

Tasa cero

Un informe de la política pública de Internet Society (ISOC)



3 de marzo de 2016

Introducción

Los esfuerzos para incrementar la adopción y el uso de Internet son amplios y diversos. La Organización de las Naciones Unidas ha incluido el acceso universal y asequible a Internet como uno de sus Objetivos de Desarrollo Sostenible adoptados recientemente (ODS). Recientemente, el Banco Mundial publicó el Informe sobre el Desarrollo Mundial 2016: *Dividendos digitales*,¹ que detalla cómo incrementar los dividendos digitales de Internet. Y la Alianza para una Internet Asequible (A4AI),² la GSMA,³ el Foro Económico Mundial,⁴ Facebook⁵ e Internet Society (ISOC)⁶ han publicado informes como parte de sus esfuerzos por promover mayor acceso a Internet.

El elemento común entre todos estos informes es la conclusión de que el enfoque debería ser en la implementación de la infraestructura para la Internet y en el sector de la demanda: cómo lograr que internet sea asequible y pertinente para todos, en cualquier lugar. Este no es un objetivo menor, ya que al menos el 70 % de la población tiene cobertura de Internet móvil, pero tan solo el 45 % utiliza la Internet. Diferentes organizaciones han adoptado diferentes enfoques en sus respectivos roles para tratar la necesidad del sector de la demanda.

Un enfoque es la tasa cero. En el contexto fuera de línea, una oferta de tasa cero equivaldría a un conjunto gratuito de canales con suscripción a televisión por cable, clases gratis en un gimnasio, o el mantenimiento gratuito de un auto nuevo. En Internet, implica ofrecer acceso a un servicio en línea o más sin gastos relacionados con datos o de cualquier otro tipo. De este modo, los proveedores de servicios, los proveedores de aplicaciones, los publicistas y otros intentan convencer a los posibles clientes (fuera de

1 *Dividendos Digitales*, Banco Mundial. <http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>.

2 Alianza para Internet Asequible <http://a4ai.org/affordability-report/>.

3 *Digital Inclusion: 2014*, GSMA. http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/11/GSMA_Digital-Inclusion-Report_Web_Singles_2.pdf.

4 *Internet para todos*, Foro Económico Mundial <https://www.weforum.org/global-desafíos/projects/internet-for-all/>.

5 *Estado de Conectividad 2015: Un Reporte de Acceso Global a Internet*, Facebook. <http://newsroom.fb.com/news/2016/02/state-of-connectivity-2015-a-report-on-global-internet-access/>.

6 Reporte Global de Internet 2015 Evolución móvil y desarrollo de Internet, Internet Society. (ISOC) <http://www.internetsociety.org/globalinternetreport/>.

línea) de que prueben sus servicios, o a los clientes en línea actuales de que aumenten el consumo. Debido a que el acceso a Internet móvil es la forma predominante de acceso a Internet en los países en desarrollo y normalmente vendido por megabyte,⁷ las ofertas de tarifa cero pueden reducir de forma importante (o eliminar) el costo de acceso a Internet.

Mientras que el FreeBasics de Facebook es quizás el ejemplo más conocido de tarifa cero, no es el único programa disponible. Otro ejemplo es Wikipedia Zero, que proporciona acceso gratis a la enciclopedia Wikipedia en 64 países socios con 82 operadores de telefonía móviles y cobertura de 600 millones de potenciales usuarios.

Al reconocer que la tarifa cero se ha convertido en una herramienta de mercadeo para proveedores de servicios y una cuestión de política para los reguladores, Internet Society (ISOC) tiene como objetivo proporcionar un marco general para evaluar lo que ofrece la tarifa cero. Existen dos consideraciones iniciales:

1. La siguiente descripción no puede relacionarse completamente con los planes cero en mercados maduros, cuyo principal objetivo es llegar a los clientes ya existentes de otros proveedores.
2. No todos los planes de tarifa cero tienen el mismo objetivo. Algunos planes de tarifa cero apenas están dirigidos a promover el uso de un determinado servicio (por ejemplo, Wikipedia Zero), otros en términos más generales están dirigidos a atraer nuevos clientes a través de su servicio (por ejemplo, FreeBasics).⁸

Consideraciones clave

La visión de Internet Society (ISOC) es que Internet sea para todos y que todos deberían tener acceso abierto a Internet. Debido a que tenemos ejercicio de alcance global, aplicamos nuestra visión con propósito general y sin favoritismos permanentes. Sería contraria a esta visión medir planes de tarifa cero a grandes rasgos (por ejemplo, ¿Trae a más usuarios en línea, aumenta el uso, da acceso a todo Internet?).

Para una justa y efectiva evaluación de la amplia gama de hoy de los planes de tarifa cero, hemos establecido los siguientes requisitos de diseño, elementos funcionales que creemos que deben tener una tarifa cero para que su oferta apoye un Internet abierto e interoperable.

- **Abierto al contenido.** Si el servicio ofrece contenidos de proveedores o usuarios terceros, ¿Lo logra de una manera no discriminatoria a fin de proveer una situación igualitaria?
- **No excluyente.** ¿El servicio funciona con cualquier operador móvil en un país? ¿Son estos operadores de telefonía móvil libres de ofrecer otros servicios similares?

⁷ Los países desarrollados tienen límites de datos más grandes u ofertas para acceso ilimitado.

⁸ Observamos que el acceso con tarifa cero a servicios populares, como Wikipedia, puede por sí mismo atraer a nuevos usuarios. Por el contrario, los servicios amplios, tales como FreeBasics, probablemente también promuevan el uso de los servicios de Facebook.

- **Con límite de duración.** ¿Tiene el programa duración limitada o es indefinido?
¿Son los consumidores capaces de salir de la tarifa cero después de determinado período de tiempo o se quedarán allí indefinidamente?
- **Transparencia.** ¿Está claro para los usuarios qué contenido es accesible a través del programa tarifa cero y lo que puede diferir de un Internet más amplio?
- **Conformidad reglamentaria.** ¿El plan cumple con los objetivos y normas de las autoridades reguladoras nacionales, específicamente las relativas a la competencia y protección al consumidor?

En general, un plan de tarifa cero ideal sería fácil de usar, tendría restricciones limitadas y no limitaría las oportunidades de acceso. Reconocemos que las ofertas actuales y futuras pueden no satisfacer todos los criterios. En este caso, un límite de tiempo puede ayudar a superar otras carencias. Por ejemplo, un servicio puede entrar en un mercado y lograr un contrato de exclusividad con un operador de telefonía móvil.⁹ Si ese servicio es popular, puede conferir una ventaja para el operador móvil asociado que correspondientemente puede limitar las opciones para los usuarios con el tiempo. Si el servicio de tarifa cero tuviese tiempo limitado como oferta introductoria (por ejemplo, durante sólo tres meses), esto limitaría de forma importante cualquier desventaja potencial.

Si bien es importante evaluar un plan contra estos requisitos de diseño, sus resultados son la medida definitiva.

- ¿El servicio trae nuevos usuarios a Internet o aumenta el uso de los usuarios existentes?
- ¿Los usuarios se están saliendo del servicio para utilizar un Internet más amplio?
- ¿El servicio ofrece fijación diferenciada de precios para algunos servicios? De ser así, ¿por qué?
- ¿El servicio fomenta o mejora la competencia en el mercado?
- ¿El servicio ofrece elección a los consumidores?

En última instancia, la pregunta clave es si el servicio de tarifa cero promueve mayor acceso a un Internet abierto y global.

Desafíos

Existen tanto desafíos generales como específicos para la evaluación de servicios de tarifa cero.

- **Desafíos Generales.** Los debates de evaluación tienden a abordar la cuestión filosófica de si el vaso está medio lleno o medio vacío y, a menudo, están

⁹ La exclusión puede ocurrir de dos maneras: el servicio de Internet sólo podría estar disponible en ese país a través de ese operador de telefonía móvil, o solamente que el operador ofrezca acceso a tarifa cero. Ambas formas son causa de preocupación.

vinculados a las discusiones sobre la neutralidad de la red (por ejemplo, ¿es suficiente tener algún acceso a Internet que no tener nada de acceso? ¿Da una visión falsa de Internet y, por lo tanto, limita las oportunidades?). Mientras que Internet Society (ISOC) está firmemente del lado de tener un vaso lleno para todos, creemos que también debemos considerar si una variedad de enfoques por diferentes actores podría ayudar a lograr ese objetivo.

- **Desafíos Específicos.** Estos desafíos se refieren a la disponibilidad de información sobre el diseño y los resultados de los servicios de tarifa cero. Es importante que las empresas dedicadas a las ofertas de tarifa cero recopilen información sobre sus ofertas y compartan los resultados de manera transparente. Esto permite la evaluación del impacto real de un servicio en Internet. Por ejemplo, en la medida en que los detalles de una oferta sólo están disponibles para aquellos que se inscriban con un operador móvil determinado en un país en particular, resulta difícil para que otros evalúen la oferta.

Esto apunta a una asimetría en la información importante que alimenta a gran parte de la controversia que rodea la tarifa cero: gran parte del debate sobre la tarifa cero ocurre entre individuos que ya están conectados en línea y que tienen conocimiento y acceso a la información sobre las ventajas y desventajas. Sin embargo, los servicios de tarifa cero con frecuencia apuntan a personas que no están conectadas en línea y, por lo tanto, no tienen la misma información sobre las ventajas y desventajas. Como resultado, las voces de los no conectados generalmente no se ven adecuadamente reflejadas en el debate de la política de tarifa cero.

El debate de la política de tarifa cero se beneficiaría de más datos e información sobre oferta de servicios y resultados. Aquellos de nosotros ya conectados en línea debemos escuchar las fuertes demandas de los pioneros digitales más allá de los confines de los primeros servicios en línea como American Online (AOL) para unos beneficios de Internet más amplio. Una oferta específica que cumple con los requisitos de diseño antes mencionados podría ser el tipo de rampa de acceso a Internet que AOL una vez fue y acercarnos a alcanzar nuestra visión de una Internet para todos, en todas partes.

Principios orientativos

Internet Society (ISOC) cree que centrarse en el resultado de la tarifa cero es la clave para evaluar estos servicios. Además, las políticas y planteamientos normativos para la tarifa cero deben ser formados por el principio general de apertura de Internet, así como las características de habilitación de acceso, elección y transparencia.

Estos valores principales están representados por los siguientes principios orientativos generales:

- **Acceso.** El acceso a los servicios de Internet, aplicaciones, sitios y contenido realza la experiencia del usuario y el potencial de Internet para impulsar la innovación, la creatividad y el desarrollo económico. Las prácticas que podrían limitar o bloquear el acceso a los contenidos de Internet son de principal preocupación.

- **Opción.** La elección y el control por parte de los usuarios sobre sus actividades en línea, incluida la selección de proveedores, servicios y aplicaciones (al reconocer que existen limitaciones legales y técnicas) es importante para un interfuncionamiento abierto. Algunos usuarios tienen una selección limitada de servicios y proveedores en línea; aquellos usuarios son especialmente vulnerables a posibles prácticas discriminatorias.
- **Transparencia.** Los usuarios deben saber cómo registrarse, lo que se ofrece durante el servicio y qué sucede cuando el servicio se acaba o cuando deciden dar por finalizado el acceso con el fin de tomar decisiones informadas. Del mismo modo, los usuarios deben entender qué datos se recolectan y cómo se utilizan.

En términos más específicos, estos principios orientativos generales se traducen en lo siguiente:

- Ofertas de servicio competitivas y transparentes que permiten al usuario hacer una elección informada del proveedor y del nivel de servicio;
- Acceso sin trabas a una diversidad de servicios, aplicaciones y contenidos ofrecidos sobre una base no discriminatoria, tanto dentro como fuera del servicio.
- Información comprensible y rápidamente disponible sobre las limitaciones del servicio de suscripción y las restricciones en el tráfico o red.

Un entorno de acceso a Internet caracterizado por elección y transparencia facilita tener usuarios, quienes están en control de sus experiencias de Internet y tienen el poder de beneficiarse y participar en el Internet abierto.

Recursos adicionales

Internet Society (ISOC) ha publicado varios documentos y contenido adicional relacionados con este asunto. Se puede acceder gratuitamente a ellos en su sitio web.

- Consequir los fundamentos justos: acceso, elección y transparencia ", 21 de febrero de 2010, <http://www.internetsociety.org/open-inter-networking-getting-fundamentals-right-access-choice-and-transparency..>
- "Red de neutralidad-deje que los paquetes fluyan", 30 de marzo de 2015, <http://www.internetsociety.org/blog/asia-pacific-bureau/2015/03/network-neutrality-- - deje - esos-paquetes-fluir>.
- "Tarifa Cero: permite o restringe el acceso a Internet?" 24 de septiembre de 2014, <http://www.internetsociety.org/blog/asia-pacific-bureau/2014/09/zero-rating-enabling-or-restricting-internet-access>.

