

## **Evolución del Mercado de Telecomunicaciones Móviles en el Perú**

**Rozzana Loiza Flower y Sebastian Jauregui\***

*Gerencia de Políticas Regulatorias y Competencia*

*Subgerencia de Evaluación y Políticas de Competencia | OSIPTEL*

---

### **Resumen**

El presente documento tiene como objetivo analizar cómo han impactado los recientes cambios normativos y regulatorios, el ingreso de dos nuevos grupos económicos y el lanzamiento de nuevas marcas, en el desempeño del mercado de telecomunicaciones móviles.

En ese sentido, analiza cuáles han sido las estrategias de las empresas móviles para abordar estos cambios normativos y encarar la mayor competencia, producto de los nuevos actores que ingresaron al mercado; para luego hacer un repaso del estado actual de los indicadores de desempeño de este mercado, y presentar las perspectivas a futuro.

© 2015 OSIPTEL. Derechos reservados.

*Palabras clave:* Mercado Móvil, Competencia, Perú.

<http://www.osiptel.gob.pe>

---

\* Se agradece a Rosa Castillo, Claudia Barriga y Sergio Cifuentes por sus valiosos comentarios. Las opiniones vertidas en él son de responsabilidad exclusiva de los autores, y no reflejan necesariamente la posición del OSIPTEL hasta la emisión de la respectiva posición oficial, de ser el caso. Remitir comentarios y sugerencias a: [rloaiza@osiptel.gob.pe](mailto:rloaiza@osiptel.gob.pe).

## INDICE

I.	Introducción .....	4
II.	Cambios en el Marco Normativo y Regulatorio .....	5
II.1.	Aspectos que afectan directamente el desempeño del mercado móvil .....	5
II.1.1.	Renovación del Contrato de Concesión de Telefónica Móviles .....	6
II.1.2.	Operadores Móviles Virtuales y Operadores de Infraestructura Móvil Rural .....	8
II.1.3.	Reglamento para la Supervisión de la Cobertura.....	9
II.1.4.	Medidas complementarias para la aplicación de Portabilidad Numérica .....	10
II.1.5.	Modificación al Reglamento General de Tarifas .....	12
II.1.6.	Nuevo Reglamento de Calidad .....	13
II.1.7.	Modificaciones a la Texto Único Ordenado de las Condiciones de Uso.....	15
II.1.8.	Determinación y diseño regulatorio de nuevos Cargos Móviles.....	20
II.2.	Aspectos que afectan indirectamente el desempeño del mercado móvil.....	21
II.2.1.	Ley de Promoción de la Banda Ancha y Construcción de la Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica .....	21
II.2.2.	Nuevo Reglamento de la Ley para el Fortalecimiento de la Expansión de Infraestructura en Telecomunicaciones. ....	22
II.2.3.	Dinero Electrónico .....	23
III.	Cambios en la Estructura del Mercado Móvil.....	26
III.1.	Fusión entre empresas de Telecomunicaciones .....	26
III.1.1.	Transferencia de concesiones de titularidad de Telmex a favor de A-Móvil.....	27
III.1.2.	Transferencia de concesiones de titularidad de T-Móviles a favor de Telefónica ....	28
III.2.	Ingreso de nuevos operadores y lanzamiento de nuevas marcas .....	30
III.2.1.	Ingreso de Viettel como cuatro operador móvil.....	30
III.2.2.	Ingreso del Grupo Entel Chile al mercado móvil peruano .....	31
III.2.3.	Lanzamiento de la marca “Tuenti” por Telefónica.....	33
IV.	Cambios en las estrategias comerciales .....	34
IV.1.	Expansión de las Redes Privadas Móviles .....	34
IV.2.	Acceso a Redes Sociales Ilimitadas .....	37
IV.3.	Planes con servicios ilimitados .....	39
IV.4.	Lanzamiento del servicio de Internet con tecnología 4G.....	40
IV.5.	Reducción de tarifas de Roaming Internacional .....	42
IV.6.	Roaming Internacional a través de la aplicación TU Go.....	46

IV.7.	Tarifa social .....	47
IV.8.	Modificación de las tarifas promocionales .....	47
IV.9.	Reducción de velocidades .....	48
IV.10.	Tope de consumo. ....	49
IV.11.	Comercialización de Equipos Terminales.....	50
V.	Evolución de indicadores de mercado.....	52
V.1.	Evolución de los indicadores a nivel agregado. ....	52
V.1.1.	Evolución de la Oferta y la Demanda.....	52
V.1.2.	Evolución del servicio móvil en comparación con los demás servicios de Telecomunicaciones .....	54
V.1.3.	Índice de Concentración del mercado. ....	56
V.2.	Evolución de los indicadores por empresa. ....	58
V.2.1.	Desempeño de las empresas móviles.....	58
V.2.2.	Expansión de cobertura .....	61
V.2.3.	Distribución del Espectro Radioeléctrico .....	62
V.3.	Evolución de la Portabilidad numérica .....	63
V.4.	Evolución de los indicadores por modalidad contractual. ....	65
V.5.	Evolución del diferencial on-net/off-net .....	68
V.6.	Problemática con la información reportada respecto a Internet Móvil .....	69
VI.	Conclusiones y Perspectivas a futuro. ....	70

## I. Introducción

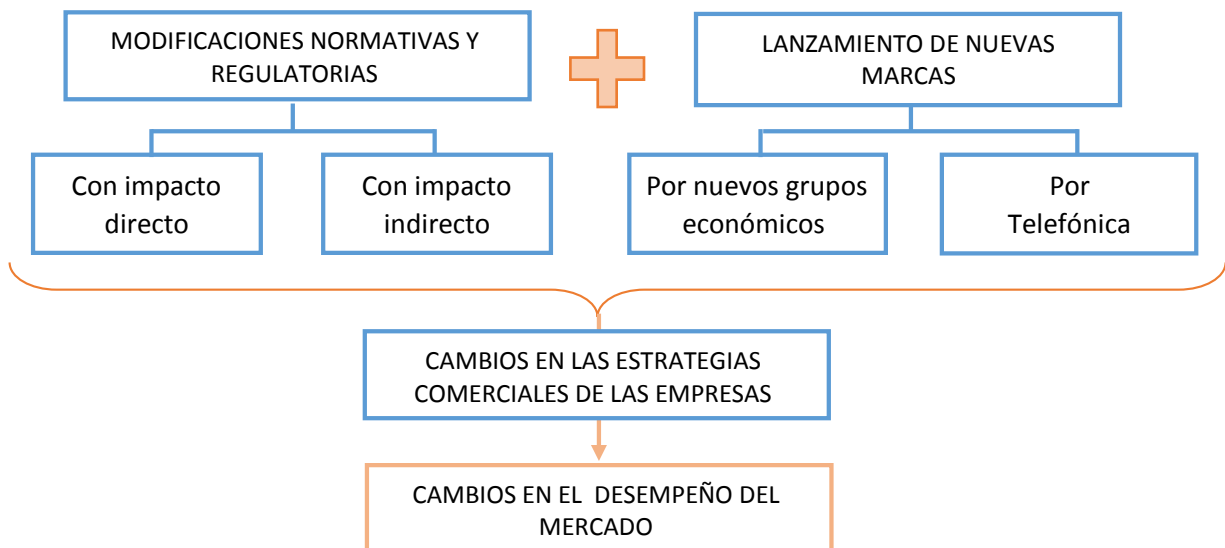
En los últimos años el mercado de Telecomunicaciones Móviles ha experimentado cambios importantes que merecen ser analizados en detalle, es con este fin que surge el presente Documento de Trabajo.

En primer lugar, se han suscitado una serie de cambios en el marco normativo y regulatorio que han impactado directa o indirectamente las acciones de los operadores móviles. En segundo lugar, se han experimentado dos importantes fusiones en este mercado, y se han lanzado tres nuevas marcas de telefonía móvil, dos de ellas correspondientes a nuevos grupos económicos que han ingresado recientemente al mercado de telecomunicaciones móviles peruano.

Ambas situaciones han dinamizado la competencia, generando que las estrategias comerciales de los operadores estén en constante renovación, buscando nuevas maneras de atraer más clientes y mejorar los servicios.

Finalmente, todos estos cambios han generado, a su vez, cambios en el desempeño del mercado, tanto a nivel agregado, como en el desempeño de cada empresa dentro del mercado.

En ese sentido, el presente informe pretende hacer un análisis de cada uno de estos sucesos, con el objetivo de explicar a que se deben cada uno de los cambios en la evolución de los indicadores de mercado, y presentar las conclusiones y las perspectivas a futuro sobre este mercado.



## II. Cambios en el Marco Normativo y Regulatorio

En este capítulo se describirán, en primer lugar, los cambios normativos que dictan reglas específicas para los actores de este mercado, en particular, para las empresas operadoras móviles y que, por tanto, afectan directamente el desempeño del mercado. En segundo lugar, se describirán aquellos cambios normativos que afectan de manera indirecta el mercado debido a que no dictan una obligación hacia los actores de este mercado, sino a los terceros indirectamente relacionados con el sector.

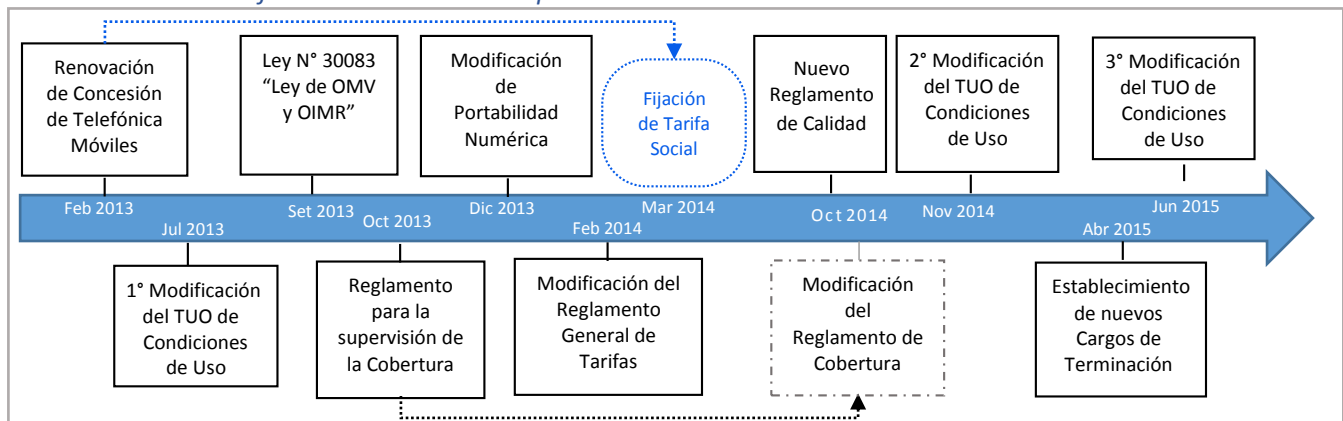
Se hará especial énfasis en los aspectos de estas normas que tengan relación específica con el desempeño del mercado móvil. Esto permitirá que los cambios en la estructura de mercado y en las estrategias comerciales, que se analizarán en los próximos capítulos, sean vinculados a los Cambios Regulatorios y Normativos analizados en el presente capítulo.

### II.1. Aspectos que afectan directamente el desempeño del mercado móvil.

Si bien todos los aspectos del Marco Regulatorio y Normativo condicionan el desempeño del mercado móvil, se considera importante detallar únicamente los cambios que se han suscitado los últimos años, pues son los que más han influido en la situación actual del mercado.

Tal como se observa en el Gráfico N° 1, los cambios que se están considerando en el presente capítulo van desde la renovación de la concesión de Telefónica Móviles en febrero de 2013 hasta la última modificación al Texto Único Ordenado de las Condiciones de Uso en junio de 2015.

Gráfico N° 1: Línea de Tiempo de los cambios normativos de los últimos años



Fuente: Documentos Oficiales. Elaboración GPRC – OSIPTEL.

### II.1.1. Renovación del Contrato de Concesión de Telefónica Móviles

El 22 de febrero de 2013, mediante Resolución Ministerial N° 091-2013-MTC/03, se renovó el plazo de los Contratos de Concesión de Telefónica Móviles S.A<sup>1</sup> (en adelante, T-Móviles), por un período de dieciocho (18) años y diez (10) meses.

Dicha Resolución Ministerial determinó que, para proceder con la renovación, las partes debían firmar una adenda a los contratos de concesión, en los que la empresa operadora se comprometiera a cumplir con ciertas condiciones establecidas a cambio de dicha renovación. Dado que se habían alcanzado niveles significativos de penetración, las condiciones apuntaron al objetivo de dar acceso a los servicios móviles de voz y datos a personas con menores ingresos, y a ampliar la cobertura hacia zonas de interés social.

Así, la adenda firmada el 21 de marzo de 2013 establece ocho cláusulas. De estas, cinco son las que impactan directamente en el mercado móvil:

1. **El Plan de Ampliación de Cobertura**, mediante el cual T-Móviles se comprometió a ampliar su cobertura en 409 capitales de distrito, en las cuales no contaba con cobertura a la fecha de vencimiento del plazo del contrato de concesión. Para cumplir con dicho compromiso, se estableció un plazo de 36 meses.

Adicionalmente, se comprometió a ampliar su cobertura en 1,848 localidades de su elección, más 70 localidades donde se ubicarán los Centros de Servicios de Infraestructura y de Equipamiento Complementarios a la Unidad Habitacional - TAMBOS<sup>2</sup>. El plazo fijado para su cumplimiento se estableció en 48 meses.

2. **El desarrollo de la Red de Transporte Rioja - Moyobamba - Yurimaguas – Iquitos**. T-Móviles se comprometió a desplegar esta red con la finalidad de permitir el acceso a Internet sin costo (en adelante, Acceso a Internet Social) a entidades públicas ubicadas en las localidades

---

<sup>1</sup> Las concesiones renovadas fueron las siguientes:

- Concesión para la prestación del servicio público de telefonía móvil, en Lima y Callao, en la banda A de 800 MHz, otorgada por Resolución Ministerial N° 373-91 –TC/15.17
- Concesión para la prestación del servicio público de telefonía móvil, en Lima y Callao, en la banda 1900 MHz, otorgada por Resolución Ministerial N° 440-91 –TC/15.17
- Concesión para la prestación del servicio público de telefonía móvil, a nivel nacional, con la excepción de Lima y Callao, en la banda A de 800 MHz, otorgada por Resolución Ministerial N° 055-92-TC/15.17

<sup>2</sup> Programa de Apoyo al Hábitat Rural creado por Decreto Supremo N° 001-2012-VIVIENDA

aledañas. El plazo máximo para desplegar la red de transporte se fijó en 24 meses, mientras que el plazo máximo para dar el Acceso a Internet Social fue fijado en 36 meses.

Asimismo, se comprometió a poner a disposición una oferta mayorista de servicios portadores a precios de mercado para los tramos que conforman esta red<sup>3</sup>.

3. **La creación una Tarifa Social de Telefonía Móvil Prepago.** T-Móviles se comprometió a ofrecer dicha tarifa, la cual deberá estar disponible para un millón de personas en un plazo de tres años, conforme al siguiente detalle: (i) hasta 150,000 funcionarios rurales (profesores, médicos, policías y fuerzas armadas); y, (ii) las personas inscritas en los programas sociales<sup>4</sup>.

Las tarifas aplicables serían indexadas cada doce meses con el objetivo de mantener un descuento del 28% sobre el promedio de las tarifas de voz de los clientes prepago de T-Móviles, y, en principio, serían aplicadas únicamente a los primeros 40 minutos de llamadas hacia destinos fijos y móviles dentro y fuera de la red de T-Móviles en el periodo de treinta (30) días calendario<sup>5</sup>. Asimismo, T-Móviles pondría a disposición hasta un millón de equipos terminales para los beneficiarios que no contaran con uno, a un precio de S/.49.00.

En la sección IV. 6 se evaluará el cumplimiento de esta condición, así como la forma en que se ha venido implementando.

---

<sup>3</sup> En caso de no llegar a un acuerdo con el solicitante, este podrá recurrir al OSIPTEL, a fin de que emita un Mandato de Acceso.

<sup>4</sup> Los programas sociales podrán ser: JUNTOS, CUNA MÁS, PENSIÓN 65 y BECA 18. Además, en caso que no se cumpliera con llegar al millón de beneficiarios en 3 años, el MTC podría: (i) incluir como beneficiarios a personas inscritas en otros Programas Sociales; o, (ii) incrementar el número de minutos al cual se aplicará la Tarifa Social; o, (iii) establecer mayores reducciones en la Tarifa Social, la cual en ningún caso podrá ser inferior al cargo más alto por terminación de llamada en red móvil vigente, que permitan mantener el valor anual del ahorro que se derivaría de la aplicación de la Tarifa Social a un millón de beneficiarios.

<sup>5</sup> Las condiciones iniciales de la Tarifa Social fueron las siguientes:

Tarifa	Importe
Llamadas a todo destino nacional	0.25 por minuto tasado al segundo
SMS	0.10 cada uno
Otros servicios	Según Tarifa Prepago
Promociones	A criterio de T-Móviles

4. **El Acceso a Internet Social** a entidades públicas ubicadas en las 56 capitales de provincia aledañas a donde el Grupo Telefónica contara con fibra óptica. Asimismo, T-Móviles se comprometió a poner a disposición 8,100 accesos a Internet a nivel Nacional<sup>6</sup>.
5. **El Acceso a Internet Social** a entidades públicas ubicadas en 661 distritos de mayor pobreza, 35 distritos de provincias fronterizas y 6 capitales de provincias aisladas, además de otorgar dicho acceso a 225 Tambos.

#### II.1.2. Operadores Móviles Virtuales y Operadores de Infraestructura Móvil Rural

El 22 de Setiembre de 2013 se publicó la Ley N° 30083: Ley que Establece Medidas para Fortalecer la Competencia en el Mercado de los Servicios Públicos Móviles mediante la inserción de los denominados Operadores Móviles Virtuales y los Operadores de Infraestructura Móvil Rural.

En primer lugar, en esta Ley se definen dos figuras legales nuevas para el mercado móvil peruano, a saber: los Operadores Móviles Virtuales (en adelante, OMV) y los Operadores de Infraestructura Móvil Rural (en adelante, OIMR).

Los OMV son actores que han surgido en distintos países para superar la principal barrera a la entrada del mercado móvil, a saber: la escasez de espectro radioeléctrico. Así, los OMV son empresas que operan sin contar con licencia de uso de espectro pero que, a los ojos de los consumidores son equivalentes a una empresa operadora móvil tradicional (en adelante, OMR). Cada vez son más los países en los que los OMV entran a operar: solamente en la región, ya existen alrededor de 10 OMV.

Por su parte, los OIMR se definen como concesionarios que prestan servicios portadores y operan estaciones radioeléctricas de los servicios móviles en áreas rurales y/o lugares de preferente interés social donde los OMR no cuentan con infraestructura de red propia. Los OIMR no poseen usuarios móviles finales ni poseen numeración propia o asignación de espectro radioeléctrico.

A diferencia de los OMV, cuyo concepto se extiende a nivel internacional, los OIMR son una novedad para los mercados móviles; así, Perú es el único país en el que se reconoce esta figura legal.

---

<sup>6</sup> Conjuntamente al Acceso a Internet Social, T-Móviles se comprometió a otorgar el servicio de telefonía fija (500 minutos mensuales fijo-fijo en las redes del Grupo Telefónica), incluido el aparato telefónico con garantía de un año. Este servicio también sería gratuito.



En segundo lugar, la Ley impone dos obligaciones a todos los OMR. La primera es la obligación de brindar acceso e interconexión a sus redes móviles a los OMV que lo soliciten, a cambio de una contraprestación justa que permita al OMV replicar la oferta del OMR, siendo el único causal de negación la incapacidad técnica. La segunda, es la obligación de utilizar las facilidades de red del OIMR en aquellas áreas rurales y/o lugares de preferente interés social en las cuales el OMR no tenga infraestructura de red propia, siempre que el OIMR lo solicite. De acuerdo a la norma, la imposición de estas obligaciones tiene el objetivo de fortalecer la competencia en el mercado móvil, propiciando el surgimiento de nuevos competidores en el mercado, tanto a nivel mayorista como minorista.

En la misma línea, el 4 de Agosto de 2015, fue publicado por el MTC el Reglamento de la Ley N° 30083, mediante el cual se especifican las pautas para el desarrollo de los OMV en el Perú, estableciendo, entre otras cosas, los requisitos mínimos para el acceso de los OMV<sup>7</sup>, plazos de negociación, estándares de calidad, etc.

Finalmente, la normativa complementaria establecida por el OSIPTEL para la operación de los OMV se encuentra en la etapa de procesamiento de comentarios. Una vez aprobada, el marco legal para la operación de los OMV en el mercado se encontrará completo por lo que se esperaría el pronto ingreso de nuevos operadores al mercado.

### II.1.3. [Reglamento para la Supervisión de la Cobertura](#)

Mediante Resolución de Consejo Directivo N° 135-2013-CD/OSIPTEL del 26 de setiembre de 2013, se publicó el Reglamento para la Supervisión de la Cobertura de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones Móviles y Fijos con Acceso Inalámbrico (en adelante, Reglamento de Cobertura). Posteriormente, mediante Resolución de Consejo Directivo N° 128- 2014-CD/OSIPTEL del 16 de octubre de 2014, se modificó dicho Reglamento.

---

<sup>7</sup> Las principales obligaciones de los OMV que fueron establecidas en el Reglamento, son las siguientes:

- No tener vinculación con el Operador Móvil con red, con el que suscriba el acuerdo de acceso.
- No acceder a contratos de exclusividad.
- Ser el responsable de la atención y solución de los reclamos de los usuarios.
- Además, deben acreditar un Capital Social suscrito y pagado, no menor de 40 UIT.

El Reglamento establece tres (3) ámbitos de cobertura, a saber: Centro Poblado (CCPP), Distrito y Provincia; y define para cada uno los requisitos para considerar que efectivamente cuentan con cobertura. En el Cuadro N° 1 se pueden observar tales requisitos:

**Cuadro N° 1: Requisitos para considerar la existencia de Cobertura**

Cobertura en:	Cuando:
<b>Centro Poblado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. El nivel de señal sea de -95 dBm en el 80% de las cuadrículas del CCPP.</li> <li>ii. Pueda originarse tráfico entrante y saliente.</li> <li>iii. Pueda mantenerse la comunicación hasta su finalización.</li> </ul>
<b>Distrito</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. La Capital de distrito cuenta con cobertura</li> <li>ii. Al menos el 60% del resto de CCPP del distrito cuentan con cobertura</li> </ul>
<b>Provincia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. La Capital de provincia cuenta con cobertura</li> <li>ii. Al menos el 60% del resto de distritos de la provincia cuentan con cobertura</li> </ul>

Fuente: Reglamento de Cobertura. Elaboración GPRC – OSIPTEL.

Con estos requisitos se busca mejorar la percepción de calidad de los servicios móviles e incentivar a las empresas operadoras a incrementar su cobertura llegando efectivamente a las zonas de mayor interés social.

Adicionalmente, el Reglamento establece la obligación de consignar en el contrato de abonado el centro poblado de uso frecuente del servicio, de manera que el abonado tendrá certeza de que contará con cobertura efectiva de voz y datos permanentemente.

#### II.1.4. Medidas complementarias para la aplicación de Portabilidad Numérica

La implementación de la Portabilidad Numérica Móvil, el 01 de enero de 2010, cumplió con el objetivo de reducir significativamente los costos de cambio que debían asumir los usuarios que decidieran cambiar de empresa operadora (tales como pérdida de llamadas relevantes, costos de informar a sus contactos, etc.).

No obstante, se verificó que el flujo de portaciones distaba de lo inicialmente esperado. Por tal motivo, el 13 de diciembre de 2013, mediante Decreto Supremo N° 016-2013-MTC, se aprobaron las medidas complementarias para la aplicación de la Portabilidad Numérica Móvil, con el objetivo de hacer más eficiente el proceso de portación de usuarios e incrementar la competencia efectiva.

En tal sentido, el 19 de diciembre de 2013 se publicó el Reglamento de Portabilidad Numérica en el Servicio Público Móvil (Resolución de Consejo Directivo N°166-2013-CD/OSIPTEL), en el cual se determinan las nuevas condiciones técnicas, económicas y administrativas para la Portabilidad.

Los principales cambios orientados a simplificar y automatizar los procedimientos y reducir los costos de los mismos se resumen a continuación.

1. Reducir los plazos establecidos para el procedimiento, pasando de un plazo de 7 días a un plazo máximo de 24 horas, salvo los casos en que la solicitud de portabilidad fuera presentada el domingo o feriado, o el día previo a estos.
2. Mantener la continuidad del servicio, para lo cual se dispuso que la interrupción del servicio sería por un periodo máximo de 3 horas, y la ventana de cambio sería de lunes a sábado entre las 0:00 y las 6:00 horas, a excepción de feriados.
3. A fin de que el proceso de portabilidad no fuera visto como un mecanismo para generar deudas impagas en el sector, se estableció un procedimiento que permite al Concesionario Cedente solicitar al Concesionario Receptor la suspensión temporal del servicio.
4. Establecer nuevas condiciones económicas con la finalidad de que los concesionarios tengan mayores incentivos a crear estrategias en pro de la portabilidad. Así, se determinó que la retribución al ABD<sup>8</sup> fuera una tarifa en dos partes: una retribución fija mensual (en función a las líneas en servicio), y otra retribución marginal variable (en función de los trámites efectuados<sup>9</sup>).

Adicionalmente, se establecieron mecanismos para difundir de forma permanente información sobre los requisitos y procedimientos para la portabilidad. Del mismo modo, se dejó abierta la posibilidad de que los concesionarios receptores habiliten mecanismos, además del presencial, para la presentación de la solicitud de la portabilidad (previa aprobación del OSIPTEL).

<sup>8</sup> Administrador de la Base de Datos.

<sup>9</sup> Las tarifas variables son las siguientes:

Concepto	Monto	Descripción
Consulta previa sobre la procedencia de la portabilidad	US\$ 0.22	Pagado por el Concesionario Receptor. El pago es por número telefónico consultado
Tramitación efectiva de una solicitud de portabilidad	US\$ 0.73	Pagado por el Concesionario Receptor. El pago es por número telefónico efectivamente portado
Rechazo de una solicitud de portabilidad	US\$ 0.22	Pagado por el Concesionario Receptor. En caso el rechazo se produzca porque el ABDCP no se pudo conectar al Cedente, éste último asumirá el pago que corresponda
Retorno de portabilidad	US\$ 0.22	Por cada número telefónico retornado

Cabe destacar que estas medidas entraron en vigencia el 16 de julio de 2014. En el apartado V se detallarán los cambios en la evolución de las cifras de portabilidad a partir de este cambio normativo.

#### II.1.5. Modificación al Reglamento General de Tarifas

Dado el dinamismo tecnológico y comercial que caracteriza a los mercados de los servicios públicos de telecomunicaciones (en adelante, mercados de telecomunicaciones), tanto por el desarrollo de nuevos productos y servicios, como por las nuevas estrategias de comercialización de los mismos, se determinó la importancia de adecuar las reglas contenidas en el Reglamento General de Tarifas (en adelante, RGT) a las nuevas condiciones del mercado móvil.

Así, mediante Resolución de Consejo Directivo N° 024-2014-CD/OSIPTTEL, publicada el 17 de febrero de 2014 en el Diario Oficial El Peruano, se aprobó la modificación del RGT con el objetivo de promover un mayor grado de competencia en los mercados de telecomunicaciones. Para lograrlo, se estimó necesario minimizar el riesgo de excesiva discriminación de precios y facilitar la disponibilidad de información hacia los usuarios, lo que a su vez permitiría a estos tomar mejores decisiones sobre el consumo de los servicios y al OSIPTTEL realizar un mejor seguimiento de la oferta comercial.

Las modificaciones al RGT que han tenido mayor impacto en el mercado móvil se detallan a continuación:

1. Se establecieron precisiones de las definiciones<sup>10</sup> de los distintos tipos de tarifas, distinguiendo en específico entre las Tarifas Establecidas y las Promocionales, así como entre las Tarifas Comercializadas y las Vigentes.

---

<sup>10</sup> El artículo 3° de la RGT, establece las siguientes definiciones:

- **Tarifa Establecida.**- *Tarifa que, bajo el régimen de tarifas supervisadas, es determinada libremente por cada empresa operadora para ser aplicada de manera regular y por tiempo indefinido en la prestación de un servicio público de telecomunicaciones, cuya vigencia debe mantenerse hasta que la misma empresa operadora decida modificarla de conformidad con las disposiciones del presente reglamento. En el caso que se trate de servicios sujetos al régimen de tarifas reguladas, la Tarifa Establecida será determinada en virtud del esquema regulatorio particular correspondiente. Las Tarifas Establecidas sirven de base para la aplicación de Tarifas Promocionales.*
- **Tarifa Promocional.**- *Tarifa que se aplica por elección expresa de los abonados y/o usuarios, bajo condiciones económicas más ventajosas a las regularmente aplicadas en las correspondientes Tarifas Establecidas, y que está sujeta a un período temporal de duración, tanto para su comercialización como para su vigencia de aplicación efectiva. Las Tarifas Promocionales deben estar asociadas a las Tarifas Establecidas que les sirven de base.*

2. Se añadieron reglas para la aplicación de Tarifas Promocionales:
  - Los plazos de vigencia no pueden exceder los 180 días calendario de forma continua o acumulada a través de renovaciones en un periodo de 12 meses consecutivos.
  - Deben estar asociadas a la(s) Tarifa(s) Establecida(s) que les sirve(n) de base.
3. Se incorporaron reglas específicas para la facturación de los servicios empaquetados:
  - La facturación debe realizarse de manera tal que permita la identificación de las tarifas individuales aplicables a cada uno de los servicios contenidos en el paquete.
  - La tarifa individual que se aplique por la contratación de cada uno de los servicios en forma separada, siempre debe representar un menor pago respecto a la tarifa total del paquete del cual forma parte.

Con estas modificaciones al RGT se buscó cambiar la oferta comercial de las empresas operadoras, de modo que los usuarios puedan tener información más específica de las tarifas que efectivamente pagan, y de los Planes Tarifarios óptimos para cada uno.

#### II.1.6. Nuevo Reglamento de Calidad

Mediante Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL, publicada el 16 de octubre de 2014 en el diario oficial El Peruano, se aprobó el nuevo Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones (en adelante, nuevo Reglamento de Calidad).

El nuevo Reglamento de Calidad presentó mejoras significativas en los indicadores de calidad del servicio de telefonía móvil e Internet Móvil respecto al Reglamento anterior (Resolución de Consejo Directivo N° 040-2005-CD/OSIPTEL y modificatorias)<sup>11</sup>. A continuación, se detallan los cambios que generan mayor impacto sobre el mercado móvil:

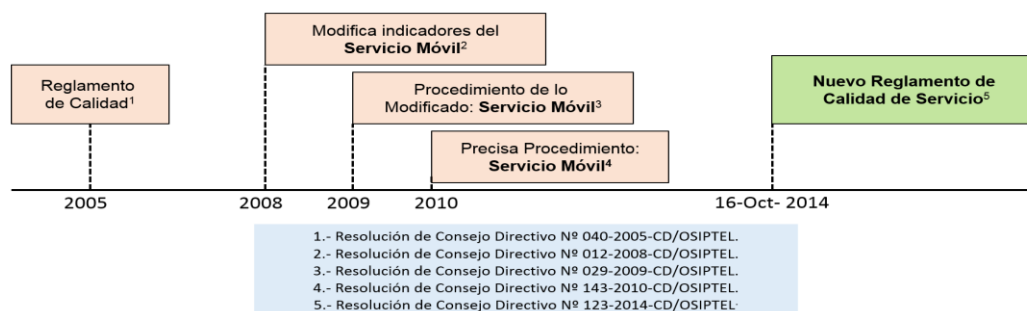
- 
- **Tarifa Comercializada.**- *Tarifa que se encuentra disponible para el acceso y/o la contratación de los servicios públicos de telecomunicaciones.*
  - **Tarifa Vigente.**- *Tarifa que efectivamente se aplica a los abonados o usuarios, de acuerdo con las disposiciones previstas en el presente reglamento. (...)*

Además, el artículo 21° de la RTG, establece lo siguiente:

- **Planes Tarifarios.**- A través de planes tarifarios, las empresas operadoras pueden ofrecer a los usuarios, de manera temporal o permanente, diferentes opciones para la utilización de los servicios que prestan, sujetos a contratos de plazo indeterminado.

1. **Velocidad Mínima.-** Las empresas operadoras están obligadas a prestar el servicio acorde con las velocidades contratadas, así se definió que la velocidad mínima correspondería al **40%** de la velocidad máxima contratada de subida y bajada<sup>12</sup>. Este indicador debe ser cumplido por las empresas operadoras en el 90% de las mediciones<sup>13</sup>.
2. **Indicadores del servicio móvil de voz.-** Se estableció que el nuevo nivel de desagregación para la medición de Tasa de Intentos No Establecidos (TINE) y de Tasa de Llamadas Interrumpidas (TILLI) sería departamental<sup>14</sup>, salvo para Lima que se desagregó en 5 zonas. Además, se definieron los valores objetivos de los indicadores de Calidad de Cobertura de Servicio (CCS>=95%) y Calidad de Voz (CV>= 3.00). En caso de incumplimiento, la empresa operadora debe remitir un compromiso de mejora, detallando las acciones a realizar para el cumplimiento de los indicadores de calidad.
3. **Indicadores del servicio de mensajes de texto.-** Para el servicio de mensajes de texto se definieron los parámetros de Proporción de Mensajes de Texto Recibidos (PMTR>=95%) y Tiempo de Entrega de Mensajes de Texto (TEMT<=20 seg.).
4. **Disponibilidad de los Servicios Finales.-** Se implementó un indicador de calidad vinculado a la Disponibilidad del Servicio calculado de forma semestral. Los valores objetivos del indicador se establecieron en función a la población de los departamentos<sup>15</sup> y al tipo de servicio (véase, Cuadro N° 2)

<sup>11</sup> Evolución de la Normativa de Calidad de Servicio en el Perú:



<sup>12</sup> Es importante precisar que previamente las empresas garantizaban una velocidad mínima correspondiente al 10% de la velocidad máxima contratada; no obstante, esa cifra no estaba regulada.

<sup>13</sup> Se ha determinado una gradualidad en su cumplimiento, a saber: 70% en el primer año, 80% en el segundo y 90% en tercer año.

<sup>14</sup> Antes de la aprobación del nuevo Reglamento de Calidad, la medición de estos indicadores era a nivel nacional, con lo cual los problemas en una zona podían atenuarse por un buen desempeño del servicio a nivel nacional. Con la desagregación departamental se busca un servicio de mayor calidad en cada zona.

Además, con el fin de desincentivar la ocurrencia de eventos críticos de amplia duración, se definieron tiempos máximos permisibles para interrupciones de gran afectación: el límite de tiempo ponderado es de 90 minutos para Lima y Callao y de 180 minutos para los departamentos restantes.

*Cuadro N° 2: Definición de valores objetivo por servicio y cronograma de aplicación*

Servicio	Valor objetivo semestral	Cronograma de aplicación por categoría departamental		
		C1 (Año 1) C2 (Año 2) C3 (Año 3)	C2 (Año 1) C3 (Año 2)	C3 (Año 1)
Servicio Móvil	≥ 99.50%	99.50%	99.00%	98.50%
Portador (local, LD)	≥ 99.90%	99.50%	99.00%	98.50%
Transferencia de datos	≥ 99.50%	99.50%	99.00%	98.50%
Acceso a Internet	≥ 99.00%	99.00%	98.50%	98.00%

Fuente: Nuevo Reglamento de Calidad. Elaboración GPRC – OSIPTEL.

### II.1.7. Modificaciones a la Texto Único Ordenado de las Condiciones de Uso

Durante los últimos años se han producido tres modificaciones al Texto Único Ordenado de las Condiciones de Uso (en adelante, Condiciones de Uso), el cual regula las condiciones mínimas para el contrato del servicio, la prestación del mismo y el término de la relación contractual. En ese sentido, cada una de las modificaciones se ha basado en necesidades no atendidas y, por tanto, presentan una oportunidad de mejora en algunos aspectos de la relación contractual.

#### *a. Sobre el servicio de Roaming Internacional*

La primera modificación fue aprobada el 25 de julio de 2013 mediante Resolución de Consejo Directivo N° 095-2013-CD/OSIPTEL, con el objetivo de introducir mejoras en relación al servicio de Roaming Internacional. En particular, se realizaron los siguientes cambios:

1. Se estableció la información mínima a ser proporcionada por las empresas operadoras a los usuarios, cuando estos soliciten la activación del servicio y cuando lo utilicen<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> La definición de categorías de departamentos es la siguiente:

Categoría Departamental	Población (habitantes) según el INEI 2007
C1	A partir de un millón
C2	Desde 500,000 hasta menos de un millón
C3	Menos de 500,000

<sup>16</sup> **“Artículo 6°.- Información básica a ser proporcionada por la empresa operadora**

(xii) Las condiciones de prestación del servicio de roaming internacional, las tarifas aplicables para los destinos frecuentes y, de ser el caso, para las zonas de frontera, así así como el procedimiento para su activación y desactivación; (...).”

2. Se establecieron dos condiciones para la activación del servicio (Art. 21-A°). En primer lugar, se determinó que esta solo se haría efectiva en el momento y por el plazo en que el usuario lo solicitara expresamente. De esta manera, se eliminó la posibilidad de una “activación automática” del servicio, la cual ocasionaba quejas de facturación recurrentes. En segundo lugar, se determinó que la activación se haría efectiva en un plazo no mayor a 24 horas, y que sería gratuita.

Lo dispuesto en esta Resolución entró en vigencia el 1 de octubre de 2013.

*b. Sobre el Desbloqueo de Equipos Terminales Móviles y Reducción de Penalidad por Terminación Anticipada del Contrato del Servicio Móvil.*

La segunda modificación fue aprobada el 3 de noviembre de 2014, mediante Resolución de Consejo Directivo N° 138-2014-CD/OSIPTTEL, con el objetivo de dinamizar el mercado móvil, abordando los aspectos que conllevan a una restricción al derecho de los abonados al ejercicio de la portabilidad numérica. A continuación, se detallan los principales cambios al respecto, los cuales entraron en vigencia el 2 de enero de 2015:

1. **Duración del contrato de abonado.**- La empresa operadora no podrá condicionar la contratación de los servicios móviles a plazos forzosos. De este modo, los contratos de servicios móviles serán siempre a plazo indeterminado (Art. 15°).
2. **Respecto a los equipos terminales.**- La empresa operadora no deberá restringir o degradar el acceso a los servicios que ofrece, a aquellos usuarios que hayan adquirido equipos terminales de un proveedor distinto de la empresa operadora, siempre que dichos equipos se encuentren debidamente homologados y sean compatibles con la red y tecnología implementadas por la empresa operadora.  
  
De igual forma, la empresa operadora no podrá comercializar equipos terminales que tengan alguna restricción de acceso a la red de otro operador. Además, a partir del 2 enero de 2015, y previa solicitud del abonado, esta deberá levantar la restricción de acceso a otras redes a los equipos terminales que hayan sido comercializados con dicha restricción.
3. **Contratos adicionales para la provisión del equipo terminal.**- El contrato de prestación del servicio es independiente del contrato adicional celebrado para la provisión del equipo

---

**Artículo 8°.- Información en la página web de la empresa operadora**

(ix) El procedimiento de activación y desactivación del servicio de roaming internacional, las tarifas aplicables, las condiciones de prestación del servicio. (...)”.



terminal, salvo que la empresa operadora otorgue al abonado un beneficio económico para la adquisición del equipo terminal, el cual deberá encontrarse vinculado al valor de la renta fija periódica por la prestación del servicio y/o al cumplimiento del plazo de permanencia establecido en el contrato adicional.

En ningún caso, la empresa operadora podrá establecer en el contrato adicional o en el contrato de servicios, cláusulas que establezcan la obligación de utilizar el servicio únicamente en el equipo que ha sido adquirido a la empresa operadora.

- 4. La penalidad por resolución anticipada del contrato.-** Para el caso en que el abonado decida resolver el contrato de prestación del servicio y consecuentemente se resuelva el contrato adicional antes del cumplimiento del plazo de permanencia, la empresa operadora no podrá cobrar al abonado un importe superior al resultado del cálculo que sea realizado en base a la siguiente formula<sup>17</sup>:

$$Penalidad = (PETP_{t=0} - PETS) * \left(\frac{MR}{MP}\right)$$

*c. Sobre temas de seguridad, información y derechos de los consumidores.*

La tercera modificación fue aprobada el 4 de junio de 2015 mediante Resolución de Consejo Directivo N° 056-2015-CD/OSIPTEL. Esta modificación de las Condiciones de Uso, a diferencia de las modificaciones previamente detalladas, no se concentra en un solo aspecto de la relación contractual. A continuación, se detallan los cambios que impactan sobre el mercado móvil:

- 1. Derecho a migrar hacia otros planes tarifarios.-** La empresa operadora no podrá negar la migración sustentando que determinado plan está dirigido únicamente a potenciales abonados, ni podrá condicionar la migración a un solo canal de atención. Además, este derecho es gratuito (Art. 62).
- 2. Alerta para consumo de Internet en móviles.-** La empresa operadora está obligada a remitir una alerta a sus usuarios postpago y control, cuando estos hayan consumido el 80% de lo contratado (Art. 67).

---

<sup>17</sup> Donde:

- ✓ "**PETP<sub>t=0</sub>**" es el precio del equipo terminal ofrecido bajo la modalidad prepago, al momento de la contratación.
- ✓ "**PETS**" es el monto efectivamente pagado por el abonado por el equipo terminal.
- ✓ "**MR**" es el número de meses restantes para el cumplimiento del plazo establecido en el contrato adicional.
- ✓ "**MP**" es el número total de meses pactado en el referido contrato.

3. **Cuestionamiento de Titularidad de Líneas Móviles Prepago.**- La empresa operadora está obligada a emitir una constancia cuando el usuario no reconozca la titularidad de una línea móvil prepago, y deberá entregar mensualmente un reporte sobre los cuestionamientos de titularidad al OSIPTEL (Art. 12-A°).
4. **Mayores garantías en celebraciones de contratos y solicitudes de prestaciones.**- El contrato principal del servicio no deberá contener el contrato de servicios adicionales. Este deberá estar en un documento separado, para que el usuario tenga mayor control de todos los servicios que contrata (Art.9°). Además, toda prestación será documentada por la empresa operadora, con el propósito de que pueda ser supervisada por el OSIPTEL (Art. 117° y 118°).
5. **Conservación del número telefónico.**- En caso de baja del servicio o cambio de número, la empresa operadora está impedida de asignar el número por 90 días calendario (Art. 77-A°).
6. **Bloqueo de equipos terminales reportados como robados o perdidos.**- La empresa operadora está obligada a suspender el servicio y bloquear el equipo terminal de forma simultánea cuando el usuario reporte un robo o pérdida (Art. 126°), otorgándole al usuario el código de bloqueo y el número de serie del equipo terminal a ser bloqueado (Art. 125°).  
Por otro lado, se ha planteado una campaña de difusión en medios sobre la importancia de reportar el robo o pérdida de terminales, la cual será costeadada por las empresas operadoras de acuerdo a su participación de mercado (Art. 130° y Cuarta DDTT).
7. **Obligación de contar con página web.**- Las empresas operadoras que superen los 500,000 abonados, están obligadas a contar con página web (Art. 8-A°), y en ella implementar un aplicativo en el que sus abonados puedan acceder a información personalizada sobre su contrato, solicitudes, migraciones, servicios adicionales y otras prestaciones (Art. 10-A°).
8. **Mayor información ante interrupciones por mantenimiento.**- La empresa operadora está obligada a comunicar oportunamente a sus usuarios las interrupciones por mantenimiento a través de medios documentados e idóneos, y a publicarlo en su página web (Art. 48).

Adicionalmente, la Resolución establece disposiciones normativas con el objetivo de incrementar los mecanismos de seguridad:

- i. **Registro de Distribuidores.**- La empresa operadora deberá implementar un Registro de Distribuidores Autorizados, de manera que todo distribuidor posea un código que lo

identifique como tal y lo autorice a intervenir en el proceso de contratación. Este registro y sus modificaciones serán remitidos al OSIPTEL (Art. 11-D°).

- ii. **Registro Nacional de Terminales Móviles.**- La empresa operadora deberá reportar los datos de cada equipo terminal junto con los datos de sus dueños, con la finalidad de constituir un Registro de Terminales Móviles centralizado por el OSIPTEL (Art. 11-B°).
- iii. **Contratación de servicios móviles prepago.**- Es obligación de la empresa operadora identificar al solicitante previa contratación del servicio, validando sus datos e incluyéndolo en el Registro de Abonados; y, verificar si el equipo terminal no se encuentra en la base de datos de equipos terminales robados. Está prohibido comercializar chips pre-activados (Art. 11-A°).
- iv. **Sistema de Verificación Biométrica de identidad del solicitante.**- Desde el año 2017, la empresa operadora estará obligada a contar con un sistema de verificación biométrica de la huella dactilar, debiendo ser implementado en todos los distribuidores autorizados por la empresa. Así, la activación del servicio solo procederá cuando exista correspondencia entre la impresión dactilar con la información de RENIEC. Finalmente, la RENIEC guardará constancia de las verificaciones para la supervisión por parte del OSIPTEL (Art. 11-C°).  
  
La verificación de la identidad en tanto se implemente el sistema biométrico de identificación será mediante un sistema habilitado para realizar consultas de datos personales del solicitante ante la RENIEC. Así, los solicitantes deberán presentar su DNI y los distribuidores corroborarán en este sistema la identidad del solicitante. Este procedimiento será posible vía SMS, USSD o llamadas telefónicas.

Lo dispuesto en esta Resolución entró en vigencia el 1 de octubre de 2015, con excepción de lo dispuesto en los artículos 10-A°, 12-A° y 67° y las Disposiciones Complementarias Transitorias<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Entran en vigencia el 1 de febrero de 2016, los siguientes artículos:

- ✓ 10-A°: aplicativo informático que contiene contratos.
- ✓ 12-A°: cuestionamiento de titularidad.
- ✓ 67°: alerta de información cuando el abonado alcance el 80% del límite de capacidad de datos contratado.

Por su parte las Disposiciones Complementarias Transitorias, contemplan los siguientes plazos:

1. **Implementación de verificación biométrica en distribuidores autorizados:** Primer día hábil del mes de enero de 2017. No obstante, la entrega del cronograma de implementación será el 1 de julio de 2015
2. **Instructivo del OSIPTEL** sobre entrega de información de Registro de Abonados (40 días hábiles, siguientes a publicación de resolución).
3. **Mecanismos de difusión y campaña en medios:** 01 de octubre de 2015.

#### II.1.8. Determinación y diseño regulatorio de nuevos Cargos Móviles.

Las falencias de la autorregulación hicieron necesario que en el año 2004 se inicie el procedimiento para la fijación de cargos de interconexión tope por terminación de llamadas en las redes de los servicios móviles (en adelante, Cargos Móviles), que hasta ese entonces eran fijados libremente entre las empresas operadoras.

El proceso determinó los cargos que debían ser aplicados hasta diciembre de 2009. Ese mismo año se inició un nuevo procedimiento que fijó los cargos que fueron aplicados hasta marzo de 2015. Debido a las similitudes en el contexto del mercado móvil de ambos periodos, los procesos contaron con un diseño regulatorio semejante, caracterizado por la aplicación simétrica, no recíproca y gradual de los cargos.

Posteriormente, el 26 de marzo de 2015, mediante Resolución de Consejo Directivo N° 031-2015-CD/OSIPTEL, se aprobaron los nuevos cargos a ser aplicados hasta diciembre de 2017; sin embargo, debido a los cambios surgidos en el mercado móvil, el actual diseño regulatorio presenta diferencias en su aplicación respecto a los procesos previos.

En ese sentido, aun cuando la regulación sigue siendo simétrica (aplicada a todos los operadores móviles), se dividió a las empresas operadoras en dos grupos, estableciendo un tratamiento distinto para cada uno. El primer grupo está conformado por las empresas operadoras establecidas y con mayor participación de mercado, a saber: Telefónica del Perú S.A.A. (en adelante, Telefónica) y América Móvil S.A.C (en adelante, A-Móvil); y el segundo grupo por las empresas operadoras con reducida participación de mercado, a saber: Entel Perú S.A. (en adelante, Entel), Viettel Perú S.A.C. (en adelante, Viettel) y futuros entrantes.

De este modo, se fijó un único Cargo Móvil para cada grupo, a saber: US\$ 0.0179 para el primer grupo y US\$ 0.0201 para el segundo grupo. Además, se determinó que la aplicación del cargo sería inmediata para el primer grupo y gradual para el segundo grupo, según el siguiente cuadro:

*Cuadro N° 3: Senda de Reducción Gradual para empresas con menor participación  
(En centavos de US\$ por minuto, tasado al segundo)*

	Punto de Partida	Abr/15 a Mar/16	Abr/16 a Mar/17	Abr/17 a Dic/17
Cargo móvil en US\$	4.371	3.253	2.632	2.010

Fuente: Nuevo Reglamento de Calidad. Elaboración GPRC – OSIPTEL.

Esto representa un incentivo para las empresas operadoras de menor participación para incrementar sus niveles de cobertura y llegar a finales del 2017 a niveles de cobertura similar entre las cuatro empresas operadoras móviles. De esta manera, se busca que al final del periodo de gradualidad los operadores con menor participación puedan convertirse en competidores efectivos de los actuales operadores con mayor participación en el mercado.

## II.2. Aspectos que afectan indirectamente el desempeño del mercado móvil.

Existen aspectos del marco legal y regulatorio que no han sido diseñados para el cumplimiento de las empresas operadoras u otros actores que intervienen directamente en el mercado móvil; sin embargo, tienen alguna repercusión en el desempeño del mercado móvil en su conjunto. En este apartado se describen los más importantes.

### II.2.1. Ley de Promoción de la Banda Ancha y Construcción de la Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica

Con la finalidad de impulsar el desarrollo, utilización y masificación de la Banda Ancha en todo el país, como medio que favorece y facilita la inclusión social, desarrollo económico y competitividad del país, el 20 de julio de 2012 se aprobó la Ley N° 29904, Ley de Promoción de la Banda Ancha y Construcción de la Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica.

Esta Ley establece como política de Estado, en razón de su alto interés público, que el país cuente con una Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica (en adelante, Red Dorsal) que facilite el acceso de las poblaciones a la Banda Ancha y promueva la competencia en la prestación de dicho servicio. De este modo, se declara de necesidad pública la construcción de una Red Dorsal que integre a todas las capitales de provincia del país y el despliegue de redes de alta capacidad que integren a todos los distritos.

Se determinó además, que la construcción de la Red Dorsal se haría de manera progresiva, y el Estado intervendría de manera subsidiaria en zonas donde no participara la inversión privada.

Adicionalmente, la Ley establece que su construcción se soportará lo más posible en infraestructura de titularidad del Estado: en redes de energía eléctrica, redes de hidrocarburos, redes viales y ferrocarriles.

En ese sentido, el Reglamento de la Ley N° 29904, aprobado mediante Decreto Supremo N° 014-2013-MTC el 4 de noviembre de 2013, establece que la infraestructura existente de energía eléctrica o hidrocarburos debe ser compartida; y que una vez presentada la solicitud del operador de telecomunicaciones a los concesionarios de dichos servicios, estos tienen un plazo máximo de negociación de 30 días hábiles. En caso de no llegar a un acuerdo, el operador de telecomunicaciones podría solicitar al OSIPTEL la emisión de un mandato de participación.

Consecuentemente, la Ley establece que los nuevos proyectos de infraestructura mediante los cuales se brinden dichos servicios deben incorporar la instalación de fibra óptica en sus redes.

Por otra parte, la Ley determinó que la operación de la Red Dorsal sería objeto de concesión a uno o más operadores neutros (empresas que brinden servicios portadores pero que no brinden servicios a usuarios finales).

Finalmente, se estableció que las tarifas de los servicios que se presten mediante la operación de la Red Dorsal serían iguales a nivel nacional, independientemente de la ubicación geográfica de los usuarios.

De esta forma se prevé que a futuro se asegure la conectividad de todo el país y los servicios brindados sean de mejor calidad, más veloces y con mayor cobertura.

#### II.2.2. [Nuevo Reglamento de la Ley para el Fortalecimiento de la Expansión de Infraestructura en Telecomunicaciones.](#)

Con la finalidad de establecer un régimen especial y temporal en todo el territorio nacional para la instalación y expansión de los servicios públicos de telecomunicaciones, se aprobó la Ley N° 29022, Ley para el Fortalecimiento de la Expansión de Infraestructura en Telecomunicaciones, que posteriormente fue modificada por la Ley N° 30228, el 12 de julio de 2014.

En dicha Ley se declara a los servicios de telecomunicaciones como una necesidad pública, por lo que se dictan medidas que promuevan la inversión privada en infraestructura necesaria para la prestación de esos servicios; y eliminen las barreras que impidan llevarlos a cabo.

Así, se establece que el uso de las áreas y bienes de dominio público por parte de los operadores de los servicios públicos de telecomunicaciones para el despliegue, mejoras y/o mantenimiento de la infraestructura instalada o por instalarse, es a título gratuito.

Del mismo modo, se establece que las atribuciones y competencias municipales se deben ejercer garantizándose que ninguna exigencia impida o afecte la calidad en la prestación de los servicios de telecomunicaciones.

En ese sentido, el nuevo Reglamento de la Ley, aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-2015-MTC, el 17 de abril de 2015, establece una serie de medidas para la instalación de infraestructura en telecomunicaciones<sup>19</sup>.

1. **Procedimiento de obtención de Autorizaciones para la instalación de infraestructura.**- Las Autorizaciones que sean necesarias para instalar Infraestructura de Telecomunicaciones se sujetan a un procedimiento de aprobación automática. Además, no pueden exigirse requisitos adicionales o condiciones para la obtención de la Autorización.
2. **Facilidades brindadas por los Concesionarios del Servicio Público de Electricidad.**- Las facilidades que se refieren al aprovisionamiento de energía eléctrica necesaria para brindar servicios públicos de telecomunicaciones, pueden realizarse por acuerdo de las partes o por aprobación tácita de la solicitud en caso no haya respuesta en 30 días calendario.

De esta forma se busca facilitar la expansión de infraestructura de los servicios de telecomunicaciones.

### II.2.3. Dinero Electrónico

Con la finalidad de impulsar la masificación de las transacciones financieras y aprovechando la penetración del servicio de telefonía móvil, el 17 de enero de 2013 se aprobó la Ley N° 29985, Ley que Regula las Características Básicas del Dinero Electrónico como Instrumento de Inclusión Financiera.

---

<sup>19</sup> La Primera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 30228 dispone que el MTC debía adecuar el Reglamento de la Ley N° 29022 a las modificaciones establecidas; no obstante, de la revisión efectuada al Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 039-2007-MTC, se advirtió que resultaba conveniente emitir un nuevo Reglamento que establezca disposiciones acordes con las modificaciones efectuadas en la Ley N° 30228.

Esta Ley, y su Reglamento<sup>20</sup>, definen al Dinero Electrónico como un valor monetario representado por un crédito exigible a su emisor, aceptado como medio de pago por personas naturales y jurídicas, el cual es almacenado en un soporte electrónico (como un teléfono celular), y es convertible en dinero en efectivo si el titular lo desea.

Según dicha normativa, solo pueden emitir Dinero Electrónico las empresas que operan bajo el ámbito de supervisión de la Superintendencia de Banca y Seguros y Administradoras de Fondos de Pensiones (SBS), las cuales son denominadas “Empresas Emisoras de Dinero Electrónico” (en adelante, EEDE). Además, la emisión de dinero electrónico debe estar asociada a una cuenta de dinero electrónico que corresponda a un titular debidamente identificado, conforme a las normas que establezca la SBS.

Posteriormente, en setiembre de 2013, en cumplimiento con lo establecido por la Ley<sup>21</sup>, el OSIPTEL emitió las Normas Relativas al Acceso de los Emisores de Dinero Electrónico a los Servicios de Telecomunicaciones.

Así, se establece que la obligación de las empresas móviles de permitir que las EEDE puedan utilizar su red para brindar sus servicios financieros. Asimismo, se establece que el uso de estas redes se debe dar en igualdad de condiciones para todos las EEDE, lo que implica que ninguna pueda ofrecer su servicio financiero en desventaja, debido a un trato diferenciado por parte de las empresas móviles.

Para ello, las empresas móviles y las EEDE deberán suscribir libremente un denominado “contrato de acceso”, el cual debe contener todas las condiciones que permitan el uso de las redes móviles, entre las que figuran el precio por acceso que las EEDE deberán pagar a las empresas móviles por dicho uso, las condiciones de seguridad de la información, las responsabilidades de cada una de las partes, etc.

Para asegurar que las condiciones pactadas sean iguales para todos, dichos contratos deberán ser aprobados por el OSIPTEL y ser de acceso público. En caso los operadores y los emisores de dinero electrónico no se pongan de acuerdo en las condiciones del citado contrato, el OSIPTEL tiene la facultad de emitir dichas condiciones a través de un “mandato de acceso”.

---

<sup>20</sup> Reglamento aprobado a través del Decreto Supremo N° 090-2013-EF, el 14 de mayo del 2013, y modificado a través del Decreto Supremo N° 079-2015-EF, el 6 de abril de 2015.

<sup>21</sup> La Ley establece que el OSIPTEL emitirá las disposiciones que garanticen que las empresas que provean dinero electrónico puedan tener acceso a los servicios de telecomunicaciones.



Por otra parte, las EEDE tendrán libertad para establecer los precios por sus servicios financieros (incluido el uso de la red de telefonía móvil). En ese sentido, cuando los clientes realicen sus transacciones financieras a través de las redes de telecomunicaciones, las empresas móviles no podrán cobrar a los clientes por el uso de los servicios de telecomunicaciones.

A diciembre de 2015, algunas otras empresas han sido autorizadas por la SBS para su adecuación como EEDD:

- Servitebca Perú, Servicio de Transferencia Electrónica de Beneficios y Pagos S.A., mediante Resolución SBS N° 2228-2015;
- Júpiter Technology Perú S.A.<sup>22</sup>. (en adelante, Júpiter Technology) mediante Resolución SBS N° 2254-2015; y,
- Gmoney S.A. mediante Resolución SBS N° 6263-2015.

Adicionalmente, mediante Resolución N° 744-2015-GG/OSIPTEL, el Osiptel aprobó el contrato entre Telefónica y Júpiter Technology; y, mediante Resolución N° 788-2015-GG/OSIPTEL, el OSIPTEL aprobó los contratos entre Telefónica y el Banco de Crédito del Perú, el BBVA Banco Continental, el Banco Internacional del Perú S.A.A., el Banco Financiero del Perú, el Banco GNB Perú S.A., Crediscotia Financiera S.A., Financiera Credinka S.A. y la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Sullana, representados por Pagos Digitales Peruanos S.A.<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> Jupiter Technology S.A. es una empresa producto de la alianza entre MOVISTAR y Mastercard.

<sup>23</sup> La empresa Pagos Digitales Peruanos S.A. es una empresa constituida por la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC), que se encarga de la implementación y operación de la plataforma que está a cargo de la administración de sus servicios financieros. Dicha empresa también ha suscrito sus respectivos contratos con las empresas Entel y A-Móvil; los cuales se encuentran en proceso de modificación, luego de haber sido observados.

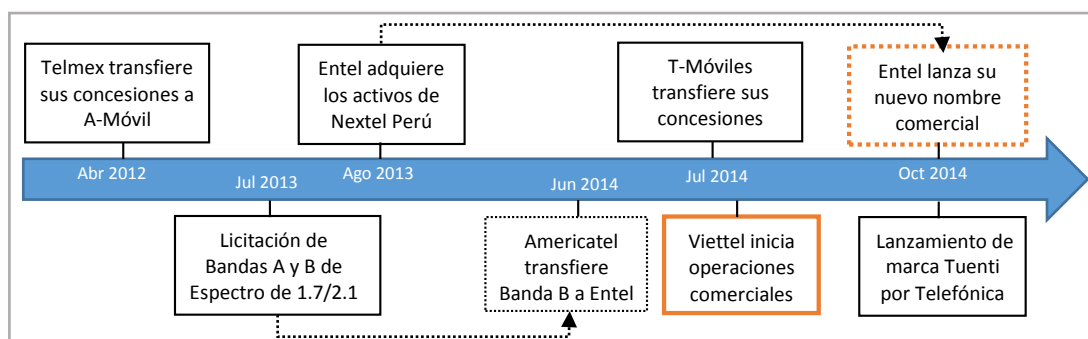
### III. Cambios en la Estructura del Mercado Móvil

En los últimos años, además de los cambios normativos, el mercado móvil ha experimentado procesos de fusiones, entrada de nuevos operadores y lanzamiento de nuevas marcas. Estos acontecimientos han generado cambios importantes en la composición del mercado móvil, la cual no había experimentado ningún cambio trascendental desde el año 2005, año en que A-Móvil ingresó al mercado adquiriendo los activos de la empresa TIM Perú que operaba desde el año 2001.

En el presente capítulo se detallarán cada uno de estos sucesos, dividiéndolos por tipo de acontecimiento, a saber: fusión entre empresas de telecomunicaciones, entrada de nuevos operadores y lanzamiento de nuevas marcas.

Además, se expondrán las consecuencias que éstas han generado sobre la estructura del mercado móvil, el cual mantuvo la misma estructura cuasi-duopólica por años, tal como se analizará en el capítulo IV.

Gráfico N° 2: Línea de Tiempo de los cambios normativos de los últimos años



Fuente: Documentos Oficiales. Elaboración GPRC – OSIPTEL.

#### III.1. Fusión entre empresas de Telecomunicaciones

En los últimos 3 años, la industria peruana de telecomunicaciones ha experimentado dos fusiones<sup>24</sup> importantes para la industria, a saber: la transferencia de las concesiones de titularidad Telmex Perú S.A. (en adelante, Telmex) a favor de A-Móvil, y la transferencia de las concesiones de titularidad de T-Móviles a favor de Telefónica.

<sup>24</sup> Sin considerar dichas fusiones, el proceso más reciente que involucró una transferencia de concesiones fue el de la compra de títulos de Comunicaciones Móviles del Perú S.A. (ex Bellsouth Perú) a T-Móviles, aprobada mediante Resolución Viceministerial N° 160-2005-MTC/03 el 7 de abril de 2005.

Ambas fusiones corresponden a integraciones del tipo horizontal entre empresas operadoras móviles y empresas de otros mercados de telecomunicaciones, que han estado orientadas hacia la convergencia de los servicios de telecomunicaciones. El detalle de estos procesos y las consecuencias se describen en esta sección.

### III.1.1. Transferencia de concesiones de titularidad de Telmex a favor de A-Móvil

A pesar de que Telmex y A-Móvil, ambas subsidiarias del Grupo Carso S.A., poseían concesiones para brindar los mismos servicios<sup>25</sup>, ambas empresas se dedicaban a líneas de negocio complementarias; es decir, sus servicios no competían entre sí en la mayoría de los casos.

Telmex, ingresó al mercado peruano en el año 2004, ofreciendo a nivel minorista, los servicios de Telefonía Fija para abonados y de uso público, Internet Fijo y Televisión por Cable; y, a nivel mayorista, los servicios de Portador Local, LDN y LDI.

A-Móvil por su parte, ingresó al mercado peruano en el 2005 enfocando su línea de negocio hacia las comunicaciones móviles (telefonía e Internet móvil). Cabe señalar que posteriormente, en abril de 2009, comenzó a ofrecer los servicios de telefonía fija inalámbrica, en algunos distritos de Lima y provincias, siendo este el único mercado en el que compitió con Telmex.

Si bien la transferencia de las concesiones de titularidad de la empresa Telmex a favor de la empresa A-Móvil, fue aprobada el 25 de abril de 2012, mediante Resolución Viceministerial N° 136-2012-MTC/03<sup>26</sup>, desde octubre de 2010 ambas empresas ya venían operando bajo una única marca: “Claro”.

Así, el proceso de transferencia de las concesiones no derivó en importantes cambios comerciales inicialmente, pues tras la transferencia, A-Móvil mantuvo ambas líneas de negocio operando en paralelo, sin lanzar ningún paquete que incluyera servicios fijos y móviles a la vez.

<sup>25</sup> Servicios en los que las empresas poseen concesiones o registros de valor añadido.

Servicios	Telmex	América Móvil
PCS (Telefonía móvil)		X
Telefonía Fija	X	X
Portador local	X	X
Portador LDN	X	X
Portador LDI	X	X
Televisión por Cable	X	
Internet	X	X

<sup>26</sup> El 5 de agosto de 2011, mediante P/D N° 090746, Telmex solicitó la transferencia de sus títulos habilitantes a favor de A-Móvil.

Por otro lado, la transferencia de concesiones tampoco significó un incremento de la concentración de los mercados, debido a que, en conjunto, ambas empresas no alcanzaban una participación mayoritaria en ningún mercado, como se detalla en el cuadro a continuación.

*Cuadro N° 4: Participación de mercado de Telmex y A-Móvil al momento de la Fusión (A abril 2012)*

	Telmex	A-Móvil	Total Grupo Carso
Telefonía Fija	3%	5%	8%
Internet Fijo	5%	-	5%
Televisión de Paga	13%	-	13%
Telefonía Móvil		33%	33%

Fuente: Información proporcionada por las empresas operadoras. Elaboración GPRC – OSIPTEL

En ese sentido, este proceso de transferencia no produjo cambios en la estructura del mercado móvil; sin embargo, sí abrió la posibilidad para que en un futuro A-Móvil pueda aprovechar las economías de ámbito y ofrecer servicios empaquetados y beneficios cruzados entre servicios móviles y fijos a sus usuarios.

De hecho, desde finales del año 2013, la red privada móvil de A-Móvil (RPC) incluyó entre sus beneficios las llamadas a líneas fijas nacionales de A-Móvil, tal como se verá en el capítulo III.1.

### III.1.2. Transferencia de concesiones de titularidad de T-Móviles a favor de Telefónica

Las empresas involucradas en esta transferencia fueron T-Móviles y Telefónica, ambas pertenecientes al Grupo Telefónica S.A (en adelante, Grupo Telefónica).

Telefónica fue la primera empresa en ingresar al mercado peruano en el año 1994, cuando en el proceso de privatización, vía el mecanismo de una subasta internacional, ganó la concesión de dos empresas públicas<sup>27</sup>. En ese sentido, es la empresa incumbente en cada uno de los servicios que ofrece. A nivel minorista, ofrece los servicios de Telefonía Fija para abonados y de uso público, el de Internet Fijo y el de Televisión por Cable; y, a nivel mayorista, los servicios de Portador Local, LDN y LDI.

<sup>27</sup> El 31 de diciembre de 1994, la Compañía Peruana de Teléfonos (CPT) absorbió en un proceso de fusión a la Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. (Entel Perú) y, en adecuación a la Ley General de Sociedades, el 9 de marzo de 1998 Telefónica del Perú adoptó la denominación de Telefónica del Perú S.A.A., la que conserva a diciembre de 2015.

T-Móviles por su parte, ingresó al mercado peruano en el 1998 enfocando su línea de negocio hacia las comunicaciones móviles (telefonía e Internet móvil), logrando constituirse en el operador con mayor participación de mercado. Posteriormente, en marzo de 2007, comenzó a ofrecer los servicios de telefonía fija inalámbrica, compitiendo con Telefónica.

Al igual que en el caso de Telmex y A-Móvil, la transferencia de las concesiones de titularidad de la empresa T-Móviles a favor de la empresa Telefónica, fue aprobada el 30 de julio de 2014, mediante Resolución Viceministerial N° 461-2014-MTC/03<sup>28</sup>. Sin embargo, casi dos años antes, desde octubre de 2010, ambas empresas ya venían operando bajo una única marca: “Movistar”.

La diferencia con la fusión de Telmex y A-Móvil radica en que tanto Telefónica como T-Móviles, al momento de la transferencia, tenían participaciones mayoritarias en cada uno de los mercados en los que operaban. En la actualidad, Telefónica mantiene esta participación mayoritaria en todos los servicios, tal como se verá en el capítulo IV.

*Cuadro N° 5: Participación de mercado de Telefónica y T-Móviles al momento de la Fusión (A julio 2014)*

	Telefónica	T-Móviles	Total Grupo Telefónica
Telefonía Fija	70%	9%	79%
Internet Fijo	84%	-	84%
Televisión de Paga	41%	-	64%(*)
Telefonía Móvil		56%	56%

Nota: En el mercado de Televisión de Paga, también participa Telefónica Multimedia S.A.C (T-Multimedia), la cual contaba, a julio 2014, con el 23% del mercado. Es decir, en total el Grupo Telefónica contaba con al menos 64% del mercado.

Fuente: Información proporcionada por las empresas operadoras. Elaboración GPRC – OSIPTEL.

En ese sentido, este proceso de transferencia, si bien no produjo cambios directos en la estructura del mercado móvil, sí generó que Telefónica concentrara mayor poder de mercado en general, ya que esta empresa cuenta con más de la mitad de usuarios de cada mercado.

<sup>28</sup> La primera solicitud que hizo T-Móviles para transferir sus concesiones a Telefónica fue el 12 de octubre de 2011, mediante Expediente N° 2011-048624. No obstante, dicha solicitud fue declarada improcedente.

Posteriormente, el 15 de junio de 2012, mediante Expediente N° 20584-2012-MTC/27, T-Móviles volvió a solicitar la transferencia, la que no fue aprobada por el vencimiento del contrato de concesión de T-Móviles.

Finalmente, el 8 de abril de 2013, mediante Expediente N° 2013-020381, T-Móviles solicitó la transferencia de las concesiones de las que es titular, de la asignación de espectro, y de su Registro de Calor Añadido a favor de Telefónica. Dicha solicitud sí fue aprobada.

Es importante tomar en consideración estos hechos, debido a que los beneficios derivados de la externalidad de red se incrementan si consideramos que las comunicaciones con los usuarios de servicios fijos de la misma empresa también pueden tener condiciones beneficiosas, y suman en la escala de operación.

### III.2. Ingreso de nuevos operadores y lanzamiento de nuevas marcas

Gracias a la licitación del espectro disponible de la banda de 1900 MHz y la atribución de la banda AWS (1.7/2.1 GHz) para servicios de comunicaciones móviles y su posterior licitación, dos nuevos grupos económicos ingresaron al mercado móvil, a saber: Viettel Telecom y el Grupo Entel Chile.

Debido al ingreso de estos nuevos grupos económicos al mercado móvil, se lanzaron nuevas marcas, a saber; “Bitel” y “Entel Perú”. Adicionalmente, Telefónica lanzó una nueva marca denominada “Tuenti” para competir en el sector prepago juvenil. En esta sección se detallará el ingreso de los nuevos grupos económicos y el lanzamiento de las nuevas marcas.

#### III.2.1. Ingreso de Viettel como cuatro operador móvil

En el año 2011, Viettel se adjudicó la concesión de espectro del Bloque C de la Banda de 1900 MHz para poder brindar el servicio de comunicaciones móviles en el país, convirtiéndose así en el cuarto operador móvil que operaría en el Perú. Posteriormente, en agosto de 2012 se adjudicó espectro adicional en la banda de 900 MHz.

Sin embargo, las operaciones comerciales de Viettel recién iniciaron formalmente el 26 de julio de 2014 bajo la marca comercial “Bitel”. El retraso se debió a que la empresa enfrentó ciertas dificultades tales como la lentitud en la obtención de los permisos municipales requeridos para desplegar su infraestructura y constantes robos de la fibra óptica ya desplegada<sup>29</sup>.

Es importante mencionar que el ingreso de Viettel al mercado móvil peruano vino acompañado de fuertes inversiones en infraestructura, pues la estrategia de esta empresa consistió en desplegar su propia infraestructura en los principales distritos a nivel nacional, con el objetivo de expandir su cobertura incluso hasta centros poblados no cubiertos por otros operadores.

---

<sup>29</sup> Para más información ver: [https://www.osiptel.gob.pe/noticia/viettel-perdio-mas-de-us\\$-500000-por-el-robo-de-cables-de-f](https://www.osiptel.gob.pe/noticia/viettel-perdio-mas-de-us$-500000-por-el-robo-de-cables-de-f)

En cuanto a la estrategia comercial, la oferta de Viettel apunta al segmento de usuarios residenciales de menores recursos, pues como veremos en el Capítulo IV, ofrece planes postpago (de voz móvil + Internet móvil) desde una renta mensual de S/. 29.90, y tarifas prepago de voz desde S/. 0.14 el minuto<sup>30</sup>.

En ese sentido, la estrategia de este operador ha sido ingresar al mercado a competir mediante precios bajos, y orientado a altas nuevas en puntos del país donde otros operadores no han ingresado.

Si bien en el año y medio que lleva en operación Viettel ha alcanzado poco más del 3.5% del mercado móvil<sup>31</sup>, se espera que en un futuro siga incrementando su nivel de usuarios. Por lo pronto, con su entrada ha generado una reducción en los precios prepago que hasta ese momento se mantenían relativamente estables en el mercado móvil desde el año 2005. Además, como toda intensificación de la competencia, ha servido para dinamizar las ofertas disponibles de los demás operadores.

### III.2.2. Ingreso del Grupo Entel Chile al mercado móvil peruano

Las intenciones del Grupo Entel Chile de ingresar al mercado móvil peruano se hicieron conocidas cuando, en abril de 2013, se anunció la compra de los activos de Nextel Perú S.A. (en adelante, Nextel Perú) por parte del Grupo Entel Chile, grupo que ya contaba con presencia en el mercado de telecomunicaciones peruano, aunque de forma indirecta, por ser la matriz de Americatel Perú S.A. (en adelante, Americatel), operador enfocado en las comunicaciones de larga distancia. Dicha transacción se concretó el 20 de agosto de 2013, por un monto de US\$ 400 millones.

Paralelamente, en julio de 2014 el Grupo Entel Chile, a través de Americatel, ganó el Bloque B de la banda AWS, destinada a servicios móviles avanzados de alta velocidad (4G) vía tecnología LTE. Posteriormente, el 25 de junio de 2014, mediante Resolución Viceministerial N° 380-2014MTC/03 se aprobó la transferencia de la asignación de este espectro a favor de Nextel Perú.

Si bien el Grupo Entel ya poseía los activos de Nextel Perú, mantuvieron el nombre comercial "Nextel" hasta el 10 de octubre de 2014, fecha en que lanzaron su nuevo nombre comercial "Entel Perú". Cabe precisar que los cambios a nivel de estrategia se empezaron a observar desde setiembre de 2013, como se verá más adelante.

---

<sup>30</sup> Información a diciembre de 2015.

<sup>31</sup> Cifras a setiembre de 2015.

A pesar de que este acontecimiento no puede considerarse propiamente como el “ingreso de un nuevo operador móvil”, pues Nextel Perú ya operaba en el mercado móvil desde 1998, sí es un hecho trascendental para el desempeño del mercado móvil, pues el cambio de grupo económico se tradujo en un notable cambio en la estrategia de este operador.

Nextel Perú se concentraba mayoritariamente en el segmento corporativo, por lo que no competía de manera efectiva con las otras dos empresas que operaban en el mercado. Esto hacía que su participación de mercado se mantuviera permanentemente entre los 3 y 6 puntos porcentuales. Además, operaba a través de la tecnología iDEN, que si bien permite comunicaciones de voz, estas son únicamente “half-duplex” (no permiten hablar al mismo tiempo), y no permite navegar por Internet con altas velocidades.

En cambio, desde setiembre de 2013, poco tiempo después de que el Grupo Entel adquiriera las acciones de Nextel Perú, se empezó a notar el cambio de estrategia, pues aun mediante la marca “Nextel”, se inició el lanzamiento de ofertas masivas enfocadas en el segmento residencial. Adicionalmente, se dejó de promocionar planes con tecnología iDEN, sustituyéndolos por planes con tecnología 3G.

En particular, se identificó que este operador lanzó ofertas que otorgaban descuentos especiales en equipos móviles, con precios muy competitivos. Ello con el objetivo de que los usuarios contraten un plan con un periodo de permanencia específico, que les permitió ganar nuevos clientes.

A diferencia de Viettel, la estrategia que emplea Entel se enfoca en un segmento distinto, con una mayor disposición de pago, pues desde su lanzamiento las ofertas que ha desplegado Entel son sobre todo para usuarios Postpago que buscan planes sin restricciones. Así, lanzaron planes para navegar con amplias capacidades de descarga y hablar ilimitadamente por un cargo mensual fijo de S/. 199.00.

En cuanto a la inversión en infraestructura, Entel tiene entre sus planes expandir su cobertura a nivel nacional, pues antes de la entrada del Grupo Entel, Nextel tenía cobertura únicamente en los departamentos de la costa, y algunos departamentos de la sierra del país. En la actualidad ha expandido su cobertura a los 24 departamentos del país, aunque únicamente se encuentra en los principales distritos de cada departamento.

De este modo, con el ingreso de Viettel al Perú y la adquisición de acciones de Nextel Perú por el Grupo Entel, se pasó de un cuasi-duopolio a un mercado con cuatro operadores compitiendo



efectivamente, lo cual, como se verá en la sección IV, dinamizó de forma significativa el mercado, reflejado en la evolución de la oferta comercial.

### III.2.3. Lanzamiento de la marca “Tuenti” por Telefónica

Como se comentó en la sección II.1.2, Telefónica brindaba todos sus servicios bajo una única marca comercial: “Movistar”; sin embargo, en octubre de 2014 lanzó una nueva marca comercial denominada “Tuenti”. Esta nueva marca está enfocada en el segmento residencial prepago juvenil, es por ello que su estrategia se basa en promocionar una oferta sencilla a través de un lenguaje coloquial cercano al público joven.

Se estima que este lanzamiento responde a la oferta comercial que lanzaron los dos grupos económicos que ingresaron al mercado y, sobretodo, a la futura competencia que puede derivar de la entrada de los OMV.

Es preciso aclarar que en un inicio el lanzamiento de la marca “Tuenti” creó cierta confusión entre el público en general y los medios de comunicación, quienes la confundían con una nueva empresa o con un OMV. Ello debido a que no resultaba razonablemente sencillo para cualquier usuario tomar conocimiento de la naturaleza y origen empresarial de “Tuenti” como nueva marca comercial de Telefónica, pues su publicidad no se encontraba asociada con este grupo económico. Posteriormente, Telefónica tomó algunas medidas para corregir esta situación, como incluir en la página web de Tuenti, una imagen que hace referencia a que pertenecen al Grupo Telefónica.

## IV. Cambios en las estrategias comerciales<sup>32</sup>

Los cambios estructurales que se presentaron en el mercado de telefonía móvil tales como el ingreso de dos nuevos grupos económicos, la creación de una nueva marca y la transferencia de concesiones trajeron como consecuencia una mayor dinámica competitiva.

Como suele suceder en todo mercado en el que se incrementa la competencia, las empresas iniciaron un despliegue de estrategias dirigidas a captar o mantener usuarios, tales como: (i) la expansión de las Redes Privadas Móviles, (ii) el lanzamiento del servicio de Internet 4G, (iii) la reducción de tarifas de Roaming Internacional; y, (iv) el acceso a Redes Sociales Ilimitadas.

Por otro lado, los cambios normativos también indujeron a modificaciones en las estrategias comerciales, ya sea por el cumplimiento de obligaciones (por ejemplo, por la tarifa social), o para aprovechar las ventanas de oportunidad creadas (por ejemplo, por la portabilidad numérica móvil), o para sincerar las características de sus servicios (por ejemplo, debido al incremento de la velocidad mínima exigida).

En esta sección se detallarán los principales cambios en la oferta comercial de estos últimos años, haciendo especial énfasis en cuáles han sido las estrategias de cada una de las empresas en relación a cada uno de los aspectos analizados.

### IV.1. Expansión de las Redes Privadas Móviles

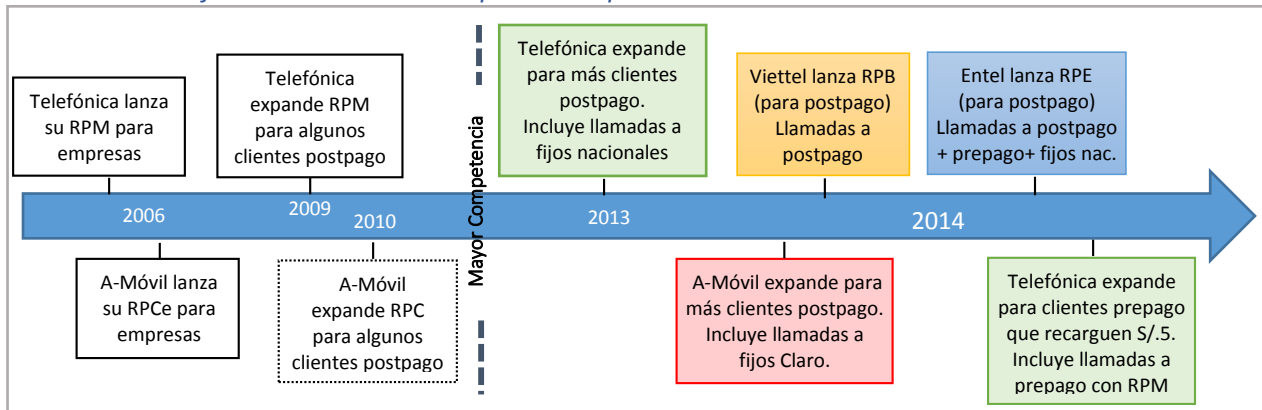
En la presente sección se observará que, si bien el servicio de Redes Privadas Móviles no es un servicio nuevo (ha existido desde el año 2006 para clientes empresariales y desde el año 2009 para clientes residenciales), el ingreso de nuevos grupos empresariales al mercado incrementó la dinámica competitiva y generó que se expandan los beneficios de este servicio y se minimicen las restricciones sobre el público que puede acceder a ellas.

En el Gráfico N° 3 que presenta la línea de tiempo de las Redes Privadas Móviles, se puede observar la mayor dinámica competitiva tras el ingreso de Entel y Viettel.

---

<sup>32</sup> En la presente sección, la referencia a planes o tarifas “postpago” incluye tanto a las modalidades postpago como las de consumo controlado, salvo que se haga explícita la distinción para determinados casos.

Gráfico N° 3: Línea de Tiempo de la expansión de las Redes Privadas Móviles



Fuente: Documentos Oficiales. Elaboración GPRC – OSIPTEL.

a. Telefónica:

Telefónica fue la primera empresa en introducir el concepto de las redes privadas en el Perú, al lanzar en el año 2006 su servicio denominado “Red Privada Movistar” (RPM), que consistía en otorgar una bolsa de minutos libres para realizar llamadas hacia otras líneas de la RPM marcando numeral (#) y un el código RPM asociado a la línea que se deseara contactar.

En un inicio, este beneficio era exclusivo para clientes corporativos. Posteriormente, entre los años 2007 y 2008, Telefónica empezó a lanzar planes que contenían el servicio de RPM para grupos de clientes específicos como miembros de la PNP o de la FAP, trabajadores de Essalud, etc. Finalmente, a fines del año 2009, el referido servicio se expandió hacia el segmento residencial, al incluirlo como parte de los beneficios de los planes postpago asociados a rentas mensuales altas.

Las condiciones del servicio se mantuvieron iguales hasta el año 2013, en el que Telefónica añadió a los teléfonos fijos nacionales como parte de los destinos RPM a los cuales se podía cursar llamadas con cargo a la bolsa de minutos otorgada. Además, se amplió la cantidad de planes postpago que podían acceder a este servicio, expandiendo el beneficio hacia planes con rentas mensuales inferiores.

Adicionalmente, en noviembre de 2014, el servicio de RPM se puso a disposición de los clientes prepago que desearan acogerse al servicio, sujetos a la condición que recarguen un mínimo de 5 soles en el mes. El servicio de RPM prepago, permite llamar a otros RPM o fijos de Telefónica a una tarifa menor que la tarifa establecida del plan.

A diciembre de 2015, la totalidad de planes postpago comercializados por la empresa (cuyas rentas van desde los S/. 29.9<sup>33</sup> hasta los S/. 200) incluyen el servicio de RPM ilimitado, que otorga minutos ilimitados para llamar a móviles de Movistar (todos los postpago y los prepago que gocen del servicio) y hasta 300 minutos para llamar a fijos nacionales. Para los clientes prepago está disponible una promoción que permite tener RPM ilimitado por un día, pagando S/. 1.00.

*b. América Móvil:*

Como respuesta a servicio de RPM de Telefónica, A-Móvil lanzó en julio de 2006 la “Red Privada Claro Empresas (RPCe) únicamente para clientes corporativos empresariales. Posteriormente, en noviembre 2010, lanzó su familia de planes RPC para el público postpago en general.

Al igual que la RPM de Telefónica, el RPC de A-Móvil consistía en otorgar una bolsa de minutos libres para realizar llamadas, la diferencia radica en que la RPC permitía realizar llamadas a todos los números postpago de Claro (no solo a los que contrataban un plan RPC) y la marcación era de forma directa.

Luego, en mayo del 2014, con el lanzamiento del servicio 4G a través de los planes postpago “Conexión” y “Conexión Plus”, se incluyó a los teléfonos fijos de Claro como parte de los destinos de la RPC y, además, se pasó a ofrecer minutos ilimitados RPC para un mayor número de planes; de tal forma que a diciembre de 2015, casi la totalidad de planes comercializados cuentan con minutos ilimitados para el referido servicio. Los móviles prepago no forman parte de la RPC.

*c. Entel:*

Si bien en un inicio (bajo la marca “Nextel”) no tenían propiamente una red privada, su servicio de Conexión Directa (CD) era un símil de la red privada, pues permitía que los usuarios que contaran con este servicio se comuniquen a tarifas muy por debajo de las establecidas para las llamadas convencionales.

Posteriormente, Entel desde el inicio de sus operaciones comerciales bajo su nueva marca, en octubre de 2014, incluyó, como atributo de algunos de sus planes postpago, el servicio de Red Privada Entel (RPE) que otorgaba minutos ilimitados para realizar llamadas hacia móviles de Entel tanto postpago como prepago<sup>34</sup> y fijos nacionales. Es decir, la RPE abarca todas las llamadas On-net

---

<sup>33</sup> El plan de renta mínima que brinda el servicio de RPM ilimitado se denomina "Chip 29.90" (con renta mensual de S/. 29.90) - con código SIRT TETM201500428.

<sup>34</sup> Para que el tráfico cursado desde una línea postpago o control hacia una prepago sea deducido de la bolsa RPE, esta última deberá haber realizado una recarga mínima de S/. 20 dentro del mes.

y todas las llamadas a fijos nacionales, otorgando un beneficio superior al de sus pares. No obstante, mientras que en el caso de Telefónica y A-Móvil este servicio está incluido en la mayoría o la totalidad de planes postpago, en Entel este servicio está disponible únicamente para los planes con rentas mensuales desde S/. 74<sup>35</sup>.

*d. Viettel:*

Viettel, desde su ingreso al mercado en julio de 2014, lanzó también planes con el servicio denominado “Red Privada Bitel” (RPB) que consiste en otorgar un bono de minutos libres para llamadas a todos los postpago de Bitel. Es decir, su red privada se asemeja a lo que fueron en sus inicios las redes privadas de A-Móvil y Telefónica. Al respecto, cabe mencionar que la bolsa de minutos otorgada en su mayoría ha sido y continúa siendo ilimitada.

## IV.2. Acceso a Redes Sociales Ilimitadas

Al igual que el servicio de Redes Privadas Móviles, el acceso a Redes Sociales de forma ilimitada es un beneficio que se podía observar desde antes del ingreso de los nuevos grupos económicos al mercado móvil; sin embargo, se observa que la mayor intensidad competitiva se generó tras su ingreso al mercado, expandiendo el beneficio a clientes prepago y de consumo controlado.

*a. Telefónica:*

La entrega de datos ilimitados para uso exclusivo en determinadas redes sociales es una estrategia comercial que fue adoptada inicialmente por Telefónica en el año 2013, y exclusivamente para sus clientes postpago. El beneficio consistía en otorgar a los clientes de altas nuevas de planes postpago comercializados entre abril y mayo de 2013, un bono temporal para hacer uso de “Facebook Ilimitado” por un periodo de hasta de 3 meses.

Por otro lado, tras el lanzamiento de su marca Tuenti en octubre de 2014, Telefónica amplía este beneficio para los clientes prepago de dicha marca. Así, lanzó “combos” desde S/. 5 que incluían WhatsApp ilimitado como beneficio adicional a su paquete de minutos, megabytes y SMS contratados. Adicionalmente, lanzó el “X-tra” que otorga Facebook + Facebook Messenger ilimitados por 1 día por S/. 1.

Del mismo modo, en mayo de 2015, Telefónica lanzó su promoción “Supercargas ilimitadas” que permiten acceder a WhatsApp ilimitadamente por un día pagando S/. 1. Este beneficio está dirigido

---

<sup>35</sup> En julio de 2015, Entel lanzó el plan “Entel Chip RPE 74” que es el de menor renta mensual que incluye el servicio RPE como atributo.

a clientes prepago de Movistar. Posteriormente, lanzó su promoción de “Facebook Ilimitado” que permite acceder a esta red social de forma ilimitada durante un día por el pago de S/. 1, y su promoción “Facebook + WhatsApp + Twitter Ilimitado” que permite acceder a WhatsApp, Facebook y Twitter ilimitadamente por una semana pagando S/. 6.90 o por 15 días pagando S/. 14.90.

Posteriormente, en octubre de 2015 lanzó su promoción “WhatsApp Ilimitado x 4 meses” que permite a los clientes del plan “Superchip<sup>36</sup>” obtener el beneficio de acceso ilimitado al WhatsApp por los 4 meses primeros meses.

*b. América Móvil.*

A-Móvil comenzó a ofrecer el servicio de WhatsApp gratis hacia fines de 2014 como beneficio adicional para altas nuevas de los planes “RPC Ilimitado”. Posteriormente, en febrero de 2015, extendió este beneficio para clientes de la competencia que se portaran hacia los planes “Conexión Plus”. Finalmente, a fines de febrero, extendió este beneficio para todos sus clientes independientemente de la modalidad contractual y de su condición (clientes portados, altas nuevas, o clientes actuales) y con la única condición para sus clientes prepago de mantener un saldo mínimo de S/. 1 en la cuenta principal.

Por otro lado, A-Móvil lanzó los planes postpago “Conexión” (en junio de 2015) y “Conexión Chip” (en julio de 2015), los cuales, a partir de rentas mensuales de S/. 69 y S/. 59, respectivamente, ofrecen acceso ilimitado para redes sociales (WhatsApp, Facebook y Twitter) como beneficio extra a los servicios incluidos en cada plan.

Asimismo, para aquellos clientes postpago que no cuenten con el servicio de redes sociales dentro de su plan, ofrece la posibilidad de adquirir los paquetes mensuales “WhatsApp Ilimitado” (por S/. 15) o “Redes Sociales (Facebook y Twitter)” (por S/. 20); y, para los clientes prepago ofrece el paquete diario de “Facebook + Twitter” desde S/. 1.

Cabe precisar que el servicio de WhatsApp ilimitado brindado por A-Móvil, inicialmente estaba restringido al envío de mensajes de texto. Sin embargo, desde el 28 de febrero de 2015, el servicio

---

<sup>36</sup> El plan “SuperChip” es comercializado solo por algunos canales de venta, y está disponible únicamente para clientes prepago que hayan adquirido en las últimas 24 horas un Chip Movistar y hayan efectuado una recarga mínima de 8 soles.

incluye además el envío y descarga de contenidos como videos, fotos, notas de voz y compartición de contactos de la agenda, además de la recepción de notificaciones<sup>37</sup>.

*c. Entel:*

Por su parte, desde agosto de 2015, Entel ofrece por S/. 1 el servicio de WhatsApp ilimitado por un día para determinados clientes control (actuales y altas nuevas) y prepago; y la promoción “Superyapa Potenciada Prepago” que otorga 30 minutos todo destino y WhatsApp ilimitado para aquellos clientes prepago que realicen una recarga mínima de S/.5, con una vigencia de 3 días.

Por otro lado, a partir de setiembre de 2015, la empresa lanzó una promoción, para un total de 100 planes (“Entel Libre, Control y Chip” entre otros), que permite acceder de forma gratuita e ilimitada a las aplicaciones Facebook y Facebook Messenger a través de la aplicación o página web *Free Basics*.

*d. Viettel:*

Viettel ofrece el servicio de WhatsApp ilimitado para los clientes de sus planes prepago “Bifri” (desde enero de 2015), “Ahorra”, “Ganga” y “Nuevo UNI2” (dese marzo de 2015), siempre que realicen como mínimo una recarga mensual de S/. 3; y, recientemente, a partir de noviembre, se ha incluido el servicio de Facebook ilimitado por 7 días, para clientes prepago de los referidos planes que realicen una recarga mínima de S/. 5.

### IV.3. Planes con servicios ilimitados

Entel acompañó el inicio de sus operaciones comerciales lanzando los planes “Entel Libre” (en octubre de 2014) y “Entel Control” (en noviembre de 2014), ambos con rentas de S/. 199.00, los cuales tenían la novedad de otorgar, dentro del plan además de otros servicios, minutos ilimitados para realizar llamadas locales a todo destino.

En abril de 2015, Entel extendió este beneficio a sus planes con rentas mensuales de S/. 149 y, posteriormente, en julio de 2015, a sus planes sin acuerdos de adquisición de equipos (planes Entel Chip) con rentas mensuales desde S/. 109.

---

<sup>37</sup> Códigos SIRT TPTM201500146 o TPTM201500162.

Telefónica respondió en mayo de 2015, otorgando el mismo beneficio a los clientes que contratasen los planes “Vuela” (con acuerdo de adquisición) y “Vuela Ahorro” (sin acuerdo de adquisición) con rentas mensuales desde S/. 140 y S/. 125, respectivamente.

A-Móvil también incluyó este beneficio desde junio de 2015, con el lanzamiento de su plan “Conexión” (con acuerdo de adquisición) con rentas desde S/. 139. Posteriormente, en julio de 2015, extendió este beneficio a clientes que contratasen el plan “Conexión Chip” (sin acuerdo de adquisición) con renta mensual de S/. 99.

Por su parte, Viettel, ofrece, desde junio de 2015, planes postpago desde S/. 29.90 que incluyen Internet ilimitado; y, desde agosto de 2015 un bono de Internet ilimitado por 12 meses para aquellos clientes que adquieran de forma conjunta un plan prepago y un equipo Smartphone. No obstante, se debe considerar que la velocidad de navegación se reduce significativamente una vez pasado el umbral determinado<sup>38</sup>. Por ejemplo, para el caso el plan prepago Bifri, el umbral es de 0.5 GB, luego del cual la velocidad pasa de 2Mbps a 128Kbps<sup>39</sup>.

#### IV.4. Lanzamiento del servicio de Internet con tecnología 4G

El 22 de julio de 2013 los postores T-Móviles y Americatel (filial del grupo chileno Entel) se adjudicaron los Bloques A y B, respectivamente, de la Banda de 1.7/2.1 GHz (Banda AWS), banda especializada para soportar la tecnología 4G LTE.

Tras la adjudicación, la primera empresa en lanzar planes postpago con tecnología 4G LTE (en adelante, planes 4G) fue Telefónica, quien en noviembre de 2013 empezó la pre-venta de sus planes 4G denominados “Vuela”, habilitando el servicio de Internet 4G LTE desde el primero de enero de 2014.

A pesar de no haberse adjudicado ningún bloque de la referida subasta, la segunda empresa en brindar el servicio de Internet 4G LTE fue A-Móvil, en mayo de 2014, a través de los planes “Conexión” y “Conexión Plus”. Para ello, realizó modificaciones técnicas, con el objetivo de habilitar la red 4G sobre la banda 1900 MHz que posee.

---

<sup>38</sup> En el caso de los planes Ichip la velocidad máxima se reducirá a 128Kbps de bajada y 64Kbps de subida. Tras alcanzar 750MB en el caso de IChip 29.90C, 1.5GB en el caso del IChip 49.90C, 2.5GB en el caso del IChip 69.90C, 3.5GB en el caso del IChip 99.90C y 5GB en el caso del IChip 129.90C.

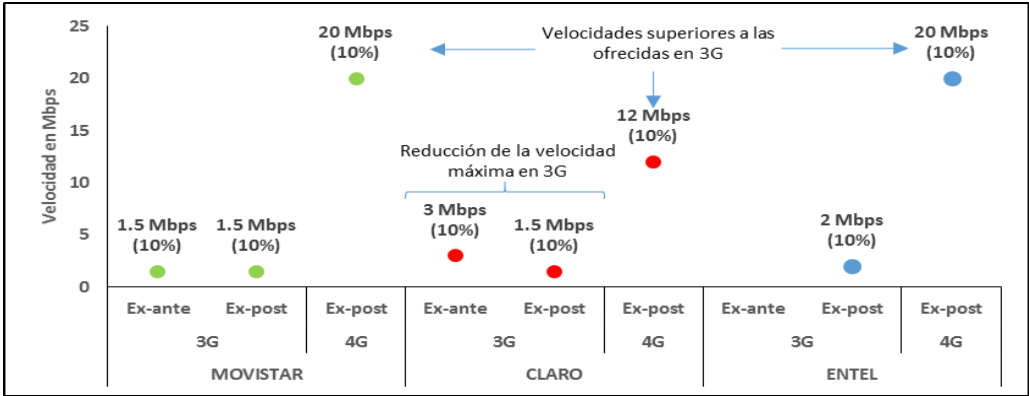
<sup>39</sup> Para que el cliente prepago cuente con el beneficio de Internet ilimitado durante 12 meses debe realizar recargas mayores o iguales a S/. 10.



Por último, Entel inició la comercialización de planes 4G en octubre de 2014 (fecha de inicio de operaciones comerciales bajo la marca Entel), a través de los planes “Entel Libre” y “Entel Control”.

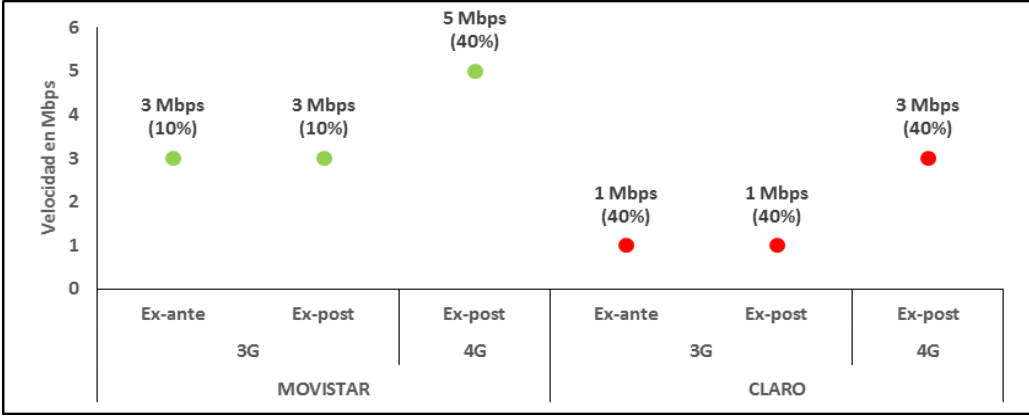
El lanzamiento de los nuevos planes 4G no solo significó el incremento de las velocidades para los clientes postpago (ver Gráfico N° 4), sino que también vino acompañado de un incremento de velocidades para los clientes prepago (ver Gráfico N° 5). Además, trajo consigo mayores atributos entre los que destacan el acceso a aplicaciones gratuitas (ver Sección IV.3) y el incremento de las capacidades de transmisión de los paquetes de datos (ver Gráfico N° 6).

*Gráfico N° 4: Oferta de velocidades de descarga máxima para planes postpago Ex-ante y Ex-post lanzamiento del servicio 4G*



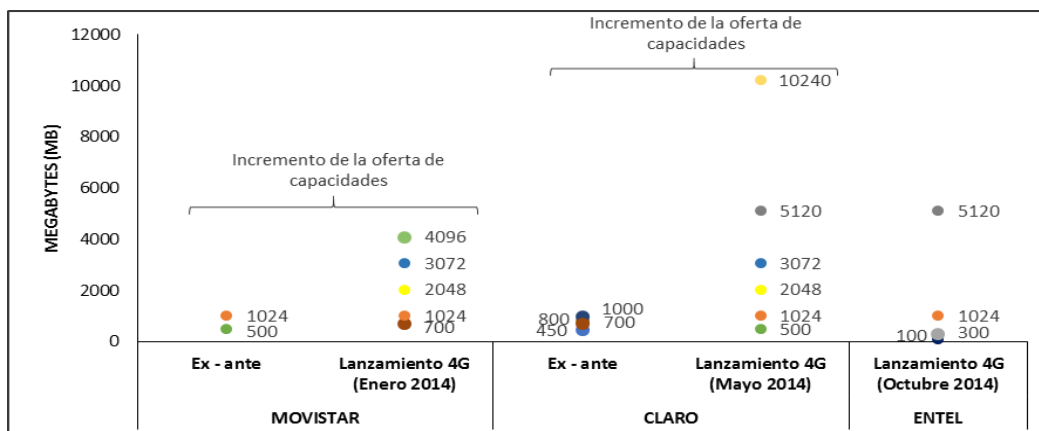
Fuente: SIRT – Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

*Gráfico N° 5: Oferta de velocidades de descarga máxima para planes prepago Ex-ante y Ex-post lanzamiento del servicio 4G*



Fuente: SIRT – Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

Gráfico N° 6: Oferta de capacidades incluidas en planes postpago



Fuente: SIRT. Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

#### IV.5. Reducción de tarifas de Roaming Internacional

El servicio de roaming internacional para clientes postpago es brindando por los cuatro operadores móviles; mientras que para clientes prepago es ofrecido únicamente por A-Móvil y Viettel. De otro lado, todos los operadores salvo Viettel, ofertan paquetes o planes de roaming para clientes postpago, adicionales a las tarifas por demanda.

##### a. Telefónica:

Telefónica ofrecía el servicio de roaming internacional a clientes postpago<sup>40</sup> con tarifas diferenciadas por las zonas “América Preferencial”, “Resto América” y “Europa y Resto del Mundo” hasta fines del año 2011. A partir de entonces, eliminó las zonas tarifarias, sustituyéndola por una oferta única que se tradujo principalmente en reducciones de hasta 38% para el servicio de voz (por minuto entrante o saliente), 35% para el servicio de SMS (por unidad enviada) y 75% para el servicio de datos (por 100 Kb).

En enero de 2013, Telefónica retomó la diferenciación por zonas tarifarias, distinguiendo los “Destinos Seleccionados” - actualmente “Zona Preferencial”<sup>41</sup>- de los “Otros Destinos” - actualmente “Fuera de la Zona Preferencial” (ver Cuadro N° 6).

Cabe señalar que las tarifas por demanda asociadas al servicio de voz (US\$ 2.50) y SMS (US\$ 0.50) se han mantenido desde el año 2011, y las tarifas de datos por demanda se han mantenido desde

<sup>40</sup> Este servicio no se encontraba disponible para clientes de la modalidad consumo controlado.

<sup>41</sup> A diciembre de 2015 la zona preferencial está conformada por 40 países entre los cuales se encuentran EEUU, Canadá y todos los países limítrofes con Perú (mayor detalle de los países en el SIRT TETM201500472).

el año 2013; sin embargo, el número de países incluidos en la “Zona Preferencial” se ha incrementado (se ha pasado de 25 países en el 2013 a 40 en el 2015) lo cual, en términos efectivos, representa mejores condiciones tarifarias para los países incorporados.

Cuadro N° 6: Cambios en las tarifas por demanda del servicio de Roaming para Telefónica

	2011			2012		2013	
	América Preferencial	Resto de América	Resto del Mundo	Tarifa Única		Tarifa Única (Voz y SMS) Zonas (Datos)	
Voz (1 minuto)	\$2.43	\$3.66	\$4.06	Voz (1 minuto)	\$2.50 (Hasta -38%)	Voz (1 minuto)	\$2.50
SMS (unidad)	\$0.42	\$0.61	\$0.77	SMS (unidad)	\$0.50 (Hasta -35%)	SMS (unidad)	\$0.50
Datos (100 Kb)	\$0.81	\$3.30	\$3.07	Datos (100 Kb)	\$0.81 (Hasta -75%)	Datos	Zona Preferencial \$20 por 10 Mb (Hasta -76%)
							Fuera de la Zona Preferencial \$0.81 por 100 Kb

Fuente: SIRT. Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

En relación a las ofertas de paquetes, estas se han dirigido de forma exclusiva a clientes que viajen a algún país de la “Zona Preferencial”, incrementando los atributos de los paquetes. En este sentido, en noviembre de 2014, se incrementó hasta en 167% el número de MB incluidos en los paquetes de datos manteniendo la tarifa y se adicionó la posibilidad de realizar y recibir llamadas y enviar SMS a tarifas preferenciales<sup>42</sup>.

En la misma línea, en julio de 2015, se habilitó a las líneas control para que puedan hacer uso del servicio de roaming para datos y recepción de mensajes, y se siguieron incrementando los beneficios de los paquetes. Así, se incrementó hasta en 500% el número de MB incluidos en los paquetes de datos sin modificar la renta de los paquetes asociados y se lanzaron promociones que, bajo determinadas condiciones, otorgan consumos de datos ilimitados para aquellos clientes que se encuentren afiliados a algún paquete de datos<sup>43</sup>.

<sup>42</sup> Las tarifas preferentes son 40% menores para las llamadas y 50% menores para el envío de SMS respecto a las tarifas por demanda.

<sup>43</sup> A diciembre de 2015 se encuentra en comercialización la promoción "Navega Ilimitado en Roaming" (código SIRT TPTM201500669) que ofrece datos ilimitados a aquellos clientes (postpago o control) que se encuentren afiliados al plan diario de datos "Roaming Travel 10+".

*b. América Móvil:*

A-Móvil empezó a ofrecer el servicio de roaming internacional postpago para los servicios de llamadas, SMS y datos desde el año 2009, inicialmente, a través de las zonas tarifarias “Exclusiva”, “Superior”, “Plus” y “Mundo”<sup>44</sup>.

En el 2012 se dieron dos cambios relevantes. Por un lado, en enero las zonas tarifarias se redujeron de cuatro a dos, las cuales se denominaron “Exclusiva” y “Resto del Mundo”, lo que se tradujo en un incremento tarifario de 41% para el servicio de voz entrante y reducciones tarifarias de hasta 39% para el servicio de voz saliente, hasta 42% para el servicio de SMS y de hasta 65% para el servicio de datos (tarifa por 10 Kb). Por otro lado, en julio, se eliminó la diferenciación de tarifas según operador; es decir, las tarifas pasaron a estar únicamente en función del país desde donde se realiza el uso del servicio y no del operador con el que el usuario se conecta.

Posteriormente, en junio de 2013 se redujeron las tarifas para el servicio de voz en la zona Exclusiva (se redujeron en 19% las tarifas de llamadas salientes y en 7% las de tarifas entrantes) y en julio de 2013 se redujeron las tarifas de datos (por cada bloque de 10 Kb se redujo en 25% y 14% en la zona “Exclusiva” y “Resto del Mundo” respectivamente).

Asimismo, cabe mencionar que además de los referidos cambios tarifarios, se ha ido incluyendo un mayor número de países dentro de la zona “Exclusiva” (denominada actualmente como Red Roaming Claro), lo que ha contribuido a reducir, de forma indirecta, las tarifas para cada uno de los servicios de voz, SMS y datos.

*Cuadro N° 7: Cambios en las tarifas por demanda del Servicio de Roaming para A-Móvil*

	2009				2012		2013	
	Exclusiva	Superior	Plus	Mundo	Exclusiva	Resto del Mundo	Red Roaming Claro	Resto del Mundo
Voz Saliente (1 minuto)	S/.6.40	S/.9.60	S/.10.70	S/.17.10	S/.6.50	S/.10.50 (Hasta -39%)	S/.5.25 (-19%)	S/.10.50
Voz Entrante (1 minuto)	S/.3.70	S/.4.60	S/.4.60	S/.4.60	S/.3.50	S/.6.50 (Hasta +41%)	S/.3.25 (-7%)	S/.6.50
SMS (unidad)	S/.1.10	S/.1.60	S/.2.00	S/.2.60	S/.1.00	S/.1.50 (Hasta -42%)	S/.1.00	S/.1.50
Datos (c/10 Kb)	S/.0.21	S/.0.89	S/.0.68	S/.1.00	S/.0.20	S/.0.35 (Hasta -65%)	S/.0.15 (-25%)	S/.0.30 (-14%)

Fuente: SIRT. Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

<sup>44</sup> Un mismo país podía incluir más de una zona tarifaria, pues la tarifa estaba en función del operador mediante el cual se contactará el cliente.

Por otro lado, en los 2 últimos años, las ofertas de paquetes convencionales (servicios de “voz+SMS” y “datos+SMS”) se han mantenido constantes; sin embargo, se han lanzado nuevas ofertas que incluyen minutos exclusivos para realizar llamadas hacia Perú o recibir llamadas desde cualquier destino y datos para uso exclusivo en la aplicación Facebook.

En mayo de 2011, A-Móvil lanzó el servicio de roaming internacional para clientes prepago mediante el cual brinda los servicios de voz y SMS (unidad enviada) a través de una única zona tarifaria denominada “Exclusiva” (actualmente Red Roaming Claro). Posteriormente, en marzo de 2012, la empresa incluyó la zona “Resto del Mundo” conformada por aquellos países no incluidos en la zona “Exclusiva” y, además, redujo en 9% en promedio las tarifas del servicio de voz (minuto entrante y saliente) y SMS (unidad enviada). Finalmente, cabe resaltar que se ha incrementado de forma gradual el número de países que conforman la “Red Roaming Claro” (ha pasado de 4 países en el 2012 a 15 a diciembre 2015) lo que ha generado que la tarifa de los países incorporados se reduzca.

### c. Entel

Hasta febrero de 2015, las tarifas por demanda de roaming que ofrecía Entel estaban diferenciados por las zonas tarifarias “Banda 1: Estados Unidos”, “Banda 2: Resto de América” y “Banda 3: Resto del Mundo”. Posteriormente, se redujeron a 2 zonas tarifarias: “Banda 1: Preferencial” y “Banda 2: Resto del Mundo”. La referida modificación se tradujo, principalmente, en reducciones de 49% para el servicio de voz saliente (tarifa por minuto), de 1% para el servicio de voz entrante (tarifa por minuto), de 49% para el servicio de SMS (unidad enviada) y de 93% para el servicio de datos (tarifa por 10 Kb).

Por otro lado, en diciembre de 2014, Entel lanzó su primer paquete de servicio que ofrecía 20 MB para países de la “Banda 1: Preferencial” y, actualmente, ha incrementado su oferta a 3 paquetes con mayores capacidades de transmisión.

*Cuadro N° 8: Cambios en las tarifas por demanda del Servicio de Roaming para Entel*

	Enero 2015			Febrero 2015	
	Estados Unidos	Resto de América	Resto del Mundo	Preferencial	Resto del Mundo
Voz Saliente (1 minuto)	S/. 5.60	S/. 7.00	S/. 10.22	S/. 5.25	S/. 10.00 (Hasta -49%)
Voz Entrante (1 minuto)	S/. 4.06	S/. 4.06	S/. 4.06	S/. 4.00	S/. 4.00 (Hasta -1%)
SMS (unidad)	S/. 1.26	S/. 1.54	S/. 1.96	S/. 1.00	S/. 2.00 (Hasta -49%)
Datos (c/10 Kb)	S/. 0.21	S/. 0.36	S/. 0.84	S/. 0.06	S/. 0.68 (Hasta -93%)

Fuente: SIRT – Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

#### *d. Viettel*

Viettel brinda el servicio para clientes prepago y postpago, diferenciando las tarifas por zonas tarifarias: “Países con prioridad”, “Resto de los 40 países principales”, “Resto del Mundo” y “Red Satelital”, “Red Aérea y Marítima”. Con relación a otras empresas, esta ofrece tarifas diferenciadas para el servicio de llamadas según el destino de la misma; de esta forma, aquellas llamadas que se realicen dentro del país visitado serán menores a las que se realicen hacia Perú o hacia otros destinos.

#### IV.6. Roaming Internacional a través de la aplicación TU Go.

El 8 de abril de 2015 Movistar lanzó la aplicación “TU Go”, la cual optimiza el servicio público de telefonía móvil de clientes prepago, postpago y control de la empresa, debido a que permite realizar y recibir llamadas, y enviar SMS desde múltiples terminales (teléfonos móviles, computadoras, laptops y tablets) sin necesidad de contar con señal telefónica.

De esta forma, aquellos clientes que cuenten con la aplicación instalada en alguno de los terminales antes descritos y se conecten a una red Wi-Fi, podrán comunicarse sin necesidad de que el receptor de la llamada o SMS cuente con la aplicación instalada.

Las comunicaciones (llamadas y envío de SMS) realizadas por clientes postpago y control serán deducidas de la bolsa de minutos o SMS asignados al plan y, en caso se encuentren agotadas, se facturará a los clientes postpago o se deducirá del saldo procedente de recargas para clientes control según las tarifas aplicables a los planes con los que cuenten. Para el caso de los clientes prepago, las tarifas de las comunicaciones realizadas serán deducidas exclusivamente de las recargas realizadas según las tarifas aplicables al plan.

El ámbito de uso de la aplicación no solo es nacional, sino también internacional, lo que permite que aquellos usuarios que viajan a otros países puedan realizar llamadas y enviar SMS a tarifa local. En este sentido, la aplicación representa, por un lado, una alternativa de comunicación más económica para clientes postpago y, por otro, un medio para que clientes control y prepago puedan comunicarse según las condiciones tarifarias de sus planes debido a que, hasta la fecha del presente informe, el servicio de Roaming Internacional ofrecido por Telefónica solo se encuentra disponible para clientes control (con acceso solo a datos y recepción de SMS) y postpago, mas no para clientes prepago.

Aun no se observa una respuesta a este beneficio por parte de los otros operadores móviles, pero no se descarta que alguna de las empresas competidoras lance una promoción equivalente.

#### IV.7. Tarifa social

Como se detalló en la Sección II.1.1, el 22 de febrero de 2013 se publicó la Resolución Ministerial N° 091-2013-MTC/03, mediante la cual se renovó a T-Móviles el contrato de concesión para la prestación del servicio público de telefonía móvil. Uno de los acuerdos incluidos en dicha renovación involucraba que la empresa debía establecer una “Tarifa social”<sup>45</sup>.

En cumplimiento con dicho acuerdo, el 11 de noviembre de 2013, Telefónica lanzó el “Plan Tarifa Social” que brindaba una tarifa preferencial para llamadas hacia fijos y móviles nacionales de S/. 0.25 por minuto (tasada al segundo). Posteriormente, en marzo de 2014, esta tarifa se redujo a S/. 0.23 (-8%) y se mantiene hasta la fecha de la elaboración del presente informe.

Cabe señalar que en la tarifa social fijada por Telefónica para el año 2015 es incluso menor al tope establecido por OSIPTEL para este periodo. Según la Resolución de Consejo Directivo N°028-2015 CD/OSIPTEL se fijó la tarifa tope en S/. 0.26 (incluido IGTV); sin embargo, Telefónica, mediante carta TP-AR-AER-0670-15, manifestó su decisión de seguir brindando la tarifa de S/. 0.23 (con IGTV)<sup>46</sup>.

*Cuadro N° 9: Cambios tarifarios en el plan “Tarifa Social”*

Destino de la llamada	2013 Noviembre	→ -8% →	2014 Marzo
	Tarifa por minuto (S/. inc. IGTV)		Tarifa por minuto (S/. inc. IGTV)
Hacia fijos nacionales	S/. 0.25		S/. 0.23
Hacia móviles nacionales	S/. 0.25		S/. 0.23

Fuente: SIRT – Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

#### IV.8. Modificación de las tarifas promocionales

Como se detalló en la Sección II.1.5, en febrero de 2014 se publicó la Resolución de Consejo Directivo N° 024-2014-CD/OSIPTEL a través de la cual se aprobó la modificación del Reglamento de General

<sup>45</sup> La “Tarifa Social” permite, a los beneficiarios (funcionarios rurales y personas inscritas en programas sociales), realizar llamadas hacia fijos y móviles nacionales a una tarifa preferencial durante los primeros 40 minutos. Al respecto, la tarifa de partida será de S/. 0.25 por minuto tasado al segundo, la cual se indexará cada 12 meses.

<sup>46</sup> La tarifa de S/. 0.23 del “Plan Tarifa Social” es 53% menor a la del plan “Tarifa Única”, comercializado por la empresa para el grueso de clientes prepago y cuyo importe asciende a S/. 0.49 por minuto.

de Tarifas, el cual determinó que las promociones no podían tener una duración mayor a ciento ochenta (180) días calendario, de forma continua o acumulada a través de renovaciones, en un periodo de doce (12) meses consecutivos.

El establecimiento de plazos máximos para la comercialización y aplicación efectiva de las promociones dirigidas a altas nuevas y clientes actuales ha derivado en dos cambios directos. Por un lado, ha generado que gran parte de las tarifas promocionales que se renovaban mensualmente, y que en la práctica representaban las tarifas efectivamente pagadas por los usuarios, pasaran a registrarse como tarifas establecidas.

Por otro lado, ha incentivado a que las empresas modifiquen periódicamente las ofertas comercializadas. Por ejemplo, la "Promoción Whatsapp Gratis con tu Claro (Prepago)"<sup>47</sup> vigente del 10 de marzo al 20 de agosto de 2015 otorgaba WhatsApp ilimitado a clientes prepago siempre que mantuvieran un saldo mínimo de S/. 1, mientras que la "Promoción Whatsapp gratis - 10 años de Claro (Prepago)"<sup>48</sup> que se encuentra vigente desde el 21 de agosto de 2015 ofrece bajo las mismas condiciones, el mismo servicio de WhatsApp ilimitado<sup>49</sup> y adicionalmente otorga un bono de 10 SMS para comunicarse con cualquier móvil de Claro y 10 MMS.

#### IV.9. Reducción de velocidades

Como se detalló en la Sección II.1.6, el 16 de octubre de 2014 se publicó la Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD/OSIPTEL que aprobó el Reglamento de Calidad, en el cual se estableció, entre otros aspectos, el indicador de calidad denominado "Cumplimiento de Velocidad Mínima", a través del cual se dispuso que la velocidad mínima correspondería al **40%** de la velocidad máxima contratada de subida y bajada.

Telefónica, A-Móvil y Viettel, en cumplimiento con lo establecido en el referido Reglamento, incrementaron la velocidad mínima garantizada de 10% a 40% (expresada como porcentaje de la velocidad de descarga máxima) para sus planes prepago y postpago. Sin embargo, esto no generó un impacto efectivo sobre las velocidades recibidas por los usuarios, pues, en respuesta a ello, los operadores redujeron las velocidades de descarga máxima.

---

<sup>47</sup> Con código SIRT: TPTM201500162.

<sup>48</sup> Con código SIRT: TPTM201500568.

<sup>49</sup> Cabe mencionar que el WhatsApp ilimitado ofrecido incluye el beneficio de envío y recepción de contenidos como fotos, videos, contactos, etc.



Viettel redujo la velocidad de descarga máxima para sus planes postpago en noviembre de 2014 y prepago en enero de 2015. A-Móvil lo hizo para sus planes postpago en diciembre de 2014 y prepago en enero de 2015. Finalmente, Telefónica aplicó tal reducción para sus planes postpago y prepago en el mes de abril de 2015.

Entel fue la única empresa que, a pesar de incrementar la velocidad mínima garantizada, mantuvo las velocidades de descarga máxima para sus planes postpago y prepago. En ese sentido, los usuarios de Entel fueron los únicos que percibieron un incremento en las velocidades efectivas de navegación.

*Cuadro N° 10: Sinceramiento en las velocidades comercializadas para Planes Prepago 3G*

Empresa	Velocidad de descarga máxima (Garantizando el 10%)	→	Velocidad de descarga máxima (Garantizando el 40%)
Viettel	3 Mbps		2 Mbps
Entel	1.5 Mbps		1.5 Mbps
Telefónica	3 Mbps		1 Mbps
A-Móvil	1.5 Mbps		1 Mbps

Fuente: SIRT – Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

*Cuadro N° 11: Sinceramiento en las velocidades comercializadas para Planes Postpago 3G*

Empresa	Velocidad de descarga máxima (Garantizando el 10%)	→	Velocidad de descarga máxima (Garantizando el 40%)
Entel	2 Mbps		2 Mbps
Viettel	3 Mbps		2 Mbps
Telefónica	1.5 Mbps		1 Mbps
A-Móvil	1.5 Mbps		1 Mbps

Fuente: SIRT – Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

*Cuadro N° 12: Sinceramiento en las velocidades comercializadas para Planes Postpago 4G*

Empresa	Velocidad de descarga máxima (Garantizando el 10%)	→	Velocidad de descarga máxima (Garantizando el 40%)
Entel	20 Mbps		20 Mbps
Telefónica	20 Mbps		5 Mbps
A-Móvil	12 Mbps		3 Mbps
Viettel	-		-

Fuente: SIRT – Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

#### IV.10. Tope de consumo.

Hasta marzo de 2012, A-Móvil ofrecía a sus clientes postpago la posibilidad de afiliarse a la “Facilidad de control de consumo” de manera gratuita, la cual consiste en limitar el consumo de los clientes a

los beneficios otorgados por el plan contratado (minutos libres, soles libres, SMS, MMS y MB) de modo que la renta mensual siempre sea la misma contratada.

No obstante, en abril del mismo año, se modificó el esquema aplicable pasando a ofrecer para altas nuevas dos tipos de tope de consumo: el “Tope de consumo cero” que consiste en que por un importe de S/. 5 adicionales al cargo fijo mensual del plan postpago, se restringen los consumos adicionales (como la anterior “Facilidad de control de consumo”), y el “Tope de consumo automático” que permite realizar consumos adicionales hasta por un monto adicional previamente asignado por la empresa, en función al valor del plan.

A diciembre de 2015, se mantiene el cobro diferenciado entre el tope de consumo automático y el tope de consumo cero, que en la práctica es la diferencia entre la modalidad postpago y la modalidad de consumo controlado. Por su parte, desde octubre de 2012 hasta la fecha, Telefónica también diferencia los precios de sus planes en modalidad postpago y en modalidad de consumo controlado, siendo estos últimos superiores en 5 soles mensuales.

#### IV.11. Comercialización de Equipos Terminales.

Hasta el año 2014, la estrategia comercial adoptada por los operadores móviles era la de comercializar planes postpago con acuerdos de adquisición de equipos móviles. De esa forma, a mayor plazo forzoso y/o renta mensual del plan, se podía obtener un mayor descuento sobre el precio de venta del equipo.

Si bien la referida estrategia fue adoptada también por Viettel y Entel desde el inicio de sus operaciones comerciales, Entel, aprovechando el relanzamiento de la portabilidad numérica móvil<sup>50</sup>, empezó a ofrecer descuentos adicionales en los equipos a clientes de la competencia que decidieran portarse a un plan postpago. En respuesta a ello, los demás operadores redujeron los precios de sus equipos, haciendo que incluso equipos de alta gama tuvieran un precio de S/. 1 asociados con determinados planes de altas rentas mensuales.

Por otro lado, Telefónica desarrolló una modalidad especial de canje de equipos terminales, la cual daba a sus clientes (desde finales de 2014) y clientes de la competencia que decidieran portarse a Telefónica (desde marzo de 2015), la posibilidad de canjear algunos modelos de equipos terminales antiguos por equipos terminales nuevos (siempre que estos se encontraran en buenas condiciones).

---

<sup>50</sup> Para mayor detalle sobre la Portabilidad Numérica Móvil, ver sección II.1.4.

Adicionalmente, lanzó el “Programa Inteligente” el cual permitía renovar anualmente el equipo terminal por la última versión disponible en el mercado, para aquellos clientes que contrataran el Plan “Vuela Inteligente” cuya renta mensual es S/. 199.90<sup>51</sup>. Por su parte, en julio de 2015, A-Móvil desarrolló un nuevo esquema de adquisición de equipos terminales, el cual permite financiar el importe de los equipos terminales hasta en 24 cuotas mensuales.

Ahora bien, la posibilidad de terminar el contrato con un operador pagando una penalidad, y las mayores facilidades para la portabilidad, han generado que durante el 2015 los operadores móviles hayan lanzado planes que permiten al usuario contratar un plan no asociado con la adquisición de un equipo.

En ese sentido, A-Móvil lanzó los planes “Conexión Chip”, disponibles sin acuerdos de adquisición de equipos, los cuales permiten un ahorro en la renta mensual de hasta S/. 40<sup>52</sup> en comparación a los planes ligados al subsidio de equipos terminales.

Telefónica, Viettel y Entel también cuentan con planes que no involucran la adquisición de equipos terminales, pero que permiten un ahorro en la renta mensual. Para el caso de Telefónica, estos planes se denominan “Vuela Ahorro”, lanzados en mayo de 2015, y permiten un ahorro de hasta S/. 20<sup>53</sup>. En el caso de Viettel, este operador cuenta con los planes “IChip”, lanzados en junio 2015 y permiten ahorros de hasta S/. 20<sup>54</sup>. Finalmente, en el caso de Entel, existen planes denominados “Entel Chip”, lanzados en julio 2015, los cuales permiten un ahorro de hasta S/. 90<sup>55</sup>.

---

<sup>51</sup> El importe incluye el costo asociado al plan (“Vuela Inteligente” que por una renta de S/. 199.90 otorga RPM ilimitado, minutos todo destino ilimitados, SMS ilimitados y 3072 MB) y el seguro Movistar.

<sup>52</sup> En particular, el Plan Claro Conexión Chip 99 ofrece las mismas prestaciones que el Plan Claro Conexión S/. 139, estando este último asociado a la adquisición de un equipo.

<sup>53</sup> Por ejemplo, el plan Vuela Ahorro con una renta mensual de S/. 90 ofrece 2GB de internet, mientras que para alcanzar el mismo nivel de datos en un plan Vuela (asociado a la adquisición de equipo), se requiere contratar un plan con una renta mensual de S/. 110.

<sup>54</sup> Por ejemplo, el plan “IChip” asociado a una renta mensual de S/. 69.90 reduce la velocidad tras alcanzar 2.5 GB de descarga, mientras que el plan MegaPlus que ofrece ese nivel de datos antes de reducir la velocidad de descarga es el plan MegaPlus asociado a una renta mensual de S/. 89.90.

<sup>55</sup> El ahorro puede ascender hasta un máximo de S/. 90 si se realiza la comparación entre el plan control “Entel Chip 209” (solo chip) y postpago “Entel Libre 299” (equipo más chip), los cuales presentan los mismos beneficios y cuya única diferencia es que el primer plan no se encuentra asociado a la adquisición de equipos, mientras que el segundo sí.

## V. Evolución de indicadores de mercado

Como se ha observado, la entrada de nuevos grupos económicos sumada a los cambios normativos y regulatorios que se han suscitado en el mercado móvil, han generado una modificación en las estrategias comerciales desplegadas por los operadores móviles. Esta situación, a su vez, ha impactado en la evolución de los indicadores de mercado.

En ese sentido, en la presente sección se presenta un análisis de la evolución de los principales indicadores de mercado, haciendo especial énfasis en lo acontecido tras la entrada de los nuevos grupos económicos y/o el lanzamiento de alguna de las estrategias detalladas en la Sección IV. Se buscará, además, exponer cuáles son las expectativas futuras para cada uno de los indicadores presentados.

Con este fin, en primer lugar, se presentará la evolución de los indicadores a nivel agregado y la evolución de los indicadores por empresa. Posteriormente, se destinará una sección especial a analizar la evolución de los indicadores por modalidad contractual, pues se observa que se ha dado un cambio importante en favor de las modalidades asociadas a una renta mensual.

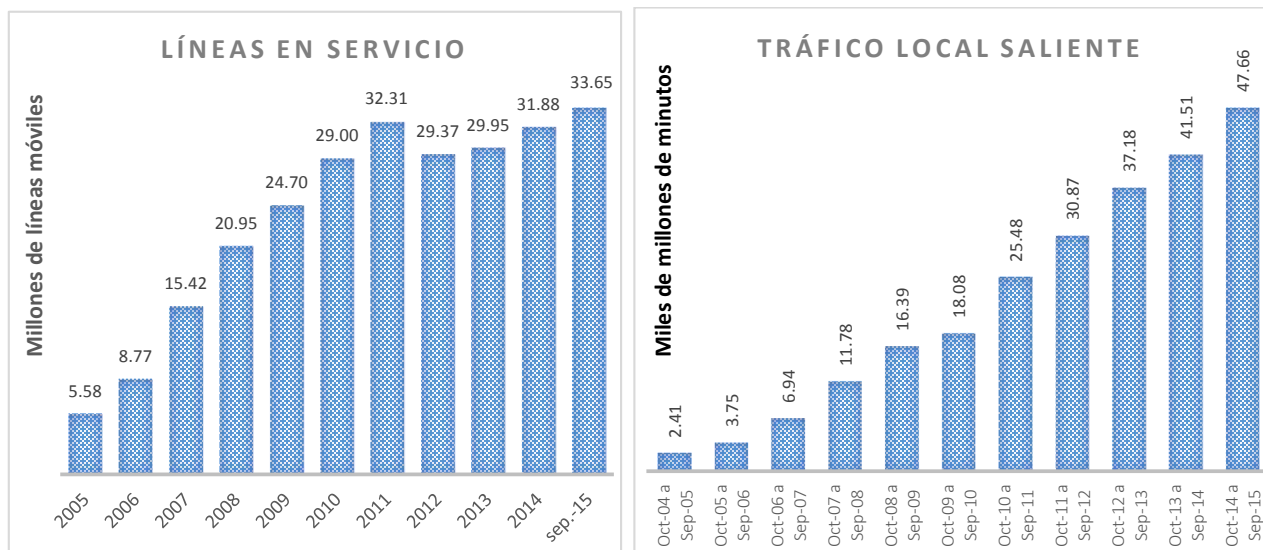
### V.1. Evolución de los indicadores a nivel agregado.

#### V.1.1. Evolución de la Oferta y la Demanda.

Para determinar cuál ha sido el desarrollo del mercado, se debe revisar tanto la evolución de la demanda del servicio móvil como la evolución de su oferta.

Al analizar la evolución de la demanda del servicio móvil a nivel agregado, medida tanto en líneas en servicio como en tráfico saliente, se puede afirmar que el mercado mantiene un crecimiento sostenido. Así, solo en el último año (de setiembre de 2014 a setiembre de 2015), las líneas en servicio han aumentado en 9.2% y el tráfico local saliente en 15% (ver Gráfico N° 7).

*Gráfico N° 7: Evolución de las líneas en servicio y el tráfico local saliente  
(Del 2005 a septiembre 2015)*

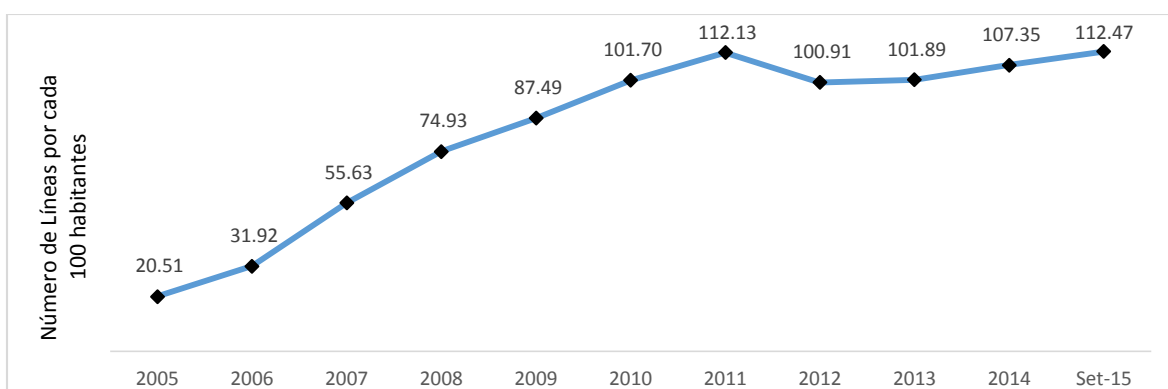


Nota: La disminución de las líneas en servicio respecto al año 2011, se debe a que en noviembre de 2012, Telefónica dio de baja a 5.8 millones de líneas prepago que no realizaron una recarga en el transcurso de 210 días calendario, y a que a partir de mayo de 2013, A-Móvil no considera para fines del reporte estadístico, las líneas prepago que no generaron tráfico en los últimos 3 meses.

Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración: GPRC-OSIPTEL.

El crecimiento sostenido de las líneas en servicio ha generado que en la actualidad se cuente con más líneas que habitantes en el Perú. Así, a setiembre de 2015, la penetración del servicio móvil, supera las 112 líneas en servicio por cada 100 habitantes (ver Gráfico N° 8).

*Gráfico N° 8: Evolución de la penetración del servicio  
(Del 2005 a septiembre 2015)*



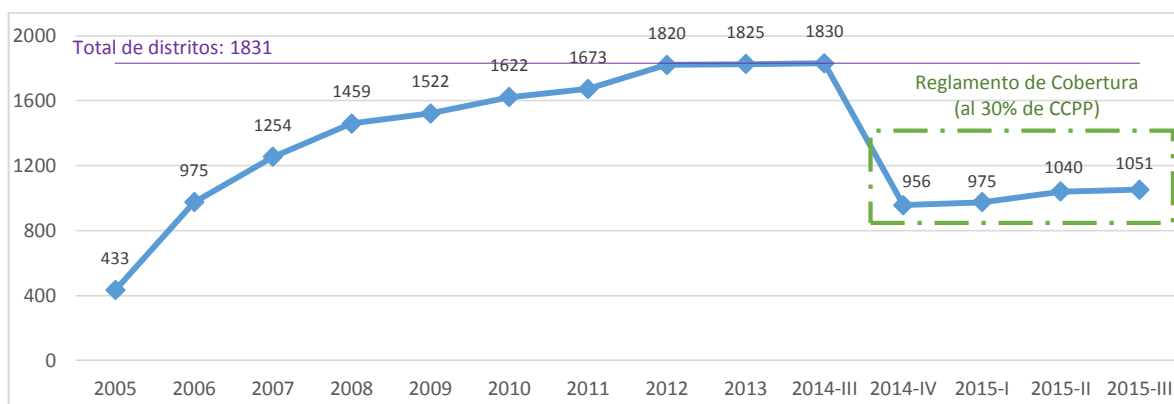
Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración: GPRC-OSIPTEL.

Por otro lado, también se observa una expansión de la oferta del servicio móvil a nivel agregado, no solo por las estrategias comerciales analizadas en la Sección IV, sino también porque existe un crecimiento sostenido de la cobertura del servicio móvil.

En el Gráfico N° 9, se observa la evolución de la cobertura del servicio móvil por distritos. Por una parte, se presenta la evolución de la cobertura antes de que se publicara el Reglamento de Cobertura (ver Sección II.1.3) en el que se definen nuevos estándares para considerar que un distrito cuenta con cobertura y, por otra parte, la evolución tras el mismo.

En ambos casos existe una tendencia creciente; es decir, un esfuerzo por parte de las empresas participantes en el mercado de expandir cada vez más la cobertura de los servicios móviles.

*Gráfico N° 9: Evolución de la cobertura por distritos  
(Del 2008 a septiembre 2015)*



Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración: GPRC-OSIPTEL.

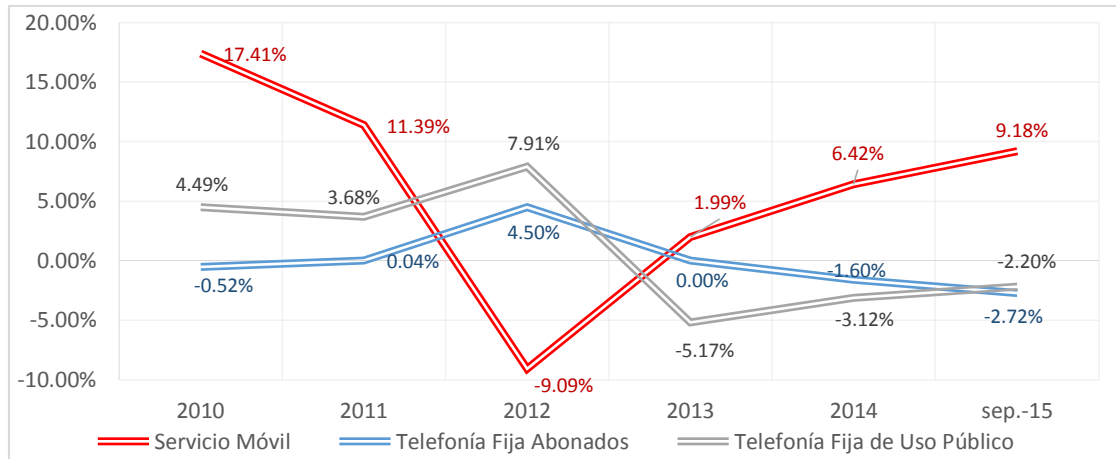
#### V.1.2. Evolución del servicio móvil en comparación con los demás servicios de Telecomunicaciones

Además de analizar el crecimiento que ha experimentado el mercado móvil a nivel agregado, es importante comparar este crecimiento con los de los demás mercados de la industria de telecomunicaciones, de tal manera que se pueda evaluar la magnitud del crecimiento del mercado móvil en términos relativos.

En ese sentido, se ha buscado comparar las tasas de crecimiento del mercado móvil con otros mercados comparables, como son el mercado de telefonía fija de abonados, y el mercado de telefonía de uso público.

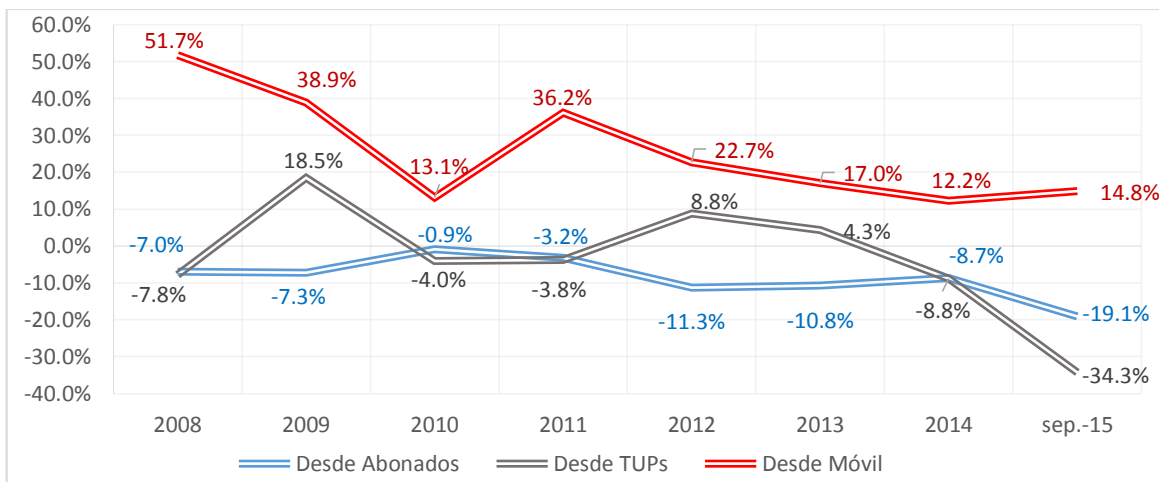
Así, tanto el crecimiento anual de los distintos servicios de voz - medidos en líneas/conexiones en servicio (Gráfico N° 10) - como la variación anual del tráfico local (Gráfico N° 11) muestran que el servicio móvil es el único que mantiene un crecimiento constante.

*Gráfico N° 10: Variación porcentual anual de las líneas/conexiones en servicio por Servicio (Del 2010 a septiembre de 2015)*



Fuente: Empresas operadoras. Elaboración: GPRC – OSIPTEL

*Gráfico N° 11: Variación porcentual anual del tráfico local por Servicio (Del 2010 a septiembre 2015)*



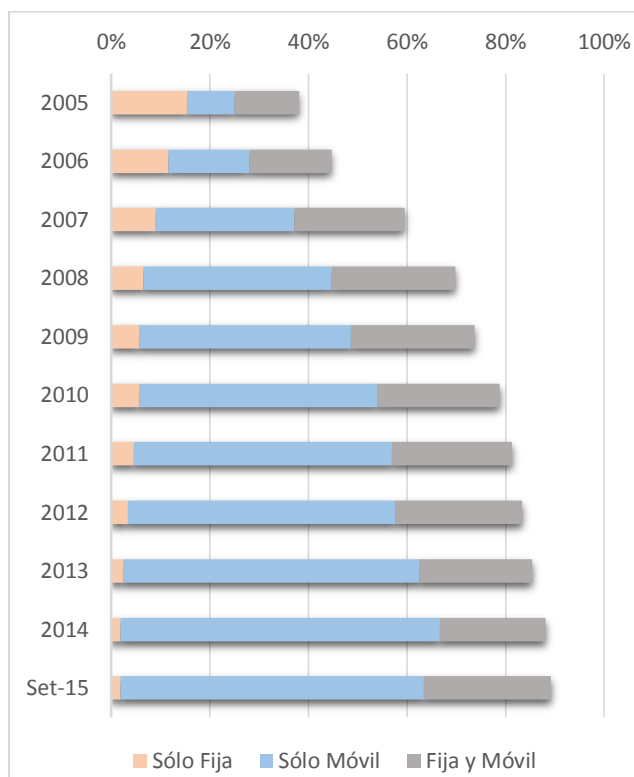
Fuente: Empresas operadoras. Elaboración: GPRC – OSIPTEL

Por su parte, el índice de acceso de los hogares a servicios de telecomunicaciones a nivel nacional<sup>56</sup>, se ha incrementado sostenidamente, alcanzando alrededor del 90% de hogares con acceso a algún servicio. Este crecimiento del acceso se explica principalmente por la expansión de los servicios

<sup>56</sup> Medido en base al número de hogares que cuentan con el servicio de telefonía fija, de telefonía móvil, o ambos.

móviles. Es así que de los aproximadamente 7.5 millones de hogares que cuentan con acceso a los servicios de telecomunicaciones, menos del 2% cuentan exclusivamente con telefonía fija, y el grueso de los hogares solo cuenta con telefonía móvil (ver Gráfico 12).

*Gráfico N° 12: Acceso a los Servicios Públicos de Telecomunicaciones  
(Del 2010 a septiembre 2015)*



Fuente: Encuesta Nacional de Hogares (ENAHG) - INEI. Elaboración: GPRC - OSIPTEL

### V.1.3. Índice de Concentración del mercado.

Tal como se ha mencionado en las secciones previas, debido a que Nextel no competía efectivamente en el mercado residencial, se puede afirmar que hasta julio de 2014, el mercado móvil presentaba una estructura cuasi-duopólica.

Desde los inicios del mercado móvil en el Perú únicamente han competido de manera efectiva dos empresas, salvo en el periodo comprendido entre los años 2002 y 2004, en el cual competían efectivamente 3 empresas, una de las cuales (Bellsouth) fue absorbida en el 2005 por Telefónica, y otra (TIM) fue comprada por A-Móvil.



Esta evolución puede observarse en el Cuadro N° 13, en el que también se observa que el Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI) se ha mantenido siempre en niveles elevados, evidenciando la alta concentración del mercado.

*Cuadro N° 13: Evolución del HHI, bajo distintos indicadores, para el Mercado Móvil (Del 2001 a julio de 2014)*

Año	HHI (por suscriptores)	HHI (por tráfico)	Empresas(**)
2001	4,374	n.d.	Telefónica y Bellsouth
2002	3,768	n.d.	Telefónica, Bellsouth y TIM (único periodo en el que competían 3 empresas)
2003	3,618	n.d.	
2004	3,718	3,236	
2005	4,913	4,397	Telefónica y A-Móvil
2006	5,032	4,809	
2007	5,032	5,327	
2008	5,101	4,952	
2009	5,120	4,772	
2010	5,129	4,857	
2011	4,973	4,911	
2012	4,493	4,779	
2013	4,653	4,437	
2014	4,703	4,687	

Notas:

(\*) Información a julio de 2014, antes del inicio de operaciones comerciales de Viettel y Entel.

(\*\*) No se tomó en cuenta a Nextel, pues se trataba de un operador de nicho que no competía efectivamente con las otras empresas, cuyas ofertas son masiva.

Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

En la actualidad, en cambio, en el mercado móvil peruano operan cuatro empresas: Telefónica cuyas marcas comerciales son “Movistar” y “Tuenti”, A-Móvil cuya marca comercial es “Claro”, Entel mediante su marca comercial del mismo nombre y Viettel cuya marca comercial es “Bitel”. El aumento de competidores se ha traducido a su vez en un aumento de la intensidad competitiva, lo que se refleja en la reducción de los HHI correspondientes a los dos últimos años (ver Cuadro N° 14).

*Cuadro N° 14: Evolución del HHI, bajo distintos indicadores, para el Mercado Móvil (Del 2014 a setiembre 2015)*

Año	HHI (por suscriptores)	HHI (por tráfico)	Empresas(**)
2014	4,520	4,578	Telefónica vs A-Móvil vs Entel vs Viettel
2015	4,148	4,518	

Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

Además, tal como se detalló en la Sección II.1.2, es previsible que en el 2016 entren a operar los OMV, por lo que se estima que, a mediano plazo, habrá mayores niveles de competencia y seguirá reduciéndose la concentración en el mercado.

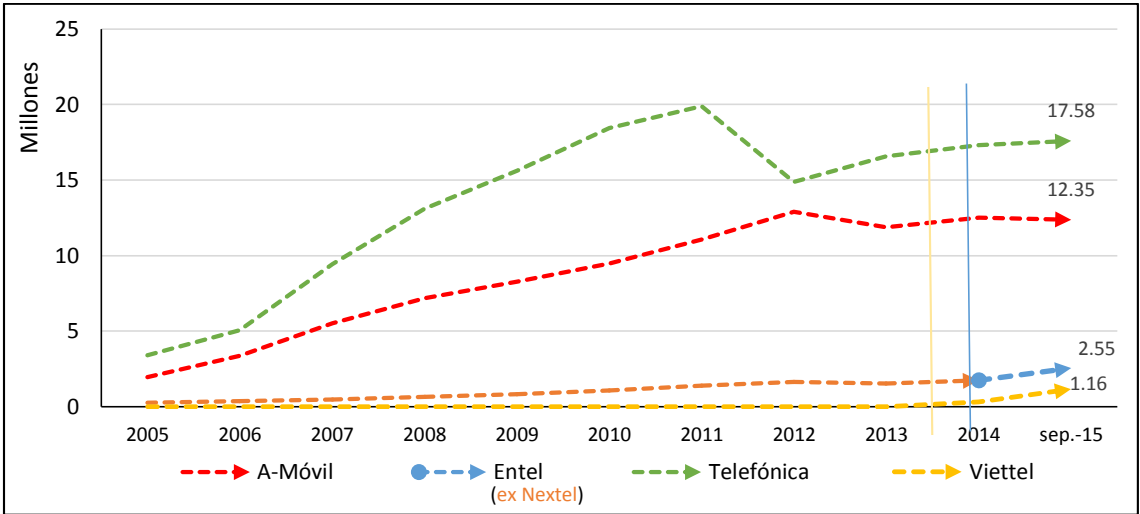
V.2. Evolución de los indicadores por empresa.

V.2.1. Desempeño de las empresas móviles

El análisis de desempeño de las empresas móviles que se presenta en esta sección tiene el objetivo de combinar un análisis de la evolución de las tasas de crecimiento (medidas en número de líneas móviles y en minutos de tráfico local saliente) y un análisis de los cambios suscitados con su desempeño a raíz de la entrada de nuevos grupos económicos.

La evolución del número de líneas en servicio, muestra que las cuatro empresas mantienen un crecimiento sostenido (ver Gráfico N° 13). No obstante, es importante evaluar la distinción entre la evolución de las líneas móviles antes de la entrada de los nuevos grupos económicos y la evolución tras su entrada al mercado.

Gráfico N° 13: Evolución del número de líneas móviles en servicio por empresa (Del 2005 a septiembre 2015)



Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

Así, se puede observar que, antes de la entrada de los nuevos grupos económicos al mercado móvil, las tasas de crecimiento promedio mensual de Telefónica y A-Móvil fueron de 0.63% y 0.46% respectivamente. Nextel, por su parte, mantenía una tasa de crecimiento promedio mensual negativa.

Tras el inicio de operaciones comerciales de Viettel, las tasas de crecimiento promedio de Nextel y Telefónica se redujeron. La tasa de crecimiento de A-Móvil, por su parte, se incrementó ligeramente; sin embargo, tras el inicio de operaciones comerciales de Entel bajo la marca del mismo nombre, la tasa de crecimiento de A-Móvil se redujo también. Por su parte, Entel logró revertir la senda negativa que venía enfrentando, e incluso consiguió una tasa de crecimiento promedio mensual cercana al 6% (ver Cuadro N° 15).

*Cuadro N° 15: Tasa de crecimiento promedio mensual por empresa*

	Promedio Mensual Jul-13 a Jun-14	Promedio Mensual Jul-14 a Set-14 (Tras entrada de Viettel)	Promedio Mensual Oct-14 a Set-15 (Tras entrada de Entel)
A-Móvil	+0.63%	+0.69%	+0.01%
Telefónica	+0.46%	+0.15%	+0.21%
Entel (ex Nextel)	-1.02%	-2.88%	+5.95%
Viettel		+58.99%	+37.52%

Nota:

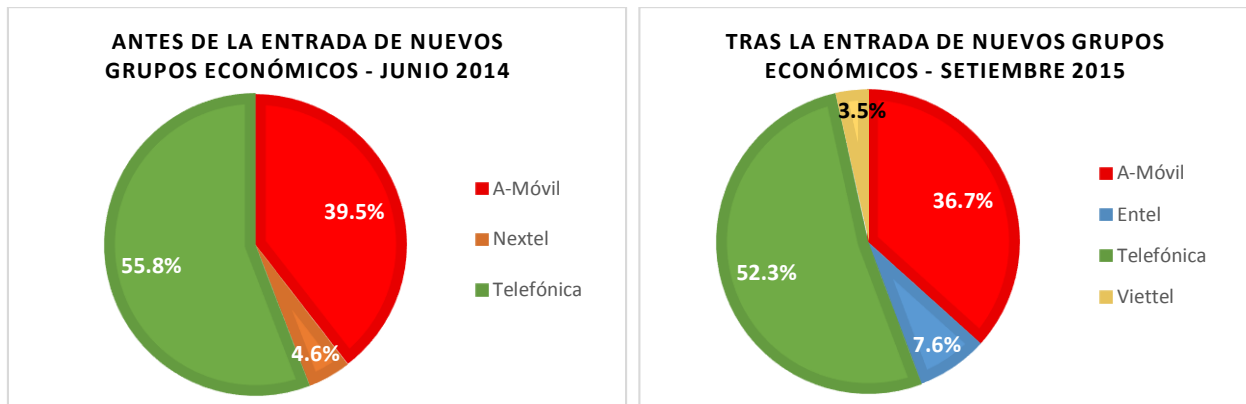
La alta tasa de crecimiento promedio mensual de Viettel se debe a que esta empresa, a diferencia de Entel, empezó desde cero.

Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

Como era de esperarse, esta situación se vio reflejada en un cambio significativo en la participación de mercado. Así, se observa que, antes de la entrada de los nuevos grupos económicos (en junio de 2014), la participación de Telefónica y A-Móvil en conjunto llegaba a más del 95%.

En cambio, a setiembre de 2015, la participación de ambas empresas se redujo, en favor de los nuevos grupos económicos que, en conjunto, alcanzaron a dicha fecha más del 11% del mercado, siendo Viettel la empresa que más participación ganó (3.5 puntos de participación de mercado, frente a Entel que ganó 3 puntos).

Gráfico N° 14: Participación de mercado (respecto a líneas en servicio) – antes y después de la entrada de nuevos grupos económicos

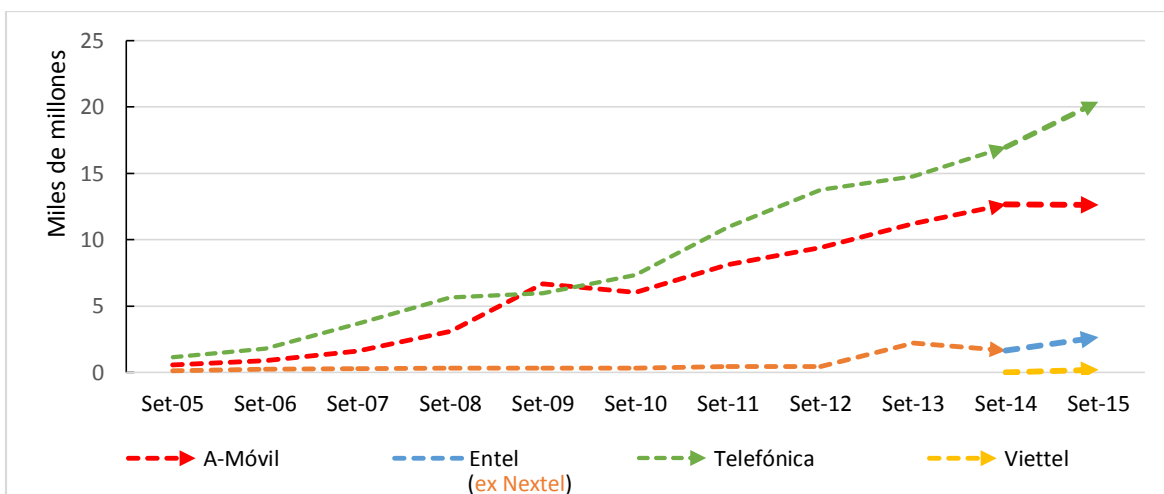


Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

En el mismo sentido, en el Gráfico N° 15 se observa que, antes de la entrada de los nuevos grupos económicos, el tráfico local saliente (tráfico acumulado de enero a setiembre de cada año) cursado por los usuarios de Telefónica y de A-Móvil se incrementaba sostenidamente. Solamente en el último año, presentaron una tasa de crecimiento de 15% y 13% respectivamente (ver Cuadro N° 16). Posteriormente, tras la entrada de Viettel y Entel, la tasa de crecimiento de Telefónica se incrementó ligeramente; sin embargo, la tasa de crecimiento de A-Móvil fue negativa.

Por su parte, tras su ingreso al mercado, Entel logró revertir la tendencia negativa que venía enfrentando Nextel respecto al tráfico local saliente cursado por sus usuarios.

Gráfico N° 15: Evolución del tráfico local saliente acumulado hasta el tercer trimestre, por empresa (De 2005 a 2015)



Fuente: Información periódica remitida por operadores móviles. Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

*Cuadro N° 16: Tasa de crecimiento promedio mensual por empresa*

	Tasa de crecimiento acumulada de Set-13 a Set-14 (Antes de entrada de nuevos grupos económicos)	Tasa de crecimiento acumulada de Set-14 a Set-15 (Antes de entrada de nuevos grupos económicos)
A-Móvil	+12.78%	-0.29%
Telefónica	+15.6%	+20.03%
Entel	-25.49%	+61.53%
Viettel		+2515.18%

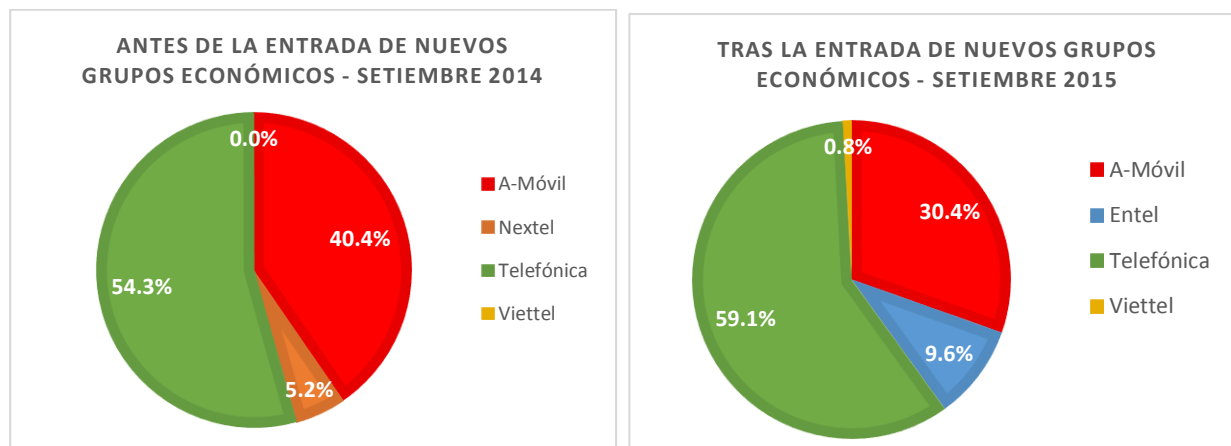
Nota:

La alta tasa de crecimiento promedio mensual de Viettel se debe a que esta empresa, a diferencia de Entel, empezó sin una base inicial de clientes.

Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

Esta situación ha generado algunas modificaciones en las participaciones de mercado. En primer lugar, Entel ha llegado casi a duplicar su participación de mercado, mientras que Viettel ha alcanzado cerca al 1% del tráfico local saliente total. Telefónica, también muestra un crecimiento cercano a 5 puntos porcentuales adicionales. A-Móvil, en cambio, ha perdido 10 puntos porcentuales de participación en este mercado.

*Gráfico N° 16: Participación de mercado  
(Respecto a tráfico local saliente cursado en el mes de Setiembre)*



Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

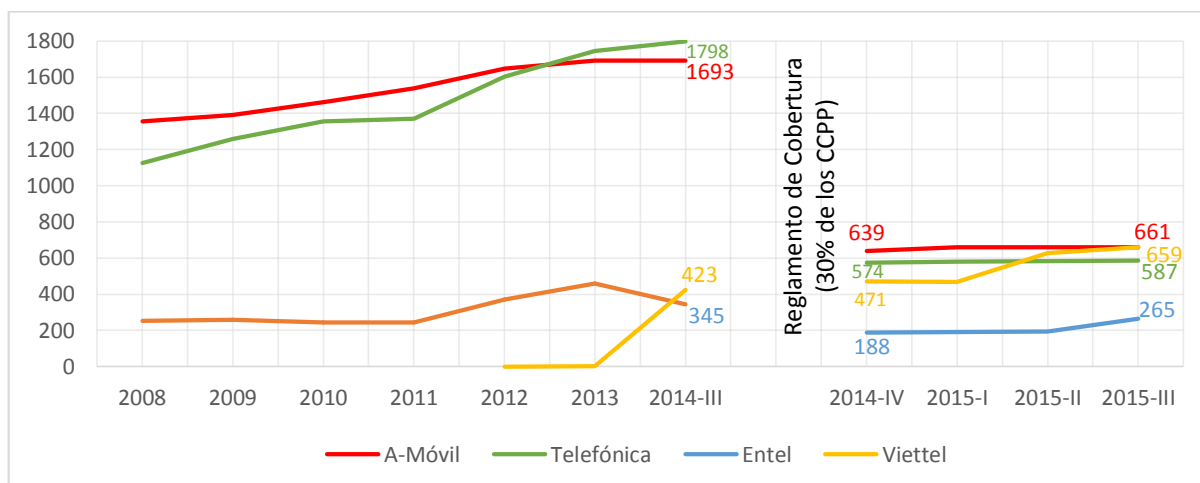
### V.2.2. Expansión de cobertura

En cuanto al estado de la cobertura distrital que posee cada empresa, se considerará únicamente los periodos tras la entrada en vigencia del Reglamento de Cobertura (ver Sección II.1.3) que especifica las exigencias para considerar que un distrito cuenta con cobertura.

En primer lugar, se observa que Viettel es la empresa con mayor crecimiento de su cobertura pues, en la actualidad, ya es el segundo operador con mayor cobertura del país. Ello se debe a las inversiones realizadas por la empresa desde antes del inicio de operaciones comerciales.

En segundo lugar, se observa que, en comparación con el cuarto trimestre del año 2014, A-Móvil y Telefónica han incrementado su cobertura en 22 y 13 distritos, respectivamente. Finalmente, si bien Entel continúa siendo la empresa que menor cobertura posee, viene incrementándola progresivamente (ver Gráfico N° 17).

Gráfico N° 17: Evolución de la cobertura distrital por empresa



Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

### V.2.3. Distribución del Espectro Radioeléctrico

La distribución del Espectro Radioeléctrico por empresa ha cambiado significativamente respecto a años previos debido a las nuevas asignaciones de espectro que se han suscitado. Así, se ha licitado el espectro disponible de la banda de 1900 MHz y se han atribuido tres bandas adicionales a los servicios de comunicaciones móviles: la banda de 900 MHz, la banda AWS (1.7/2.1 GHz) y la banda de 700 MHz (conocida como dividendo digital). De ellas, las dos primeras han sido asignadas, mientras que la de 700 MHz está en proceso de licitación.

Como se ha señalado antes, estas licitaciones han permitido el ingreso de dos nuevos grupos económicos al mercado móvil. Viettel ingresó por primera vez al mercado peruano tras la asignación del bloque C de la banda de 1900 MHz, en mayo 2011, convirtiéndose en el cuarto operador móvil, mientras que el Grupo Entel Chile ingresó en julio 2014 cuando, mediante su filial en Perú -

Americatel-, ganó el bloque B de la banda AWS. En el Cuadro N° 17 se puede observar la actual asignación de Espectro.

*Cuadro N° 17: Asignación de Espectro Radioeléctrico <sup>(1)</sup> (A diciembre 2015)*

Bandas de Frecuencias		TELEFONÍA MÓVIL			PCS						AWS			TRONCALIZADO	TOTAL
		Banda de 850 MHz		Banda de 900 MHz	Banda de 1900 MHz						Banda 1.7/2.1 GHz			Banda de 800 MHz	
		A	B		A	B	C	D	E	F	A	B	C	-	
Canalización		25	25		30	25	25	10	25	5	20	20	20	36	
Espectro Asignado	Telefónica	25				25					40				90
	A-Móvil		25		30					5					60
	Entel							10	25					3.9 – 16.4	75 + troncalizado
	Viettel			32-Lima 26-Resto			25						40 <sup>(2)</sup>		57 -Lima 51 -Resto
Espectro Disponible													40		

Nota:

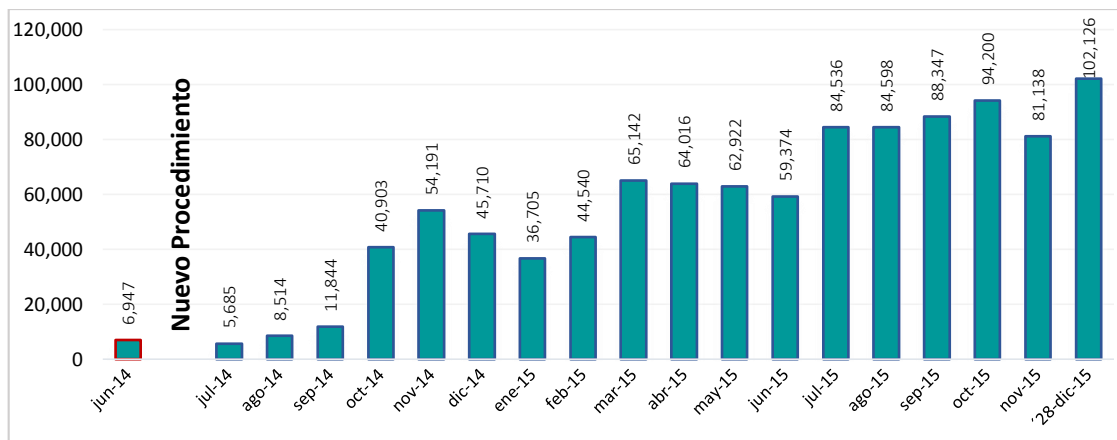
- (1) EL tope de 60 MHz en total por concesionario se mantiene, pero éste solo aplica a las bandas de telefonía móvil, PCS y troncalizado; es decir, no incluye a la banda AWS ni a la banda de 700 MHz, dedicadas a servicios móviles avanzados.
- (2) El bloque B de la banda 1.7/2.1 GHz inicialmente le fue otorgado a Americatel. Posteriormente, fue transferida a Entel.

Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Elaboración: OSIPTEL.

### V.3. Evolución de la Portabilidad numérica

Tras los cambios realizados al procedimiento de Portabilidad Numérica Móvil (ver Sección II.1.4). que entraron en vigencia el 16 de julio de 2014, el número de portaciones mensuales se ha ido incrementando sostenidamente. Así, solo en diciembre de 2015 (información hasta el 28 de diciembre) han sido portadas más de cien mil líneas móviles, ver Gráfico N° 18.

*Gráfico N° 18: Evolución Mensual de Líneas Móviles Portadas*

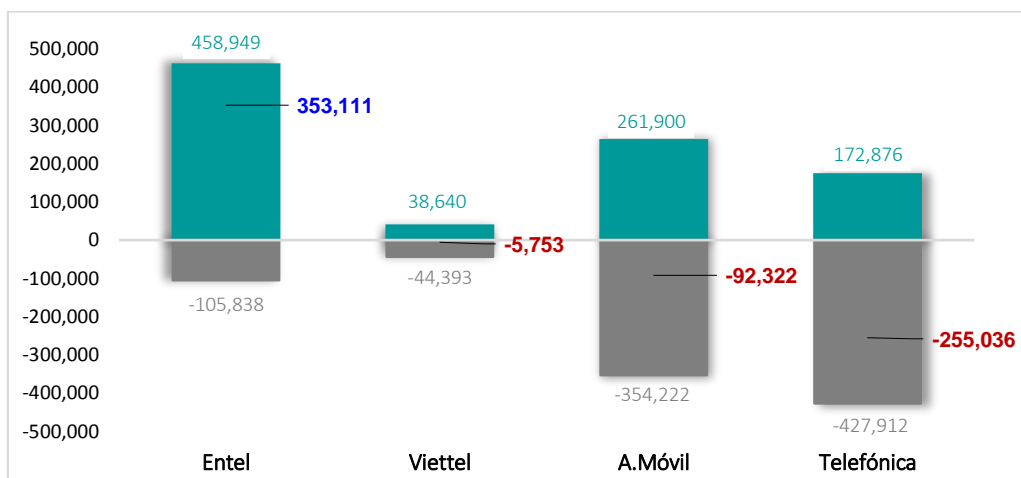


Fuente: ABD. Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

Esto significa que en año y medio, más de un millón de usuarios, han ejercido el derecho de cambiar de empresa móvil, sin perder su número telefónico. De estos, cerca del 50% han optado por portarse hacia las redes de Entel. Esta situación podría estar explicada, entre otros aspectos, por las constantes promociones y beneficios que viene ofreciendo esta empresa a los usuarios que decidan portarse hacia Entel, estrategia que ha sido desplegada por la empresa desde su ingreso al mercado móvil (ver Sección IV).

En tanto, la posición neta acumulada de líneas portadas al 30 de noviembre de 2015, muestra que Entel es la única empresa que cuenta con más líneas móviles recibidas que cedidas. En ese sentido, Entel tiene la condición de receptor neto, mientras que las demás empresas son cedentes netos (ver Gráfico N° 19)

*Gráfico N° 19: Posición Neta Acumulada de líneas Móviles Portadas (Al 30 de noviembre de 2015)*



Fuente: ABD. Elaboración: GPRC – OSIPTEL.

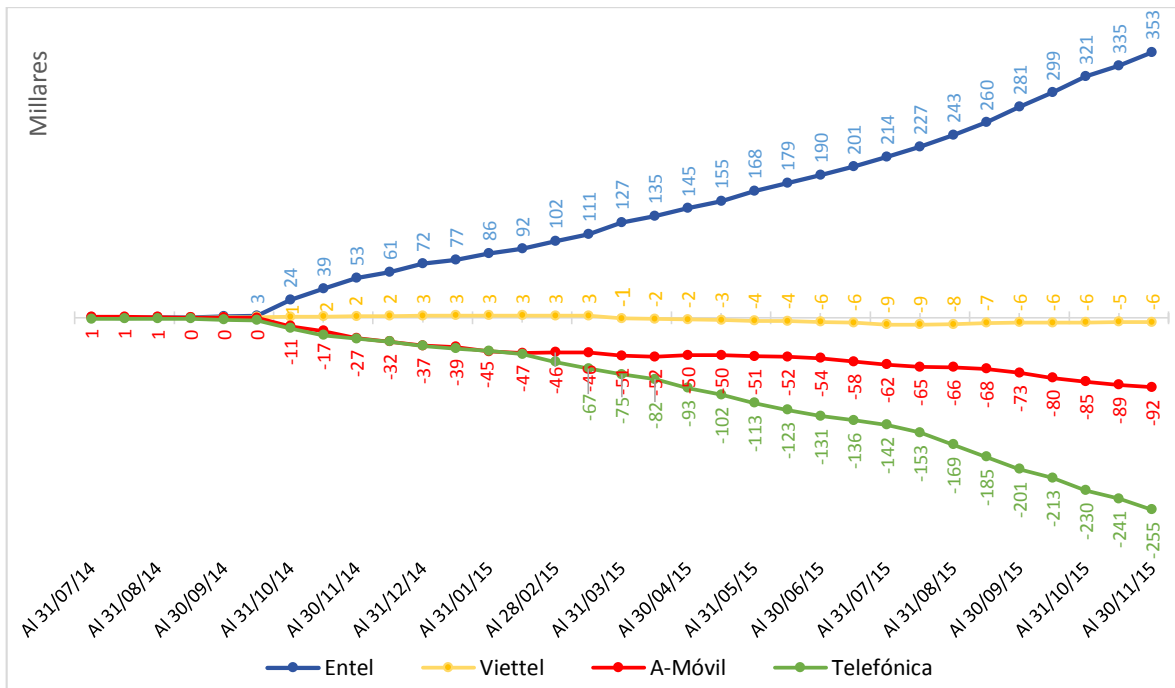
Al observar evolución de la posición neta acumulada de líneas móviles portadas por empresa, se percibe que, desde la entrada en vigencia del nuevo procedimiento, Telefónica posee la condición de Cedente Neto, la misma que mantiene hasta la actualidad.

En tanto, A-Móvil, quien poseía la condición de Receptor Neto hasta octubre de 2014, fecha en la que Entel inicia operaciones comerciales, empieza sostenidamente a perder más líneas móviles de las que gana mensualmente, por tanto, se convierte en un nuevo Cedente Neto.

Viettel, por su parte poseía la condición de Recetor Neto hasta marzo de 2015, fecha en la que empezó a ceder más líneas de las que recibía mensualmente. En ese sentido, desde entonces mantiene la posición de Cedente Neto, dejando a Entel como el único Receptor Neto del mercado.



Gráfico N° 20: Evolución de la Posición Neta Acumulada de líneas Móviles Portadas (Al 30 de noviembre de 2015)



Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

#### V.4. Evolución de los indicadores por modalidad contractual.

Otro cambio importante en el mercado móvil ha sido el incremento sostenido de los clientes que optan por contratar un plan asociado a una renta mensual, sea bajo la modalidad postpago o de consumo controlado.

De esta manera se observa en el Gráfico N° 21 que, aun siendo menor el número de líneas en servicio asociadas a una renta mensual, desde el año 2010, la cantidad de tráfico local cursado por estas líneas es mayor al tráfico local cursado por las líneas prepago.

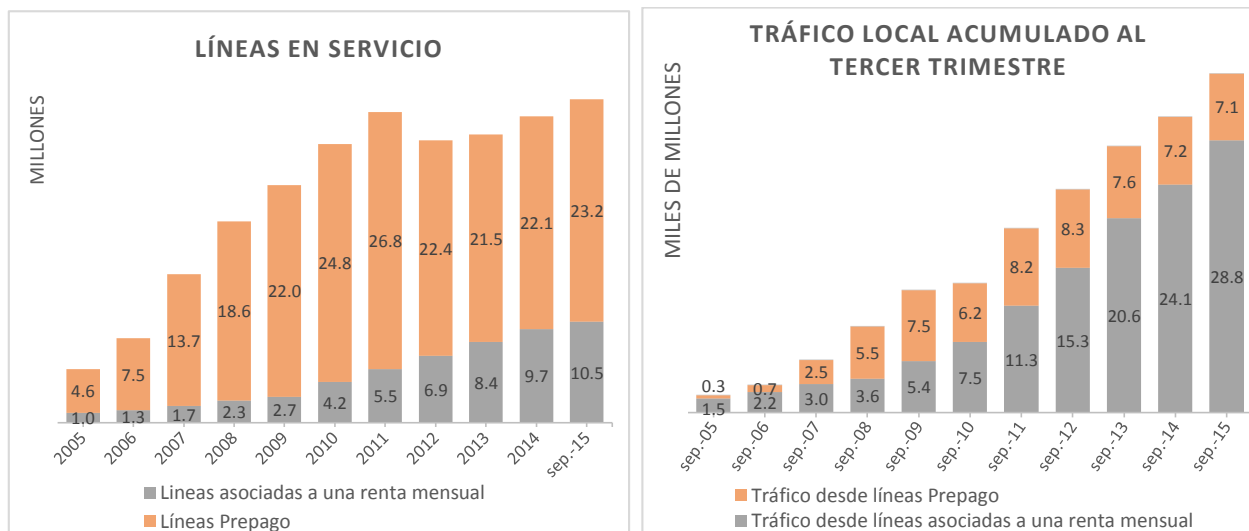
Asimismo, se observa que, a setiembre 2015, aproximadamente una (1) de cada tres (3) líneas en servicio están asociadas a una renta mensual, y que cuatro (4) de cinco (5) minutos del tráfico local son cursados desde líneas asociadas a una renta mensual.

Finalmente, se observa que la tasa de crecimiento de las líneas y del tráfico asociado a una renta mensual viene siendo superior a la tasa de crecimiento de las líneas y del tráfico prepago.

Así, en los últimos 3 años, las líneas asociadas a una renta mensual han crecido en promedio 14.9% anualmente, mientras que las líneas prepago han crecido en promedio 1.1% anualmente. En cuanto

al tráfico local, aquel cursado desde líneas asociadas a una renta mensual ha crecido en promedio a una tasa anual de 23.6%, mientras que aquel cursado desde líneas prepago ha decrecido a una tasa anual promedio de -5.1%.

*Gráfico N° 21: Evolución de las líneas en servicio y el tráfico local acumulado, por modalidad contractual (de 2005 a setiembre de 2015)*

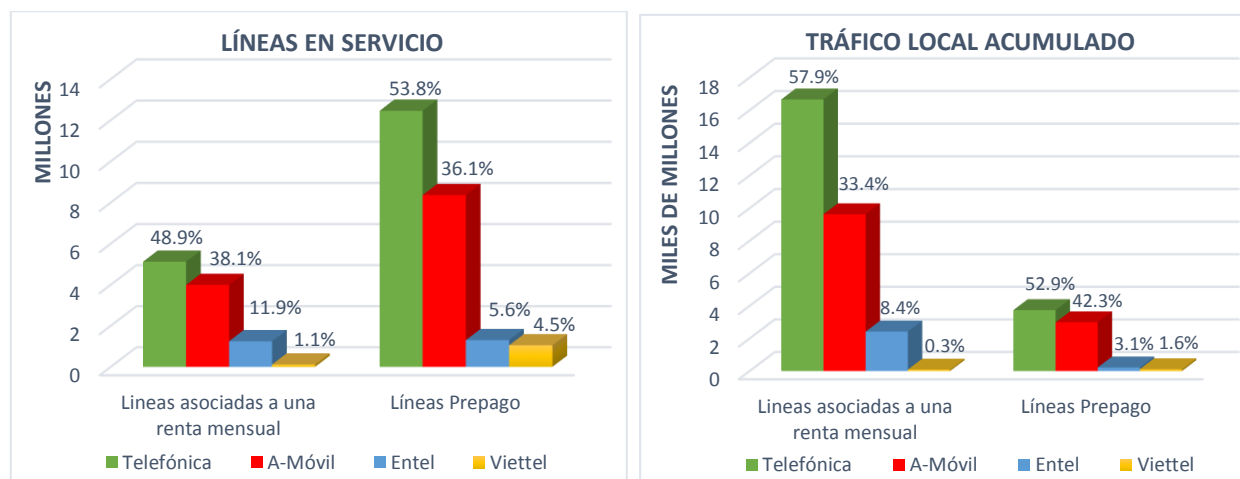


Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

Este incremento de las líneas asociadas a una renta mensual, puede deberse entre otros aspectos, a los crecientes beneficios que vienen ofreciendo las empresas móviles los últimos años, para clientes de esta modalidad contractual (ver Sección IV), y a la creciente demanda de datos móviles, pues los planes asociados a una renta mensual ofrecen mejores condiciones de acceso a internet móvil y mayores descuentos para la adquisición de equipos terminales inteligente.

Ahora bien, al desagregar las líneas y el tráfico por operador bajo cada modalidad contractual, se observa que en todos los casos se mantiene más o menos la misma distribución, siendo Telefónica el operador que cuenta con mayor participación tanto en líneas y tráfico local prepago, como en líneas y tráfico local asociado a una renta mensual (ver Gráfico N° 22).

Gráfico N° 22: Distribución por empresa de cada modalidad contractual (A setiembre de 2015)

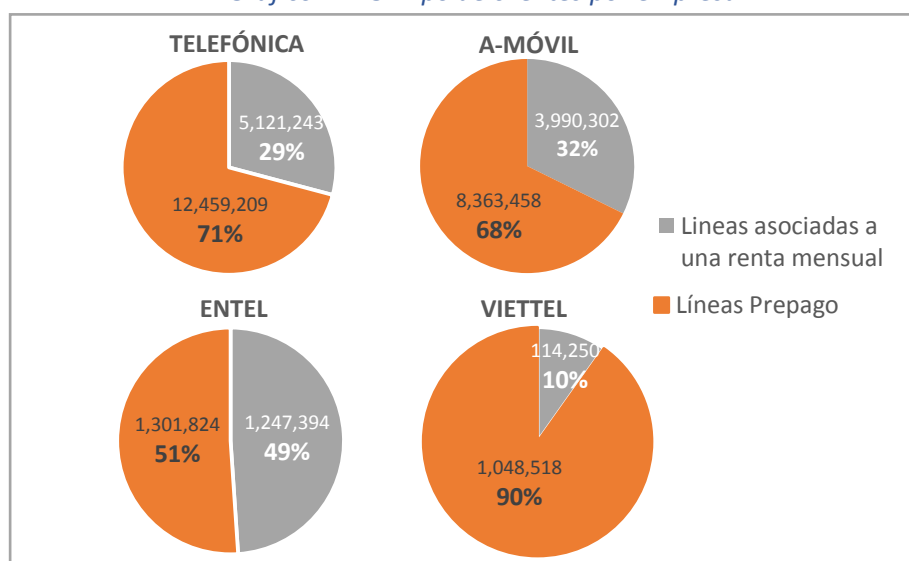


Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

Por otra parte, al analizar el porcentaje de cada modalidad contractual por empresa, se observa que Telefónica y A-Móvil poseen una distribución de clientes homogénea, donde aproximadamente 7 de cada 10 líneas en servicio son prepago.

Entel y Viettel, en cambio, poseen una distribución de líneas en servicio diferente. Por un lado, 5 de cada 10 líneas en servicio de Entel están asociadas a una renta mensual. Por otro lado, solo 1 de cada 10 líneas en servicio de Viettel están asociadas a una renta mensual. Esta distribución refleja la estrategia y el segmento al que se dirige de cada una de las empresas, la misma que ha sido analizada previamente (ver Gráfico N° 23).

Gráfico N° 23: Tipo de clientes por empresa



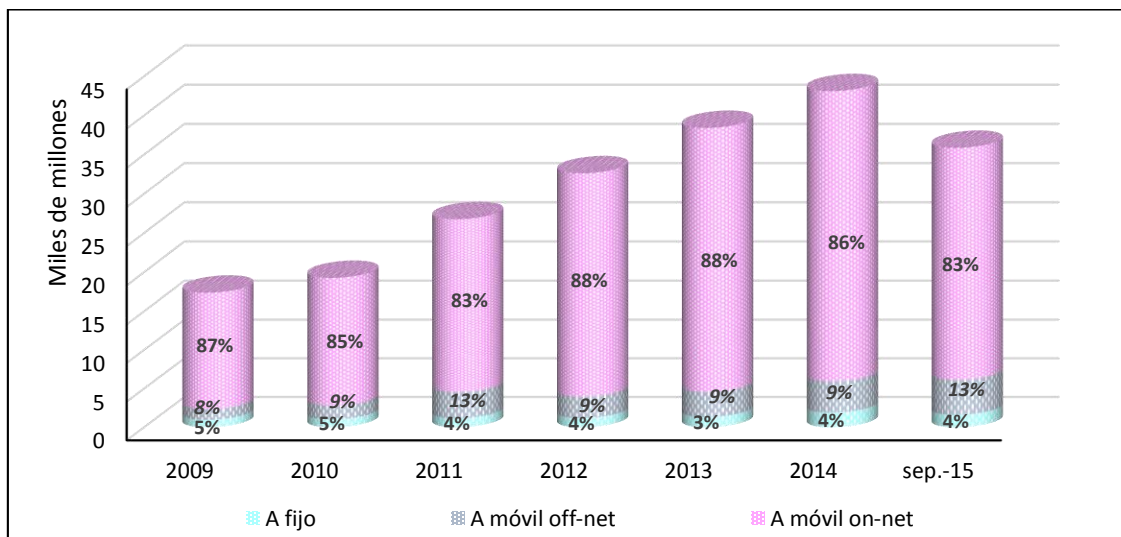
Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

### V.5. Evolución del diferencial on-net/off-net

Finalmente, es importante cerrar esta sección analizando la distribución del tráfico por destino. A partir de ello, se observa que el tráfico off-net está ganando mayor participación en este último año (ver Gráfico N° 24).

Esta situación puede tener dos explicaciones. La primera es que se deba al cambio en la estructura de mercado, producto del ingreso de los dos nuevos grupos económicos, lo que generaría que se efectúen más llamadas hacia otro operador. La segunda es que la reducción del cargo móvil (ver Sección II.1.8), que ha disminuido los costos de las llamadas off-net y, por tanto, ha permitido reducir las tarifas de estas llamadas y, a su vez, ha permitido que cada vez más planes postpago incluyan minutos ilimitados a cualquier operador.

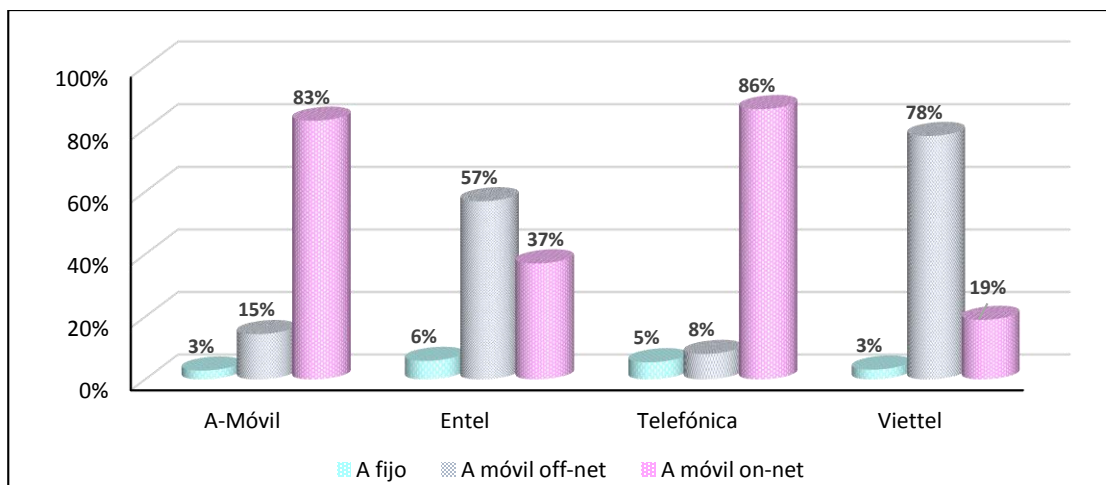
*Gráfico N° 24: Distribución del tráfico local saliente por destino.  
(A setiembre 2015)*



Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

El análisis de este indicador por empresa permite observar que, mientras los clientes de Telefónica y A-Móvil cursan en su mayoría tráfico on-net (más de 8 de cada 10 minutos son cursados a clientes de la misma red), los clientes de Entel y Viettel cursan mayor tráfico off-net, pues se trata de operadores con un menor número de usuarios en comparación con Telefónica y A-Móvil (ver Gráfico N° 25).

Gráfico N° 25: Distribución del tráfico local saliente por destino por cada empresa.  
(A setiembre 2015)



Fuente: Información reportada por las empresas. Elaboración GPRC – OSIPTEL

#### V.6. Problemática con la información reportada respecto a Internet Móvil

En esta sección correspondería analizar la evolución del servicio de Internet Móvil; no obstante, a pesar del esfuerzo que viene realizando el OSIPTEL para recopilar la información de las empresas operadoras, respecto al número de líneas que acceden a dicho servicio y el tráfico cursado, no se ha logrado obtener la información necesaria para emitir estadísticas.

Al respecto, si bien algunas empresas operadoras como A-Móvil, TVS Wireless S.A.C., Cablevisión S.A.C., OLO del Perú S.A.C., Velatel Perú S.A.C. y Viettel vienen cumpliendo con la entrega de información exacta y completa, dentro de los formatos establecidos y plazos señalados, existen otras empresas operadoras, en particular Entel y Telefónica, que debido a los continuos incumplimientos en la entrega de información impiden que se cuente con información consistente y actualizada del servicio de Internet móvil en la industria. Estas conductas vienen siendo evaluadas por el OSIPTEL en los Procesos Administrativos correspondientes.

## VI. Conclusiones y Perspectivas a futuro.

Los cambios a nivel de marco regulatorio, como el lanzamiento de nuevas marcas y el ingreso de nuevos grupos económicos sin duda ha tenido un impacto positivo en el mercado móvil. En primer lugar, porque como se detalló en la Sección IV, las empresas móviles han desarrollado una serie de estrategias comerciales que han beneficiado a los consumidores. En segundo lugar, porque la estructura de mercado ha cambiado, rompiendo el esquema cuasi-duopólica que enfrentaba el mercado móvil desde el año 2005, y dando un impulso extra a la expansión del servicio, tanto en términos de líneas en servicio y tráfico como de cobertura.

Se espera que en el corto plazo sigan suscitándose cambios en el desempeño de este mercado, gracias al incremento de la competencia y a los nuevos servicios que se van desarrollando.

Así, en el corto plazo, se espera que tanto Entel como Viettel sigan ganando participación, y se espera también el ingreso de los Operadores Móviles Virtuales. Con ello, se presentará mayor competencia y desconcentración en el mercado. Producto de ello, se espera que los operadores lancen más ofertas comerciales que beneficien a los usuarios y dinamicen el mercado, como las que se han venido observando en los últimos meses. Del mismo modo, se espera que los servicios móviles se sigan expandiendo en más distritos del país.

De otro lado, en el mediano plazo, se espera que los clientes sean cada vez más intensivos en el consumo de datos móviles, con lo que se incrementará la adquisición de equipos móviles inteligentes (*Smartphones*) y planes que permitan mayores velocidades y capacidades de descarga. De esta manera, se prevé que se mantenga la tendencia creciente de líneas asociadas a rentas mensuales, del lado de la demanda. Del lado de la oferta, se espera que cuando se adjudiquen los bloques de la Banda de 700 MHz, se presenten mayores velocidades ofertadas y/o menores tarifas asociadas al servicio.