

## 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](mailto: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 periodo 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](http://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](mailto:luis.gonzalez@ift.org.mx), teléfono 55 5015 4000, extensión: 2242.

<b>I. Datos del participante</b>	
<b>Nombre, razón social o denominación social:</b>	Mega Cable, S.A. de C.V.
<b>En su caso, nombre del representante legal:</b>	Ramón Olivares Chávez
<b>Documento para la acreditación de la representación:</b> En caso de contar con representante legal, adjuntar copia digitalizada del documento que acredite dicha representación, vía correo electrónico.	Poder Notarial
<b>AVISO DE PRIVACIDAD</b>	
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:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>I. <b>Denominación del responsable:</b> Instituto Federal de Telecomunicaciones.</li> <li>II. <b>Domicilio del responsable:</b> Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena, Delegación Benito Juárez, C.P. 03720, Ciudad de México, México.</li> <li>III. <b>Datos personales que serán sometidos a tratamiento y su finalidad:</b> 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 LGPDPPSO. 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.</li> </ol>	

- IV. **Información relativa a las transferencias de datos personales que requieran consentimiento:** Ninguno de los datos personales recabados con motivo de los procesos de consulta pública es objeto de transferencia en términos de lo dispuesto por el Artículo 3, fracción XXXII de la LGPDPPSO.
- V. **Fundamento legal que faculta al responsable para llevar a cabo el tratamiento:** Artículo 51 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.
- VI. **Mecanismos y medios disponibles para que el titular, en su caso, pueda manifestar su negativa para el tratamiento de sus datos personales para finalidades y transferencias de datos personales que requieren el consentimiento del titular:** Se ponen a disposición los siguientes puntos de contacto: Oberlin Burgos Morales, Subdirector de Análisis Cuantitativo 1, correo [oberlin.burgos@ift.org.mx](mailto:oberlin.burgos@ift.org.mx) y Luis Raúl González Romo, Jefe de Departamento de Análisis Cuantitativo, correo [luis.gonzalez@ift.org.mx](mailto:luis.gonzalez@ift.org.mx) y número telefónico (55) 50154000 extensiones 4612 y 2242, respectivamente, con quienes el titular de los datos personales podrá comunicarse a efecto de manifestar, de ser el caso, su negativa para el tratamiento de sus datos personales para finalidades que requieran su consentimiento.
- VII. **Los mecanismos, medios y procedimientos disponibles para ejercer los derechos ARCO:** Las solicitudes para el ejercicio de los derechos ARCO deberán presentarse ante la Unidad de Transparencia del Instituto Federal de Telecomunicaciones, a través de escrito libre, formatos, medios electrónicos o cualquier otro medio que establezca el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales. El procedimiento se registrará por lo dispuesto en los artículos 48 a 56 de la LGPDPPSO.
- VIII. **El domicilio de la Unidad de Transparencia del Instituto Federal de Telecomunicaciones:** Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena, Delegación Benito Juárez, C.P. 03720, Ciudad de México, México.
- IX. **Los medios a través de los cuales el responsable comunicará a los titulares los cambios al aviso de privacidad:** Todo cambio al Aviso de Privacidad será comunicado a los titulares de datos personales en el apartado de consultas públicas del portal de internet del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

II. Comentarios y aportaciones específicas del participante		
Servicios	Apartado o Sección o Especificación	Comentario y aportaciones
Elija un elemento.		Se informa a ese Instituto que los comentarios y aportaciones específicas del participante se incluyen en las respuestas al cuestionario más abajo en este escrito.
Elija un elemento.		

**Nota:** Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.

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

Ante todo, los objetivos principales de la metodología de replicabilidad económica aplicable a los servicios del AEP en telecomunicaciones deben ser los de asegurar que las ofertas y promociones de dicho agente económico son compatibles con el proceso de competencia y libre concurrencia y que los análisis para tal objeto que se lleven a cabo, brinden certidumbre y transparencia al resto de los operadores en la industria.

Si bien se está de acuerdo en que los servicios del AEP que incluyen el servicio de internet de banda ancha deben ser por su importancia y etapa de desarrollo especialmente examinados rigurosa y detalladamente; lo cierto es que lo anterior no implica que las pruebas de replicabilidad de los demás servicios minoristas que ofrece el AEP no sean evaluados y analizados con el mismo detalle y estándares equivalente, puesto que ni la resolución de Preponderancia ni la LFCE y menos aún la LFTR distinguen entre servicios “más importantes” o “menos importantes” o mercados “maduros” y “en crecimiento”. El objetivo de promover y proteger la competencia económica debe darse en todos los casos por igual y por lo tanto criterios como la metodología de implementación, estándar de eficiencia, frecuencia, nivel de desagregación, tratamiento de promociones, análisis de rentabilidad, consideración de ofertas empresariales, etc., deben ser iguales en todos los casos.

La metodología debe incluir mecanismos para asegurar que la información presentada por el AEP permita llevar a cabo de manera precisa las pruebas de replicabilidad, impedir rigurosamente el lanzamiento al mercado o modificación de cualesquier ofertas o promociones del AEP hasta no recibir la autorización del IFT.

Finalmente se sugiere revisar las metodologías de modelos de costos de ofertas mayoristas de referencia (y convenio marco de interconexión) del AEP que estarían relacionadas con el análisis de replicabilidad a efectos de unificar criterios respecto a parámetros que se utilizan o podrían utilizarse en ambos (WACC, CAPM, participación de mercado, etc.), dimensionamiento de la red eficiente, etc.

Los modelos de las pruebas de replicabilidad presuponen que el AEP entregará información sobre ingresos y costos aguas abajo, sin embargo, no se señala con qué mecanismos o de qué manera se verificará que efectivamente dicha

información refleje los verdaderos ingresos y costos en dicha actividad del AEP. Es ampliamente conocida la problemática que surge con respecto a modelos que se sustentan en información proporcionada por el operador regulado, ya que existe una ventaja informacional frente al regulador. Aquél tiene la posibilidad de presentar la información que le convenga que utilice la autoridad en la herramienta regulatoria. En este caso, el AEP tiene el incentivo a sub-estimar los costos de su actividad minorista a fin de que la prueba de replicabilidad de todas sus ofertas tengan un valor positivo y por lo tanto, se considere como “replicable” (cuando en realidad podría no serlo).

También es sustantivo que las pruebas de replicabilidad no se limiten únicamente a aspectos de replicabilidad económica, sino también a otras dimensiones del servicio como replicabilidad técnica y de calidad en el servicio.

**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:

**Respuesta.**

- a. Eficiencia del operador;

Se considera que con el objetivo de promover la competencia en los mercados correspondientes a los distintos servicios minoristas del AEP, se debe utilizar un nivel de eficiencia EEO ajustado o en su defecto SEO, de lo contrario, con un esquema de replicabilidad con un nivel de eficiencia más estricto resultará más difícil generar condiciones equitativas de competencia entre el AEP y otros operadores. Esto es particularmente importante en el caso de los servicios de banda ancha fija y banda ancha fija empaquetada con telefonía y/o Claro Video.

Con independencia de lo anterior, se considera que no debe haber distinciones en el enfoque o metodología dependiendo del tipo de servicio y si este es un servicio maduro o en crecimiento. Para dar mayor transparencia y sencillez al análisis (ya que además implica un proceso de obtención de información del regulador del AEP y de la industria, sería más eficiente regulatoriamente definir un solo criterio metodológico en cuanto a eficiencia de costos y otros elementos, que varios.

En todo caso, se tendría que realizar un análisis de costo-beneficio regulatorio para afirmar que es preferible brindar mayor flexibilidad comercial o evitar una supuesta carga regulatoria al AEP a dar mayor protección al proceso de competencia.

b. Estándar de costos;

Con el mismo objetivo, se considera conveniente utilizar un estándar de costos para las actividades aguas abajo correspondiente a FAC o en su defecto, LRIC +. De lo contrario, se pondría en condiciones de desventaja a operadores que sean nuevos entrantes al mercado en su totalidad o incluso que expandan su cobertura de servicios a nuevas localidades.

Cabe observar que la utilización de LRIC + además sería consistente con la metodología de costos para los servicios mayoristas regulados del AEP.

c. Insumos mayoristas;

En el mismo sentido, se debe evaluar la replicabilidad para cada servicio mayorista por separado, de lo contrario se corre el riesgo de comportamiento estratégico del AEP para limitar la oferta competitiva de sus servicios mayoristas a uno de ellos lo que puede afectar las posibilidades de competir efectivamente de otros operadores actuales o potenciales.

Tal enfoque es además consistente con lo establecido en la LFTR y la resolución de preponderancia, donde no se indica que solo algunos de los servicios mayoristas del AEP deban ser replicables, sino todos.

d. Nivel de agregación de las ofertas;

Sin duda, para todos los servicios se debe realizar una prueba oferta por oferta o bien un esquema combinado, pero donde se incluya un análisis ex ante oferta por oferta. El objetivo del análisis de replicabilidad debe ser ante todo promover la competencia en la prestación de servicios de telecomunicaciones y no darle más flexibilidad o reducir la carga regulatoria al AEP.

Asimismo, la definición de cualquier tipo de “cartera de productos” resultaría arbitraria, además de que podría crear barreras de entrada, ya que presionaría a los competidores del AEP a contar con un mix de ofertas y paquetes tan amplio como el AEP.

Se reitera que no se deben diferenciar los enfoques o metodologías por tipo de servicio o segmento, sino que para todos se debe aplicar el mismo estándar (el más riguroso para

el AEP), ya que no se trata de varios proveedores de servicios mayoristas, sino sólo uno, el AEP.

Asimismo, con respecto del tratamiento de las ofertas empaquetadas se recomienda evaluar la replicabilidad tanto del paquete en su conjunto, como el del precio implícito de cada servicio del paquete, de forma individual. Esto porque el propio IFT y la experiencia internacional muestra que en determinados casos puede haber un mercado relevante de paquetes de servicios y en otros, los componentes de los paquetes de servicios pueden ser sustitutos o generar presiones competitivas en los servicios individuales y viceversa.

e. Análisis de rentabilidad;

Se coincide en que un esquema periodo a periodo es el más conveniente para los casos de análisis ex post.

No obstante en el caso de análisis oferta por oferta el cual se haría de manera ex ante, previo a que el IFT autorice cualquier oferta o promoción del AEP, se sugiere aplicar tanto un método FCD agregado como uno análisis por cohorte de clientes. Esto último precisamente para excluir la posibilidad de que el AEP desplace indebidamente a sus competidores con respecto a ciertos segmentos o grupos rentables de usuarios (situación que se conoce como cream-skimming).

Igualmente, en los casos de servicios que se pretende aplicar únicamente un esquema ex post cada seis meses, fomentaría un comportamiento estratégico del AEP de aprovechar temporalmente el “vacío” regulatorio para lanzar ofertas no replicables de manera temporal o incluso de manera definitiva si en un análisis costo-beneficio le resulta más rentable desplazar a sus competidores (por ejemplo, en periodos de alta demanda), que la sanción a la que se podría hacer acreedora (si se le llega a sancionar) por lanzar tales ofertas no replicables. El elemento de política regulatoria más efectivo que tiene la autoridad respecto a los servicios minoristas de AEP es no otorgar una autorización para lanzar al mercado o modificar una oferta hasta no verificar que esta es replicable por los competidores bajo los estándares que se establezcan. Una vez ya en el mercado tales ofertas, aunque sea de manera temporal (se reitera), podrían ocasionar mucho daño al proceso de competencia y libre concurrencia y la autoridad tendría menos instrumentos regulatorios para detener y corregir dicho daño.

f. Tratamiento de las promociones, y

Se deben evaluar todas las promociones del AEP como cualquier oferta. En el pasado, el AEP ha utilizado supuestas promociones de manera permanente o por periodos muy extensos. El considerar otro criterio, puede dejar abierto un margen para que el AEP diferencie de manera indebida sus ofertas con respecto a las que pueden ofrecer sus competidores en los mercados minoristas.

Se considera conveniente que para el análisis del precio de los servicios mayoristas se considere el precio ofrecido, así como todos los posibles descuentos que el AEP pretenda ofrecer, esto es consistente con la utilización de un enfoque de eficiencia EEO ajustado o SEO, principalmente por las desventajas en escala y posicionamiento de mercado de los operadores de menor tamaño.

g. Segmento empresarial.

Se deben incluir y analizar todas las ofertas empresariales en todos los segmentos de manera separada. Los mercados de servicios empresariales pertenecen claramente a mercados relevantes distintos que los servicios residenciales, además de contar con una especial importancia por tratarse de servicios e insumos horizontales que afectan la productividad y competitividad de los distintos sectores de la actividad económica. Por lo tanto, no debe soslayarse la exhaustividad el análisis de replicabilidad respecto a estos servicios.

Tampoco resulta válido pretender justificar la exclusión del análisis de replicabilidad las ofertas adaptadas a cada cliente o los casos en que la decisión de compra se hace por concurso en aras de no obstruir la participación del AEP, cuando por el contrario, si no se hace en esos casos un análisis de replicabilidad concienzudo a quienes se estaría obstruyendo o impidiendo su participación sería a los competidores del AEP.

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).

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

**Respuesta.**

Para un análisis ex post, podría ser razonable seis meses. Sin embargo, mi representada considera que dicho esquema debe combinarse con uno ex ante, en el cual es imperativo que para la autorización o aprobación de cualquier oferta y/o promoción del AEP, se realice previamente un análisis de replicabilidad. De lo contrario se daría una ventaja indebida al AEP durante un periodo de al menos de seis meses, tiempo que puede afectar la capacidad competitiva de otros agentes económicos de manera definitiva.

**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.

**Respuesta.**

**No.** Por el contrario, es recomendable realizar un análisis de replicabilidad considerando todos y cada uno de los descuentos otorgados o al menos considerar una distribución de frecuencias de dichos descuentos atribuibles a la administración de dichos usuarios, con el fin de determinar en qué medida se debe modificar el descuento a partir del número de usuarios de los OMV.

Lo anterior porque el promedio de descuentos discrimina en favor de los OMVs más grandes, además de que el promedio puede estar influenciado por un descuento otorgado en particular.

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

**Respuesta.**

Tal y como se desprende de las cifras de adquisición de suscriptores de los OMV en el mercado, tal cifra no puede ser muy elevada, ya que en más de tres años de participar en el mercado, con la excepción de Virgin Mobile quien registra más de 800 mil suscriptores y QBO Cel 120,000, el resto de los OMV en el mercado cuentan con 50,000 o menos suscriptores (fuente: 4º Informe Trimestral Estadístico 2016, IFT). Precisamente esas diferencias de suscriptores evidencian que existen distintos modelos de negocio, enfocados a distintos perfiles de consumidores y que en ese sentido un promedio podría distorsionar la replicabilidad en favor de ciertos modelos de negocio y en contra de otros, para los cuales el número de suscriptores sería si no imposible, difícil de alcanzar.

**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.

**Respuesta.**

**No.** Se sugiere considerar la duración de los distintos contratos o al menos, junto al promedio, la distribución de frecuencias de la duración de dichos contratos, por las mismas razones señaladas en la respuesta a las Cuestiones 3 y 4.

**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.

**Respuesta.**

Con independencia de que se considera se necesita mayor nivel de desagregación o detalle con respecto a dichos costos, se considera que en términos generales incluye aquellos costos más relevantes para un OMV revendedor. Por otro lado, no se puede perder de vista que la reventa no es el único modelo de negocios que un OMV puede perseguir y el limitar el análisis de replicabilidad a ese modelo, podría afectar el desarrollo y la capacidad competitiva de otros modelos de negocio de OMV.

**Preguntas de la consulta relativas a la prueba de replicabilidad de telefonía fija**

**Cuestión 7.-** ¿Tiene algún comentario con respecto al diseño de la prueba? Justifique su respuesta respecto de las siguientes dimensiones de la prueba:

- a. Implementación ex-post;
- b. Eficiencia del operador;
- c. Estándar de costos;
- d. Insumos mayoristas;
- e. Nivel de agregación de las ofertas;
- f. Análisis de rentabilidad;
- g. Tratamiento de las promociones, y
- h. 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).

**Respuesta.**

Como se señala previamente en las respuestas a las primeras cuestiones, Megacable considera conveniente una combinación de implementación ex ante para cada oferta y en su caso, una revisión ex post cada seis meses.

Asimismo, hace las siguientes sugerencias, con el fin de promover la competencia en el mercado de servicios de telefonía fija:

- El nivel de eficiencia del operador se sugiere sea EEO ajustado o SEO.
- El estándar de costos recomendado es FAC o bien el LRIC+ (tal y como se señala en el documento de marco metodológico).
- El nivel de agregación del análisis debe ser oferta por oferta (si bien, de manera complementaria puede hacerse un análisis con relación a la cartera promedio).

Se considera que también se debe plantear una prueba con respecto a las alternativas del servicio de desagregación del bucle y no sólo del servicio de reventa, de lo contrario, implícitamente se están limitando las posibilidades de competencia al nivel de reventa y restringiendo la capacidad de competir con el AEP adquiriendo servicios de desagregación de la red local.

Asimismo, se deben considerar en el análisis de replicabilidad todas las promociones y descuentos ofrecidos por el AEP, una por una.

Finalmente, se debe realizar un análisis de replicabilidad para cada una de las ofertas empresariales, de lo contrario, puede distorsionarse dicho análisis si no se distinguen las ofertas y clientes residenciales y empresariales, al tener cada segmento una dinámica competitiva distinta.

**Cuestión 8.-** ¿Se considera adecuada la periodicidad propuesta para implementar la prueba de replicabilidad (cada seis meses)? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Para el caso del análisis o revisión ex post, sí. Sin embargo, se reitera se sugiere que cada nueva oferta o promoción del AEP sea evaluada de manera ex ante a su lanzamiento comercial.

**Cuestión 9.-** ¿Se considera adecuado el uso del servicio mayorista de reventa de voz para la evaluación de la replicabilidad de los servicios de telefonía fija comercializados de forma individual por parte del AEP? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Como se señala en la respuesta a la Cuestión 7, se considera que también se debe plantear una prueba con respecto a las alternativas del servicio de desagregación del bucle y no sólo del servicio de reventa, de lo contrario, implícitamente se están limitando las posibilidades de competencia al nivel de reventa y restringiendo la capacidad de competir con el AEP adquiriendo servicios de desagregación de la red local.

**Cuestión 10.-** En relación con la amortización de los pagos fijos en los que incurre el operador alternativo ¿Se considera adecuado el uso de la vida económica del cliente de telefonía fija del AEP para amortizar dichos pagos? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Sí. Es correcto amortizar dichos pagos con base en el promedio de la vida económica del cliente de telefonía fija. Sin embargo, puede ser útil analizar la distribución de frecuencias de dicha vida útil con el objeto de identificar distintos segmentos de clientes con una vida útil distinta.

**Cuestión 11.-** ¿Se considera adecuada la categorización de los costos aguas abajo propuesta? ¿Hay algún costo relevante omitido? Es decir, ¿existen costos en los que incurriría un operador, 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.

**Respuesta.**

Se considera que se necesita mayor nivel de desagregación o detalle con respecto a dichos costos, para poder determinar si se incluyen los costos más relevantes para la prestación del servicio de telefonía fija minorista.

Las categorías de costos presentadas en el documento de la metodología de la consulta ciertamente podrían agrupar los costos relevantes de la prestación del servicio de telefonía fija minorista o a usuarios finales; sin embargo, se requiere una mayor desagregación de costos para determinar si en realidad no se está excluyendo algún costo.

#### Preguntas de la consulta relativas a la prueba de replicabilidad de banda ancha (individual y empaquetado)

**Cuestión 12.-** ¿Tiene algún comentario con respecto al diseño de la prueba? Justifique su respuesta respecto de las siguientes dimensiones de la prueba:

- a. Implementación ex-ante y ex-post;

- 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 para la prueba ex post y, en su caso, los criterios para definir dichas carteras (aplica también en el caso de optar por tipología(s) de productos).

**Respuesta.**

De conformidad con la respuesta a la Cuestión 1 de este cuestionario, Megacable hace las siguientes observaciones con respecto al servicio de banda ancha. Al ser uno de los segmentos con mayor crecimiento e importancia futura, se requiere más que nunca que el diseño de las pruebas de replicabilidad tengan como finalidad proteger y promover la competencia y libre concurrencia en los mercados.

- a. Implementación Ex ante y ex post

Se considera conveniente una combinación de ambas pruebas, como la estrategia regulatoria más eficaz para proteger y promover la competencia en estos servicios (véase respuesta a la siguiente cuestión)

Eficiencia del operador:

Se considera que con el objetivo de promover la competencia en los mercados correspondientes a los distintos servicios minoristas del AEP, se debe utilizar un nivel de eficiencia EEO ajustado o en su defecto SEO, de lo contrario, con un esquema de replicabilidad con un nivel de eficiencia más estricto resultará más difícil generar condiciones equitativas de competencia entre el AEP y otros operadores. Esto es particularmente importante en el caso de los servicios de banda ancha fija y banda ancha fija empaquetada con telefonía y/o Claro Video.

Con independencia de lo anterior, se considera que no debe haber distinciones en el enfoque o metodología dependiendo del tipo de servicio y si este es un servicio maduro o en crecimiento. Para dar mayor transparencia y sencillez al análisis (ya que además implica un proceso de obtención de información del regulador del AEP y de la industria, sería más eficiente regulatoriamente definir un solo criterio metodológico en cuanto a eficiencia de costos y otros elementos, que varios.

b. Estándar de costos;

Con el mismo objetivo, se considera conveniente utilizar un estándar de costos para las actividades aguas abajo correspondiente a FAC o en su defecto, LRIC +. De lo contrario, se pondría en condiciones de desventaja a operadores que sean nuevos entrantes al mercado en su totalidad o incluso que expandan su cobertura de servicios a nuevas localidades.

Cabe observar que la utilización de LRIC + además sería consistente con la metodología de costos para los servicios mayoristas regulados del AEP.

c. Insumos mayoristas;

En el mismo sentido, se debe evaluar la replicabilidad para cada servicio mayorista por separado, de lo contrario se corre el riesgo de comportamiento estratégico del AEP para limitar la oferta competitiva de sus servicios mayoristas a uno de ellos lo que puede afectar las posibilidades de competir efectivamente de otros operadores actuales o potenciales.

Tal enfoque es además consistente con lo establecido en la LFTR y la resolución de preponderancia, donde no se indica que solo algunos de los servicios mayoristas del AEP deban ser replicables, sino todos.

d. Nivel de agregación de las ofertas;

Sin duda, para todos los servicios se debe realizar una prueba oferta por oferta o bien un esquema combinado, pero donde se incluya un análisis ex ante oferta por oferta. El objetivo del análisis de replicabilidad debe ser ante todo promover la competencia en la prestación de servicios de telecomunicaciones y no darle más flexibilidad o reducir la carga regulatoria al AEP.

Asimismo, la definición de cualquier tipo de “cartera de productos” resultaría arbitraria, además de que podría crear barreras de entrada, ya que presionaría a los competidores del AEP a contar con un mix de ofertas y paquetes tan amplio como el AEP.

Se reitera que no se deben diferenciar los enfoques o metodologías por tipo de servicio o segmento, sino que para todos se debe aplicar el mismo estándar (el más riguroso para el AEP), ya que no se trata de varios proveedores de servicios mayoristas, sino sólo uno, el AEP.

Asimismo, con respecto del tratamiento de las ofertas empaquetadas se recomienda evaluar la replicabilidad tanto del paquete en su conjunto, como el del precio implícito de cada servicio del paquete, de forma individual. Esto porque el propio IFT y la experiencia internacional muestra que en determinados casos puede haber un mercado relevante de paquetes de servicios y en otros, los componentes de los paquetes de servicios pueden ser sustitutos o generar presiones competitivas en los servicios individuales y viceversa.

e. Análisis de rentabilidad;

Se coincide en que un esquema periodo a periodo es el más conveniente para los casos de análisis ex post.

No obstante en el caso de análisis oferta por oferta el cual se haría de manera ex ante, previo a que el IFT autorice cualquier oferta o promoción del AEP, se sugiere aplicar tanto un método FCD agregado como uno análisis por cohorte de clientes. Esto último precisamente para excluir la posibilidad de que el AEP desplace indebidamente a sus competidores con respecto a ciertos segmentos o grupos rentables de usuarios (situación que se conoce como cream-skimming).

f. Tratamiento de las promociones, y

Se deben evaluar todas las promociones del AEP como cualquier oferta. En el pasado, el AEP ha utilizado supuestas promociones de manera permanente o por periodos muy extensos. El considerar otro criterio, puede dejar abierto un margen para que el AEP diferencie de manera indebida sus ofertas con respecto a las que pueden ofrecer sus competidores en los mercados minoristas.

Se considera conveniente que para el análisis del precio de los servicios mayoristas se considere el precio ofrecido, así como todos los posibles descuentos que el AEP pretenda ofrecer, esto es consistente con la utilización de un enfoque de eficiencia EEO ajustado o SEO, principalmente por las desventajas en escala y posicionamiento de mercado de los operadores de menor tamaño.

g. Segmento empresarial.

Se deben incluir y analizar todas las ofertas empresariales en todos los segmentos de manera separada, incluso aquellas que se consideran como “ofertas adaptadas a cada cliente”. Por el contrario, tal y como se reconoce en el propio Documento del Marco Metodológico, este tipo de ofertas específicas o adaptadas se suelen concursar, licitar o cotizar entre más de un operador (entre otras cosas por la dimensión de la inversión a realizar), para lo cual se suele contar con tiempos considerables para preparar una oferta dentro de los cuales perfectamente el AEP podría solicitar la aprobación del AEP (no sería la única autorización que necesitaría obtener para los concursos). Por lo cual, lejos de que sea cierto que podría afectar al AEP al no poder presentar una oferta de manera oportuna porque esta tendría que ser autorizada por el IFT a través de una prueba de replicabilidad, de no aplicarse dicha prueba en estos casos lo que se lograría sería por el contrario obstruir e impedir la participación e otros operadores (en el evento de que la oferta del AEP no sea replicable por los competidores), lo cual tendría un importante efecto negativo en el proceso de competencia.

Los mercados de servicios empresariales pertenecen claramente a mercados relevantes distintos que los servicios residenciales, además de contar con una especial importancia

por tratarse de servicios e insumos horizontales que afectan la productividad y competitividad de los distintos sectores de la actividad económica. Por lo tanto, no debe soslayarse la exhaustividad el análisis de replicabilidad respecto a estos servicios.

**Cuestión 13.-** ¿Está de acuerdo con la frecuencia propuesta para la implementación de la prueba de replicabilidad ex-post (cada seis meses)? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

En estos servicios más que en ninguno es necesario considerar una prueba ex ante, cada vez que el AEP pretenda comercializar una nueva oferta y/o promoción o modificar alguna ya vigente. Adicionalmente, se considera adecuado complementar las pruebas ex ante con una prueba ex post, con base en información de costos reales cada seis meses.

Por lo tanto, se está de acuerdo con que se realice una combinación de prueba ex ante y ex post, pero ambos deben ser al menos oferta por oferta (adicionalmente se puede hacer un análisis agregado de todas las ofertas).

**Cuestión 14.-** ¿Considera adecuado el estándar de eficiencia propuesto (SEO) para la prueba de replicabilidad económica para los servicios de banda ancha? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Se considera más conveniente utilizar un estándar EEO ajustado que incluya el ajuste por escala, lo anterior –se reitera- dadas las desventajas notorias que enfrentan los competidores actuales o potenciales frente al AEP. Sin embargo, con excepción del estándar EEO ajustado, el SEO es el más idóneo.

**Cuestión 15.-** En relación con la implementación del enfoque SEO:

a) ¿Se considera adecuada la propuesta de considerar el número de accesos promedio por central que tendría un operador alternativo? Justifique su respuesta.

b) Se solicita comentar sobre el nivel de cuota de mercado que es razonable esperar de un operador que solicita el acceso mayorista en el plazo de 1-3 años, así como sobre la importancia de la escala en el pago de los servicios mayoristas y su justificación. ¿Considera que esta cuota debería variar dependiendo de la modalidad de acceso (acceso indirecto frente a desagregación de bucle)? Justifique su respuesta.

c) Se solicita comentar las categorías de costos (incluidas en la Figura 14) para las que se considera que existen economías de escala significativas así como su justificación. También se solicita comentar el grado en que existen economías de alcance con otros servicios. Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Si se considera adecuado, puesto que al inicio el solicitante iniciara con pocas líneas desde el primer momento y de acuerdo a la figura 13 a menor cantidad de líneas el costo por suscriptor es mayor. A medida que se incrementa la cantidad de líneas y servicios baja el costo por suscriptor, razón por la cual la metodología se basa en el número de suscriptores del Operador Alternativo.

Resulta difícil estimar la participación de mercado que podría tener un operador alternativo que solicita el servicio de acceso mayorista durante un plazo de 1 – 3 años. Los antecedentes de la industria evidencian la dificultad que han tenido otros operadores distintos al AEP para incrementar su participación en este mercado. Sin embargo, aún con el acceso en condiciones razonables a la red de acceso del AEP difícilmente podría traducirse en un incremento significativo de la participación del operador alternativo.

Respecto a las categorías de costos se manifiesta la necesidad de detallar y explicar en mayor grado los mismos para poder identificar aquellos donde existen economías de alcance.

**Cuestión 16.-** ¿Considera apropiada la matriz de asignación de costos de red a las diversas modalidades de acceso de la Figura 14? En caso contrario, ¿qué categorías cambiaría?

**Respuesta.**

Se sugiere incorporar dentro de la Matriz de la Fig. 14 lo siguiente:

- En Centrales Internacionales agregar el Bitstream Nacionales y Regionales.
- En Centrales Regionales agregar el Bitstream Regional
- En Centrales Nacionales agregar el Bitstream Nacional, Regional y Local.

**Cuestión 17.-** ¿Considera adecuados los drivers empleados (suscriptores, tráfico o capacidad) para la asignación de los costos aguas abajo? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Sí, es una forma razonable de llevar a cabo la asignación de los costos en las actividades minoristas de un operador. Se sugiere contrastar o vincular estos drivers con los criterios que se están desarrollando con respecto a la separación contable del AEP.

**Cuestión 18.-** ¿Está de acuerdo con que el horizonte temporal considerado para el cálculo del valor presente neto esté en línea con la vida económica del cliente? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Si. Sin embargo se debe tener en consideración que el horizonte temporal puede variar para diferentes segmentos de consumidores y en función de las propias características de la oferta minorista. También se debe poner especial énfasis en hacer lo más transparentemente posible la fuente o criterio que se utilice para tal fin.

**Cuestión 19.-** ¿Considera que existen diferencias significativas en la vida útil de los clientes minoristas de banda ancha de los distintos operadores? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Sí, existen diferencias significativas. Lo anterior puede ser resultado del tipo de servicio de banda ancha contratado, de si se ofrece como parte de un paquete de servicios y de las estrategias comerciales y en el caso del AEP de estrategias anticompetitivas.

**Cuestión 20.-** ¿A partir de qué velocidad de bajada (en Mbps) se debería considerar una oferta como NGA? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Se considera que entre 20 Mb – 30 Mb de velocidad de bajada la oferta puede considerarse como NGA, ya que por un lado marca los límites comerciales para la prestación de banda ancha a través de redes tradicionales de par de cobre (xDSL) y por el otro marca, la velocidad mínima para acceder con un grado de calidad adecuado a contenidos, aplicaciones y servicios OTT.

La plataforma GPON ofrece capacidades 100 Mb, se podría establecer la marca en este Nivel.

**Cuestión 21.-** ¿A partir de qué porcentaje de líneas asociadas al conjunto de ofertas NGA con respecto al total del mercado de banda ancha debería de incluirse este conjunto en la prueba de replicabilidad? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Si. Lejos de lo que se argumenta en el documento del marco metodológico (numeral 6.1.7) sobre posibles distorsiones en los incentivos a invertir en redes de nueva generación, al tratarse de un mercado incipiente y en crecimiento, se debe proteger el mismo de

comportamientos anticompetitivos o de condiciones de competencia desiguales que permitan al AEP apalancar su poder sustancial en mercados relacionados maduros para dominar también dicho mercado en crecimiento.

#### Otras cuestiones relativas a la modelización de los pagos mayoristas

Mi representada no tiene comentarios y aportaciones sobre las cuestiones que se preguntan en esta sección (cuestiones 22 a la 39), al considerar que no corresponde a la metodología que desarrolla el Instituto sobre las pruebas de replicabilidad económica aplicables a los servicios del AEP en telecomunicaciones.

**Cuestión 22.-** Para las siguientes categorías de cobros no recurrentes, ¿cuál considera que debería ser el período de amortización? Justifique su respuesta y en su caso proporcione el soporte documental.

- a. Habilitación de los servicios de desagregación del bucle.
- b. Gastos de instalación para la coubicación.
- c. Gastos de instalación para los metros lineales por escalerilla.
- d. Tablillas de 64 puertos y módulo Splitter VDSL2.
- e. Escalerilla de aluminio de 6" a 8" para cableado UTP y/o coaxial.
- f. Habilitación del SAIB.
- g. Habilitación por equipo de acceso de un NCAI asociado a un SCyD.
- h. Gastos de habilitación por pCAI Local, Regional y Nacional.
- i. Gastos por modificación de ancho de banda.
- j. Instalación de acometidas.
- k. Visitas en falso y atención de averías inexistentes por reporte de falla.
- l. Cableado interior.

m. Procedimientos masivos.

**Cuestión 23.-** ¿Podría completar la siguiente tabla en relación a la distribución de los distintos tipos de coubicación según su propia operación?

Figura 1 Distribución según tipo de coubicación

Tipo de coubicación	Distribución (%)	Total de coubicaciones por tipo
Coubicación de tipo 1 Interna		
Coubicación de tipo 1 Externa		
Coubicación de tipo 2 Interna		
Coubicación de tipo 2 Externa		
Coubicación de tipo 3 Interna		
Coubicación de tipo 3 Externa		

Fuente: Frontier Economics a partir de la OREDA 2017-2018.

**Cuestión 24.-** ¿Podría indicar cuál es la distribución en las zonas de coubicación (alta, media y baja)? Justifique su respuesta.

**Cuestión 25.-** ¿Cuántos metros lineales de ductería se emplean, en promedio, para la coubicación externa? Justifique su respuesta.

**Cuestión 26.-** ¿Podría indicar cuántos usuarios podrían servirse por cada metro cuadrado empleado para coubicación? Justifique su respuesta.

**Cuestión 27.-** ¿Cuántos metros lineales de cableado considera que se emplean, en promedio, por tablilla? Justifique su respuesta.

**Cuestión 28.-** ¿Cada cuántos usuarios se lleva a cabo una habilitación por equipo de acceso de un NCAI asociado a un SCyD? Justifique su respuesta.

**Cuestión 29.-** ¿Cada cuántos usuarios se lleva a cabo una habilitación por pCAI Local, Regional y Nacional? Justifique su respuesta.

**Cuestión 30.-** ¿Qué porcentaje de suscriptores modifica su ancho de banda en el horizonte temporal empleado? Justifique su respuesta.

**Cuestión 31.-** ¿Cada cuántos usuarios servidos a través de acceso indirecto debe realizarse una acometida? ¿Qué porcentaje de pagos por la instalación de la acometida se realizan en una sola exhibición? Justifique su respuesta.

**Cuestión 32.-** ¿Cuál es el porcentaje de usuarios para los se contrata al AEP el servicio de “Mensajería de equipo”? Justifique su respuesta.

**Cuestión 33.-** ¿Cuál es el porcentaje de usuarios para los se contrata al AEP el servicio de “Servicio de Entrega de Equipo por Personal del AEP”? Justifique su respuesta.

**Cuestión 34.-** ¿Cuál es el porcentaje de usuarios para los se compra al AEP el módem para ADSL, el módem para vDSL y el ONT para fibra? Justifique su respuesta.

**Cuestión 35.-** ¿Cuántos procedimientos masivos considera que deben realizarse en la central de tamaño medio durante el horizonte temporal empleado? Justifique su respuesta.

**Cuestión 36.-** ¿Qué porcentaje de usuarios requieren de la instalación de acometida de cobre? ¿Y de fibra? Justifique su respuesta.

**Cuestión 37.-** ¿Qué porcentaje de usuarios, en términos medios, requieren de una visita en falso? Justifique su respuesta.

**Cuestión 38.-** ¿Qué porcentaje de usuarios, en términos medios, requieren de cableado interior? Justifique su respuesta.

**Cuestión 39.-** En promedio, ¿qué porcentaje de usuarios reporta una avería inexistente en un periodo mensual? Justifique su respuesta.

-----

**Cuestión 40.-** ¿Se considera adecuado el uso del WACC del AEP para actualizar los flujos de caja a lo largo del periodo considerado? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Al respecto, se informa que Megacable ha hecho observaciones de manera repetida desde los primeros modelos de costos para desacuerdos con el AEP donde se cuestionaban sobre todo las fuentes de información utilizadas para variables y parámetros utilizados para el CAPM y el WACC, como la beta, la estructura de financiamiento, la tasa libre de riesgo y la prima de mercado. En ese sentido, se considera que el WACC de los modelos de costos de interconexión aplicable a 2017 no refleja adecuadamente la tasa de rendimiento que el AEP debería de recibir con respecto a las ofertas incluidas en la prueba de replicabilidad.

Con independencia de lo anterior, se considera que debe existir congruencia entre el WACC utilizado en los modelos de costos CIPLP de los servicios mayoristas que se utilizan como parte de las pruebas de replicabilidad con el WACC utilizado para determinar la rentabilidad de las ofertas minoristas.

Preguntas de la consulta relativas al tratamiento de los paquetes de banda ancha con telefonía fija y/o Claro Video

**Cuestión 7.-** ¿Qué opina sobre el tratamiento propuesto para los paquetes de banda ancha fija con telefonía y/o Claro Video?

**Respuesta.**

Como se indica previamente, con respecto del tratamiento de las ofertas empaquetadas se recomienda evaluar la replicabilidad tanto del paquete en su conjunto, como el del precio implícito de cada servicio del paquete, de forma individual. Esto porque el propio IFT y la experiencia internacional muestra que en determinados casos puede haber un mercado relevante de paquetes de servicios y en otros, los componentes de los paquetes de servicios pueden ser sustitutos o generar presiones competitivas en los servicios individuales y viceversa.

No basta el análisis únicamente del paquete en su conjunto, pues los servicios que componen el paquete pueden generar presiones competitivas en los servicios individuales de esos servicios y viceversa.

En particular, el servicio de claro video puede tener efectos en la provisión de servicios de televisión restringida aún y cuando se ofrezca como parte de un paquete.

**Cuestión 8.-** ¿Considera los servicios mayoristas señalados anteriormente adecuados para prestar los servicios de empaquetamiento? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Tal y como se señala en las respuestas relacionadas con la telefonía fija, se deben considerar distintas pruebas para todas las variantes de servicio mayorista que se utilice la red de acceso local del AEP, es decir, las variantes de desagregación y acceso indirecto y reventa; considerar tanto acceso de para de cobre, como fibra óptica. Implícito en considerar todas las alternativas está el dejar que la demanda en el mercado (v.g., los competidores en el segmento minorista) seleccione libremente la opción que mejor se ajuste a su estrategia, recursos y características. Este escenario además resulta más flexible para que los competidores avancen a lo largo de la escalera de inversión (ladder of investment). Mientras que un esquema que sólo considere ciertos insumos mayoristas –aunque técnicamente parezcan las opciones más viables- restringe las alternativas de los competidores.

**Cuestión 9.-** ¿Tiene algún comentario con respecto al diseño de la prueba? Justifique su respuesta respecto de las siguientes dimensiones de la prueba:

- a. Implementación ex-ante y ex-post;
- 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 para la prueba ex post y, en su caso, los criterios para definir dichas carteras (aplica también en el caso de optar por tipología(s) de productos).

**Respuesta.**

De conformidad con la respuesta a la Cuestión 1 de este cuestionario, Megacable hace las siguientes observaciones con respecto a paquetes banda ancha con telefonía fija y/o Claro Video. Al ser uno de los segmentos con mayor crecimiento e importancia futura, se requiere más que nunca que el diseño de las pruebas de replicabilidad tengan como finalidad proteger y promover la competencia y libre concurrencia en los mercados.

- a. Implementación Ex ante y ex post

Se considera conveniente una combinación de ambas pruebas, como la estrategia regulatoria más eficaz para proteger y promover la competencia en estos servicios (véase respuesta a la siguiente cuestión)

Eficiencia del operador;

Se considera que con el objetivo de promover la competencia en los mercados correspondientes a los distintos servicios minoristas del AEP, se debe utilizar un nivel de eficiencia EEO ajustado o en su defecto SEO, de lo contrario, con un esquema de replicabilidad con un nivel de eficiencia más estricto resultará más difícil generar condiciones equitativas de competencia entre el AEP y otros operadores. Esto es particularmente importante en el caso de los servicios de banda ancha fija y banda ancha fija empaquetada con telefonía y/o Claro Video.

Con independencia de lo anterior, se considera que no debe haber distinciones en el enfoque o metodología dependiendo del tipo de servicio y si este es un servicio maduro o en crecimiento. Para dar mayor transparencia y sencillez al análisis (ya que además implica un proceso de obtención de información del regulador del AEP y de la industria, sería más eficiente regulatoriamente definir un solo criterio metodológico en cuanto a eficiencia de costos y otros elementos, que varios.

b. Estándar de costos;

Con el mismo objetivo, se considera conveniente utilizar un estándar de costos para las actividades aguas abajo correspondiente a FAC o en su defecto, LRIC +. De lo contrario, se pondría en condiciones de desventaja a operadores que sean nuevos entrantes al mercado en su totalidad o incluso que expandan su cobertura de servicios a nuevas localidades.

Cabe observar que la utilización de LRIC + además sería consistente con la metodología de costos para los servicios mayoristas regulados del AEP.

c. Insumos mayoristas;

En el mismo sentido, se debe evaluar la replicabilidad para cada servicio mayorista por separado, de lo contrario se corre el riesgo de comportamiento estratégico del AEP para limitar la oferta competitiva de sus servicios mayoristas a uno de ellos lo que puede afectar las posibilidades de competir efectivamente de otros operadores actuales o potenciales.

Tal enfoque es además consistente con lo establecido en la LFTR y la resolución de preponderancia, donde no se indica que solo algunos de los servicios mayoristas del AEP deban ser replicables, sino todos.

d. Nivel de agregación de las ofertas;

Sin duda, para todos los servicios se debe realizar una prueba oferta por oferta o bien un esquema combinado, pero donde se incluya un análisis ex ante oferta por oferta. El objetivo del análisis de replicabilidad debe ser ante todo promover la competencia en la prestación de servicios de telecomunicaciones y no darle más flexibilidad o reducir la carga regulatoria al AEP.

Asimismo, la definición de cualquier tipo de “cartera de productos” resultaría arbitraria, además de que podría crear barreras de entrada, ya que presionaría a los competidores del AEP a contar con un mix de ofertas y paquetes tan amplio como el AEP.

Se reitera que no se deben diferenciar los enfoques o metodologías por tipo de servicio o segmento, sino que para todos se debe aplicar el mismo estándar (el más riguroso para el AEP), ya que no se trata de varios proveedores de servicios mayoristas, sino sólo uno, el AEP.

Asimismo, con respecto del tratamiento de las ofertas empaquetadas se recomienda evaluar la replicabilidad tanto del paquete en su conjunto, como el del precio implícito de cada servicio del paquete, de forma individual. Esto porque el propio IFT y la experiencia internacional muestra que en determinados casos puede haber un mercado relevante de paquetes de servicios y en otros, los componentes de los paquetes de servicios pueden ser sustitutos o generar presiones competitivas en los servicios individuales y viceversa.

e. Análisis de rentabilidad;

Se coincide en que un esquema periodo a periodo es el más conveniente para los casos de análisis ex post.

No obstante en el caso de análisis oferta por oferta el cual se haría de manera ex ante, previo a que el IFT autorice cualquier oferta o promoción del AEP, se sugiere aplicar tanto un método FCD agregado como uno análisis por cohorte de clientes. Esto último precisamente para excluir la posibilidad de que el AEP desplace indebidamente a sus competidores con respecto a ciertos segmentos o grupos rentables de usuarios (situación que se conoce como cream-skimming).

f. Tratamiento de las promociones, y

Se deben evaluar todas las promociones del AEP como cualquier oferta. En el pasado, el AEP ha utilizado supuestas promociones de manera permanente o por periodos muy extensos. El considerar otro criterio, puede dejar abierto un margen para que el AEP diferencie de manera indebida sus ofertas con respecto a las que pueden ofrecer sus competidores en los mercados minoristas.

Se considera conveniente que para el análisis del precio de los servicios mayoristas se considere el precio ofrecido, así como todos los posibles descuentos que el AEP pretenda ofrecer, esto es consistente con la utilización de un enfoque de eficiencia EEO ajustado o SEO, principalmente por las desventajas en escala y posicionamiento de mercado de los operadores de menor tamaño.

g. Segmento empresarial.

Se deben incluir y analizar todas las ofertas empresariales en todos los segmentos de manera separada. Los mercados de servicios empresariales pertenecen claramente a mercados relevantes distintos que los servicios residenciales, además de contar con una especial importancia por tratarse de servicios e insumos horizontales que afectan la productividad y competitividad de los distintos sectores de la actividad económica. Por lo tanto, no debe soslayarse la exhaustividad el análisis de replicabilidad respecto a estos servicios.

**Cuestión 10.-** ¿Está de acuerdo con la frecuencia propuesta para la implementación de la prueba de replicabilidad ex-post (cada seis meses)? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

En estos servicios más que en ninguno es necesario considerar una prueba ex ante, cada vez que el AEP pretenda comercializar una nueva oferta y/o promoción o modificar alguna ya vigente. Adicionalmente, se considera adecuado complementar las pruebas ex ante con una prueba ex post, con base en información de costos reales cada seis meses.

**Cuestión 11.-** ¿Considera adecuado el estándar de eficiencia propuesto (SEO) para la prueba de replicabilidad económica para los servicios de banda ancha? Justifique su respuesta.

**Respuesta.**

Se considera más conveniente utilizar un estándar EEO ajustado que incluya el ajuste por escala, lo anterior –se reitera- dadas las desventajas notorias que enfrentan los competidores actuales o potenciales frente al AEP. Sin embargo, con excepción del estándar EEO ajustado, el SEO es el más idóneo.

#### 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:

- a. Implementación ex-post;
- b. Eficiencia del operador;
- c. Estándar de costos;
- d. Insumos mayoristas;
- e. Nivel de agregación de las ofertas;
- f. Análisis de rentabilidad;

- g Tratamiento de las promociones, y
- h. 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).

**Respuesta.**

Como se indica en la respuesta a la Cuestión 1. La recomendación de Megacable para las pruebas de replicabilidad para este servicios son:

- Análisis ex ante (cuando el AEP pretende comercializar una nueva oferta o promoción del servicio o bien modificar una oferta vigente), combinado con análisis ex post cada seis meses.
- Eficiencia del operador EEO ajustado o SEO.
- Estándar de costos FAC o LRIC +.
- Nivel de agregación: el nivel más desagregado posible, producto por producto (cada velocidad, tipología y tecnología, para la cual haya una oferta distinta, conforme a Oferta de referencia y Resolución de preponderancia). De manera contraria a lo que se señala en el documento de marco metodológico, una prueba agregada en una cartera de productos eleva las barreras de entrada al forzar a competidores actuales y potenciales a ofrecer un abanico o mix de servicios lo más amplio posible a fin de poder ser competitivos.
- Análisis de rentabilidad periodo a periodo y en el caso del análisis ex ante, tanto periodo a periodo, como DCF.
- Incluir prueba para toda promoción y/o descuento que pretende ofrecer el AEP.
- Puesto que la oferta minorista del AEP es primordialmente empresarial, no se requiere distinguir este segmento (quizá entre pequeños negocios y corporativos).
- En el caso de los insumos mayoristas es sumamente importante incluir los gastos de instalación y proyectos especiales (de conformidad con lo señalado en la OREDA).

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

**Respuesta.**

Para la revisión ex post, sí. Sin embargo, Megacable sugiere que también se realice un análisis de replicabilidad cada vez que el AEP contemple lanzar o modificar cualquier oferta de servicios de arrendamiento de enlaces dedicados u ofrecer promociones al respecto.

**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.

**Respuesta.**

Es correcto segmentar la prueba de replicabilidad distinguiendo entre enlaces locales, entre localidades e internacionales, sin embargo, también es necesario distinguir por tecnología utilizada para la prestación del servicio de arrendamiento de enlaces (TDM y Ethernet). También es importante considerar las diferencias que puede haber en cada caso dependiendo de la configuración del enlace (punto a punto, punto a multipunto) y los trabajos especiales que imponga el AEP.

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

**Respuesta.**

Se considera que se requiere un mayor detalle o especificación de las categorías de costos aguas abajo en la propuesta a efectos de poder determinar si efectivamente están contemplados todos los costos relevantes.

**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”.

**Respuesta.**

Sí, se considera adecuado. De hecho, se debe buscar segmentar cada prueba de la manera más desagregada posible, puesto que puede existir una demanda distinta para distintas capacidades. Asimismo, el no segmentar implica de manera implícita que competidores actuales o potenciales deben contar con una oferta igual de amplia que el AEP para poder competir efectivamente.