuesto en el último párrafo del Lineamiento 88”</p>		<p>Siendo interés del Estado permitir la entrada de nuevos competidores distintos a los que actualmente brindan el servicio telefónico móvil y el servicio de comunicaciones personales (PCS), mediante Resolución Ministerial N° 453-2004-MTC/03, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 22 de junio de 2004, se encargó a PROINVERSION la realización de un concurso público para que el Ministerio otorgue la concesión para la operación de dicho servicio.</p> <p>Es por ello que, se propone incorporar el numeral 88-A en los Lineamientos, restringiendo la participación de los concesionarios que actualmente prestan dichos servicios, en el concurso público a que se refiere la Resolución Ministerial N° 453-2004-MTC/03</p> <p>Cabe señalar que esta medida concuerda con lo manifestado por PROINVERSIÓN.</p>
Artículo 4°.- Incorpórese el artículo 115°-A al Texto Único Ordenado del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones, aprobado por Decreto Supremo N° 027-2004-MTC, el cual tendrán el siguiente texto:		
<p>“Artículo 115°-A.- Los cargos de interconexión serán revisados cada cuatro (4) años. Sin perjuicio de ello, el OSIPTEL podrá efectuar la revisión en cualquier momento de oficio o a pedido de parte.</p>		<p>La propuesta normativa está referida a la modificación de los lineamientos de política de apertura, por lo que se ha eliminado de la versión final las modificaciones al TUO del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones.</p>

Incorporación		
<p>Artículo 2º.- Deróganse los numerales 93 y 94 de los Lineamientos de Política de Apertura del Mercado de las Telecomunicaciones aprobados por Decreto Supremo N° 020-98-MTC.</p>		<p>Mediante Resolución Suprema N° 022-2002-MTC, publicada en el diario oficial El Peruano el 2 de setiembre de 2002, se aprobó el Plan Técnico Fundamental de Numeración, el cual tiene como objetivo establecer las bases para una adecuada administración, supervisión y uso de la numeración, considerada un recurso escaso, a través de una eficiente asignación, así como definir las estructuras de numeración para la prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones. Dicha norma recoge criterios y uniformiza las disposiciones que sobre la materia existían sobre uso eficiente del recurso escaso como es la numeración, por ello se considera necesario efectuar la derogación de los numerales 93 y 94 de los Lineamientos de Política de Apertura del Mercado de las Telecomunicaciones</p>

COMENTARIOS GENERALES	JUSTIFICACIÓN / PROYECTO FINAL
<p>Daniel Lizonde Miranda Según proyecto de Decreto Supremo que modifica los Lineamientos de Política de Apertura del Mercado de Telecomunicaciones en el Perú, publicado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Este proyecto impulsa a los operadores de telecomunicaciones para que puedan llegar a los usuarios finales de las diversas zonas rurales de nuestro territorio nacional (utilizando diversas alternativas tecnológicas, como ADSL, WLL, Fibra Óptica, Línea Dedicada, satelitales, ¹PLC “, etc).</p> <p>Mi inquietud es a razón de que no esta contemplado esta última tecnología (PLC) como servicio, en el Reglamento de Telecomunicaciones, debido a que en el artículo 70º manifiesta que los Teleservicios Privados que utilizan medios alámbricos u ópticos se encuentran dentro del ámbito del artículo 41º de la Ley (los Teleservicios o servicios finales se clasifican en: Públicos y Privados; por la modalidad de operación, los teleservicios públicos o privados pueden ser: Fijos y Móviles). En los casos que para estos servicios <u>se requiera atravesar calles, avenidas, plazas u otros lugares publico para hacer posible la comunicación privada</u> se utilizaran las facilidades de telecomunicaciones de los operadores de servicios públicos de telecomunicaciones quienes están obligados de otorgarlas en cuanto ellas sean técnicamente factibles. Cómo será el caso de los operadores de servicios públicos de telecomunicaciones que deseen brindar sus servicios (internet o servicios de valor añadido) en las diversas zonas alejadas del territorio nacional, pudiendo usar la <u>infraestructura de la red eléctrica existente</u> (líneas de baja y media tensión) para así poder llegar hasta la “última milla”, ya que las <u>empresas eléctricas</u> podrían adecuar/ arrendar sus líneas eléctricas como valor agregado a operadores de servicios públicos de telecomunicaciones, y de esta manera usarla como medio de transporte de la data (voz, video e imagen), bajo la premisa que estas líneas sean seguras para los abonados (ejm. Los tipos de conductor a emplear).</p> <p>Pregunta: Cómo se definiría el servicio de transmisión de datos a través de la red eléctrica, ya que no esta contemplado en el Texto Único Ordenado (TUO) del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones?</p>	<p>El comentario no guarda relación con el tema presentado, sin perjuicio de ello consideramos pertinente señalar que el Ministerio viene trabajando en el establecimiento de políticas destinadas a la promoción y consolidación del desarrollo de las telecomunicaciones así como el estudio de nuevas tecnologías que contribuyan a alcanzar dicho objetivo.</p>

¹ PLC “Power Line Communications” transmisión de datos a altas velocidades a través de la línea eléctrica.

<p>Telefónica del Perú S.A.A.</p> <p>Sobre : Obligatoriedad para comercializar y/o revender servicios</p> <p>I. Desincentivo al desarrollo de la red e inversión en infraestructura En el Perú aun no se ha alcanzado el desarrollo que se requiere en infraestructura de telecomunicaciones. A pesar de los importantes esfuerzos realizados por nuestra empresa, la teledensidad en telefonía fija es 7,1%.</p> <p>En ese orden, la obligatoriedad de la comercialización y/o reventa de servicios públicos de telecomunicaciones tendrá efectos adversos en el mercado generando disminución de la inversión y de la expansión de la red ya que lo único que promueve es mayor uso de la red (infraestructura) existente y no el crecimiento de la misma.</p> <p>Los expertos en desarrollo de infraestructuras y los resultados de la experiencia internacional aconsejan que la reventa sólo se aplique en países con redes maduras y alta densidad telefónica y no en países que requieran expansión y que presentan concentración demográfica, como la que existe en nuestro país. Como es de público conocimiento, el 64% de abonados se encuentra en Lima mientras que el 36% está en provincias.</p> <p>Así, la propuesta de comercialización es contraria al Art. 2° de la Ley de Telecomunicaciones que declara que es de interés nacional la modernización y desarrollo de las telecomunicaciones [...] cuyo fomento y control corresponde al Estado. La comercialización obligatoria es contraria a la modernización y al desarrollo de las telecomunicaciones porque revende servicios existentes a los mismos clientes, no expande servicios ni atiende nuevos clientes.</p> <p>La propuesta, además, desincentiva la inversión en el sector y es contraria también, al Art. 5° del Reglamento de Osiptel cuyo principal objetivo es promover el desarrollo, modernización y mejora de la calidad y eficiencia de los servicios públicos de telecomunicaciones mediante el crecimiento de la inversión privada en telecomunicaciones. Lo cual se torna más dramático, aún, si consideramos la penetración telefónica peruana que esta entre las más bajas de la región.</p> <p>II. ¿Qué ocurre con la Interoperabilidad ?</p> <p>En línea con lo antes expuesto, la referida propuesta neutraliza los propósitos de la norma sobre interoperabilidad, para expandir servicios, en áreas de preferente interés social, con esa mira se establecieron requisitos mínimos de expansión para aquellos operadores que hagan uso de la interoperabilidad. Así se buscaba impulsar el desarrollo de la infraestructura en zonas rurales y de preferente interés social, para dar servicio a los sectores más desabastecidos. La comercialización obligatoria no conlleva ningún compromiso de expansión, por parte del revendedor, por el contrario, quita recursos al operador establecido que podría generar más servicios.</p> <p>La interoperabilidad ya tiene el problema de que los requisitos de expansión son mínimos y sus bondades aún no se han apreciado en el mercado. Con la reventa, ni siquiera eso haría falta. ¿Quién se perjudica? Indudablemente, el poblador que no tiene teléfono. ¿Quién se beneficia con la comercialización? Los únicos beneficiados serán los operadores que obtendrán márgenes a costa del operador establecido, al que se le obliga a comercializar; y nadie más será beneficiado. El servicio de telefonía fija de Telefónica está regulado tarifariamente para trasladar beneficios de productividad a los clientes finales, vía reducción tarifaria, el Contrato de Concesión y las normas vigentes garantizan tarifas reducidas (en este periodo tienen el factor de productividad más alto del mundo, es decir, la reducción tarifaria más agresiva para los usuarios de la telefonía fija). Esta contradicción no se ha evaluado al momento de proponer la norma.</p> <p>El proyecto de norma destaca que busca promover la comercialización como vehículo de entrada a competidores que "inicialmente" carecen de recursos para construir sus propias redes. Sin embargo, no se hace mención a metas o compromisos que deberían ser asumidos por los comercializadores luego de ingresar al mercado. Lo cual significa que esta seudo</p>	<p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p>
--	--

competencia sólo va a generar "descreme" del mercado. No se puede forzar la competencia a partir de la comercialización del tráfico y de servicios del operador establecido. La competencia real se da entre redes, infraestructuras y servicios de calidad, sólo a partir de ello se pueden plantear precios competitivos. ¿Con quién competirá el revendedor de tráfico? Con el titular de la red en la que no invirtió y no le cuesta operar ni mantener. Forzar este tipo de "competencia" en el Perú, en el que hace falta más redes e infraestructura, es antitécnico y sólo desestimulará el crecimiento y desarrollo de la red existente.

III. Violación del régimen tarifario de Telefónica

La propuesta del MTC va en contra del régimen tarifario del price cap (factor de productividad). Las reducciones tarifarias que establece el régimen del Factor de Productividad para la telefonía fija local en la canasta correspondiente (Canasta D) se aplican al tráfico y renta mensual, en el supuesto que nuestra empresa tuviera que comercializar obligatoriamente el tráfico, el "descuento" correspondiente implicaría menores ingresos que tendrían que ser compensados con incrementos en la Renta Mensual.

Dicha distorsión se agrava si la reventa obligatoria incluye tanto las llamadas locales como la Renta Mensual, porque tales menores ingresos al vulnerar igualmente el régimen del Factor de Productividad, tendrían que ser compensados con incrementos en tarifas de Larga Distancia, en cargo único de instalación, entre otros.

Los descuentos ofrecidos a los comercializadores no necesariamente se verán plasmados en mejores tarifas a los usuarios finales (objetivo del price cap) tal como se observó en aquellos países donde anteriormente se dispuso la obligación de la reventa de servicios.

Por otro lado, ¿cómo se condice este régimen de garantizar que las eficiencias de la compañía se trasladen a los usuarios finales con reducción de tarifas con un régimen que obligue a la misma empresa a vender tráfico y/o servicios a intermediarios? A través de esta figura se está expropiando a la empresa establecida el valor de la llamada para beneficiar al competidor y no al usuario.

La experiencia de reventa en países como EEUU generó un incremento en los precios finales del servicio, motivados por los altos costos de adquisición de clientes, en los que incurrieron las empresas entrantes, obteniendo altos márgenes a costa de precios mayoristas.

En otra perspectiva, disponer que el Regulador establezca las condiciones para la comercialización de servicios así como los niveles de descuento obligatorios va en contra de la libre negociación existente para la reventa de servicios. Asimismo, es fuente de presiones por parte de los operadores entrantes para lograr precios mayoristas los más bajos posibles.

Esto sólo acarrearía considerable pérdida de valor para el sector por cuanto los inversores reaccionarán desfavorablemente ante una regulación de precios mayoristas. En ese sentido, la inversión del sector se reduce tanto para los operadores establecidos (menos recursos), como para los entrantes (ya que no poseen incentivos).

Finalmente, debemos resaltar que la experiencia internacional ha demostrado que la descapitalización de los operadores establecidos no se traslada hacia los entrantes, generando una pérdida de valor para el sector en su conjunto.

IV. Cambio de reglas de juego sin debate público

Resulta contraproducente que habiéndose discutido un proyecto comercialización similar en audiencias públicas realizadas en julio 2002, se pretenda nuevamente imponer la obligatoriedad de la comercialización a pesar de los conocidos efectos adversos que genera y que fue motivo de observación y desaprobación de la propuesta en dicha oportunidad.

La comercialización de tarifas únicas (promedio nacional) en todo el territorio peruano con descuentos obligatorios establecidos por OSIPTEL obligaría a su vez a replantear las tarifas nacionales vigentes para corregir las distorsiones que generaría la reventa en determinadas áreas para compensar el déficit de áreas no rentables.

La norma que se propone modificar en esta ocasión es la de "Lineamientos de Política de Apertura para las

<p>Telecomunicaciones" (y en esa misma línea el Reglamento General de la Ley). Dicha norma se dictó en el año 1998 luego de que una comisión especial analizara y preparara la propuesta, se realizara un Foro Internacional de 3 días, con participación de técnicos de diferentes países, se crearon comisiones de trabajo, que registraron los aportes y elaboraron un documento producto del debate público que finalmente dio lugar a la norma.</p> <p>A partir de ello, se diseñó la política que reconocía la clamorosa necesidad de desarrollo de infraestructura. Llama la atención que apenas con sólo 7 días calendario para emitir comentarios y sin debate alguno se plantee una reforma tan importante que depararía perjuicios al país.</p> <p>Finalmente debemos resaltar que medidas de esta naturaleza obligaron a nuestra empresa a replantear su plan de inversiones, fundamentalmente por la drástica reducción tarifaria a la que está obligada. Aún así, hemos buscado formas creativas de llevar adelante proyectos de carácter social a través de alianzas estratégicas con el propio Estado y otras entidades. En ese sentido hemos presentado ante diversas autoridades y otras instituciones nuestro proyecto de expansión de telefonía y acceso a Internet en zonas rurales (se adjunta anexo). Este es un proyecto de alta complejidad y de alto impacto social en el corto plazo. Su desarrollo requiere de los recursos que hoy generamos y otros adicionales. Seguramente este proyecto tendría menos posibilidades de ejecución si se tomara obligatoria la comercialización de tráfico y servicios.</p>	
<p>Telefónica Empresas Perú S.A.A. Finalmente, consideramos que en un mercado de telecomunicaciones en competencia, cuando se ven fallas de mercado se deben aplicar a priori las normas de libre competencia y no recurrir a la regulación ex ? ante. De otro lado, de aplicarse la norma de obligatoriedad de reventa de tráfico, se deberá ver que no se desincentive a la inversión en redes que es la única forma en que se puede garantizar el acceso universal.</p> <p>Telefónica Móviles S.A.C. Considera que el establecimiento de la comercialización como una obligación así como el definir que el regulador pueda establecer las condiciones de comercialización y los niveles de descuento obligatorios generará incentivos contrarios a los que el Ministerio busca por las siguientes razones:</p> <p>1. Desarrollo del mercado. Para el establecimiento de una medida regulatoria como la que propone el Ministerio en primer lugar hay que tomar en consideración el nivel de desarrollo del mercado peruano. En la actualidad el problema principal que atraviesa las telecomunicaciones en el Perú es cómo lograr que más peruanos accedan a los servicios básicos de telecomunicaciones. En efecto, existe un mercado potencial que aún no es cubierto por las empresas por razones de diversa índole. Si bien se ha producido un incremento considerable de la penetración telefónica, en especial derivado del dinamismo del mercado móvil, aún nos encontramos muy por debajo del promedio de la región. En ese sentido, se debe generar incentivos para que las concesionarias puedan implementar sus redes de forma tal que los sectores de menores recursos y las poblaciones de provincias puedan acceder al servicio. La brecha existente en la actualidad es muy alta y lo que deben buscar las políticas de telecomunicaciones es reducir esta brecha. Al respecto, la propuesta de comercialización de tráfico de manera obligatoria de ninguna manera va a permitir la reducción de la brecha existente, dado que la competencia que se pudiera dar como producto de dicha medida sólo va a estar enfocada a los sectores corporativos que en la actualidad gozan del servicio.</p> <p>En ese sentido, cabe preguntarse ¿qué pasaría con los sectores de menores recursos y los sectores que aún no gozan del servicio? No habría incentivos para que se produzca una mejora en el bienestar de dichos sectores. Por el contrario, la comercialización va a desincentivar cualquier iniciativa privada que busque invertir en el desarrollo del sector, con lo cual se estaría perjudicando a la mayor parte de la población en beneficio de unos pocos.</p> <p>En efecto, aún considerando que la comercialización pueda implicar que los actuales usuarios de servicios públicos de telecomunicaciones tengan menores tarifas por los servicios (lo cual se reduciría a los sectores económicos más rentables), esta reducción de tarifas en la práctica no resultará beneficiosa para el mercado en general a mediano y largo plazo dado que el precio que se pagaría por ello sería que los peruano que en la actualidad no cuentan con el servicio, continúen en dicha</p>	<p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p> <p>Ver comentario a la propuesta de modificación del Lineamiento 22.</p>

situación dado que se generaría desincentivos para invertir en la implementación de nuevas redes en la medida que los concesionarios no obtendría un retorno a sus inversiones. Ante esta situación hay que tomar en consideración que no hay tarifa más cara que aquella que asume el usuario que no puede acceder al servicio. Por tanto, no resulta válido sostener que a través de la comercialización se obtendría mejores precios.

Como se puede apreciar los comercializadores serían una suerte de free riders dado que no tendrían que asumir las cargas regulatorias que asumen los concesionarios, como pueden ser regulación de condiciones de uso, regulación de calidad del servicio, planes de expansión, entre otros. Del mismo modo, no asumen el costo que implica el desarrollo de nuevas tecnologías ni la implementación del servicio en nuevas localidades. Todo esto lo asume el concesionario. Sin embargo, quien cobra el servicio en la práctica es el comercializador, llevándose parte de la utilidad del concesionario, utilidad que justamente permite asumir los costos de prestación del servicio, reinvertir en desarrollo de nuevas redes y reinvertir en nuevas tecnologías. En este punto, se puede concluir que no tendría lógica que el concesionario invierta en el desarrollo de la red si no va a recuperar los costos de su inversión.

2. Desarrollo de nuevos servicios: La comercialización obligatoria detendría el desarrollo de nuevos servicios dado que dicha implicación conlleva a costos muy altos que no podrán ser retornados a la empresa operadora en la medida que los comercializadores se llevarán parte de dicho retorno. EN el caso particular de las operadoras móviles, las mismas deben realizar de manera continua grandes inversiones para la implementación de nuevas tecnologías. En efecto, el desarrollo de la telefonía móvil viene condicionado fundamentalmente por las limitaciones de la tecnología en cada momento para responder a la evolución del mercado, especialmente en términos de capacidad y también de nuevos servicios y facilidades.

Estos impulsan a una continua renovación tecnológica, asociada con carácter general a nuevas licencias y nuevas bandas de frecuencias, teniendo como denominador común que se trata de tecnologías no evolutivas sino rupturistas que obligan al despliegue sistemático de nuevas redes. Este proceso de renovación es tan acelerado que se puede afirmar que cada tecnología viene a contar con una ventana temporal de expansión de no más de cinco años (período que se ha ido cortando históricamente, de hecho, con las últimas tecnologías), dentro de un ciclo tecnológico cuya vigencia práctica puede ser de veinte años.

De aceptar la comercialización obligatoria en el mercado, las operadoras móviles enfrentarían una grave crisis propiciada por el dilema que implicaría la necesidad de invertir en la renovación tecnológica y la imposibilidad de obtener ingresos suficientes que garanticen el retorno de dicha inversión. Quienes finalmente serían los perjudicados de esa medida serían los usuarios en la medida que se estaría estableciendo una política contraria al desarrollo de la sociedad de la información.

3. Competencia sólo en nicho de mercado rentable: Como hemos indicado anteriormente, contrariamente a lo propuesto, la comercialización de tráfico no produciría una mayor competencia. La competencia en el sector telecomunicaciones debe verificarse a todo nivel. Por tanto, en nada beneficia al desarrollo del sector que se produzca precios más competitivos en sectores socioeconómicos más rentables, lo cual conlleva al descreme del mercado, cuando el resto de sectores se ven perjudicados como producto de una menor inversión. En ese sentido, los incentivos que pretenderían crearse con el presente proyecto no se producirán.

Sin perjuicio de todo lo expuesto, cabe señalar que la reventa de tráfico sólo se ha producido en países con redes maduras, como una "medida transitoria" en tanto los entrantes construyeron su propia infraestructura, y estableciendo las garantías mínimas que limitasen el simple "descreme" del mercado.

La experiencia de reventa en países como EEUU generó un incremento en los precios finales del servicio, motivados por los altos costos de adquisición de clientes en los que incurrieron las empresas entrantes, obteniendo altos márgenes a costa de precios mayoristas.

En otra perspectiva, disponer que el regulador establezca las condiciones para la comercialización de servicios así como los niveles de descuento obligatorios va en contra de la libre negociación existente para la reventa de servicios. Asimismo, es fuente de presiones por parte de los operadores entrantes para lograr precios mayoristas los más bajos posibles.

Esto sólo acarrearía considerable pérdida de valor para el sector por cuanto los inversores reaccionarán desfavorablemente ante una regulación de precios mayoristas. En ese sentido, la inversión del sector se reduce tanto para los operadores establecidos (menos recursos) como para los entrantes (ya que no poseen incentivos)

Finalmente, debemos resaltar que la experiencia internacional ha demostrado que la descapitalización de los operadores establecidos no se traslada hacia los entrantes, generando una pérdida de valor para el sector en su conjunto.