

Resolución Administrativa Regulatoria ATT-DJ-RAR-TL LP 321/2020

La Paz, 28 de Septiembre de 2020

VISTOS:

La Resolución Administrativa Regulatoria TL No 106/2010 emitida por la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (**ATT**), el 23 de febrero de 2010 (**RAR 106/2010**); la Resolución Ministerial N° 088 (**RM 088**) emitida por el Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda (**MOPSV**) de 29 de abril de 2013; el Informe Técnico ATT-DTLTIC-INF-TEC LP 185/2020 emitido por la Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC, el 17 de junio de 2020 (**INFORME TÉCNICO 185/2020**), los antecedentes del caso, la normativa vigente aplicable y todo lo que se vio y se tuvo presente:

CONSIDERANDO 1. ÁMBITO DE COMPETENCIA.-

Que conforme a lo señalado en la Disposición Transitoria Novena de la Ley N° 164, de 8 de agosto de 2011, General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación (**LEY 164**), la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transportes cambia de denominación a Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (**ATT**), asumiendo las atribuciones, competencias, derechos y obligaciones en materia de telecomunicaciones, tecnologías de la información y comunicación, transportes y servicio postal, bajo tuición del Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda (**MOPSV**).

CONSIDERANDO 2: ANTECEDENTES.-

Que mediante RAR 106/2010 la ATT aprobó el Instructivo sobre Campañas Promocionales y Publicidad en los Mercados de Telecomunicaciones, revocando las Resoluciones Administrativas Regulatorias N° 2008/2656 de 13 de noviembre de 2008 y N° 2008/2738 de 24 de noviembre de 2008 y en su mérito la Resolución Administrativa Regulatoria N° 2008/1999, modificando el contenido de los artículos 6, 8, 11, 12 y 18 de acuerdo a los criterios de legitimidad establecidos en las Resoluciones Administrativas N° 2087 y N° 2088 de la Ex Superintendencia General del SIRESE.

Que a través de la RM 088 de 29 de abril de 2013, se aprobó el Reglamento del Régimen de Regulación Tarifaria de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información y Comunicación la cual en su parte Resolutiva Cuarta, determinó que la ATT aprobara los instructivos sobre la publicidad y promociones en la prestación del servicio, permaneciendo entre tanto vigente el actual instructivo.

Que por medio del INFORME TÉCNICO 185/2020, la Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC de la ATT, estableció que con el fin de contar con un Instructivo actualizado sobre la Campaña y Publicidad en los Mercados de Telecomunicaciones en el marco de lo establecido en la RM 088, se realizó el análisis y evaluación de las disposiciones relativas a las promociones y publicidades de los servicios de telecomunicaciones contenidas en la RAR 106/2010, en ese entendido, producto del señalado análisis, se recomendó dejar sin efecto la señalada Resolución Administrativa Regulatoria y aprobar el nuevo “*Instructivo sobre Campañas Promocionales y Publicidad en los Mercados de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información y Comunicación*”.



I-LP-10413

CONSIDERANDO 3: MARCO NORMATIVO.-

Que el numeral 5 del artículo 14 de la LEY 164, dispone que: *“La ATT tiene como atribución la de Regular, controlar, supervisar y fiscalizar la correcta prestación de los servicios y actividades por parte de los operadores o proveedores de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación (...)”*.

Que el numeral 15 del artículo 14 de la señala LEY 164, establece que la ATT tiene entre sus atribuciones las de *“Elaborar, actualizar y modificar manuales, instructivos, circulares y procedimientos aplicados en el sector”*.

CONSIDERANDO 4: ANÁLISIS.-

Que por lo expuesto y debido a que el presente Ente Regulador tiene la atribución de aprobar instructivos los cuales serán aplicados en el sector de telecomunicaciones, de conformidad al numeral 15 del artículo 14 de la LEY 164, corresponde aprobar el nuevo *“Instructivo sobre Promociones y Publicidad en los Mercados de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información y Comunicación”*.

Que en atención a lo dispuesto en la R.M. 088, la Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC's de la ATT, procedió a realizar un análisis de toda la normativa regulatoria en actual vigencia, así como lo establecido en la RAR 106/2010, con referencia a las disposiciones relativas a las campañas promocionales y publicidad en los mercados de telecomunicaciones.

Que producto del señalado análisis, el cual se encuentra plasmado en el INFORME TÉCNICO 185/2020, la Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC's del presente Ente Regulador, recomendó la aprobación del nuevo *“Instructivo sobre Promociones y Publicidad en los Mercados de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información y Comunicación”*.

POR TANTO:

El Director Ejecutivo de la ATT, Abogado CARLOS ANDRÉS ALIAGA TÉLLEZ, designado mediante Resolución Suprema N° 26802 de 10 de septiembre de 2020, en ejercicio de sus atribuciones conferidas por ley y demás normas vigentes, a nombre del Estado Plurinacional de Bolivia;

RESUELVE:

PRIMERO.- APROBAR el nuevo *“Instructivo sobre Promociones y Publicidad en los Mercados de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información y Comunicación”* el cual se encuentra en el Anexo que forma parte integrante e indivisible de la presente Resolución.

SEGUNDO.- REVOCAR La Resolución Administrativa Regulatoria TL No. 0106/2010 de 23 de febrero de 2010, por medio del cual se aprobó el Instructivo sobre Campañas Promocionales y Publicidad en los Mercados de Telecomunicaciones.

TERCERO.- DISPONER la publicación de la presente Resolución Administrativa Regulatoria, en un órgano de prensa de amplia circulación nacional, en cumplimiento al artículo 34 de la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo, de 23 de abril de 2002 y la publicación íntegra del presente acto en la página web de la ATT (www.att.gob.bo).



I-LP-10413

Resolución Administrativa Regulatoria

ATT-DJ-RAR-TL LP 321/2020

CUARTO.- La Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC's de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes – ATT es la encargada del cumplimiento de la presente Resolución Administrativa Regulatoria.

Regístrese y archívese.



I-LP-10413

ANEXO

INSTRUCTIVO SOBRE PROMOCIONES Y PUBLICIDAD EN LOS MERCADOS DE TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

Artículo 1 (Objeto)

- I. El presente Instructivo tiene por objeto establecer los lineamientos que deberán ser aplicados por los proveedores de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación o de terceros por cuenta de éstos, en materia de promociones y publicidades difundidas y aplicadas en el Estado Plurinacional de Bolivia.
- II. Los lineamientos establecidos en el presente Instructivo se aplicarán a las promociones y publicidades referidas a los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación, que se realicen a través de medios de difusión escritos, visuales, auditivos, electrónicos o cualquier combinación de éstos.

Artículo 2 (Principio de Autorregulación)

Los operadores y/o proveedores de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación o de terceros por cuenta de éstos, tienen la capacidad de regularse a sí misma en base a un monitoreo y control voluntario que tendrá lugar desde sus propias instalaciones y recursos, para la aplicación de sus promociones y/o difusión de sus publicidades, no siendo necesaria la autorización previa por parte de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes - ATT.

Artículo 3 (Definiciones)

Para efectos del cumplimiento del presente Instructivo, se entiende por:

Usuaría o Usuario.- Es la persona natural o jurídica que utiliza los servicios de telecomunicaciones, y tecnologías de información y comunicación, como destinatario final. Se considera a los socios de las Cooperativas como usuarias o usuarios.

Operador.- Es la persona natural o jurídica, pública o privada, cooperativa o comunitaria, que administra, controla, explota y mantiene una red de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación con la autorización respectiva.

Proveedor de servicios.- Es la persona natural o jurídica, pública o privada, cooperativa o comunitaria, que autorizada para prestar servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación a las usuarias y usuarios.

Promociones.- A los mecanismos de comercialización generalmente consistentes en la aplicación excepcional y temporal de ventajas o beneficios, utilizados por las empresas con diferentes propósitos, entre otros, para introducir un nuevo servicio, para captar nuevos segmentos del mercado, o para incrementar el número de usuarias o usuarios.

Publicidad.- Contenido difundido sobre cualquier promoción, oferta y/o venta de servicios a través de algún medio de comunicación masivo, utilizados por los proveedores como herramienta de información y persuasión, con el objetivo de dar a conocer el servicio ofrecido a un grupo de usuarios(as) o público en general, para ingresar a un mercado, mantener la posición en el mismo o



1-LP-10413

incrementar su demanda. No se considera publicidad las respuestas que se brinden a consultas de usuarias o usuarios por cualquier medio incluida las redes sociales.

Publicidad engañosa.- Entiéndase como toda publicidad que induce a error o puede inducir a error a las personas a las que se dirige y que de esta manera puede afectar sus decisiones de consumo o puede o es capaz de perjudicar a un competidor.

Medio masivo de comunicación.- Se considera medio masivo de comunicación a los siguientes medios, prensa escrita, oral, televisión o sitio web.

Servicios de telecomunicaciones.- Son aquellos cuya provisión y prestación el Estado garantiza a los habitantes para el ejercicio del derecho al acceso universal a las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación.

Telecomunicaciones.- Comprende la transmisión, emisión y recepción, de señales, símbolos, textos, imágenes, video, voz, sonidos, datos o información de cualquier naturaleza o aplicaciones que facilitan los mismos, por cable o línea física, radioelectricidad, ondas hertzianas, medios ópticos u otros sistemas radioeléctricos de cualquier índole o especie, a través de una red pública o privada.

Tecnologías de Información y Comunicación – TIC.- Comprende al conjunto de recursos, herramientas equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión y recepción de información, voz, datos, texto, video e imágenes. Se consideran como sus componentes, el hardware, el software y los servicios.

Autorregulación.- Se denomina autorregulación al mecanismo a través del cual los sujetos que forman parte de la sociedad se organizan y regulan, teniendo como objeto el establecimiento de normas de conducta o referencias que aplican a la actividad que realizan.

Artículo 4 (Objeto de las promociones)

Las promociones deberán ser concebidas como mecanismos dinamizadores de la competencia y no podrán ser utilizadas como instrumentos anticompetitivos, abusivos ni desleales.

Artículo 5 (Información de las promociones)

- I. Las características relevantes de las promociones ofrecidas por los operadores y proveedores del servicio de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación, deberán ser informados a través de la Plataforma Virtual - Modulo de Gestión de Tarifas y Promociones (disponible a los usuarios como herramienta digital “Tarifas Online”), por lo menos dos (2) días hábiles administrativos antes de la fecha de inicio de las mismas. La información deberá incluir mínimamente lo establecido en el artículo 10 del presente Instructivo.
- II. En la situación de que el operador y/o proveedor, incumpla el plazo para informar de sus lanzar su promoción o de haberla lanzado, la ATT podrá disponer la suspensión inmediata de la misma, a través de la Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC’s.
- III. El simple transcurso del tiempo establecido entre la puesta en conocimiento de las



I-LP-10413

promociones a la ATT, hasta el momento de su lanzamiento, no implicara la aprobación de las mismas, pudiendo esta Autoridad a través de la Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC's, suspender o modificar la promoción en el marco de lo establecido en el artículo 6 del presente instructivo.

Artículo 6 (Suspensión y/o modificación de las promociones)

La ATT, a través de la Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC's, podrá, en cualquier momento y de manera fundamentada, ordenar mediante nota u otro acto administrativo, la modificación o suspensión de una promoción lanzada, cuando se constate indicios de transgresión de alguno de los lineamientos establecidos en la normativa legal vigente del sector, sin perjuicio de iniciar el correspondiente proceso sancionador correspondiente.

Artículo 7 (Cumplimiento, Suspensión y Modificaciones)

- I. Los proveedores están obligados a proporcionar a las usuarias o usuarios, las ventajas y beneficios ofrecidos en las promociones que lanzan, en los términos y condiciones establecidos en las mismas.
- II. Antes de su lanzamiento, una promoción podrá ser suspendida o modificada sólo si esto se comunica a la ATT con una anticipación mínima de un (1) día hábil administrativo.
- III. En caso de haberse lanzado la promoción, se comunicará al público en general la suspensión o modificación a través de los medios de comunicación en los cuales se anunció la misma, máximo hasta la fecha en que debía iniciarse dicha promoción.
- IV. Durante el lanzamiento de una promoción o en el periodo de vigencia de la misma, esta sólo podrá ser modificada si los cambios implican mayores y/o mejores beneficios para las usuarias o usuarios, o amplíe su alcance geográfico a otros segmentos de usuarias o usuarios.

Artículo 8 (Duración)

Las promociones tendrán, en todos los casos, una duración limitada, de acuerdo a los siguientes criterios:

- I. Si se tratase del lanzamiento o introducción de nuevos servicios, las promociones no excederán de (3) tres meses, con la posibilidad de ampliar la misma por un periodo similar improrrogable. El operador deberá hacer conocer a la ATT esta decisión a través de la Plataforma Virtual - Modulo de Gestión de Tarifas y Promociones.
- II. Si se tratasen de servicios ya prestados, las promociones no excederán los (4) cuatro meses de duración, con la posibilidad de extenderse por dos (2) meses improrrogables, en un periodo continuo de doce (12) meses, la duración total de la promoción no podrá exceder los seis (6) meses.
- III. Una promoción con características similares podrá relanzarse, únicamente después de haber transcurrido un tiempo igual a la máxima duración de la misma. Para evaluar si una promoción es similar a otra, se considerarán las siguientes características.



I-LP-10413

- a. El tipo de servicio;
 - b. Las tarifas promocionadas;
 - c. El segmento de mercado y
 - d. Otros beneficios o ventajas brindadas por la promoción.
- IV. El tiempo de los beneficios de las promociones no podrán exceder al tiempo de vigencia de la misma. Las usuarias y los usuarios podrán acceder a la totalidad de los beneficios establecidos desde el momento de su suscripción y/o adhesión.

Artículo 9 (Agotamiento de los Artículos Adicionales)

- I. Para el caso en que las promociones impliquen la entrega de artículos adicionales y en la situación de que éstos se agoten antes de la fecha de conclusión de la promoción, los operadores y proveedores del servicio de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación, deberán notificar a las usuarias y los usuarios, en los mismos medios que publicitó la promoción. Al mismo tiempo deberá suspender la publicidad de la promoción de manera inmediata (cesar en su difusión).
- II. Si el proveedor no comunicó oportunamente el agotamiento de los artículos, deberá entregar a las usuarias o usuarios un bien o servicio con el mismo valor al ofrecido en la promoción durante la vigencia de la misma.

Artículo 10 (Contenido mínimo de la promoción ofrecida)

- I. Las promociones de los operadores y proveedores del servicio de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación, deben comprender toda la información relevante en sus respectivas publicidades.
- II. Los proveedores de servicios que efectúen una promoción, deberán informar de todas las características de sus promociones a través de sus páginas WEB describiendo mínimamente lo siguiente:
 - a) **Nombre o Razón Social:** del proveedor de servicios que ofrece la promoción.
 - b) **Nombre de la Promoción:** nominar explícitamente la promoción.
 - c) **Servicio(s) objeto de la promoción:** descripción clara y objetiva, del o los servicios ofertados, ejemplo, internet, distribución de señales, telefonía u otros.
 - d) **Beneficios o ventajas que se ofrecen en las promociones:** Describir específicamente, los beneficios para los usuarios y usuarias, si se trata de beneficios o ventajas directas y/o por medio de sorteos, si el beneficio consiste en bienes, se deberá indicar detalladamente las características de los mismos (ej. cantidad, color, tamaño, marca, modelo, material o alguna característica no evidente que el usuario deba conocer).
 - e) **Disminución de tarifas:** Si las ventajas se refieren a la disminución temporal de tarifas, deberá indicarse la tarifa normal y la tarifa promocionada o el porcentaje de disminución con relación a la tarifa normal.
 - f) **Vigencia y limitaciones de la promoción:** Precisar los días de inicio y conclusión de la promoción, cantidad de bienes, servicios o incentivos que se ofrecen en la misma. De no precisarse dicha cantidad, se entenderá que esta es ilimitada.



1-LP-10413

- g) **Restricciones:** definir cantidades mínima y/o máxima de compra o contratación de los servicios promocionados. De no precisarse la cantidad se entenderá que es ilimitada.
- h) **Gratuidad:** Indicar claramente si los beneficios y/o ventajas se otorgan en forma gratuita o si requieren de algún pago adicional de parte del usuario. De no precisarse dicha información se entenderá que tales beneficios y ventajas se otorgan en forma gratuita.
- i) **Segmento:** Indicar claramente el segmento de usuarios y/o usuarias al que está dirigida la promoción. Los segmentos excluidos deberán ser claramente identificados por los usuarios y/o usuarias.
- j) **Horarios:** En caso que los beneficios o ventajas otorgadas por el uso de servicios, sean en horarios determinados, deberá especificarse claramente la hora de inicio y la hora de finalización. De no precisarse los horarios, se entenderá que no existe limitación en el horario.
- k) **Cobertura:** Definir explícitamente la cobertura **geográfica y/o técnica** de la promoción.
- l) **Canje:** Indicar el lugar y procedimiento para realizar el canje por el beneficio ofrecido en la promoción.
- m) **Sorteos:** De tratarse de beneficios y/o ventajas otorgadas a través de sorteos, indicar claramente la modalidad de los mismos, lugar y fecha de los mismos.

III. Los operadores y proveedores del servicio de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación, deben absolver todas las consultas que las usuarias y los usuarios requieran sobre el contenido de las promociones, a través de líneas telefónicas, plataformas u otras destinadas para el efecto, de manera explícita.

Artículo 11 (Publicación de información de promociones en páginas Web)

Los operadores, proveedores de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación, deberán publicar la información de las características relevantes de los planes promocionales, ofertados de manera clara vía la página Web de su Institución.

Artículo 12 (Prevención de aspectos anticompetitivos)

Una promoción no podrá ser discriminatoria, en ningún aspecto con las usuarias y usuarios de los diferentes operadores, proveedores de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación.

Artículo 13 (Alcance de las publicidades)

- I. Las publicidades deberán servir como instrumentos de información confiable que permita a las usuarias y usuarios, reducir sus costos y optimizar sus decisiones de consumo. No podrán ser utilizadas como instrumentos anticompetitivos, abusivos ni desleales.
- II. Los términos y condiciones publicitados son vinculantes y de cumplimiento obligatorio por parte de los operadores, proveedores de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación.



I-LP-10413

Artículo 14 (Forma de Aplicación de las Publicidades)

La aplicación de publicidades se realizará libremente y estará sujeta a un control posterior de la ATT, sobre los lineamientos establecidos en el presente Instructivo.

Artículo 15 (Principios Aplicables a las Publicidades)

La publicidad deberá cumplir con los siguientes principios:

- a) **Veracidad:** La información debe corresponder a los términos o características reales del bien o servicio ofertado.
- b) **Claridad:** El contenido debe ser expuesto sin omitir información relevante para entender la naturaleza del bien o servicio, y no debe utilizar expresiones ambiguas.
- c) **Legibilidad:** La publicidad debe permitir la fácil y adecuada lectura de su contenido.

Por lo tanto, la información contenida en las publicidades deberá ser cierta, de tal manera que esta no induzca al error de manera directa o indirecta, por ambigüedad, omisión o exageración, en este sentido debe proporcionar información relevante, que permita a las usuarias y/o usuarios, tomar adecuadas decisiones de consumo.

Artículo 16 (Publicidad Comparativa)

La publicidad comparativa entre servicios de diferentes operadores, proveedores de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación, está permitida solo en tanto contenga información verdadera, comprobable y comparable. De manera tal que:

- a) No induzca a error a usuarias o usuarios.
- b) No sea engañosa.
- c) Realice comparaciones de manera objetiva entre dos servicios semejantes, de una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de los servicios publicitados, que, entre otras, podrá ser el precio, el cual incluirá los impuestos de ley u otros gastos adicionales.
- d) No genere confusión en el mercado entre el anunciante y el competidor.
- e) No obtenga indebidamente ventajas de la reputación de algún competidor, desacredite ni denigre, mencione las marcas, nombres comerciales u otros signos distintivos de este.

Artículo 17 (Servicios de Valor agregado de Audio texto)

- I. Los anuncios que publiciten Servicios de Valor Agregado de Audio texto, deberán indicar la tarifa del servicio de valor agregado por unidad de tiempo, la cual deberá incluir el costo total de la llamada o servicio si corresponde. Asimismo, deberá identificar claramente al proveedor del citado servicio.
- II. Dependiendo del medio por el que se difundan tales anuncios, las tarifas del servicio deberán cumplir con las siguientes características:
 - a) Para medios escritos, ser claramente legible.
 - b) Para medios radiales, deberá pronunciarse de manera clara y pausada.



I-LP-10413

- c) Para medios televisivos, deberá ser de clara visibilidad y estática durante todo el tiempo de duración del anuncio o publicidad, con un color que contraste al fondo.
 - d) Mediante página Web y redes sociales ser claramente legible.
- III. Los proveedores de servicios de valor agregado de Audio texto, deberán establecer de manera explícita en sus anuncios los mecanismos de activación y desactivación de sus servicios ofertados. Asimismo, deberán indicar expresamente si los referidos servicios son aptos o no para menores de edad.

Artículo 18 (Suspensión y/o Modificación de las Publicidades)

La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes a través de la Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC's, podrá, en cualquier momento y de manera fundada, ordenar mediante oficio u otro acto administrativo, la modificación o suspensión de una publicidad lanzada, cuando se constate indicios de transgresión de alguno de los lineamientos establecidos en el presente instructivo, sin perjuicio de la facultad de iniciar el correspondiente proceso sancionador, en virtud de la normativa legal vigente para el sector.

Artículo 19 (Inclusión del logo de la ATT y Leyenda)

Las publicidades lanzadas (incluyendo promociones) en medios masivos de comunicación, por los operadores, proveedores de servicios de Telecomunicación, Tecnologías de Información y Comunicación en el ámbito de aplicación del presente Instructivo, deberán incluir:

- a) En medios impresos, el logo de la ATT debe ser legible, así como la leyenda: "Esta empresa está regulada y fiscalizada por la ATT".
- b) En el caso de medios audibles, señalar al final de la publicidad en forma clara la frase: "Esta empresa está regulada y fiscalizada por la ATT".
- c) Para medios audiovisuales, deberá desplegar al final del spot publicitario la imagen del logo de la ATT centrada en la pantalla y el eslogan o frase: "Esta empresa está regulada y fiscalizada por la ATT".

La inclusión del logo y leyenda será aplicable a toda publicidad cuya duración sea mayor a los cinco (5) segundos.

Artículo 20 (Promociones de terceros)

Los operadores, proveedores de servicios de Telecomunicación, Tecnologías de Información y Comunicación que tengan relación contractual con operadores internacionales, deberán comunicar con cinco (5) días hábiles administrativos de anticipación a la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes aquellas promociones aplicadas por estos operadores internacionales que no se encuentran dentro del alcance del presente Instructivo.

La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes analizará la pertinencia de este tipo de promociones y su incidencia en el mercado. Si como resultado de este análisis ve conveniente pronunciarse sobre modificación y/o suspensión de esta, lo hará en el transcurso de tres (3) días hábiles administrativos de recibida la comunicación, a través de la Dirección Técnica Sectorial de Telecomunicaciones y TIC's.



I-LP-10413