

Comercialización o Reventa de Tráfico y/o Servicios Públicos de Telecomunicaciones

02 de Julio de 2002

- **Antecedentes**
- **Marco Normativo Vigente**
- **Diagnóstico**
- **Beneficios de la Reventa**
- **Riesgo de la Reventa**
- **Sobre la obligatoriedad de la reventa**
- **Sobre la fijación de descuentos**
- **Propuestas**

- **Comercialización de tráfico y/o servicios públicos de telecomunicaciones**
 - ✓ “Posibilidad de que una persona, natural o jurídica, adquiera servicios y/o volumen al por mayor de tráfico con la finalidad de ofertarlos a terceros”. (Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones, art 135-A)
 - ✓ También es conocida como reventa.
 - ✓ La experiencia internacional muestra que tiene un papel importante en el proceso de competencia, en la promoción y desarrollo de más y mejores servicios y tecnologías así como en el uso eficiente de las redes de telecomunicaciones.

- ✓ Puede ser un vehículo efectivo de entrada para nuevos competidores que inicialmente carecen de recursos para construir su propia infraestructura pública de telecomunicaciones.
- ✓ Puede traer beneficios significativos para los consumidores como un medio de arbitraje: Mediante la reventa un agente del mercado (revendedor o comercializador) generalmente adquiere tráfico por volumen a uno o varios concesionarios a fin de que luego lo venda a los consumidores finales.
- ✓ Sin embargo, también puede reducir los incentivos para realizar inversiones en infraestructura, por ello algunas administraciones han optado por priorizar el desarrollo de infraestructura sobre el de la competencia generada por la reventa.

- **Lineamientos de Política de Apertura del mercado de las telecomunicaciones del Perú (D. S. N° 020-98-MTC)**
 - **Numeral 22.-** Para prestar servicios públicos de telecomunicaciones, con excepción de los de valor añadido, es requisito el otorgamiento de una concesión. Los concesionarios tendrán derecho a revender sus servicios a terceros autorizados por el MTCVC.
 - **Numeral 33.-** La comercialización en general será permitida. Se entiende por comercialización la posibilidad de que un concesionario compre un volumen al por mayor de tráfico y lo revenda al por menor. Se otorgarán licencias de operación a los comercializadores puros, es decir, aquellos que no construyan infraestructura. La autoridad regulatoria no establecerá niveles de descuento obligatorios pero sí que los descuentos sean ofrecidos de manera no discriminatoria y que sean publicados. Quienes detenten este tipo de licencias, no tendrán los derechos ni las obligaciones de los concesionarios, por ejemplo, en relación a la interconexión.

- **Reglamento General de la Ley de Telecom.(con mod. DSN° 002-99-MTC)**

Artículo 135° A .- Los servicios públicos de telecomunicaciones y/o el tráfico pueden ser comercializados, entendiéndose esta actividad como la posibilidad de que una persona, natural o jurídica, adquiera servicios y/o volumen al por mayor de tráfico con la finalidad de ofertarlos a terceros. Son Comercializadores Puros aquellos que no construyan infraestructura en telecomunicaciones ni cuenten con concesión; para tal efecto, deben inscribirse en el Registro de Comercializadores a cargo del Ministerio. Previo al inicio de sus actividades de comercialización deberán obtener el correspondiente Certificado. Corresponde al Ministerio establecer los requisitos y procedimientos para la inscripción en el Registro de Comercializadores.

- **Reglamento General de OSIPTEL (DS N° 008-2001-PCM)**

Artículo 25°.- En ejercicio de la función normativa pueden dictarse reglamentos o disposiciones de carácter general referidas a los siguientes asuntos:

Relaciones entre las empresas comercializadoras y las entidades operadoras y, entre aquellas y los usuarios finales; en aquellos aspectos relativos a la comercialización de tráfico de telecomunicaciones.

- **Norma que establece requisitos, procedimiento y demás aspectos vinculados a la inscripción en el "Registro de Comercializadores" (R.M.110-2000-MTC/15.03).**

Define procedimiento, requisitos y demás aspectos vinculados a la inscripción en el "Registro de Comercializadores", a cargo de la Unidad Especializada en Concesiones de Telecomunicaciones (UECT) del MTCVC.

- **Normas relativas a la comercialización del tráfico y/o de los servicios públicos de telecomunicaciones (Res. 049-2000-CD/OSIPTEL).**

OSIPTEL aprobó las normas relativas a la comercialización del tráfico y/o de los servicios públicos de telecomunicaciones cuyo objetivo es establecer las relaciones entre un comercializador y un concesionario y entre un comercializador y un usuario.

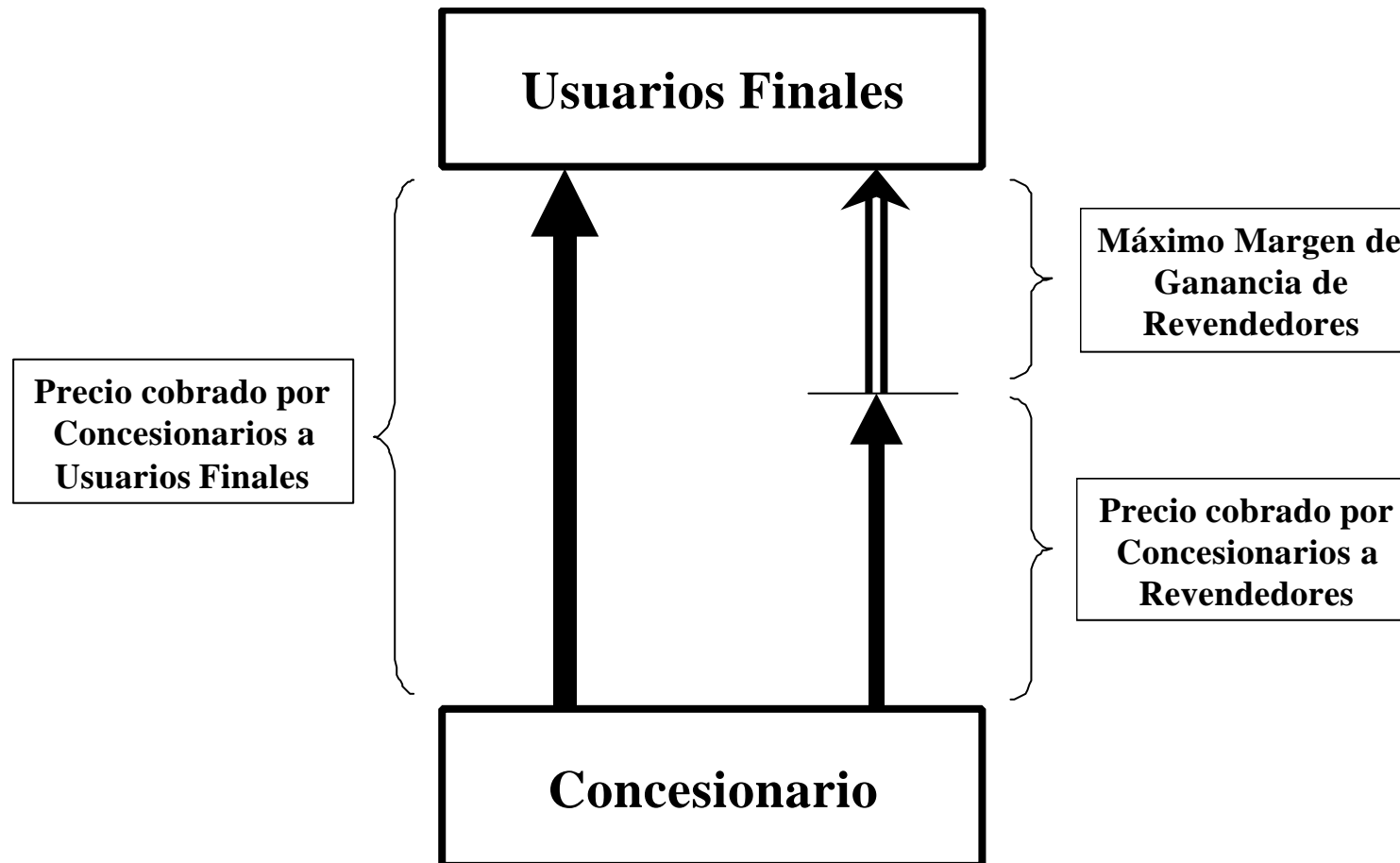
- **Clasificación de los comercializadores:**

Comercializadores concesionarios: Aquellos que contando con concesión para prestar servicios públicos de telecomunicaciones, pueden comercializar servicios y/o tráfico de terceros, previa inscripción en el Registro de Comercializadores (R. M. N° 110-2000-MTC/15.03).

Comercializadores puros: Aquellos que no construyan infraestructura en telecomunicaciones ni cuenten con concesión (Reglamento General de la Ley de Telecom.). Aquellos que sin contar con concesión para prestar servicios públicos de telecomunicaciones, pueden comercializar servicios y/o tráfico de terceros, previa inscripción en el Registro de Comercializadores (R.M. N° 110-2000-MTC/15.03).

- **Comercializadores inscritos:**

En el “Registro de Comercializadores” a cargo de la UECT-MTC toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, debe inscribirse a fin de poder realizar la actividad de comercialización. Al 26 de junio 2002 se han registrado 54 personas.



- ✓ Puede incentivar el uso eficiente de las redes de telecomunicaciones. En tanto los comercializadores, lleguen a nuevos clientes, pueden incrementar el tráfico de los concesionarios que les venden el servicio, de forma tal que éstos puedan utilizar una mayor capacidad de sus redes.
- ✓ Evita la inversión innecesaria en infraestructura a través de la construcción de redes paralelas.
- ✓ Permite reducir los costos a los propietarios de las redes (costos en facturación, marketing, gastos por servicio al cliente y costos por la atención de reclamos de usuarios) para vender sus servicios.
- ✓ Puede promover una mayor competencia entre los concesionarios, quienes tratarán de captar a los comercializadores vía menores precios.

- ✓ Debe tenerse presente que la comercialización puede reducir los incentivos para realizar inversiones en infraestructura, sobretodo en el servicio local donde las inversiones son más altas, especialmente en aquellos casos en que resulten excesivos los descuentos que se tengan que otorgar a los comercializadores.

- ✓ El objetivo regulatorio de la Comercialización de servicios es incrementar la competencia en los mercados de telecomunicaciones. En este sentido, la comercialización es beneficiosa en los mercados como medio de acceso, y principalmente tendrá efectos positivos en aquellos mercados menos competitivos.
- ✓ El comercializador es un agente que tiene ventajas para cumplir su función (se ha especializado en el rubro transacciones con los usuarios) por lo que sabe llegar al usuario o tiene una cadena de distribución que le permite una mejor atención a los usuarios. A diferencia del concesionario que se especializaría en el rubro producción (manejo de la red).
- ✓ Posiblemente las empresas concesionarias establecidas no estén interesadas en incrementar la competencia en los mercados en los cuales operan (acostumbradas a buscar el beneficio por precios), por ello, si el objetivo es promover la competencia será necesario declarar la obligatoriedad de la reventa; de otro modo el efecto de la comercialización sería marginal en el fomento de la competencia.

- ✓ Sin embargo, debe recordarse que existe otro objetivo de la política regulatoria: promover la inversión en infraestructura, principalmente en aquellos servicios donde la penetración es aún muy baja.

Bajo este contexto, se propone dejar abierta la posibilidad que OSIPTEL determine la obligatoriedad de la comercialización, por parte de las empresas concesionarias, teniendo en cuenta los dos objetivos antes mencionados.

- ✓ En los Lineamientos de Política de Apertura se señaló que la autoridad regulatoria no establecería niveles de descuentos obligatorios, pero si que estos descuentos no sean discriminatorios.
- ✓ La presencia de comercializadores puede originar una presión competitiva en el mercado, dado que pueden ofrecer mejor calidad del servicio y/o mejor atención al cliente y/o menor tarifa por el servicio.
- ✓ En situaciones donde funciona el esquema de comercialización o reventa los concesionarios otorgan a los revendedores un descuento en el precio al por mayor que no otorgan a sus usuarios finales.
- ✓ Este descuento tiene como sustento que el comercializador adquiere el tráfico por volumen, por lo que el concesionario no incurre en los costos que involucra el realizar numerosas transacciones de pequeños niveles de tráfico, sino que sólo requiere de pocas transacciones con comercializadores. Al dar su tráfico en reventa, los concesionarios se evitan costos como los de marketing, facturación y cobranza a cada uno de los usuarios (costos evitables), entre otros.

- ✓ Podría suceder que a pesar de existir la obligatoriedad de la comercialización en un mercado, los concesionarios ofrezcan descuentos al por mayor tan bajos que los comercializadores no estén en la capacidad de competir vía precios, ello porque el concesionario podría no tener ningún incentivo a vender el insumo de su competidor a un precio bajo, aunque este cubra los costos de producción.
- ✓ Sin embargo, debido a que los comercializadores puros no construyen infraestructura (necesaria para el desarrollo y sostenibilidad del servicio prestado), la reventa puede generar efectos negativos en el mercado al reducir los márgenes de ganancia de los concesionarios y con ello, reducir los incentivos para realizar mayores inversiones en infraestructura.

Por ello, se propone dejar abierta la posibilidad que OSIPTEL determine las condiciones de la comercialización y en particular la tasa de descuento a la que el concesionario ofertará su tráfico y/o servicios públicos de telecomunic.

*Bajo este contexto, y con el objetivo de promover el acceso de nuevos agentes en aquellos mercados donde no exista competencia efectiva, se propone **modificar los Numerales 22 y 33 de los Lineamientos de Política de Apertura** con la finalidad de que OSIPTEL tenga la potestad de determinar la obligatoriedad de que un concesionario venda tráfico y/o servicios públicos de telecomunicaciones a un comercializador así como que determine o fije descuentos que debe efectuar el concesionario al comercializador de servicios:*

- **“Numeral 22.-** Las empresas operadoras de servicios públicos de telecomunicaciones tienen derecho a vender sus servicios a comercializadores autorizados por el MTCVC.

OSIPTEL tiene la facultad de establecer la obligatoriedad de la venta de tráfico y/o servicios públicos de telecomunicaciones por parte de dichas empresas operadoras a comercializadores autorizados, así como las condiciones para su comercialización.”

- **“Numeral 33.-** Se entiende por comercialización o reventa la actividad que consiste en que una persona natural o jurídica adquiera servicios y/o volumen de tráfico al por mayor con la finalidad de ofertarlos a terceros.

Los descuentos que ofrezcan las empresas operadoras serán ofrecidos de manera no discriminatoria y serán publicados.

Quienes sean titulares de este tipo de licencias, no tendrán los derechos ni las obligaciones de los concesionarios, por ejemplo, con relación a la interconexión.”

Muchas gracias,

www.osiptel.gob.pe