

FORMATO PARA PARTICIPAR EN LA CONSULTA PÚBLICA

Instrucciones para su llenado y participación:

- I. Las opiniones, comentarios y propuestas deberán ser remitidas a la siguiente dirección de correo electrónico: telecom.replicabilidad@ift.org.mx, en donde habrá que considerarse que la capacidad límite para la remisión de archivos es de 25 MB.
- II. Proporcione su nombre completo (nombre y apellidos), razón o denominación social, o bien, el nombre completo (nombre y apellidos) del representante legal. Para este último caso, deberá adjuntar a la dirección de correo electrónico señalada en el numeral anterior, la copia legible del documento con la que se acredita dicha representación.
- III. Lea minuciosamente el **AVISO DE PRIVACIDAD** en materia del cuidado y resguardo de sus datos personales, así como sobre la publicidad que se dará a los comentarios, opiniones y aportaciones presentadas por usted en el presente proceso consultivo.
- IV. Vierta sus comentarios conforme a la estructura de la Sección II del presente formato.
- V. De contar con observaciones generales o alguna aportación adicional proporciónelos en recuadro de la Sección III.
- VI. En caso de que sea de su interés, en el Recuadro IV se presenta un cuestionario con las preguntas definidas en esta consulta pública, al contestarlo deberá agregar en cada respuesta la justificación correspondiente.
- VII. En caso de ser necesario, podrá adjuntar -a su correo electrónico- la documentación que estime conveniente.
- VIII. El período de consulta pública será del 19 de junio al 14 de julio de 2017 (20 días hábiles). Una vez concluido se podrán continuar visualizando los comentarios vertidos, así como los documentos adjuntos en la siguiente dirección electrónica: www.ift.org.mx/industria/consultas-publicas/consultas-publicas-en-proceso
- IX. Para cualquier duda, comentario o inquietud sobre el presente proceso consultivo, el Instituto pone a su disposición el siguiente punto de contacto: Luis Raúl González Romo, Jefe de Departamento de Análisis Cuantitativo, a través de los siguientes datos: luis.gonzalez@ift.org.mx, teléfono 55 5015 4000, extensión: 2242.

I. Datos del participante	
Nombre, razón social o denominación social:	Axtel
En su caso, nombre del representante legal:	Alberto Razo
Documento para la acreditación de la representación: En caso de contar con representante legal, adjuntar copia digitalizada del documento que acredite dicha representación, vía correo electrónico.	Poder Notarial
AVISO DE PRIVACIDAD	
<p>En cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 3, fracción II, 16, 17, 18, 21, 25, 26, 27 y 28 de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de los Sujetos Obligados (en lo sucesivo, la "LGPDPPO"), se pone a disposición de los participantes el siguiente Aviso de Privacidad Integral:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Denominación del responsable: Instituto Federal de Telecomunicaciones. II. Domicilio del responsable: Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena, Delegación Benito Juárez, C.P. 03720, Ciudad de México, México. III. Datos personales que serán sometidos a tratamiento y su finalidad: Los comentarios, opiniones y aportaciones presentadas durante la vigencia de cada consulta pública, serán divulgados íntegramente en el portal electrónico del Instituto y, en ese sentido, serán considerados invariablemente públicos en términos de lo dispuesto en el artículo 120, fracción I, de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. En caso de que dentro de los documentos que sean remitidos se advierta información distinta al nombre, opinión y que éstos tengan el carácter de confidencial se procederá a su protección. Con relación al nombre y la opinión de quien participa en este ejercicio, se entiende que otorga su consentimiento para la difusión de dichos datos cuando menos en el portal del Instituto en términos de lo dispuesto en el artículo 21, segundo párrafo de la LGPDPO. Ello, toda vez que la naturaleza de las consultas públicas consiste en promover la participación ciudadana y transparentar el proceso de elaboración de nuevas regulaciones, así como de cualquier otro asunto que estime el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones a efecto de generar un espacio de intercambio de información, opiniones y puntos de vista sobre cualquier tema de interés que este órgano constitucional autónomo someta al escrutinio público. 	

III. Comentarios y aportaciones generales del participante sobre el asunto en consulta pública

Como comentarios generales presentamos los siguientes:

- A. Consideramos que podría existir una suerte de “circularidad” en la aplicación regulatoria del test de Replicabilidad y el cálculo del precio mayorista, cuando éste se regula por costos evitados, por lo siguiente:
- 1) En las medidas de preponderancia se establece que, si las tarifas al público no pasan la prueba de replicabilidad económica, el AEP podrá a su elección, modificar las tarifas de los servicios mayoristas regulados o al usuario final.
 - 2) Existen servicios regulados a costos evitados, que toman como base las tarifas al usuario final.
 - 3) Si las ofertas al usuario final del AEP no pasan la prueba de Replicabilidad y este decidiera ajustar la tarifa minorista, la base del cálculo del costo evitado aumentaría en proporción al ajuste que realizó, esto podría conllevar a un aumento de la tarifa mayorista en el siguiente cálculo de tarifas.

Si bien, esto plantea el peor escenario para la competencia y para el bienestar de los usuarios, es necesario mencionarlo para que el IFT pueda tomar las medidas pertinentes, previo a llegar a un escenario de este tipo.

- B. Respecto de la prueba de Replicabilidad de servicios de telefonía, banda ancha y paquetes con banda ancha consideramos que:
- 1) Los conceptos teóricos son razonables ya que de implementarse fomentarían la competencia y garantizarían transparencia.
 - 2) En cuanto a un análisis empírico del test, es muy complicado realizarla, dado que los servicios de desagregación son poco solicitados y no se corresponden con los supuestos del test, por tal razón consideramos que el test de Replicabilidad debería poderse modificar con base en evidencia real del mercado y en la evolución de la prestación de los servicios de desagregación.

Nota: Favor de añadir cuantas filas se consideren necesarias.

IV. Cuestionario

INSTRUCCIONES

Favor de proporcionar sus comentarios a las siguientes preguntas y, en caso de requerirse, adjuntar los documentos que sustenten o apoyen sus argumentos.

Preguntas de la consulta relativas a la prueba de replicabilidad para servicios móviles

Cuestión 1.- ¿Tiene algún comentario con respecto al diseño de la prueba? Justifique su respuesta respecto de las siguientes dimensiones de la prueba:

- a. Eficiencia del operador;
- b. Estándar de costos;
- c. Insumos mayoristas;
- d. Nivel de agregación de las ofertas;

- e. Análisis de rentabilidad;
- f. Tratamiento de las promociones, y
- g. Segmento empresarial.

En particular, respecto al elemento “d. Nivel de agregación de las ofertas”, señale y justifique la conveniencia de considerar una o varias carteras de productos y, en su caso, los criterios para definir dichas carteras (aplica también en el caso de optar por tipología(s) de productos).

El diseño de la prueba nos parece adecuado para un escenario en el cual se considera un OMV revendedor. Sin embargo, consideramos necesario que se diseñe una prueba específica para un OMV completo. Lo anterior debido a que este último requiere menos recursos de la red del operador móvil para prestar los servicios, por lo que las consideraciones y supuestos con base en los que se elabora la prueba de Replicabilidad para un OMV revendedor y de un OMV completo deben ser también distintas. En el documento de metodología sometido a consulta pública se afirma que “[existe] un cierto nivel de competencia minorista y mayorista”, no obstante, nos parece necesario y pertinente que se expliquen las bases en las que se sustenta tal afirmación, sobre todo, porque es bajo esta consideración, que se formularán los criterios para diseñar el test de Replicabilidad. Es fundamental que cualquier análisis de la competencia en este mercado considere los elementos fundamentales que determinan la capacidad de oferta de los operadores, cuyos elementos son, entre otros, el espectro, las radio bases, la cobertura, su carácter mayorista o minorista, los centros de distribución y las economías en la compra de equipos terminales. Cabe señalar que los OMV deben competir utilizando tanto su propia fuerza de venta y distribución, que no se equipara a las de un operador móvil, como su limitado poder para adquirir equipos terminales debido a su menor nivel de compras.

En particular, los OMV que pretendan comercializar servicios o capacidad de la red compartida mayorista, pueden adicionalmente, enfrentar otras desventajas competitivas. Una relacionada a la adquisición de usuarios de otras redes móviles, en este caso, mientras los usuarios de la red compartida deben tener equipos multibanda que operen tanto en la banda de 700 MHz como las demás bandas IMT, los usuarios de la red de otros operadores móviles no requieren equipos compatibles con la banda de 700 MHz, por lo que los usuarios de la red compartida podrán ser migrados a otra red móvil pero los usuarios de otras redes móviles no podrán ser adquiridos por OMVs de la red compartida. Esto conlleva a un nivel disperejo en la competencia en contra de los OMVs.

Otra desventaja, es la limitada disponibilidad de equipos compatibles con la red compartida que se restringe a equipos de alto costo, lo que conlleva a que las decisiones de los OMVs que operarán en la red 700 se enfoquen sólo a un nicho de mercado y, por lo tanto, no podrían competir en todos los segmentos del mercado en forma masiva.

Por lo anterior, en el análisis de Replicabilidad se debe considerar los diversos elementos que permitan la competencia pareja, y EL Instituto debe asegurarse emitir, de manera complementaria, todas las medidas regulatorias pertinentes para fomentar competencia.

Con base en lo anterior, proponemos que se realice un test de Replicabilidad para OMVs completos que considere los criterios siguientes, de conformidad con las dimensiones establecidas:

a) Eficiencia del operador:

Al contrario de un OMV revendedor, un OMV completo debe implementar cada uno de los procesos aguas abajo, tales como, sus canales de distribución, procesos de aprovisionamiento, instalación de centros de atención a clientes, desarrollo de procesos de facturación y cobranza, operación de la plataforma, posicionamiento de marca y establecer negociaciones de compra de equipos terminales de usuario.

Un OMV completo entrante, que no ha adquirido una masa crítica de usuarios no tiene las mismas economías y costos que un operador móvil establecido y, por tanto, enfrenta mayores retos en sus procesos aguas abajo.

Por tal razón, lo más adecuado en la dimensión de eficiencia en el test de Replicabilidad es considerar un modelo EEO ajustado, es decir un modelo de escala y eficiencia ajustada, que incluya diferencias en costo de capital. Ya que no es posible considerar que en los procesos aguas abajo se contará con el mismo nivel de eficiencia y de costos que el operador preponderante.

b) Estándar de costos:

Lo adecuado sería un enfoque FAC. Utilizar un estándar FAC es más transparente y beneficia a la competencia, ya que permite identificar claramente los costos en los que incurre el operador preponderante, sobre todo porque estos pueden ser obtenidos a partir de la separación contable que es más fácil y rápido de obtener.

Este estándar, además de permitir recuperar todos los costos comunes y compartidos entre los distintos servicios, supone una baja carga regulatoria si la información está disponible. Por lo que consideramos que es el estándar más adecuado.

c) Insumos mayoristas:

Consideramos que se deben replicar al menos dos tipos de OMV, el revendedor que ya está considerado y el OMV completo.

Dado que proponemos que la prueba también se realice para un OMV completo, se sugiere utilizar un modelo de OMV en el que este sólo hace uso de la red de acceso del proveedor mayorista. En este modelo, el OMV instalaría la red de conmutación, la red de transporte, la plataforma de aplicaciones, el centro de administración de usuarios, los sistemas de facturación y cobranza, los canales de comercialización, distribución empaquetamiento y aprovisionamiento, etc.

Este modelo de OMV completo es el más adecuado porque establece una base de fomento a la inversión y de protección a la competencia, es decir, el IFT al elegir este modelo para determinar la Replicabilidad, estaría promoviendo mayor inversión porque los operadores necesitarían mayores insumos, pero también estaría cuidando que este modelo de negocio fuera rentable.

Por lo anterior, es necesario que el Instituto considere en el test de Replicabilidad, en las ofertas mayoristas y en los modelos de costos, los escenarios de tráfico y las tarifas de un OMV completo que sólo utiliza la red de acceso del operador móvil.

d) Nivel de agregación de las ofertas:

La agregación de cartera nos parece útil cuando se trata de un OMV revendedor que tiene a disposición y que puede comercializar toda la oferta de productos que el operador preponderante tiene para sus usuarios, sin embargo, para un modelo de OMV completo. Sugerimos se aplique el test a una muestra aleatoria de ofertas, segmentada y estratificada de ofertas del preponderante, con lo cual se facilitaría la verificación del test.

Aplicar el test a la muestra sería adecuado, usualmente un OMV no tiene un portafolio tan diverso como lo tiene un operador móvil, derivado que su estrategia de negocio puede enfocarse en segmentos de mercado, .. lo cual no implicaría una carga regulatoria significativa para el IFT y permitiría tener mayor transparencia en el mercado.

La muestra aleatoria resultaría útil dado que probablemente puede incluir ofertas con mayor cantidad de clientes, ofertas de menor precio, ofertas de mayor precio, ofertas de prepago y postpago. Lo importante es que el test se realice a cada una de las ofertas de la muestra en la modalidad oferta por oferta, ya que al hacerlo a nivel agregado de cartera se diluye la dimensión del análisis de rentabilidad y puede que no sea replicable un conjunto específico de ellas.

e) Análisis de rentabilidad

En relación con esta consideración, es necesario que para la propuesta de OMV completo se tenga en cuenta un análisis rentabilidad que permita obtener un margen de ganancia razonable. El test debe poder mostrar cual es el margen de ganancia que el preponderante obtiene por cada una de las ofertas comerciales que resulten de la muestra aleatoria propuesta.

Se debe considerar que, de acuerdo con el artículo 272 de la LFTR, se debe garantizar que los operadores puedan obtener un margen de utilidad razonable y equitativo, que cuando menos sea similar al del agente económico preponderante, y en particular considerar cada una de las ofertas de este, a efecto de evitar ser desplazados.

f) Tratamiento de las promociones

Sugerimos, que las promociones sean tratadas de forma especial dentro del test, por ejemplo, cuando una promoción disminuya el precio promedio en más de 5% (independiente de si ello se deriva de menores precios del servicio o del equipo terminal o se obsequia algo) sería adecuado que esa oferta se detectara previo a su comercialización.

Además sugerimos poner mayor ahínco en las promociones que tienen por objeto impedir la rotación de usuarios, por ejemplo, si el operador móvil de red vende equipos a pagos por un plazo de 60 meses establece una barrera a la rotación y adquisición de usuarios, ya que impide indirectamente que el usuario pueda cambiarse de compañía telefónica, si bien el usuario tiene la opción de cambiarse de compañía al pagar el equipo, en la realidad el poder adquisitivo de la población es bajo y un escenario en el cual el usuario pague de contado su equipo es improbable.

Por tal razón, consideramos que el Test de Replicabilidad debe analizar cada uno de los elementos que componen una oferta minorista y en todo caso el Instituto debe emitir los ordenamientos regulatorios necesarios para asegurar la sana competencia.

g) Segmento empresarial:

Sin duda, debe considerar para la prueba de Replicabilidad ya que los OMVs deben tener un espectro amplio de segmentos de mercado en los que pueden incursionar, por lo que hacer el test en el mercado empresarial brinda transparencia y fomenta el proceso de competencia y libre concurrencia.

Sugerimos realizar una evaluación de modelos de negocio con base en experiencia internacional de los países que se revisaron para elaborar la metodología de Replicabilidad que cuentan con OMVs completos en el mercado, si bien un OMV completo podría competir en cada segmento del mercado con el operador dominante, la rentabilidad de cada segmento podría no permitirle continuar con el negocio en el largo plazo, por lo que, es necesario que el Instituto considere los planes probables de los nuevos entrantes para proteger los segmentos de mercado con mayor rentabilidad y fomentar la competencia.

Cuestión 2.- ¿Se considera adecuada la periodicidad propuesta para implementar la prueba de Replicabilidad (cada seis meses)? Justifique su respuesta.

La periodicidad se considera adecuada, siempre y cuando exista un mecanismo que permita reaccionar a ofertas agresivas. Por ejemplo, si se llegase a lanzar una oferta que disminuyera en más de 5% los precios, esa oferta deberá ser analizada inmediatamente ya que de permitir una oferta tan agresiva, por un periodo de 6 meses sin revisión, podría constituir una amenaza para los OMVs e incluso sacarlos del mercado.

Es importante que el AEP tenga un incentivo de auto regulación, por lo que proponemos que con el fin de obtener flexibilidad el AEP sea quien realice el test cada vez que presente una propuesta de registro que sobrepase niveles del 5%.

Cuestión 3.- A la hora de considerar los descuentos para estimar los pagos mayoristas ¿Se considera adecuado el uso del número promedio de usuarios de los Operadores Móviles Virtuales revendedores (en adelante, “OMV”)? Por ejemplo, si el precio mayorista asociado a la administración de los usuarios de prepago se redujera un 20% para los

OMV con más de 10.000 usuarios y el número medio de usuarios de un OMV revendedor es de 12.000, esta propuesta implicaría considerar el 20% de descuento.

Sí, podría ser adecuado considerar el número promedio de usuarios, siempre y cuando sólo se contabilicen los OMVs que están en la red del AEP. De tomar el conjunto de todos los operadores se deben descontar del cálculo los operadores que distorsionan el promedio. Por ejemplo, Virgin Mobile actualmente tiene 801,810 usuarios mientras que el segundo competidor OMV, Weex, tiene 150, 122 usuarios, por lo que incluir a Virgin Mobile en el promedio distorsiona las consideraciones para el resto de los competidores.

Cuestión 4.- ¿Podría indicar el número de suscriptores promedio que cabe esperar de un OMV revendedor en un periodo de 3 años?

El número de suscriptores depende de las condiciones de mercado, la poca disponibilidad de dispositivos terminales compatibles con banda 28 y su alto precio dificulta que en el plan de negocios se considere la red mayorista, por lo que suponiendo que el AEP sea el único proveedor del servicio y no pueda existir una diferenciación real en el mismo debido a capacidad y cobertura se tiene el siguiente escenario:

Año	1	2	3	4	5
# de suscriptores	60,000	180,000	300,000	500,000	600,000

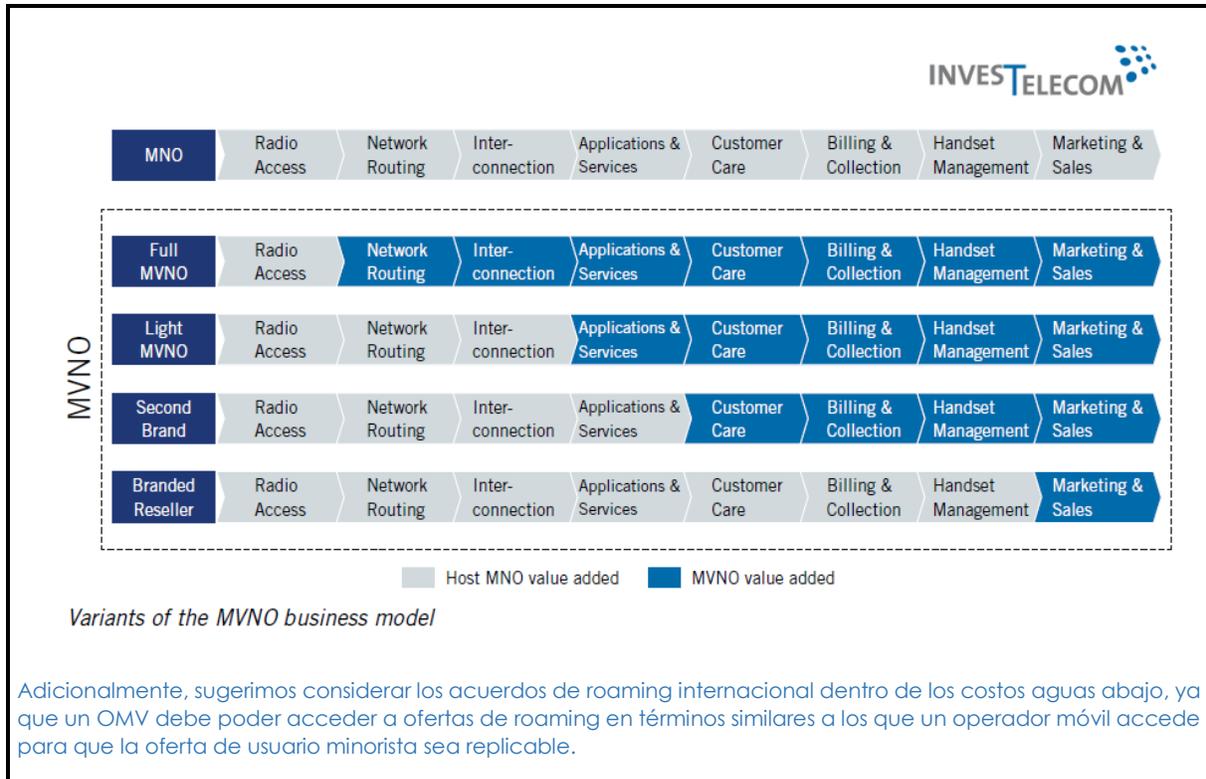
Cuestión 5.- En relación con la amortización de los pagos fijos en los que tenga que incurrir el OMV revendedor ¿Se considera adecuado el uso de la duración promedio de los contratos establecidos entre el operador Verticalmente Integrado y los OMV revendedores para amortizar dichos pagos? Justifique su respuesta.

Sí se considera adecuada, ya que durante este tiempo el operador virtual tiene contratados los servicios con el operador móvil. No obstante, para un OMV completo la amortización de los pagos debe realizarse por el tiempo equivalente a la vida útil o económica del activo.

Cuestión 6.- ¿Se considera adecuada la categorización de los costos aguas abajo considerados en la prueba? ¿Hay algún costo relevante omitido? Es decir, ¿existen costos en los que incurriría un OMV revendedor, distintos del pago mayorista y de los costos aguas abajo considerados en la prueba, que habría que incluir? Si es así, explique y justifique a qué actividad se correspondería.

Consideramos adecuados los conceptos de costos en los que incurriría un revendedor, no obstante, los costos en los que incurriría un OMV completo sí son distintos.

Un OMV completo debe incurrir en todos los costos de red de conmutación y transporte, los canales de distribución, los procesos de atención a clientes, aprovisionamiento y gestión del servicio, sugerimos tomar como guía los conceptos que usualmente se esquematizan en los diagramas de Full MVNO, como el siguiente:



Preguntas de la consulta relativas a la prueba de Replicabilidad para enlaces dedicados

Cuestión 46.- ¿Tiene algún comentario con respecto al diseño de la prueba? Justifique su respuesta respecto de las siguientes dimensiones de la prueba:

- Implementación ex-post;
- Eficiencia del operador;
- Estándar de costos;
- Insumos mayoristas;
- Nivel de agregación de las ofertas;
- Análisis de rentabilidad;
- Tratamiento de las promociones, y
- Segmento empresarial.

En particular, respecto al elemento “e. Nivel de agregación de las ofertas”, señale y justifique la conveniencia de considerar una o varias carteras de productos y, en su caso, los criterios para definir dichas carteras (aplica también en el caso de optar por tipología(s) de productos).

Sugerimos considerar las diferencias entre el mercado de enlaces minorista y el mercado de enlaces mayorista. El mercado mayorista definido por el Instituto proporciona el insumo no replicable al concesionario solicitante, es decir la infraestructura ya sea de acceso o de transporte; posteriormente el concesionario solicitante acude aguas abajo para dotar de características específicas a ese insumo mayorista y convertirlo en un servicio para un usuario minorista.

La oferta del mercado minorista se compone de manera enunciativa más no limitativa de: servicios de banda ancha con o sin sobreescripción, monitoreo, redes privadas virtuales, video, soluciones de TI, comunicaciones con puntos de venta, LAN extendida, redes dorsales, servicios de *cloud*, servicios de gestión de red, comunicaciones unificadas, video vigilancia, priorización de tráfico, entre otros.

Esto muestra que los costos en los que incurre un concesionario solicitante son mucho mayores que los asociados a la provisión de un servicio de enlace local, interurbano o internacional, ya que añade al enlace características específicas y única, no sólo de capacidad si no equipamiento y administración.

Teniendo en cuenta lo anterior sugerimos considerar lo siguiente para las dimensiones de la prueba:

- a) Implementación *ex post*
En relación con la dimensión de implementación, se considera que debe ser *ex ante* y *ex post*, dado que es conveniente para el mercado que las ofertas el AEP sean probadas previo a su comercialización, pero también es adecuado que las ofertas que hoy en día se comercializan en el mercado minorista pasen la prueba de Replicabilidad, esto con objeto de dar transparencia, flexibilidad y seguridad para el competidor.
- b) Eficiencia del operador
Consideramos que se debe tener en cuenta la integración vertical para realizar el análisis, la cual refiere a los procesos necesarios para aprovisionar un enlace, por ejemplo, un operador acude con su centro de datos y su punto de salida a internet para dar el servicio extremo a extremo, dicha verticalidad puede ser difícil de replicar. Por tal razón, lo más adecuado es considerar un modelo EEO ajustado, es decir un modelo de escala y eficiencia ajustada, que incluya diferencias en costo de capital y temporalidad de los usuarios. Ya que no es posible considerar que en los procesos aguas abajo se contará con el mismo nivel de eficiencia y de costos que el operador preponderante
- c) Estándar de costos
Lo adecuado sería un enfoque FAC. Utilizar un estándar FAC es más transparente y beneficia a la competencia, ya que permite identificar claramente los costos en los que incurre el operador preponderante, sobre todo porque estos pueden ser obtenidos a partir de la separación contable.

Este estándar, además de permitir recuperar todos los costos comunes y compartidos entre los distintos servicios, supone una baja carga regulatoria si la información está disponible. Por lo que consideramos que es el estándar más adecuado
- d) Insumos mayoristas
Los insumos mayoristas están correctamente identificados, no obstante, sería adecuado realizar una diferenciación por capacidad (velocidad).
- e) Nivel de agregación de las ofertas
Sugerimos que sea oferta por oferta, pero no del total de la oferta minorista, sino que deben ser un conjunto de ofertas representativas, que incluyan capacidad, volumen y periodo de contratación. Sugerimos considerar la oferta más económica en el mercado minorista, ya que de esa forma se asegura el control del precio mayorista.
- f) Análisis de rentabilidad

En relación con esta consideración, es necesario que se tenga en cuenta un análisis rentabilidad que permita obtener un margen de ganancia razonable. El test debe poder mostrar cual es el margen de ganancia que el preponderante obtiene por cada una de las ofertas comerciales que comercializa.

Se debe considerar que, de acuerdo con el artículo 272 de la LFTR, se debe garantizar que los operadores puedan obtener un margen de utilidad razonable y equitativo, que cuando menos sea similar al del agente económico preponderante, y en particular considerar cada una de las ofertas de este, a efecto de evitar ser desplazado.

g) Tratamiento de las promociones

Las promociones deben tener un tratamiento especial dentro del test, no pueden sujetarse a una evaluación cada seis meses. Deben tratarse de manera particular las promociones que disminuyan el precio promedio en más de 5%.

Cuestión 47.- ¿Se considera adecuada la periodicidad propuesta para implementar la Prueba de Replicabilidad (cada seis meses)? Justifique su respuesta.

La periodicidad se considera adecuada, siempre y cuando exista un mecanismo que permita reaccionar a ofertas agresivas. Por ejemplo, si se llegase a lanzar una oferta que tuviera precios por debajo de los mayoristas, esa oferta deberá ser analizada inmediatamente.

Cuestión 48.- ¿Se considera adecuada la segmentación propuesta para la realización de la prueba (esto es, distinguiendo entre enlaces locales, entre localidades e internacionales)? Justifique su respuesta.

Se considera adecuada la segmentación en el nivel mayorista, aunque podría ser más transparente considerar un subgrado de segmentación por capacidad.

Cuestión 49.- ¿Se considera adecuada la categorización de los costos aguas abajo propuesta? Justifique su respuesta.

Se podría mejorar la categorización de los costos si no se consideraran como los costos asociados a la provisión de enlaces locales, entre localidades e internacional, dado que los servicios minoristas no corresponden a estas categorías de enlaces sino a los servicios de banda ancha con o sin sobrescripción, monitoreo, redes privadas virtuales, video, soluciones de TI, comunicaciones con puntos de venta, LAN extendida, redes dorsales, servicios de cloud, servicios de gestión de red, comunicaciones unificadas, video vigilancia, priorización de tráfico, entre otros.

Cuestión 50.- ¿Se considera adecuado segmentar cada prueba por capacidades, distinguiendo, por ejemplo, entre baja y alta capacidad? Explique y justifique sus razones, así como a partir de qué capacidad podría considerarse “alta capacidad”.

No consideramos que existan suficientes elementos para concluir que es adecuada la segmentación, puesto que no observamos una racionalidad económica; los equipos necesarios para un enlace de alta capacidad son en algunos casos los que se utilizan para enlaces de baja capacidad. Posiblemente sería adecuado que el Instituto hiciera un análisis de las capacidades que los concesionarios contratan al concesionario mayorista y con base en dicha información realizar la segmentación más apropiada.