

## 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 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](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>	Telecomunicaciones 360, S.A. de C.V.
<b>En su caso, nombre del representante legal:</b>	Norma Lorena Contreras Cordero
<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.	Esc. 120,069 Fecha 9 de Octubre 2012
<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 "LGPDPSSO"), 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 LGPDPSO. 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>	

**Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación a la “Metodología de Replicabilidad Económica aplicable a los Servicios del Agente Económico Preponderante en Telecomunicaciones”.**

- 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
Servicio Móvil	Ingresos	Para el cálculo de los costos de operación del AEP hay que considerar que sus ofertas minoristas incluyen <b>servicios ilimitados</b> , y que existen patrones de consumo totalmente diferentes a los de los OMVs por el tamaño de la base de usuarios, por lo que no es comparable utilizar la acumulación de ingresos y costos del AEP para evaluar la replicabilidad de sus ofertas por los OMVs.
Elija un elemento.		
<b>Nota:</b> Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.		

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

Se observa que la metodología se encuentra orientada principalmente a la determinación y análisis de los costos y ofertas del AEP, sin llevar a cabo un estudio similar para los OMVs en cuanto a costos y variables a los que se enfrentan como son: la adquisición de terminales, la captación de usuarios, etc.

Consideramos que para una replicabilidad efectiva, el IFT debe no solo revisar y analizar los costos y ofertas del AEP sino también llevar a cabo un estudio similar por lo que hace a los OMVs y a sus experiencias en el mercado mexicano; basta considerar que muchos de los OMVs que se encuentran reportados ante el IFT no han entrado en operación.

Así pues, el modelo de replicabilidad del IFT no puede dar a los OMVs un tratamiento de operadores "similares" al AEP con "menor escala" pues a diferencia del AEP, los OMVs no son empresas verticalmente integradas ni hacen uso de su participación en otros mercados para apalancar, ampliar o consolidar su participación en los mercados de telecomunicaciones.

En ese sentido, consideramos importante que la metodología de replicabilidad del IFT considere que los OMVs parten de costos, estructuras y experiencias de mercado distintos a los del AEP.

**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).

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

No. La prueba de replicabilidad debería de hacerse trimestralmente, ya que con este tiempo podríamos competir con las mismas condiciones que el AEP; considerando tarifas y oferta comercial.

**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 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.

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

El promedio estimado es de 200,000 usuarios.

**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

La amortización de las inversiones tendría que ser en periodos mayores, recomendamos que el contrato dure 5 años o más.

**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.

Los costos de comercialización, relacionados como costo de adquisición de cliente, deben incluir:

- Comisión para canal, distribuidor o cadena comercial.
- Comisión para vendedor.
- Costo de promociones.
- Subsidio para equipos celulares.
- Homologación de equipos terminales.
- Costos de SIM (homologación, diseño, empaque, fabricación y distribución).
- Costos logísticos asociados con la distribución de SIM.
- Campañas publicitarias.

Para todos estos casos hay que considerar las condiciones a las que se enfrenta un OMV son muy diferentes a las del AEP por lo que adicionalmente, se deben considerar:

- Costos asociados con el monitoreo de operación del OMV.
- Costo de comisiones por recargas de TA en tiendas de conveniencia para que el OMV pueda competir con el AEP debe de contar con las mismas opciones que el AEP brinda al usuario final.
- Es necesario considerar que los gastos de operación y ventas tienen un mayor impacto en el costo de cada usuario por el tamaño de la base de clientes entre el AEP y los OMVs.
- Costos de atención a clientes.
- Servicio de call center.
- Indemnización a clientes por falla en el servicio.
- Acciones de retención de clientes.

En los costos de capital hay que considerar los costos asociados a las inversiones necesarias para:

- Servicios de integración al habilitador de red.
- Pago de enlaces dedicados.
- Servidores para administración de información y control de clientes.
- Costo por elaboración y entrega de Garantías y seguros al AEP, por cada entrega de estas garantías el OMV incurre en gastos que no están considerados.

### 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).

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

**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.

**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.

**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.

### 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).

**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.

**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.

**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 solicite 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.

**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?

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

**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.

**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.

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

**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.

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

**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.

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

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

**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).

**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.

**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.

#### 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).

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

**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.

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

**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”.