

**Unidad de Política Regulatoria del
Instituto Federal de Telecomunicaciones**

Asunto: Se emiten comentarios dentro de la **“Consulta pública respecto a las Propuestas de Oferta de Referencia para la Prestación del Servicio Mayorista de Comercialización o Reventa de Servicios 2021, presentada por Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.”**.

GONZALO MARTÍNEZ POUS, representante legal de las empresas **OPERBES, S.A. DE C.V., CABLEVISIÓN, S.A. DE C.V., CABLEMÁS TELECOMUNICACIONES, S.A. DE C.V., CABLEVISIÓN RED, S.A. DE C.V., TELE AZTECA, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN INTERNACIONAL, S.A. DE C.V., MÉXICO RED DE TELECOMUNICACIONES, S. DE R.L. DE C.V. Y TV CABLE DE ORIENTE S.A. DE C.V.**, personalidad que acredito en términos de los poderes notariales que se acompañan al presente escrito, comparezco a exponer.

Con fundamento en lo dispuesto por el artículo 51 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, publicada el 14 de julio de 2014, y que entró en vigor el 13 de agosto del 2014 (**en lo sucesivo la “Ley” o “LFTR”**), vengo en nombre de mis representadas a emitir comentarios respecto de la **Consulta pública respecto a las Propuestas de Oferta de Referencia para la Prestación del Servicio Mayorista de Comercialización o Reventa de Servicios 2021 presentada por Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.**, lo que hago en los siguientes términos:

1 Resumen ejecutivo

SITUACIÓN DEL MERCADO

Grupo Televisa (de ahora en adelante “GTV”) ha preparado este documento en respuesta a la consulta pública relacionada con la propuesta de Oferta de Referencia para la “Prestación de Servicio Mayorista de Comercialización o Reventa de Servicios 2021” dirigida a los operadores móviles virtuales (en lo sucesivo “OMV”) presentada por el **Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.** como parte del Agente Económico Preponderante en el sector de las telecomunicaciones (en lo sucesivo “AEPT”) y publicada a través de la página web del Instituto Federal de Telecomunicaciones (“IFT” o Instituto) el 19 de agosto de 2020¹.

Durante los últimos 5 años, GTV ha participado activamente durante los procesos de consulta pública con el fin de conseguir que la oferta de referencia fuese lo suficientemente operativa para firmar un convenio con el AEPT, proceso que finalmente se ha ejecutado.

A pesar de que las medidas asimétricas tienen ya varios años implementándose diversas problemáticas relacionadas con el funcionamiento de las Ofertas de Referencia no han sido resueltas. En la Figura 1.1 se puede observar claramente un mercado móvil altamente concentrado, que demuestra que desde la implementación de las Medidas de Preponderancia Móviles (de ahora en adelante las “Medidas”), las iniciativas regulatorias no han tenido el impacto esperado:

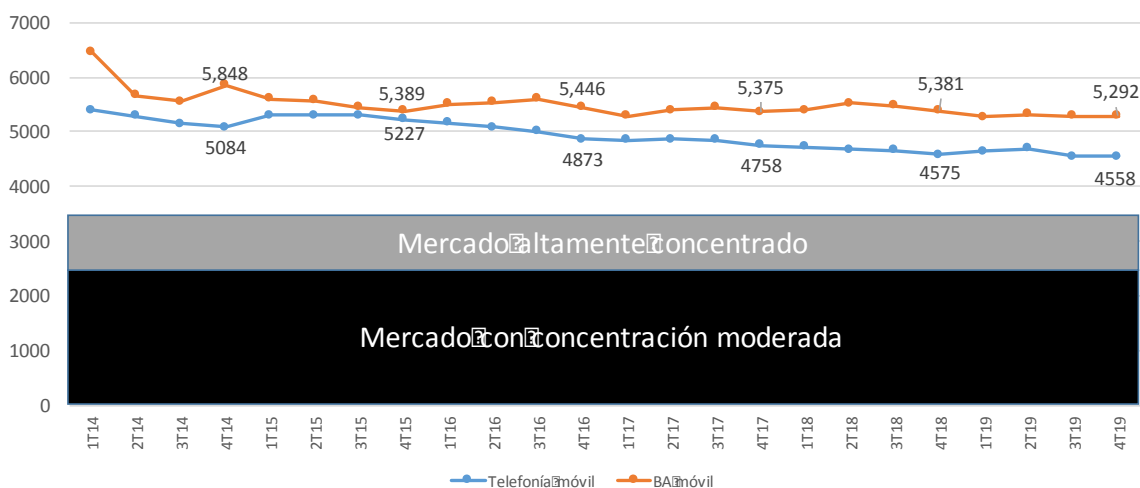


Figura 1.1: Índice de concentración para suscriptores en mercados móviles –Herfindahl-Hirschman (IHH)
[Fuente: elaboración propia con datos del BIT, 2020]

¹ <http://www.ift.org.mx/industria/consultas-publicas/consulta-publica-sobre-las-propuestas-de-ofertas-de-referencia-de-los-servicios-mayoristas-de-0>

Adicional a lo anteriormente expuesto, vale la pena resaltar que a pesar de la implementación de las Medidas en 2014 y de la revisión Bienal de dichas Medidas en 2017, y la respectiva obligación de publicar la oferta de referencia para la Reventa y Comercialización de servicios mayoristas para OMVs, el mercado de telefonía móvil sigue ampliamente dominado por el AEPT, ostentando más de 3.0 veces la participación de mercado que tiene su inmediato competidor. En la Figura 1.2 se puede observar cómo desde 2014, los más de 18 operadores móviles² que han sido lanzados en México, no han conseguido consolidar su posición en el mercado y no alcanzan ni siquiera una cuota de mercado superior al 2%:

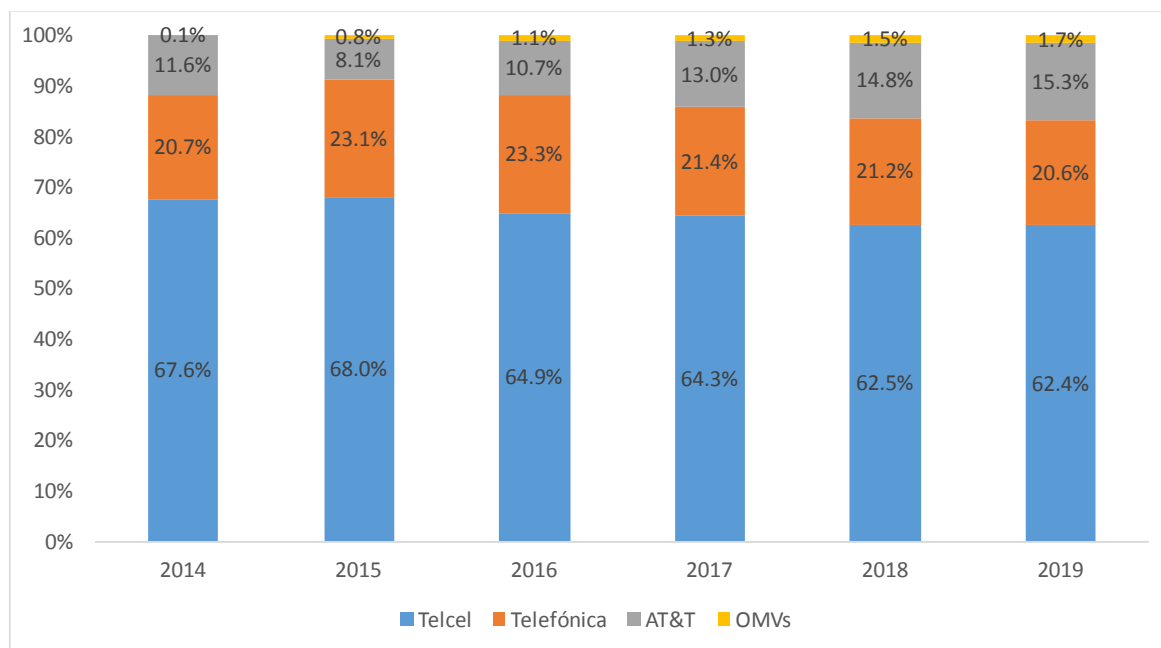


Figura 1.2: Participación de mercado en el segmento de telefonía móvil [Fuente: elaboración propia con datos del BIT, 2020]

La evaluación del mercado de internet móvil presenta una situación aún más crítica que el de telefonía móvil, donde el AEPT tiene una participación de mercado 4.2 veces superior a la de su inmediato competidor. En la Figura 1.3 se puede observar cómo los operadores móviles no han conseguido consolidar su posición en el mercado y no alcanzan ni siquiera una cuota de mercado superior al 2.0%:

² Bueno Cell, Cierito, Flash Mobile, Freedom, Maxcom, OUI, QBO Cel, Virgin Mobile, Weex, entre otros. Vale aclarar que los OMVs considerados son los que ya han presentado resultados ante el Instituto y han sido incluidos en los reportes trimestrales estadísticos

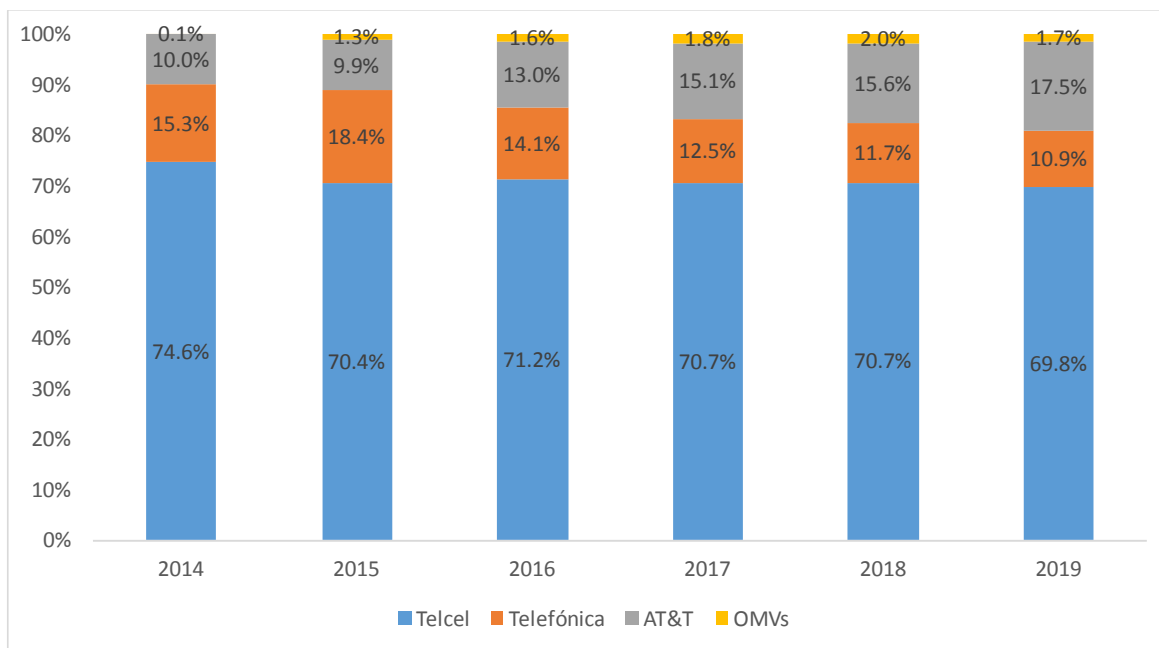


Figura 1.3: Participación de mercado en el segmento de internet móvil [Fuente: elaboración propia con datos del BIT, 2020]

Como lo mencionamos anteriormente, desde 2014 múltiples OMVs han tratado de lanzar operaciones en México, pero las condiciones hostiles de competencia y la mala estructuración de la oferta de referencia para habilitar su operación, solo les han permitido alcanzar participaciones de mercado irrisorias.

El mal desempeño en el sector móvil debe ser una de las mayores preocupaciones para el Instituto. En un país donde todavía no existe la infraestructura fija desplegada para llevar conectividad a toda la población, el segmento móvil es estratégico para cerrar las brechas digitales del país y cumplir con los objetivos-país (como lo son los Objetivos del Desarrollo Sostenible 2030). Adicional a lo anterior, los datos móviles serán el *principal generador* de ingresos del sector, y con la entrada de tecnologías 5G a futuro, el IFT debe velar por incrementar la competencia en este sector para garantizar el máximo nivel de acceso y cobertura.

PROBLEMÁTICAS Y SOLUCIONES

GTV ha identificado múltiples problemáticas en la oferta de referencia para servicios mayoristas de OMV, que deben ser subsanadas cuanto antes por el Instituto, para que los OMVs puedan entrar a competir en un mercado altamente concentrado y dominado por el AEPT. A continuación enunciamos las problemáticas:

Tarifas a granel de la OMV son definidas unilateralmente por el AEPT

Las tarifas incluidas en la Oferta de OMV vigente son determinadas unilateralmente por el AEPT o en su defecto pueden negociarse bilateralmente entre el AEPT y los CS; pero para

conseguir una reducción razonable se condicionan a unos compromisos de volúmenes de tráfico o de duración de contratación por parte de los OMVs.

Resulta inquietante como se ha permitido por parte del Instituto un esquema tarifario atado a compromisos de volúmenes de tráfico o a periodos de contratación, cuando las condiciones de competencia actuales hacen prácticamente imposible que un OMV consiga incrementar sus volúmenes de tráfico en minutos, SMS y MB a los niveles definidos por el AEPT para poder reducir las tarifas unitarias.

De entrada, se podría concluir que la metodología regulatoria implementada para determinar las tarifas mayoristas de la Oferta de OMV vigente no se encuentra alineada con la realidad del mercado y debería ser reconsiderada:

- Como una primera aproximación se debe eliminar la permisividad de un esquema tarifario atado a compromisos de volúmenes de tráfico o a periodos de contratación, dado que, es prácticamente imposible que con las condiciones actuales en el mercado un OMV pueda alcanzar los volúmenes de tráfico requeridos por el AEPT para que le sean reducidas las tarifas unitarias impuestas. Por ejemplo, si el AEPT tiene la posibilidad de ofrecer el MB a MXN 0.036 en el Rango 6, tiene la capacidad de ofrecer dicha tarifa al inicio de las operaciones. Tarifas unitarias más bajas, permitirían a los OMVs desarrollar planes de negocio enfocados a nichos específicos y con ofertas comerciales más potentes. De lo contrario establecer en el primer escalón del esquema, el costo de acceso al mercado, es decir, garantizar la tarifa de entrada que permita replicar cualquier oferta del AEPT para el segmento de precio con mayor participación de mercado.
- El modelo de costos arroja tarifas unitarias (minutos, SMS y MB) que deberían considerarse como las tarifas mayoristas aplicables a todos los OMV. En caso de que alguno de los OMVs llegue a acuerdos más favorables con el AEPT, las tarifas deberán ser públicas y aplicables a todo el resto de usuarios de la oferta.

Las tarifas actuales son muy altas para poder competir con algunos productos que se encuentran en el mercado actualmente. Por ejemplo, según la media de nuestros usuarios el consumo promedio es de 10 GB por usuario, el costo utilizando el rango 0 de la oferta de referencia sería de \$634, utilizando el rango 6 el costo sería de \$380. Este costo es más alto que las ofertas públicas que están en el mercado.

Inclusión modelo “Retail Minus” para paquetes

Como ya se mencionó las tarifas incluidas en la OMV son determinadas unilateralmente por el AEPT o en su defecto pueden negociarse bilateralmente entre el AEPT y los CS; pero para conseguir una reducción razonable se condicionan a unos compromisos de volúmenes de tráfico poco realistas.

En el caso de no llegar a un acuerdo mutuo para las tarifas de OMV, el Instituto determina las **tarifas mayoristas unitarias** para cada servicio mediante un modelo de costos evitados. Sin embargo, las tarifas resultantes del modelo de costos no son lo suficientemente competitivas para permitir a los OMV estructurar ofertas comerciales que compitan con las del AEPT y de ninguna forma permiten replicar los paquetes que el AEPT ofrece a sus clientes.

Es un grave error considerar que un OMV naciente podrá diseñar procesos comerciales equivalentes a los de un operador integrado verticalmente, con economías de escala y una posición consolidada en el mercado de voz e internet móvil.

Por lo anterior, es necesario que los PAQUETES que el AEPT ofrece a los usuarios finales puedan replicarse siempre, utilizando un modelo de costos evitados (Retail Minus) cuyos resultados en efecto permitan a los OMV poder competir en igualdad de condiciones con las ofertas lanzadas por el AEPT.

De no contar con este esquema disponible, cada venta especial, promoción o evento permitirán al AEPT tener una mayor captación de usuarios que cualquier OMV, debido a lo atractivo que puedan estar los paquetes promocionales.

Incluso el Instituto deberá analizar y determinar el costo de acceso para la canasta media de servicios móviles, con la finalidad de garantizar la no existencia de barreras de entrada en el segmento con mayor participación de mercado, así como vigilar la conducta del AEPT en las ofertas que cubren dicho segmento.

Imposibilidad de replicar paquetes comerciales del AEPT

Adicionalmente al tema de la imposibilidad de replicar los paquetes comerciales del AEPT debido al tema de costos, a los OMVs les toma, al menos, un mínimo 20 días hábiles para intentar poner en marcha una oferta comercial similar a lanzada por el AEPT, evidentemente sin incluir todos los servicios de valor agregado que este incluye en sus paquetes minoristas, tales como redes sociales ilimitadas, Claro Video, entre otras. En un mercado tan dinámico como lo es el de las telecomunicaciones, que los OMV no puedan responder inmediatamente a una oferta comercial del AEPT, los deja en una clara desventaja y en una situación que es irreversible bajo las condiciones actuales de competencia en el mercado. Adicional a lo anteriormente mencionado, el AEPT tiene el suficiente músculo financiero para entregar junto a sus agresivos planes comerciales, teléfonos móviles de última generación con cláusulas de permanencia de hasta 36 meses.

El Instituto definió que las pruebas de estrechamiento de márgenes deben ejecutarse de manera ex-post y con una periodicidad trimestral. Para GTV es incomprensible que el AEPT pueda salir al mercado con ofertas comerciales que no son replicables desde ninguna perspectiva, y que para evaluar si su comportamiento incentiva la competencia se hagan pruebas de estrechamiento de márgenes enfocadas sobre ofertas comerciales

insignia dejando de lado las promociones que lanza el AEPT, de manera ex-post y con una periodicidad de cada tres meses.

La aproximación regulatoria implementada por el Instituto está mal diseñada para enfrentar la realidad del mercado móvil mexicano y ese es uno de los motivos por los que el sector se encuentra en niveles de concentración alarmantes tras 5 años de regulación.

Se hace entonces indispensable actualizar el marco regulatorio para que las pruebas de replicabilidad económica en el mercado móvil deban realizarse de manera ex-ante sobre los paquetes individuales, y así garantizar al mercado que las ofertas comerciales del AEPT no serán la herramienta perfecta para desplazar a la competencia. Las pruebas de replicabilidad económica no se deberán hacer solo sobre los paquetes insignia del AEPT, se deben ejecutar sobre todas las ofertas comerciales, especialmente sobre las promociones que lanza el AEPT, y deberán ser aprobadas por el Instituto antes de su lanzamiento. Las pruebas de replicabilidad ex-ante y la obligación de presentar los paquetes ante el Instituto con antelación a su publicación, acortará el *'time-to-market'* con el que los OMVs concesionarios podrán responder ante las acciones del AEPT.

La definición de Reventa de servicios en la OMV vigente no es coherente con respecto a otras Ofertas de Referencia del AEPT

En la OREDA vigente es claro que los CS podrán replicar las ofertas de paquetes comerciales que el AEPT tiene registradas y autorizadas con anticipación ante el Instituto, y que estos podrán revender dichos servicios en los mismos términos y condiciones que el AEPT ofrece a sus usuarios finales. Los CS podrán verificar en el SEG las ofertas registradas, publicadas y autorizadas para poder ofrecerlas a sus usuarios finales.

La definición de Reventa en la OREDA es clara y está estructurada de tal manera que permitirá a los CS competir contra el AEPT. Las ofertas deben ser autorizadas por el Instituto antes de ser lanzadas a mercado, y estas deben ofrecerse a los CS en las mismas condiciones que el AEPT las ofrece a sus usuarios. Si son autorizadas por el Instituto, el AEPT puede salir a comercializarlas, pero antes debe haberlas habilitado en el SEG a todos los CS.

En principio, ese debería ser el marco regulatorio que garantice un ecosistema de competencia nivelado, donde el AEPT no pueda salir a mercado con ofertas comerciales que no son replicables para los CS y que con su lanzamiento este busque generar un inmediato desplazamiento de la competencia. Esta es la realidad de la inoperatividad de la Oferta de OMV vigente.

A pesar de las continuas sugerencias de los OMV con respecto a la inoperatividad de la Oferta de OMV vigente y de su incoherencia con la realidad del mercado y el actuar anticompetitivo del propio AEPT, el Instituto ha señalado que la OR para OMVs está estructurada según los estándares internacionales, y no se ha permitido repensar que esta debería ser modificada para darle dinamismo al sector móvil mexicano.

La solicitud de redefinición de los servicios mayoristas de Reventa en la Oferta de OMV vigente viene asociada a todas las problemáticas que se presentan en este documento. La Oferta de Referencia del AEPT ha tergiversado el significado de un esquema mayorista de Reventa.

Para redefinir el esquema de Reventa en la Oferta de OMV vigente, se hace indispensable que los OMVs puedan replicar los paquetes que lanza el AEPT al mercado. Al igual que en la OREDA, el AEPT ofrecerá a los OMV las nuevas ofertas comerciales de paquetes una vez que se las autorice el Instituto. Para ello, publicará en el SEG las ofertas registradas y autorizadas por el Instituto para que los OMV puedan seleccionarlas directamente sobre la plataforma y no tengan que esperar los 20 días hábiles en tratar de igualar ofertas no replicables del AEPT.

Roaming Internacional

En la actualidad el AEPT únicamente ofrece el servicio de roaming internacional a los OMV que han ingresado al mercado bajo la modalidad de reventa. Sin embargo, es muy importante que también lo haga para los OMV que ingresen al mercado en la modalidad Full (o completo), ya que estos operadores no cuentan el nivel de tráfico suficiente para que les convenga firmar acuerdos de roaming internacional por su cuenta. Por el contrario, el AEPT está en una situación privilegiada dado su volumen de tráfico.

El carácter anticompetitivo de la negativa del AEPT de proporcionar el servicio de roaming internacional a los operadores OMV Full, es contraria a las determinaciones que a través de sus resoluciones ha tomado el propio Instituto en los últimos años, entre otras, que 1) Telcel debe ofrecer el servicio de roaming internacional como parte de los servicios de la oferta de referencia OMV; ii) Telcel debe ofrecer el servicio en las mismas condiciones que lo presta a sus usuarios finales; iii) Telcel no debe incurrir en prácticas contrarias a la sana competencia; iv) Telcel debe ofrecer el servicio de roaming internacional por medio de los convenios que ya tiene suscritos y v) el servicio de roaming internacional ofrecido por Telcel está disponible tanto para los OMV bajo el esquema de Revendedor y/o Telcel como habilitador de red como para los OMV completos y/o Habilitadores.

2 Las tarifas unitarias de la Oferta no permiten competir ni replicar los paquetes comerciales del AEPT

A continuación, resaltamos las causas que merecen una revisión especial con respecto a la operatividad de la oferta de referencia para la provisión de servicios mayoristas de Reventa o Comercialización para OMVs del AEPT. La estructura y definición actual de la oferta no se encuentra alineada con la realidad del mercado móvil mexicano, y las condiciones actuales de la Oferta no permiten a los OMVs competir de ninguna forma con el AEPT.

Los comentarios y sugerencias de modificación provistos en esta sección se fundamentan en la experiencia inicial que ha tenido GTV como CS, así como las mejores prácticas internacionales en esta materia.

2.1 Descripción de la problemática

El sector móvil de telecomunicaciones mexicano se ha enfrentado a un marco regulatorio inadecuado, donde el Instituto optó por la implementación de un esquema únicamente de pruebas *ex-post* para evaluar la replicabilidad económica en el mercado móvil. Esta decisión ha sido determinante para obstruir el correcto desarrollo de la competencia en el mercado móvil. De los más de 18 OMVs que han sido lanzados en México, ninguno ha conseguido consolidar su posición en el mercado y conjuntamente no alcanzan ni siquiera una cuota de mercado superior al 1.5%.

Las tarifas mayoristas incluidas en la oferta de referencia no permiten a los OMVs replicar o competir con el AEPT, debido a que el AEPT lanza al mercado paquetes comerciales ilimitados, complementándolos con otros servicios de valor agregado (p.e. redes sociales y Claro Video gratis), entregando promociones con duraciones de dos años y con contratos asociados a cláusulas de permanencia y terminales móviles de alta gama. No hay forma en la actualidad que un OMV pueda desarrollar una propuesta de valor que compita contra los paquetes comerciales del AEPT.

Adicional a lo anterior, la determinación del Instituto de que las pruebas de replicabilidad se ejecuten de manera *ex-post*, trimestralmente y sobre ofertas comerciales insignia del AEPT es absurda considerando las dinámicas actuales del mercado y la posición de dominancia del AEPT. En un segmento tan dinámico como lo es el mercado móvil, el AEPT lanza ofertas comerciales al mercado que los CS tardan más de 20 días hábiles en estructurar, ejecutar pruebas y lanzar a la venta. El *'time-to-market'* es incomprensiblemente largo y esta es una de las barreras competitivas que se deberán sortear para equilibrar la cancha en el segmento móvil.

Por último, pero alineado con las problemáticas resaltadas con anterioridad, viene el hecho de que el AEPT ha encasillado los servicios mayoristas de la Oferta bajo el término de “Reventa o Revendedor”. Definitivamente el AEPT es el habilitador de la red, pero los OMVs concesionarios no están pudiendo revender lo que el AEPT ofrece a sus clientes finales. La definición de Reventa no aplica en esta OR como si aplica por ejemplo en la Oferta de desagregación del bucle local (“OREDA”), siendo esta la mayor falencia del marco regulatorio actual y una barrera competitiva adicional que debe solucionarse de inmediato.

2.2 Causas de la problemática

Se evidencia una falta de consistencia en la manera en la que el Instituto pretende validar la replicabilidad económica en el mercado móvil en comparación con el fijo. Particularmente, para garantizar el principio de replicabilidad económica, se hace necesario contar tanto con el esquema de pruebas de replicabilidad ex-ante como con el esquema de pruebas ex-post. Por lo anterior, se deben considerar las siguientes causas:

- Tarifas a granel de la OMV son definidas unilateralmente por el AEPT
- Imposibilidad de replicar paquetes comerciales del AEPT
- La definición de Reventa de servicios en la OMV vigente no es coherente con respecto a otras ORs del AEPT

2.2.1 Tarifas a granel de la OMV son definidas unilateralmente por el AEPT

Descripción de la causa y evidencia

En las Medidas de Preponderancia Móviles, Medida Sexagésima Primera, se establece lo siguiente:

*“SEXAGÉSIMA PRIMERA – El Agente Económico Preponderante **incluira las tarifas aplicables al Servicio Mayorista de Comercialización o Reventa de Servicios, al menos para el modelo de Operador Móvil Virtual revendedor, en la Oferta de Referencia** aprobada por el Instituto.*

Independientemente de las tarifas** establecidas en la Oferta de Referencia, el Agente Económico Preponderante y el Operador Móvil Virtual, sin importar el modelo de negocios, **podrán negociar entre sí nuevas tarifas.

Si transcurridos 60 (sesenta) días naturales contados a partir del inicio de las negociaciones, las partes no han celebrado un acuerdo, o antes si así lo requieren ambas partes, podrán solicitar la intervención del Instituto para resolver el

*desacuerdo. En dicho caso, **el Instituto determinará las tarifas con base en una metodología de costos evitados³ y un operador eficiente, que al efecto emita.***

Para tal efecto, se considerará como inicio de negociaciones la fecha en que el Operador Móvil Virtual así lo notifique al Instituto y al Agente Económico Preponderante.

*Las tarifas, resultado de las negociaciones o de lo que en su caso resuelva el Instituto, **pasarán a formar parte del Convenio respectivo, mismo que será considerado de carácter público.***

La Medida móvil Sexagésima Primera establece que el AEPT deberá incluir en la oferta de referencia las tarifas para el esquema de revendedor, indiferentemente de que el AEPT pueda negociar tarifas bilaterales con el CS que lo requiera. En caso de que las partes no puedan llegar a un acuerdo, el Instituto determinará las tarifas aplicables mediante un modelo de costos evitados basado en un operador eficiente.

Inclusión modelo “Retail Minus” para paquetes

Un modelo de costos evitados permite establecer las tarifas de los servicios mayoristas en función de los precios minoristas, sin tener la necesidad de conocer los costos asociados a la infraestructura requerida para prestar dichos servicios. Los modelos de costos estructurados bajo el esquema de ‘*retail-minus*’ permiten asegurar que el margen entre el nivel de las tarifas mayoristas que asumirán los OMVs y los precios minoristas del AEPT sean lo suficientemente amplios para que un OMV eficiente pueda replicar las ofertas comerciales del operador dominante.

Sin embargo, en el caso de México, como ya se mencionó las tarifas incluidas en la Oferta de OMV son determinadas unilateralmente por el AEPT o en su defecto pueden negociarse bilateralmente entre el AEPT y los CS; pero para conseguir una reducción razonable se condicionan a unos compromisos de volúmenes de tráfico poco realistas.

En el caso de no llegar a un acuerdo mutuo para las tarifas de OMV, el Instituto determina las **tarifas mayoristas unitarias** para cada servicio mediante un modelo de costos evitados. Sin embargo, las tarifas resultantes del modelo de costos no son lo suficientemente competitivas para permitir a los OMV estructurar ofertas comerciales que compitan con las del AEPT y de ninguna forma permiten replicar los paquetes que el AEPT ofrece a sus clientes.

Por lo anterior, es necesario que no únicamente se definan las tarifas mayoristas unitarias, sino el costo de los **PAQUETES** que el AEPT ofrece a los usuarios finales puedan replicarse siempre, utilizando un modelo de costos evitados (Retail Minus) cuyos

³ Modelo de costos basado en “retail-minus”

resultados en efecto permitan a los OMV poder competir en igualdad de condiciones con las ofertas lanzadas por el AEPT.

De no contar con este esquema disponible, cada venta especial, promoción o evento permitirán al AEPT tener una mayor captación de usuarios que cualquier OMV, debido a lo atractivo que puedan estar los paquetes promocionales.

Incluso el Instituto deberá analizar y determinar el costo de acceso para la canasta media de servicios móviles, con la finalidad de garantizar la no existencia de barreras de entrada en el segmento con mayor participación de mercado, así como vigilar la conducta del AEPT en las ofertas que cubren dicho segmento.

El planteamiento teórico de un operador eficiente es aquel que es capaz de comercializar servicios con costos iguales o inferiores a los del propio operador dominante. El operador eficiente considerado para la elaboración del modelo de costos de OMV asumió a un operador capaz de diseñar procesos comerciales equivalentes para adquirir y atender a sus clientes de una manera al menos igualmente eficiente a la del AEPT.

Es un error regulatorio considerar que un OMV naciente podrá diseñar procesos comerciales equivalentes a los de un operador integrado verticalmente, con economías de escala y una posición consolidada en el mercado de voz e internet móvil. Esta aproximación es errada, el modelo debería utilizar como base a un operador razonablemente eficiente (REO por sus siglas en inglés) y no un SEO⁴ como lo es en la actualidad. De entrada se podría concluir, que la metodología regulatoria implementada para determinar las tarifas mayoristas de la OMV vigente no se encuentra alineada con la realidad del mercado y deben ser reconsideradas.

El planteamiento anterior se ha fundamentado en las tarifas resultantes del modelo de costos evitados, que se activan en el caso de que no sea posible llegar a un acuerdo entre el OMV y el AEPT. En la actualidad, las tarifas incluidas por defecto en la OMV vigente son determinadas unilateralmente por el AEPT. Las tarifas unitarias establecidas en la OR pueden negociarse bilateralmente entre el AEPT y los OMV, pero para conseguir una reducción razonable se condicionan a unos compromisos de volúmenes de tráfico o duración de contratación por parte de los OMV. La Figura 2.1, presenta el esquema tarifario planteado por el AEPT:

⁴ SEO es el acrónimo de Similarly Efficient Operator.

	Rango 0	Rango 1	Rango 2	Rango 3	Rango 4	Rango 5	Rango 6
Cargo Mínimo Mensual	Ver nota 2	\$862,068.97	\$2,155,172.41	\$4,310,344.83	\$21,551,724.14	\$43,103,448.28	\$51,724,137.93
Bolsa de Tráfico de Unidades Iniciales (1)	Ver nota 2	17,000,000	47,500,000	100,000,000	525,000,000	1,100,000,000	1,380,000,000
Bolsa de Tráfico de Unidades Finales (1)	Ver nota 2	19,000,000	50,000,000	105,000,000	550,000,000	1,150,000,000	1,450,000,000
El excedente de Tráfico de la Bolsa de Unidades Finales se cobrará de acuerdo con:							
Tarifas Adicionales							
Min Saliente	\$0.090	\$ 0.080	\$ 0.078	\$ 0.076	\$ 0.074	\$ 0.072	\$ 0.070
SMS Saliente	\$0.060	\$ 0.045	\$ 0.043	\$ 0.041	\$ 0.039	\$ 0.037	\$ 0.036
MB	\$0.060	\$ 0.045	\$ 0.043	\$ 0.041	\$ 0.039	\$ 0.037	\$ 0.036
Administración de Usuarios							
Usuarios Incluidos	Ver nota 3	100,000	200,000	300,000	500,000	750,000	850,000
Usuario Adicional	Ver nota 3	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 3.50	\$ 3.50	\$ 3.00	\$ 3.00

2

Figura 2.1: Esquema tarifario de la OMV vigente [Fuente: IFT - Informe de replicabilidad móvil, 1T2019]

Como ya lo hemos mencionado a lo largo del documento, desde la implementación de las Medidas en 2014, y en su revisión Bienal de dichas Medidas se han lanzado alrededor de 20 OMVs en México, y a la fecha del último reporte trimestral estadístico del IFT, conjuntamente no representaban más del 2% del total de mercado móvil. La Figura 2.2 demuestra que la incipiente presencia de OMVs en el mercado no se debe a una utilización masiva de las ofertas del AEPT, son más los OMVs que han solicitado servicios mayoristas y lanzado su operación sobre la red de Telefónica Movistar:

Operador móvil virtual	Año de lanzamiento	Red sobre la que opera
Virgin Mobile	2014	Telefónica Movistar
Cierto	2014	Telefónica Movistar
Maz Tiempo	2014	Telefónica Movistar
Weex	2015	Telefónica Movistar
Qbo Cel	2015	Telefónica Movistar
OUI	2016	Telcel
Flash Mobile	2016	Telefónica Movistar
Simpati	2016	Telefónica Movistar

Neus Mobile	2016	Telcel
Her Mobile	2016	Telefónica Movistar
Megatel	2016	Telefónica Movistar
Soriana / Celmax	2016	Telcel
Freedom Pop	2017	Telcel
Bueno Cell	2017	Telcel
Toka Móvil	2017	Telefónica Movistar
Simplii	2017	Telefónica Movistar
Six Móvil	2018	Telefónica Movistar
MIO	2018	Altán Redes
Megamóvil	2018	Altán Redes
izzimóvil	2020	Altán Redes

Figura 2.2: Redes sobre las que operan los OMVs mexicanos [Fuente: BIT, 2020]

Países como España han encontrado en la masificación de los OMVs la herramienta adecuada para garantizar la competencia en el sector móvil. En el 2006 la participación de los OMVs en el mercado móvil español era de alrededor de 0.05%, a los 5 años ya alcanzaban una participación del 5.95% alcanzando su pico en 2014 con una participación cercana al 13.26%. En abril de 2017, la CNMC (regulador del sector de telecomunicaciones en España) aprobó la desregulación de los OMVs⁵ justificando que el mercado mayorista de acceso a redes móviles había llegado a un estado de “competencia efectiva”, que hacía innecesarias las obligaciones regulatorias vigentes. Con la entrada en vigor de la norma, los OMVs ahora son capaces de negociar bilateralmente sus condiciones de acceso a la red, incluyendo los precios.

Descripción de la solución propuesta

El mercado móvil necesita de una regulación más estricta y de una supervisión más exhaustiva por parte del Instituto para conseguir que los OMVs que actualmente operan en el mercado puedan competir contra el operador dominante y demás operadores alternativos.

- **Es necesario ajustar las tarifas.** Las tarifas actuales son muy altas para poder competir con algunos productos que se encuentran en el mercado actualmente. Por ejemplo, según la media de nuestros usuarios el consumo promedio es de 10 GB por usuario, el costo utilizando el rango 0 de la oferta de referencia sería de \$634, utilizando el rango 6 el costo sería de \$380. Este costo es más alto que las ofertas públicas que están en el mercado.
- **Se debe eliminar que la estructura tarifaria unitaria se encuentre en función de compromisos de volúmenes de tráfico y/o periodos de contratación.** Por ejemplo, si el AEPT tiene la posibilidad de ofrecer el MB a MXN0.036 en el Rango 6, también

⁵ CNMC - <https://www.cnmc.es/2017-04-12-la-cnmc-desregula-el-mercado-de-los-operadores-moviles-virtuales-omv-361170>

tiene la capacidad de ofrecer dicha tarifa al inicio de las operaciones de un OMV. Tarifas unitarias más bajas, permitirían a los OMVs desarrollar planes de negocio enfocados a nichos específicos y con ofertas comerciales más potentes.

- El modelo de costos arroja tarifarias unitarias (minutos, SMS y MB) que **deberían considerarse como las tarifas mayoristas aplicables a todos los CS**. En caso de que alguno de los OMVs llegue a acuerdos más favorables con el AEPT, las tarifas deberán ser públicas y aplicables a todo el resto de usuarios de la oferta.
- El IFT debe utilizar el modelo de costos evitados no sólo para definir las tarifas mayoristas unitarias, sino el costo de los PAQUETES que el AEPT ofrece a los usuarios finales puedan replicarse siempre con el objetivo de permitir que los OMV poder competir en igualdad de condiciones con las ofertas lanzadas por el AEPT. De lo contrario cada venta especial, promoción o evento permitirán al AEPT seguir concentrando el mercado.

2.2.2 Imposibilidad de replicar paquetes comerciales del AEPT

Descripción de la causa y evidencia

Alineado con lo expuesto en la Sección 2.2.1 del presente documento, es evidente que la estructura y funcionalidad de la Oferta de Referencia para OMVs, junto a sus tarifas unitarias para minutos, SMS y MB son obsoletas y de ninguna manera van a permitir competir contra las ofertas comerciales del AEPT.

Las pruebas de replicabilidad económica deben ejecutarse cuando un operador que ha sido determinado con poder significativo de mercado (“PSM”) controla insumos esenciales para la prestación de servicios finales y a su vez cuenta con los incentivos para llevar a cabo prácticas de estrechamiento de márgenes. GTV manifestó su preocupación al IFT en la respuesta a la consulta pública sobre las Medidas de Preponderancia móviles en mayo de 2019, cuando reiteró que las pruebas de replicabilidad económica desarrolladas por el Instituto en el segmento móvil son de nulo o poco impacto para garantizar una competencia efectiva en el sector. El Acuerdo de Replicabilidad Móvil establece las características bajo las cuales se deben realizar las pruebas de estrechamiento de márgenes en el segmento móvil⁶:

- Pruebas ex-post cada 3 (tres) meses
- Evaluación separada a la Cartera Prepago y a la Cartera Pospago, así como a las Ofertas Insignia Prepago y Ofertas Insignia Pospago
- La rentabilidad en cada prueba se evaluará periodo a periodo

⁶ IFT - <http://www.ift.org.mx/politica-regulatoria/replicabilidad-economica/pruebas-de-replicabilidad-economica-2019>

- Para determinar los costos aguas abajo, se considerará un enfoque SEO⁷ y se empleará una metodología LRIC o, cuando esta no esté disponible, FAC
- Para calcular los pagos mayoristas, se considerarán los precios mayoristas de la oferta de referencia para OMV revendedor, incluidos los descuentos cuando apliquen

Para entender la problemática de una manera global, se deben abordar las consideraciones del Acuerdo de Replicabilidad Móvil.

Las pruebas de replicabilidad móvil se aplican sobre los paquetes insignia del AEPT y a nivel de cartera⁸ de productos (de manera separada para prepago y pospago). Los paquetes insignia del AEPT están constituidos por la oferta comercial que haya generado el mayor ingreso y la oferta comercial que haya tenido el mayor número de usuarios en el período de estudio⁹.

El 6 de mayo de 2019, el AEPT presentó la información sobre las pruebas de replicabilidad económica correspondientes al primer trimestre del año¹⁰, resultando en que la cartera de prepago y el paquete insignia de pospago resultaban replicables, pero no el paquete insignia de prepago y la cartera de pospago. En el caso de que alguna de las carteras u ofertas insignia evaluadas en las pruebas de replicabilidad ex-post no sea replicable económicamente, el AEPT deberá presentar en un plazo de 15 días una propuesta de modificación de las tarifas mayoristas, o bien, de las tarifas de sus ofertas minoristas. El Instituto, dentro del plazo de 30 (treinta) días naturales, contados a partir de la notificación del resultado de las pruebas, determinará si con la propuesta de modificación se acredita la replicabilidad económica¹¹.

Son estas determinaciones del Acuerdo de Replicabilidad donde se encuentra la primera problemática estructural. Las pruebas de replicabilidad están enfocadas en los paquetes insignia del AEPT.

Ejemplo de lo anterior, es el paquete comercial que se presenta en la Figura 2.3. El AEPT tiene publicado en su página oficial, una promoción donde entrega minutos ilimitados en México–USA–Canadá, SMS ilimitados en México–USA–Canadá y 5,000MB mensuales que por 12 meses serán duplicados, redes sociales ilimitadas (WhatsApp, Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram y Uber) y Claro Video incluido sin costo por MXN499.00:

⁷ SEO – Similarly Efficient Operator

⁸ Esta opción implica evaluar la replicabilidad de una cartera de productos definida, considerando el conjunto de ofertas del AEPT que están disponibles en el mercado.

⁹ IFT - <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/pift120917548.pdf>

¹⁰ IFT - <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/politica-regulatoria/informeserviciosmoviles1t2019.pdf>

¹¹ IFT - <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/pift120917550.pdf>

Telcel Max Sin Límite 5000

Con los Planes Telcel Max Sin Límite tienes GB incluidos, además de Minutos y Mensajes de Texto (SMS) sin límite en México, E.U.A. y Canadá.

Ilimitado Minutos incluidos
RECOMENDADO

Ilimitado SMS incluidos

5 GB Internet
+ 5GB x promoción

ilimitado por promoción
WhatsApp, Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram y UBER

Claro-video
Suscripción sin costo

Desde \$499.00 /mes

Ver detalles

¡Hola!

Figura 2.3: Promociones ilimitadas del AEPT en el segmento móvil [Fuente: Telcel, septiembre de 2020]

El lanzamiento de dicho tipo de ofertas, que se reitera no están sujetas a las pruebas individuales de replicabilidad ex-post del Instituto, impiden que los OMVs puedan capturar mercado. La oferta “a granel” o unitaria de la OMV hace imposible replicar los paquetes ilimitados del AEPT, que incluyen otro sin fin de complementos (p.ej. Claro Video gratis, redes sociales ilimitadas¹², duplicación de datos móviles, roaming internacional) que los OMV tampoco podrán replicar.

Las tarifas actuales son muy altas para poder competir con algunos productos que se encuentran en el mercado actualmente. Por ejemplo, según la media de nuestros usuarios el consumo promedio es de 10 GB por usuario, el costo utilizando el rango 0 de la oferta de referencia sería de \$634, utilizando el rango 6 el costo sería de \$380. Este costo es más alto que las ofertas públicas que están en el mercado. El costo no incluye ni promociones de redes sociales, costo de llamadas, costo de SMS ni costo de SVAs (claro video), tampoco está incluido Roaming Internacional, todo esto hace que la oferta del OMV sea más cara que la disponible en el mercado.

En el intento por “replicar” o “revender” el paquete que lanza el AEPT, los OMVs deben solicitar la creación al AEPT de dicho paquete (con las tarifas unitarias), producto por producto para construir una propuesta comercial levemente similar a la del dominante. Para dimensionar el ‘time-to-market’ que le toma a un OMV intentar igualar las ofertas comerciales del AEPT, nos remitimos al Anexo I – Oferta de Servicios, Numeral VII – Procedimiento para la modificación y/o creación de Planes y Productos de postpago o prepago implementados:

“El OMV deberá ingresar al SEG y generar una “Solicitud de Servicios Adicionales” para realizar una Solicitud de creación y/o modificación de Planes y Productos de

¹² WhatsApp, Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram y UBER

pospago o prepago implementados (en adelante la “Solicitud de Creación” o “Solicitud de Modificación”), en términos del siguiente procedimiento:

1. Generada la Solicitud de Creación o la Solicitud de Modificación, el SEG asignará un folio consecutivo de recepción a la misma, que servirá para que el OMV dé seguimiento y prioridad a sus Solicitudes, que serán atendidas conforme al criterio de primeras entradas, primeras salidas.

Procedimiento de Solicitud de Creación:

1.1. Telcel entregará los costos y plazos para la implementación de la Solicitud de Creación (en lo sucesivo los “Tiempos y Costos de la Solicitud”) al OMV en un plazo de 15 (quince) días hábiles, siempre y cuando se cumplan las siguientes condiciones: (i) que no existe ningún cambio de funcionalidad que requiera algún tipo de desarrollo adicional en el Habilitador de Red; y (ii) que el OMV envíe a Telcel los formatos e información completa y necesaria. En caso de que la información recibida no esté completa, se notificará a través del SEG al OMV sobre la información faltante;

1.1.2. El OMV podrá aceptar o rechazar los Tiempos y Costos de la Solicitud dentro de un plazo de 30 (treinta) días hábiles contados a partir de la notificación del SEG;

1.1.3. En caso de que el OMV rechace la Solicitud de Creación, el SEG cerrará automáticamente la misma;

1.1.4. Aceptados los Tiempos y Costos de la Solicitud por el OMV, y una vez que Telcel haya concluido con la implementación de la Solicitud de Creación, **las Partes tendrán 5 (cinco) días hábiles para ejecutar las pruebas preproductivas y productivas**, que integran el documento denominado ATP para garantizar la correcta funcionalidad de los sistemas y aplicaciones de la Solicitud de Creación; y

1.1.5. Concluidas las pruebas, el OMV deberá validar que los resultados cumplan con su requerimiento, cambiará el estatus de la Solicitud a “aceptado” y se cerrará la misma en el SEG.”

Conforme a los plazos estipulados en la Oferta, los OMVs se toman mínimo 20 días hábiles intentando igualar una oferta comercial lanzada por el AEPT, evidentemente sin incluir todos los servicios de valor agregado, sin las redes sociales ilimitadas, sin el servicio de OTT del preponderante, etc.

Adicional a lo anteriormente mencionado, el AEPT tiene el suficiente músculo financiero para entregar junto a sus agresivos planes comerciales, teléfonos móviles de última generación con cláusulas de permanencia de hasta 36 meses.

Por otra parte, el Instituto definió que las pruebas deben ejecutarse de manera ex-post y con una periodicidad trimestral.

Como se mencionó al inicio de este capítulo, en el caso de que las carteras u ofertas insignia evaluadas no sean replicables económicamente, el AEPT tiene un plazo de 15 días para presentar una propuesta de modificación de las tarifas mayoristas o de las tarifas de sus ofertas minoristas. Adicionalmente, el Instituto tiene un plazo de 30 días naturales para determinar si con la propuesta de modificación se acredita la replicabilidad económica. Los plazos definidos en la Oferta son absurdamente prolongados y la toma de decisiones se dilata al punto que el AEPT ya ha capturado el mercado que quería conseguir con el lanzamiento de dicha oferta.

La aproximación regulatoria implementada por el Instituto está mal diseñada para enfrentar la realidad del mercado móvil y ese es uno de los motivos por los que el sector se encuentra en niveles de concentración alarmantes tras 5 años de regulación.

Con el objetivo de que los operadores alternativos alcancen precios justos y coherentes, el *'Body of European Regulators for Electronic Communications'* ("BEREC") en su guía de mejores prácticas en el sector de telecomunicaciones, establece lineamientos para evitar que el operador con PSM estreche márgenes al publicar tarifas y/o paquetes que no son replicables para un CS que busca utilizar los servicios mayoristas. Conforme a ello, se identificaron las siguientes prácticas para evitar dichos sucesos:

Objective	Competition issue	Best practice remedies
<p>Fair and coherent access pricing</p>	<p>SMP operators may margin squeeze. Whether or not there is an explicit pricing obligation, SMP operators may still have an incentive to margin squeeze in relation to downstream products. Furthermore, alternative operators may face uncertainty regarding the principles and methodology for the assessment of margin squeeze which in turn could result in complaints not being resolved quickly.</p> <p>SMP operators offer pricing schemes / prices not allowing alternative operators to compete on a level playing field and/or enabling a viable business case. SMP operators offer pricing schemes on a discriminatory basis, or prices which do not allow a sufficient margin. In case of long-run upfront commitments SMP operators offer prices not only reflecting the reduction of the risk for the investor</p>	<p>BP49 NRAs should put in place obligations preventing SMP operators from engaging in margin squeeze.</p> <p>- BP49a In considering the minimum acceptable margin, NRAs need to strike a balance between short term efficiency, derived from the economies of scale and scope realisable by an SMP player, and the longer term benefits (assessed on a realistic basis) of a more competitive downstream market, brought about by new entrants which should, in due course and to a reasonable extent, be able to match those economies.</p> <p>(...)</p> <p>- BP49g the price squeeze test applied by the NRA should take into account the costs faced by an efficient operator with a minimum scale such that the minimum margin for this operator with relevant downstream services makes commercial sense.</p> <p>BP55 NRAs should assess pricing schemes proposed by the investor, but price differences should only reflect</p>

Objective	Competition issue	Best practice remedies
		<p>differences in risk for the investor and must not lead to a margin squeeze (see BP49).</p> <p>BP41 An ex-ante pricing obligation may not be necessary if there is no risk on excessive pricing due to strong (in)direct constraints and/or because the NRA imposes an effective combination of remedies on markets 4 and 5 guaranteeing equivalence of access and a margin squeeze test.</p>

Figura 2.4: Evidencia internacional acerca de imposiciones que van en contra del estrechamiento de márgenes [Fuente: BoR 1127, 2012]

Ante una problemática en la que el operador con PSM ofrece esquemas de costos a los CS por medio de los cuales les hace imposible competir, el BEREC propone que se realicen pruebas de replicabilidad exhaustivas con el fin de garantizar que el operador con PSM no genere un estrechamiento de márgenes. Más específicamente, se menciona que no es necesaria la prueba de replicabilidad ex-ante **si no existen riesgos de precios excesivos y/o si el regulador impone medidas efectivas** en los mercados de interés.

Descripción de la solución propuesta

La evidencia es clara y demuestra que la competencia en el mercado móvil nunca va a mejorar si no se modifican estructuralmente las condiciones actuales:

- la no aplicación de las pruebas de replicabilidad económica ex-ante, en complemento a las pruebas ex-post ya existentes, en los servicios móviles ha motivado y facilitado la aparición de prácticas no competitivas por parte del AEPT
- lo anterior ha facilitado el lanzamiento de paquetes ilimitados, que inmediatamente sacan del mercado al resto de CS del mercado por la imposibilidad de poder replicar las ofertas y los complementos adicionales que incorpora el AEPT
- ante el poco rigor y seguimiento actual de las pruebas ex-post, el AEPT ha encontrado un escenario óptimo para lanzar al mercado paquetes con descuentos agresivos atados a periodicidades prolongadas y ofertas ilimitadas
- al no poder replicar los paquetes y estar amarrados a las tarifas unitarias, los operadores móviles virtuales están condenados a mantener un papel marginal o, incluso, desaparecer del mercado
- en un mercado tan concentrado con 3 operadores, si no se garantizan condiciones comerciales propicias para el desarrollo de los OMVs, la competencia permanecerá estancada y hasta se decantará a favor del AEPT por sus economías de escala e integración vertical

Se hace entonces indispensable actualizar el marco regulatorio para que las pruebas de replicabilidad económica en el mercado móvil deban realizarse de manera ex-ante sobre

las tarifas unitarias y sobre los paquetes, y así garantizar al mercado que las ofertas comerciales del AEPT no serán la herramienta perfecta para desplazar a la competencia. Las pruebas de replicabilidad económica no se deberán hacer sólo sobre los paquetes insignia del AEPT, se deben ejecutar sobre todos los paquetes comerciales de manera individual, incluyendo las promociones lanzadas por el AEPT, y deberán ser aprobadas por el Instituto antes de su lanzamiento al mercado. Las pruebas de replicabilidad ex-ante y la obligación de presentar los paquetes ante el Instituto con antelación a su publicación, acortará el *'time-to-market'* con el que los OMVs pueden responder ante las acciones del AEPT.

2.2.3 La definición de Reventa de servicios en la Oferta de OMV vigente no es coherente con respecto a otras ORs del AEPT

Descripción de la causa y evidencia

En la Oferta de Referencia para la Desagregación del Bucle Local vigente (OREDA vigente), se establece que la Reventa es el servicio mediante el cual se le permite al CS que realice la reventa o la comercialización de la línea, acceso a internet o cualquier otro servicio de la Red pública de telecomunicaciones del AEPT. A lo largo de toda la OREDA vigente, se establece que los servicios de Reventa permiten a los CS comercializar los servicios o paquetes comerciales que en la actualidad el AEPT tiene autorizados y registrados ante el Instituto, en los mismos términos y condiciones que ofrece a sus usuarios finales:

“4.1 Servicio de Reventa de Línea Telefónica

*El Servicio de Reventa de Línea Telefónica (SRL) permite la reventa o comercialización del servicio de línea telefónica en las modalidades de Línea Residencial o Línea Comercial que **Telmex tiene autorizado y registrado ante el Instituto, ofrece o comercializa actualmente, en los mismos términos y condiciones que ofrece a sus usuarios finales.** Telmex ofrecerá a los CS las nuevas ofertas comerciales de línea telefónica una vez que se las autorice el Instituto. **Para ello, publicará las nuevas ofertas comerciales autorizadas por el Instituto en el SEG.***

(...)

4.2.1 Servicio de Reventa de Internet

*El Servicio de Reventa de Internet (SRI) permite a los CS **la reventa o comercialización del servicio de Internet que Telmex tiene registrado ante el Instituto, ofrece, aplique o comercialice a usuarios residenciales y comerciales en los mismos términos y condiciones que ofrece a sus usuarios finales.** Para ello, publicará las nuevas ofertas comerciales autorizadas por el Instituto en el SEG.*

(...)

4.2.2 Servicio de Reventa de Paquetes

*El Servicio de Reventa de Paquetes (SRP) permite a los Concesionarios Solicitantes **la reventa o comercialización del servicio de línea telefónica junto con Internet, en la modalidad de paquetes, tanto para líneas residenciales como para líneas comerciales.***

*En este servicio **Telmex realiza la provisión de los paquetes que tiene autorizados y registrados ante el Instituto, ofrece o comercializa actualmente, bajo las mismas condiciones comerciales que ofrece para sus usuarios, en los mismos términos y condiciones que ofrece a sus usuarios finales. Telmex ofrecerá a los CS las nuevas ofertas comerciales de Paquetes de Internet una vez que se las autorice el Instituto. Para ello, publicará en el SEG las ofertas registradas y autorizadas al Instituto.***

En la OREDA vigente es claro que los CS podrán replicar las ofertas de paquetes comerciales que el AEPT tiene registradas y autorizadas con anticipación ante el Instituto, y que estos podrán revender dichos servicios en los mismos términos y condiciones que el AEPT ofrece a sus usuarios finales. Los CS podrán verificar en el SEG las ofertas registradas, publicadas y autorizadas para poder ofrecerlas a sus usuarios finales.

La definición de Reventa en la OREDA es clara y está estructurada de tal manera que permitirá a los CS competir contra el AEPT. Las ofertas deben ser autorizadas por el Instituto antes de ser lanzadas a mercado, y estas deben ofrecerse a los CS en las mismas condiciones que el AEPT las ofrece a sus usuarios. Si son autorizadas por el Instituto, el AEPT puede salir a comercializarlas, pero antes debe haberlas habilitado en el SEG a todos los CS.

En principio, ese debería ser el marco regulatorio que garantice un ecosistema de competencia nivelado, donde el AEPT no pueda salir a mercado con ofertas comerciales que no son replicables para los CS y que con su lanzamiento este busque generar un inmediato desplazamiento de la competencia.

Como ya se ha comentando en el presente documento, a pesar de las continuas sugerencias de los CS con respecto a la inoperatividad de la Oferta de OMV vigente y de su incoherencia con la realidad del mercado y el actuar anticompetitivo del propio AEPT, el Instituto ha mantenido su postura de que la OR para OMVs está estructurada según los estándares internacionales, y no se ha permitido repensar que esta debería ser modificada para darle dinamismo al sector móvil mexicano.

Descripción de la solución propuesta

Actualmente la Oferta de OMV vigente define la Comercialización o Reventa de Servicios como:

“Comercialización o Reventa de Servicios: Se entiende como comercialización o reventa de servicios de telecomunicaciones a toda actividad realizada por un OMV para vender los servicios de telecomunicaciones de voz, SMS y datos, al amparo de una Oferta de Referencia suscrita con Telcel, donde algún tercero, realiza transacciones de venta de los servicios de telecomunicaciones de Telcel a sus Usuarios Finales

(...)

Revendedor: Es un operador móvil virtual que no dispone de infraestructura y cuenta con su propia marca y canales de distribución.”

La solicitud de redefinición de los servicios mayoristas de Reventa en la OMV vigente viene asociada a todas las problemáticas que se han presentado en la Sección 2 del presente documento. La Oferta de Referencia del AEPT ha tergiversado el significado de un esquema mayorista de Reventa (que como bien lo estipula la OREDA, la reventa permite que los CS puedan replicar y revender los paquetes que tiene el AEPT autorizados y registrados ante el Instituto bajo los mismos términos y condiciones comerciales que ofrece para sus usuarios finales).

Para redefinir el esquema de Reventa en la OMV vigente, se hace indispensable que los OMVs puedan replicar los paquetes que lanza el AEPT al mercado. Las pruebas de replicabilidad económica no se deberán hacer solo sobre los paquetes insignia del AEPT, se deben ejecutar sobre todas los paquetes comerciales de manera individual, incluyendo las promociones lanzadas por el AEPT, y deberán ser aprobadas por el Instituto antes de su lanzamiento. Las pruebas de replicabilidad ex-ante y la obligación de presentar los paquetes ante el Instituto con antelación a su publicación, acortará el *‘time-to-market’* con el que los OMVs podrán responder ante las acciones del AEPT.

Al igual que en OREDA, el AEPT ofrecerá a los CS las nuevas ofertas comerciales de paquetes una vez que se las autorice el Instituto. Para ello, publicará en el SEG las ofertas registradas y autorizadas por el Instituto para que los CS puedan seleccionarlas directamente sobre la plataforma y no tengan que esperar los 30 días calendario en tratar de igualar ofertas no replicables del AEPT.

Incluso el Instituto debe considerar en el análisis ex ante de todas las ofertas, los plazos ofrecidos y la bolsa de datos aplicables, ya que dichas prácticas de ventas atadas y clientes cautivos, como lo son dichas promociones, minan la libre competencia en el sector, y la libertad de los usuarios para acceder a mejores ofertas.

2.3 Conclusiones

Solicitamos al Instituto una revisión integral de su aproximación regulatoria con respecto al mercado móvil. Las determinaciones que tome el Instituto deberán quedar incorporadas en las nuevas Medidas de Preponderancia para que, de esa manera, en la actual revisión de las ORs que impactan el mercado móvil, queden estipuladas esas determinaciones y sirvan para incentivar la competencia:

- a pesar de las continuas sugerencias de los CS con respecto a la inoperatividad de la Oferta de OMV vigente y de su incoherencia con la realidad del mercado mexicano y el actuar anticompetitivo del propio AEPT, el Instituto se ha aferrado a que la Oferta de OMVs está estructurada según los estándares internacionales, y no se ha permitido repensar que esta debería ser modificada para darle dinamismo al sector móvil mexicano:
 - se debe eliminar que la estructura tarifaria unitaria se encuentre en función de compromisos de volúmenes de tráfico y/o periodos de contratación. Tarifas mayoristas unitarias más bajas, permitirían a los OMVs desarrollar planes de negocio enfocados a nichos específicos y con ofertas comerciales más potentes;
 - el modelo de costos arroja tarifas unitarias (minutos, SMS y MB) que deberían considerarse como las tarifas mayoristas aplicables a todos los CS. En caso de que alguno de los OMVs llegue a acuerdos más favorables con el AEPT, las tarifas deberán ser públicas y aplicables a todo el resto de usuarios de la oferta;
 - El IFT debe utilizar el modelo de costos evitados no sólo para definir las tarifas mayoristas unitarias, sino el costo de los PAQUETES que el AEPT ofrece a los usuarios finales puedan replicarse siempre con el objetivo de permitir que los concesionarios poder competir en igualdad de condiciones con las ofertas lanzadas por el AEPT. De lo contrario cada venta especial, promoción o evento permitirán al AEPT seguir concentrando el mercado.
 - las pruebas de replicabilidad económica en el mercado móvil deben realizarse de manera ex-ante sobre las tarifas unitarias y sobre los paquetes, y así garantizar al mercado que las ofertas comerciales del AEPT no serán la herramienta perfecta para desplazar a la competencia. Las pruebas de replicabilidad económica no se deberán hacer solo sobre los paquetes insignia del AEPT, se deben ejecutar sobre todas las ofertas comerciales de manera individual, incluyendo las promociones lanzadas por el AEPT y deberán ser aprobadas por el Instituto antes de su lanzamiento

- para redefinir el esquema de Reventa en la OMV vigente, se hace indispensable que los OMVs puedan replicar los paquetes que lanza el AEPT al mercado. Al igual que en OREDA, el AEPT ofrecerá a los CS las nuevas ofertas comerciales de paquetes una vez que se las autorice el Instituto. Para ello, publicará en el SEG las ofertas registradas y autorizadas por el Instituto para que los CS puedan seleccionarlas directamente sobre la plataforma y no tengan que esperar los 30 días calendario en tratar de igualar ofertas no replicables del AEPT.

3 Otras problemáticas importantes en la operatividad de la Oferta de OMV

A lo largo del documento se han presentado las principales problemáticas principales relacionadas con los costos y tarifas de los servicios incluidos en la Oferta, así como sus principales causas y posibles soluciones. Sin embargo, existe una serie de problemáticas adicionales de carácter operativo que es necesario resolver para garantizar una operatividad efectiva de la oferta.

3.1 El AEPT debe ofrecer el Roaming Internacional

En la actualidad el AEPT únicamente ofrece el servicio de roaming internacional a los OMV que han ingresado al mercado bajo la modalidad de reventa. Sin embargo, es muy importante que también lo haga para los OMV que ingresen al mercado en la modalidad Full (o completo), ya que estos operadores no cuentan el nivel de tráfico suficiente para que les convenga firmar acuerdos de roaming internacional por su cuenta. Por el contrario, el AEPT está en una situación privilegiada dado su volumen de tráfico.

En hecho de que se pretenda que los OMV firmen sus propios acuerdos de roaming internacional los pone en una clara desventaja en términos de costos y se convertirá en una importante barrera de entrada a nuevos OMV en la modalidad Full, impidiendo el desarrollo de nuevas ofertas que sean realmente competitivas frente a las del AEPT. Sin los acuerdos de roaming internacional los OMV Full difícilmente podrían dar servicios fuera de México a precios competitivos, encareciendo el servicio para los usuarios finales y desincentivando que busquen nuevas opciones de proveedores de servicios.

El carácter anticompetitivo de la negativa del AEPT de proporcionar el servicio de roaming internacional a los operadores OMV Full, es contraria a las determinaciones que a través de sus resoluciones ha tomado el propio Instituto en los últimos años, entre otras, que 1) Telcel debe ofrecer el servicio de roaming internacional como parte de los servicios de la oferta de referencia OMV; ii) Telcel debe ofrecer el servicio en las mismas condiciones que lo presta a sus usuarios finales; iii) Telcel no debe incurrir en prácticas contrarias a la sana competencia; iv) Telcel debe ofrecer el servicio de roaming internacional por medio de los convenios que ya tiene suscritos y v) el servicio de roaming internacional ofrecido por Telcel está disponible tanto para los OMV bajo el esquema de Revendedor y/o Telcel como habilitador de red como para los OMV completos y/o Habilitadores.

La siguiente tabla contiene algunos párrafos tomados de resoluciones del IFT a través de las cuales se requiere al AEPT hacer cambios en sus propuesta de ofertas OMV o bien se aprobaron dichas Ofertas, dichos párrafos tienen como fin dar cuenta de la importancia que el Instituto ha otorgado a la prestación del servicio de roaming internacional por parte de Telcel a cualquier OMV que se lo solicite:

Resolución IFT	Análisis
<p>Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones requiere al agente económico preponderante modificar los términos y condiciones de la primera Oferta de Referencia para la Comercialización o Reventa del Servicio por parte de los Operadores Móviles Virtuales presentada por Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. (P/IFT/EXT/200814/203)</p>	<p>"En este sentido se observa que los servicios de roaming internacional son importantes para complementar la oferta de servicios de un operador no obstante para un OMV de pequeña escala será complicado negociar acuerdos de roaming internacional con operadores extranjeros a efecto de tener cobertura global."</p> <p>"Del análisis de la Oferta de Referencia y el Convenio, se observa que Telcel es omiso en ofrecer el servicio de roaming internacional a los OMV, lo cual es importante dado que dicha empresa ya cuenta con acuerdos de roaming internacional que le permiten ofrecer el servicio en varios países."</p> <p>"Dicho lo anterior, el Instituto considera que Telcel deberá poner a disposición y a elección del OMV que así se lo requiera el servicio de roaming internacional, bajo los acuerdos que ya tiene suscritos."</p>
<p>Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones autoriza los términos y condiciones de la Oferta de Referencia para la Comercialización o Reventa del servicio por parte de los Operadores Móviles Virtuales presentada por Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. (P/IFT/051114/375)</p>	<p>"En lo que respecta a la condición de prestar el servicio siempre y cuando las condiciones de los convenios suscritos con los operadores internacionales, lo hagan contractualmente posible; este Instituto toma en cuenta las restricciones que pueden existir en contratos previamente suscritos por Telcel, sin embargo se vigilará en todo momento que dicha condición no se utilice como una práctica contraria a la sana competencia."</p>
<p>Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones requiere al agente económico preponderante modificar los términos y condiciones de la propuesta de Oferta de Referencia para la Comercialización o Reventa del servicio por parte de los Operadores Móviles Virtuales presentada por Radiomóvil Dipsa S.A. de C.V. (P/IFT/EXT/070915/105)</p>	<p>"Al respecto se considera que de acuerdo a las mejores prácticas internacionales es necesario que Telcel proporcione el servicio de roaming internacional a todos los OMV, que así se lo soliciten, y que este sea prestado en las mismas condiciones que dicho operador ofrece a sus usuarios finales, lo anterior con el fin de fomentar la competencia al ofrecer los mismos servicios que el AEP."</p>
<p>Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones modifica y autoriza al agente económico preponderante, los términos y condiciones de la Oferta de Referencia para la Comercialización o Reventa del Servicio por parte de los Operadores Móviles Virtuales presentada por Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.,</p>	<p>"La modificación realizada por Telcel respecto del numeral 3.1.6.2.2, cumple con el requerimiento al señalar le proporcionará al OMV el servicio de roaming internacional en los mismos términos en los que él los tiene suscritos con operadores de otros países. Cabe señalar que para la operación de los acuerdos de roaming en términos técnicos es</p>

<p>aplicable del 1 de enero de 2016 al 31 de diciembre de 2017. (P/IFT/EXT/241115/171)</p>	<p>necesario que el OMV utilice IMSIs correspondientes a la red de Telcel o, como Telcel lo señala que el OMV cuente con soluciones dual IMSI por lo que los requerimientos técnicos que establece son los mínimos necesarios para la correcta operación de los servicios, por lo que se considera procedente su autorización en los términos presentados.</p>
<p>Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones modifica y aprueba al agente económico preponderante, los términos y condiciones de la Oferta de Referencia para la comercialización o Reventa del servicio por parte de los Operadores Móviles Virtuales presentada por Radiomóvil Dipsa S.A. de C.V. aplicable del 1 de enero de 2016 al 31 de diciembre de 2018. (P/IFT/131217/906)</p>	<p>“El Instituto modificó el numeral 7) de la Propuesta de Oferta de Referencia de OMV dado que el mismo establecía que en caso que el OMV requiriera el servicio de Roaming Internacional bajo los acuerdos de Telcel, se realizaría la verificación de las condiciones de dichos acuerdos, a fin de determinar si contractualmente era posible que Telcel pudiera prestar los servicios de Roaming Internacional al OMV al amparo de dichos convenios.”</p> <p>“Sin embargo, del análisis realizado por el Instituto se detectó que pudiera presentarse una situación en la cual el AEP se negara a prestar los servicios de Roaming Internacional, bajo el argumento de que los convenios suscritos no permiten proporcionarle el servicio a los OMV. En este orden de ideas, el Instituto modificó este numeral 7) señalando que si el OMV requiere el servicio de Roaming Internacional, Telcel pondría a su disposición los mismos términos que tiene suscritos en los convenios con operadores internacionales.”</p>
<p>Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones modifica y aprueba al Agente Económico Preponderante, los términos y condiciones de la Oferta de Referencia para la comercialización o reventa del servicio por parte de los Operadores Móviles Virtuales presentada por Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. aplicable del 1 de enero de 2019 al 31 de diciembre de 2019. (P/IFT/051218/887)</p>	<p>Se adicionó la definición “Roaming Internacional” para brindar certeza a los concesionarios solicitantes respecto del alcance de este servicio, ya que el mismo está disponible tanto para los OMV bajo el esquema de Revendedor y/o Telcel como habilitador de red como para los OMV completos y/o Habilitadores, en el siguiente sentido:</p> <p>"Roaming Internacional: El uso de servicios de telecomunicaciones móviles por parte de un usuario cuando se encuentra en un país distinto de aquel en que están contratados sus servicios, en virtud de los acuerdos celebrados entre el proveedor de servicios de origen y la red visitada. "</p>

A pesar del análisis y resoluciones del IFT, Telcel no presta el servicio de roaming internacional a los OMV Full. La negación del servicio ha sido posible, en gran medida, a la interpretación que el AEPT hace de la Oferta cuya descripción del servicio de Roaming Internacional para OMV Completo resulta confusa, ya que por un lado el numeral 3.1.6.2.1

del ANEXO II ACUERDOS TÉCNICOS establece que si un “OMV cuenta con su rango de IMSI MCC+MNC (Mobile Country Code + Mobile Network Code), será este quien deberá establecer sus propios acuerdos de Roaming.”, estando este numeral en contra de lo que menciona el Artículo 8 fracción II de los Lineamientos para la comercialización de servicios móviles por parte de operadores móviles, que establece como obligación de los Concesionarios Mayoristas Móviles poner a disposición del OMV, las condiciones derivadas de los acuerdos de Roaming Internacional que tenga suscritos, en los mismos términos de que dispone o goza el Concesionario Móvil Mayorista, que permitan la prestación de los Servicios Móviles a los usuarios finales del OMV, al ser una obligación derivada de una normatividad que regula tal cual el servicio de la oferta que nos ocupa, el AEPT tiene la obligación de proporcionar este servicio, sin limitar cuando un OMV Completo cuente con su rango IMSI MCC+MNC, por lo que no debe ser una obligación para un OMV celebrar sus propios acuerdos de Roaming si no que debe ser opcional y en caso de no tener convenios propios, el AEPT tiene la obligación de proporcionar este servicio.

Sin embargo, por otro lado, el numeral 3.1.6.2.2 del ANEXO II ACUERDOS TÉCNICOS establece que “En el caso que el OMV cuente con su propio rango IMSI y solicite a Telcel el servicio de Roaming Internacional, el OMV acuerda cumplir con todas y cada una de las obligaciones de los convenios suscritos en términos de la GSMA.”, este numeral, debe describir al IMSI de igual forma que el numeral 3.1.6.2.1, ya que genera confusión describir IMSI e IMSI MCC+MNC, ya que el MCC o Mobile Country Code y el Mobile Network Code forman parte de la estructura del IMSI de conformidad con lo que establece el Plan de identificación internacional para redes públicas y suscripciones de la UIT, los Lineamientos para la comercialización de servicios móviles por parte de operadores móviles, así como el Plan Técnico Fundamental de Numeración publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de mayo de 2018, que aún y cuando la estructura del IMSI entra en vigor hasta el 1° de febrero de 2022, se establece de la misma forma que en la demás normativa nacional e internacional.

En vista de lo anterior, y siendo que el artículo 17 de los Lineamientos para la comercialización de servicios móviles por parte de operadores móviles señala que “...en caso de ser necesario, el Concesionario Mayorista Móvil deberá realizar las adecuaciones necesarias a sus convenios o acuerdos, permitiendo que éstos sean extensivos para aquellos Operadores Móviles Virtuales que cuenten con IMSI propio.”, el Anexo II numeral 3.1.6.2, debe ser claro y permitir que un OMV Completa pueda celebrar sus propios acuerdos de Roaming o solicitar al AEPT el servicio de Roaming Internacional, bajo las mismas condiciones derivadas de los acuerdos de Roaming Internacional que tenga suscritos, en los mismos términos de que dispone o goza el AEPT y este a su vez realizar las adecuaciones necesarias a sus acuerdos para incluir a los OMV que cuenten con IMSI propio, ya que en caso de no establecerse así, se estaría en contra de la normatividad vigente y de igual forma un OMV, no podría competir con otros operadores móviles ya que el poder de negociación entre el AEPT y los proveedores de Roaming Internacional por la cantidad de tráfico a cruzar mensual es mucho mayor que la de cualquier OMV.

3.2 Definición clara del funcionamiento del servicio de ‘fixed-wireless’ en las Medidas y la OMV vigente

Descripción de la causa y evidencia

Actualmente el AEPT ofrece a sus usuarios servicios de internet de banda ancha para hogares a través de sus redes móviles (‘fixed-wireless’). El servicio consiste en una conexión para transmisión de datos ilimitados a través de un modem fijo inalámbrico que se conecta a la red de datos móviles del AEPT. La oferta comercial consiste en planes con velocidades de navegación máximas de 5 o 10 Megabits por segundo (Mbps), la cual dependerá, principalmente, de la infraestructura móvil instalada en la zona de cobertura.

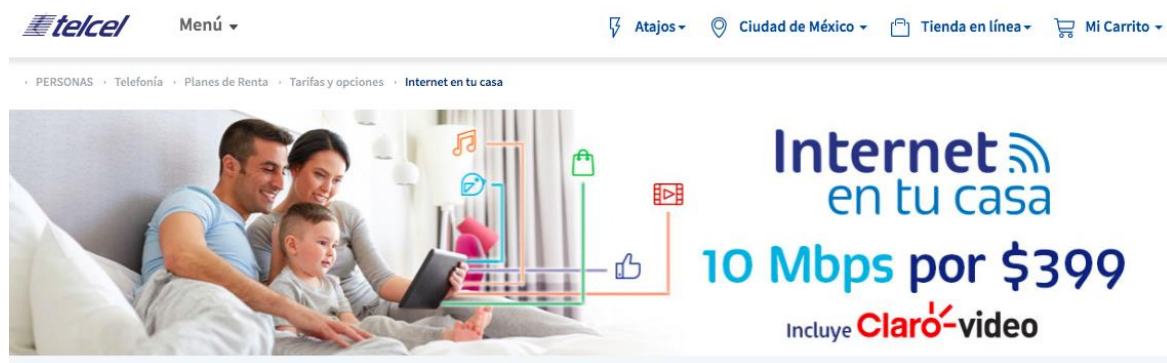


Figura 3.1: Ofertas de servicios fixed-wireless del AEPT [Fuente: Telcel, 2020]

Muy alineado con nuestra argumentación de la Sección 2, bajo los principios de equivalencia de insumos, replicabilidad económica y técnica los CS deberían tener la posibilidad de revender o comercializar los servicios de internet de banda ancha para hogares a través de tecnologías ‘fixed-wireless’.

Descripción de la solución propuesta

Solicitamos al IFT que el servicio de ‘fixed-wireless’ esté incluido en las Medidas como un servicio de la Oferta para OMVs junto con sus respectivos procedimientos, tarifas y modulo dentro del modelos de costos de la futura OR de OMV, para dar cumplimiento a los principios de replicabilidad económica, técnica y la equivalencia de insumos.

Adicional a lo anteriormente establecido, como es un servicio de datos fijos que compite con otras ofertas de banda ancha fija, se debe someter a un test de replicabilidad comercial ex-ante para garantizar que los CS puedan replicar y competir con las ofertas lanzadas por el AEPT.

3.3 Pronósticos no pueden vincularse a las fianzas o a incumplimientos

Descripción de la causa y evidencia

En el Convenio Marco de la Oferta de OMV vigente, Cláusula Cuarta, Numeral 4.3.1.1 - Garantías Aplicables al Esquema de Pospago se menciona lo siguiente:

“En caso que la proyección de demanda determinada en el Anexo III Dimensionamiento de la Oferta sea excedida por los consumos de los Servicios de la Oferta en cualquier trimestre en un porcentaje igual o superior al 10% (diez por ciento), Telcel notificará al OMV en el correo señalado en el numeral 17.1 del Convenio, la obligación de ajustar la Garantía en observancia al consumo efectivo de los Servicios, y para ello, en el término de 3 (tres) días hábiles posteriores a la recepción del correo, el OMV deberá actualizar la información contenida en el Anexo III Dimensionamiento, con el fin de que Telcel realice el nuevo cálculo del monto de la Garantía, a fin de que éste refleje el valor real de las obligaciones de pago por los Servicios de la Oferta por parte del OMV.

Una vez que Telcel notifique al OMV el monto ajustado de la Garantía, éste último deberá entregar a Telcel la Garantía en original dentro de un plazo no mayor de 10 (diez) días naturales contados a partir de la notificación del monto ajustado de la Garantía por parte de Telcel al correo señalado en el numeral 17.1 del Convenio.”

Si bien el uso de una garantía es una práctica común a nivel internacional, creemos que su implementación en el acuerdo entre el AEPT y el OMV es poco práctica por varias razones:

- La actualización del monto bloqueado a través de la garantía parece estar atada a cambios en el consumo del OMV (si hay una fluctuación mayor a 10% hacia arriba o abajo) y no a su facturación
- Si existe alguna necesidad de aumentar o añadir fondos a la garantía, el OMV solo tiene un plazo de 10 días naturales para hacerlo, lapso de tiempo insuficiente para la ejecución de dicho proceso con entidades financieras
- Parecería como si el OMV tuviera que hacer la reposición de fondos de motu proprio sin ninguna notificación oficial por parte del AEPT.

En Brasil, Vivo¹³ exige una garantía inicial a sus OMVs que puede ser utilizada para cubrir alguna factura. En caso de hacerlo, Vivo notificará sobre el retiro de los fondos en un plazo de 10 días después de los cuales el OMV tiene 75 días para recomponer la garantía a su valor original.

¹³ Vivo 2013 - Contrato De Compartilhamento de Uso De Rede Para MVNO, Seção 6.5 - Garantia

En Chipre, CYTA¹⁴ pide a cualquier operador interesado presentar una garantía bancaria por un importe de 10% de los cargos que espera incurrir en el primer año para proporcionar los servicios solicitados por el OMV. El monto será revisado anualmente de acuerdo con la tarifa total facturada por la otra Parte para el año y las últimas previsiones para el año siguiente.

En Austria, el importe que el OMV tiene que asegurar a través de una garantía es equivalente al promedio mensual, que determinará con base en los pronósticos para los próximos doce meses proporcionados por el operador, multiplicado por un factor de 3. El monto se recalcula cada vez que el operador actualiza su pronóstico. El OMV tiene un periodo de 30 días después de la notificación por parte de H3G¹⁵ para recomponer el monto de la garantía.

Descripción de la solución propuesta

Entendemos la intención por parte del AEPT de pedir una garantía al OMV con el fin de cubrirse contra impagos del mismo. Aun así, solicitamos al Instituto que sean modificadas las siguientes condiciones para alinear el proceso con las mejores prácticas internacionales presentadas:

- Ligar la revisión del monto de la garantía a la facturación generada por el OMV, no a su consumo. Además, recomendamos hacer dicha actualización de forma anual para evitar que el OMV tenga que incurrir en gastos innecesarios y gastar tiempo demasiado a menudo en gestionar la renovación de las condiciones de la garantía.
- En línea con las prácticas internacionales parece más oportuno ampliar el plazo para aumentar o añadir fondos a la garantía a un mínimo de 30 días.

3.4 Pago de gastos incurridos por la conexión a la red y adaptación de sistemas del AEP

Descripción de la causa y evidencia

En el Convenio Marco de la Oferta de Referencia bajo consulta, Cláusula Quinta – Responsabilidades del OMV, Numeral 5.2.1 se establece lo siguiente:

“El OMV será el único responsable de pagar todos los gastos que se generen de la conexión de los elementos necesarios para la Comercialización o Reventa de los Servicios de la Oferta a la Red Pública de Telecomunicaciones de Telcel, o cualquier otro gasto, esto sin importar que para dichas conexiones a la Red Pública

¹⁴ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΟ ΚΙΝΗΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ ΑΤΗΚ, publicada el 9 de marzo de 2017

¹⁵ Hutchison 3G Austria Holdings GmbH & Orange Austria Telecommunications GmbH 2012 - Commitments To The European Commission

de Telecomunicaciones de Telcel el OMV, opte por contratar los servicios de un tercero.”

Por ejemplo, si el AEPT decide adquirir un nuevo equipo para dar servicio a varios OMVs, no puede repercutir el costo integral de ese equipo al primer OMV que hace uso de dicho activo.

Por otra parte, y con base en la experiencia de GTV, el AEPT entrega a los CS interesados en el servicio cotizaciones de “costos de entrada” para un esquema de Reventa Simple por aproximadamente USD500,000. El monto exigido por el AEPT para dar inicio a la Prestación del Servicio Mayorista de Comercialización o Reventa de Servicios es exagerado y fuera de cualquier dimensión cuando es comparado con otros ejemplos internacionales relevantes. Adicionalmente el AEPT cobra los costos de entrada por unidad económica y no por Grupo de Interés Económico. Este cobro focalizado a empresa no tiene sentido, considerando que ya se han ejecutado todos los procedimientos necesarios para lanzar al OMV, el ‘set-up fee’ debería cobrarse una única vez por GIE.

Si bien existe gran variedad en los acuerdos comerciales entre OMVs y sus operadores *host* a la hora de repartirse los costos, una de las formas habituales es el cobro de una tarifa que incluya una parte fija por instalación y alta de los equipos y una tarifa recurrente al mes (generalmente por usuario) que cubra los costos de operaciones y mantenimiento.

De todos modos, solicitamos la preparación de una cotización previa a los trabajos de implementación donde se incluyen los costos de adquisición de equipos respaldados con facturas de compra emitidas por los fabricantes, así como la mano de obra necesaria por parte del AEPT para llevar a cabo dichos trabajos. El presupuesto tiene que desglosar las horas previstas por cada actividad y el costo por hora de la persona encargada en línea con los precios de mercado facturados por este tipo de obras.

Adicionalmente, y para evitar posibles abusos por parte del AEPT, solicitamos que el costo total de implementación no pueda superar USD200,000 para el lanzamiento de un OMV. Esta cantidad está en línea con lo observado en la experiencia internacional, p.ej. H3G en Austria, el cual puede cobrar al OMV una *fee* inicial de hasta EUR200,000 pagadera en dos instancias de igual monto.

“H3G may charge the MVNO a set-up fee of up to €200,000, payable in two equal instalments. The first instalment shall be payable on signature of the MVNO Agreement and the second instalment shall be payable on the earlier of the commercial launch by the MVNO of its retail services and 9 months from the signature of the MVNO Agreement. The implementation fee is subject to the Austrian consumer price index (“Verbraucherpreisindex”) ¹⁶.”

¹⁶ H3G 2012 – MVNO Reference Offer, Section D – Implementation and Implementation Fee, Number 19

Descripción de la solución propuesta

Los gastos que le correspondan al OMV por la conexión de los elementos necesarios para la comercialización o reventa de los servicios ofrecidos por el AEPT deben de ser calculados con adherencia a los principios de causalidad y proporcionalidad.

Solicitamos que el texto de la Oferta de Referencia recoja que el OMV se hará responsable de su parte de los gastos causados en la comercialización del servicio, la cual será proporcional al uso que hará de los elementos nuevos instalados para ello.

Adicionalmente, solicitamos que se defina un costo total de implementación acorde con las referencias internacionales citadas en el apartado anterior, para así evitar que el AEP imponga barreras de entrada e incurra en prácticas abusivas con los potenciales OMV interesados en los servicios de la Oferta.

3.5 Eliminación de la cuota obligatoria de administración de usuarios

No debería existir una cuota obligatoria para la administración de usuarios. La administración de usuarios del AEPT comienza con pago único de \$43,100 pesos mensuales que cubre de 1 a 5,000 usuarios, a partir de ahí hay una tabla escalonada por usuario.

La administración de usuarios debería ser establecida en base a los usuarios, desde un inicio para no representar una barrera a nuevos operadores.

3.6 Es necesario fijar un plazo máximo para la celebración de los Términos y Lineamientos Técnicos que forman parte de la Oferta de OMV

La Oferta de OMV define a los Términos y Lineamientos Técnicos como “Documento técnico donde se define la arquitectura de conexión entre el OMV y Telcel, en el que se acompañará como anexo las pruebas “Acceptance Test Procedure” (por sus siglas en inglés “ATP”) previas a la entrega de los Servicios de la Oferta, siendo este documento parte integral de la Oferta de OMV.

Ahora bien para todos los OMV, resulta de gran necesidad la celebración de este documento para completar el objeto de la celebración de esta Oferta, siendo que los plazos de implementación y pruebas dependen completamente de la celebración de éste, sin embargo, al no obligar a las Partes estableciendo un plazo máximo para su celebración, el tiempo de negociación y suscripción del mismo puede tardar más de 6 meses.

Por lo anterior, se propone que se establezca la obligación de las Partes de suscribir los Términos y Lineamientos Técnicos en un plazo máximo de 90 días naturales contados a partir de la Solicitud del Servicio.

3.7 El Anexo C no es coherente con respecto a lo establecido en el TÍTULO OCTAVO de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión

Los Lineamientos para la comercialización de servicios móviles por parte de operadores móviles virtuales establecen claramente en su artículo 18 fracción XVIII que *“En caso de que el Operador Móvil Virtual no cuente con la infraestructura y los medios necesarios para dar cumplimiento a las disposiciones administrativas de carácter general respecto a la colaboración con las instancias de seguridad, procuración y administración de justicia, el Concesionario Mayorista Móvil y éste deberán establecer los mecanismos para dar cumplimiento a dichas disposiciones;...”*

Por su parte, los Lineamientos de Colaboración en Materia de Seguridad y Justicia establecen en sus artículos DÉCIMO OCTAVO Y QUADRAGÉSIMO, la obligación de entregar por parte de los Concesionarios y Autorizados, sin distinguir entre un Operador Móvil Virtual y un Operador Móvil con red para prestar servicios móviles, un informe en el mes de enero de cada año con las llamadas y mensajes de texto SMS realizados por sus usuarios al Número 911 junto con su localización geográfica en tiempo real, y la hora referenciada al huso horario de donde se origina la llamada, a los centros de atención de llamadas de emergencia, dicha localización geográfica puede ser por “Triangulación” o por “GPS”, entendiéndose por “Triangulación” la que se realiza a través de una infraestructura de tres radiobases instaladas como mínimo y “GPS” a una localización por coordenadas, siendo ambos tipos de tecnologías propias del Concesionario Mayorista Móvil, y para el caso que nos ocupa es el AEPT Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.

Derivado del párrafo anterior, y en atención a la obligación de los Concesionarios, y en su caso, Autorizados, de entregar al Instituto, mediante dispositivos de almacenamiento electrónico, los Mapas de Precisión y Rendimiento dentro de los primeros 20 días hábiles del mes de enero de cada año, con una resolución de al menos 50 metros, en formato (.tab) o (.shp), por cada región celular para cada tipo de tecnología de localización geográfica, conforme a lo establecido en el numeral 2, fracción IV de la Metodología para evaluar el cumplimiento de los parámetros de precisión y rendimiento correspondientes a la localización geográfica en tiempo real de llamadas de emergencia al número 911 establecidos en los Lineamientos de colaboración en materia de Seguridad y Justicia, resulta necesario incluir dentro del Sistema Electrónico de Gestión así como dentro del **“Anexo C Acuerdo de Prestación de Servicios de Gestión del Convenio Marco de Prestación del Servicio Mayorista de Comercialización o Reventa de Servicios”**, la obligación de Telcel de proporcionar a los OMV los Mapas de Precisión y Rendimiento, y no únicamente lo referente a la atención de requerimientos de autoridades, por lo que se propone el siguiente texto:

Telcel a través del SEG informará y pondrá a disposición de los OMV los Mapas de Precisión y Rendimiento, atendiendo a los Lineamientos de Seguridad y la Metodología para evaluar el cumplimiento de los parámetros de precisión y

rendimiento correspondientes a la localización geográfica en tiempo real de llamadas de emergencia al número 911 establecidos en los Lineamientos de colaboración en materia de Seguridad y Justicia, en formato "*.tab" del programa Mapinfo Professional, mismos que deberán mantenerse actualizados anualmente antes de los primeros 20 días hábiles de enero de cada año. En el entendido de que la Precisión y Rendimiento se conformará con las llamadas y mensajes de texto SMS realizados por sus usuarios al Número 911 junto con su localización geográfica en tiempo real, y la hora referenciada al huso horario de donde se origina la llamada, a los centros de atención de llamadas de emergencia, cumpliendo con las tecnologías de localización geográfica que se indican en la normatividad aplicable.

Todo lo anterior fundamenta que es necesaria la inclusión dentro de la Oferta de OMV la entrega de los Mapas de Precisión y Rendimiento por parte de Telcel a los OMV sin importar si son OMV revendedores u OMV Completos para que estos a su vez puedan dar cumplimiento a lo establecido en los Lineamientos de Colaboración en Materia de Seguridad y Justicia así como en la Metodología para evaluar el cumplimiento de los parámetros de precisión y rendimiento correspondientes a la localización geográfica en tiempo real de llamadas de emergencia al número 911 establecidos en los Lineamientos de colaboración en materia de Seguridad y Justicia, en virtud a que en todo momento Telcel es responsable de enrutar y terminar las llamadas y mensajes cortos SMS al 911, y los OMV en ningún momento tienen modo de monitorear o realizar la geolocalización por medios propios, por lo cual se encuentran imposibilitados de dar cumplimiento a una obligación derivada de una normatividad que les es aplicable y que ocasionaría sanciones a los mismos.

3.8 El el Anexo C no es coherente con la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en materia de priorizar situaciones de emergencia

El Artículo 191 fracción XI de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece es obligación de los concesionarios *"En los términos que defina el Instituto en coordinación con las instituciones y autoridades competentes, dar prioridad a las comunicaciones con relación a situaciones de emergencia:..."*

A su vez los Lineamientos de Colaboración en Materia de Seguridad y Justicia establecen diversas obligaciones a los concesionarios y autorizados a efecto de brindar gratuitamente prioridad de las comunicaciones y mensajes en situaciones de emergencia o desastre que emitan las autoridades competentes entre las que se destacan las descritas en los lineamientos CUADRAGÉSIMO SÉPTIMO, CUADRAGÉSIMO OCTAVO Y CUADRAGÉSIMO NOVENO. En dichos lineamientos se establece la obligación de los concesionarios y autorizados de dar gratuitamente prioridad a las comunicaciones y mensajes en Situaciones de Emergencia o Desastre que emitan las autoridades competentes, asimismo se establece que el Instituto en conjunto con las autoridades competentes establecerán un protocolo común para alertar por riesgos o situaciones de emergencia, para que éstas a su vez puedan ser difundidas en diversas plataformas.

El 30 de enero de 2020, se publicaron en el Diario Oficial de la Federación los Lineamientos que establecen el protocolo de alerta común conforme al lineamiento CUADRAGÉSIMO NOVENO de los Lineamientos de Colaboración, mediante los cuales se estableció entre otras la obligación de los Concesionarios y en su caso Autorizados del servicio móvil para que realicen la difusión de los Mensajes de Alerta mediante el desarrollo y uso de una Aplicación Móvil y a través de CBS, conforme a los estándares internacionales aplicables.

Por lo anteriormente expuesto, sobre lo establecido en el artículo 18 fracción XVIII de los Lineamientos para la comercialización de servicios móviles por parte de operadores móviles virtuales, y en razón a que un OMV sea revendedor o OMV Completo, no cuentan con los medios necesarios para dar cumplimiento a dicha disposición así como que no cuentan con la misma volumetría de usuarios con la que cuenta un Operador Móvil con red propia para prestar el servicio móvil, resulta necesario que Telcel incluya en la Oferta de OMV aplicable para el 2021, permitir que los OMV puedan hacer uso de la Aplicación Móvil que desarrolle, y mediante la cual puedan ser difundidos a los usuarios de los OMV los Mensajes de Alerta emitidos por las autoridades competentes.

3.9 Es necesario fortalecer la Protección de Datos Personales en la Oferta de conformidad la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares y su Reglamento

En principio la cláusula 22.12 del Anexo XIV del Convenio Marco de Prestación del Servicio Mayorista de Comercialización o Reventa de Servicios, establece que los OMV, son responsables del tratamiento y manejo adecuado de los datos personales que se obtengan con motivo de su operación, así como de cumplir con todas las obligaciones establecidas en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y su Reglamento.

Es ineludible precisar que dentro de lo establecido en el penúltimo párrafo del artículo 52 del Reglamento de la LFPDPPP, el servicio objeto de la Oferta de OMV se encuentra definido como “Cómputo en la Nube” ya que “...*implica el suministro de infraestructura, plataforma o software, que se distribuye de modo flexible, mediante procedimientos de virtualización, en recursos compartidos dinámicamente*”. De igual manera el artículo 51 del mismo Reglamento de la LFPDPPP, establece la obligación entre el responsable de la información que en este caso son los OMV y el encargado que en este caso es Telcel, de establecer cláusulas contractuales mediante las cuales se defina el alcance y contenido del manejo de dicha información.

Por lo anterior, resulta necesario para los OMV que son encargados del manejo y tratamiento de datos personales, la inclusión de una cláusula dentro del Convenio Marco de Prestación del Servicio Mayorista de Comercialización o Reventa de Servicios que cumpla con lo establecido en los artículos antes mencionados, por lo anterior, se propone que se incluya la siguiente cláusula:

“Las partes reconocen expresamente que con motivo de la prestación de los servicios materia del presente contrato y únicamente para efectos de la presente cláusula, [INSERTAR LA DENOMINACIÓN COMPLETA DE LA SOCIEDAD QUE RECABA DATOS PERSONALES Y/O DATOS SENSIBLES]] será referido como el “RESPONSABLE”, y la otra parte definida como el “ENCARGADO” [INSERTAR LA DENOMINACIÓN COMPLETA DE LA SOCIEDAD PRESTADORA DEL SERVICIO A LA CUAL SE REMITIRÁN DATOS PERSONALES], términos que se definen en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y su Reglamento.

Para efectos de la prestación del servicio, el RESPONSABLE remite al ENCARGADO los siguientes datos:

Datos Personales [INSERTAR DATOS PERSONALES A SER REMITIDOS]

Datos Personales Sensibles [INSERTAR EN SU CASO, LOS DATOS SENSIBLES A SER REMITIDOS]

Estos Datos Personales y/o Datos Sensibles [según corresponda] se utilizarán siempre y en todo momento por el ENCARGADO (tercero) de manera confidencial, única y exclusivamente para fines del presente Contrato, debiendo ser protegidos y tratados de conformidad con lo que establece la LFPDPPP, su Reglamento y el Aviso de Privacidad del RESPONSABLE mismo que se adjunta al presente como Anexo “[●AVISOS DE PRIVACIDAD DE CLIENTES]”. En éste se establecerá la manera y los medios bajo los cuales los Titulares de los Datos podrán ejercer sus derechos a la privacidad, a ejercer control sobre sus Datos Personales y/o Datos Sensibles [según corresponda] (autodeterminación informativa) y a la protección de sus Datos Personales y/o Datos Sensibles [según corresponda]. En este sentido, el RESPONSABLE, reconoce y acepta su obligación de proporcionar el Aviso de Privacidad correspondiente al ENCARGADO. El RESPONSABLE avisará al ENCARGADO respecto de cualquier actualización o modificación al Aviso de Privacidad a la brevedad posible o bien lo hará a través de los medios disponibles, en cumplimiento a la legislación aplicable. Tales como: En el apartado de Aviso de Privacidad en la página web [www...](#) o en la plataforma [En caso de ser aplicable] o al correo electrónico -----, designado por el ENCARGADO para este efecto.

Para efectos de lo dispuesto en el presente contrato las partes reconocen y aceptan expresamente que la información o Datos Personales y/o Datos Sensibles en términos de la LFPDPPP y su Reglamento y que el RESPONSABLE llegase a transferir al ENCARGADO y a los que llegase a tener acceso directamente el ENCARGADO derivado del cumplimiento a las obligaciones derivadas de este contrato, deberán ser protegidos y tratados de

conformidad con lo que establecen las disposiciones normativas en la materia, principalmente en su obligación a guardar confidencialidad de los mismos, mediante sistemas tecnológicos, lógicos y administrativos similares a los establecidos por el RESPONSABLE para tal efecto, o bien, los que resulten idóneos de conformidad con la legislación aplicable debiendo notificar al RESPONSABLE en todo momento y de manera inmediata en el supuesto de que identifique o detecte cualquier incidente de vulneración o incumplimiento a estos términos, para efecto de que el RESPONSABLE pueda tomar las medidas convenientes.

Adicionalmente, el RESPONSABLE en caso de advertir posibles vulneraciones, negligencias o incumplimiento al aviso de privacidad o a los términos del contrato en materia de Protección de Datos Personales, podrá verificar el tratamiento que el ENCARGADO esté dando a los datos personales remitidos, cuando así lo estime conveniente y previo aviso por escrito al ENCARGADO. Consecuentemente, el ENCARGADO deberá permitir que se le realicen auditorías o revisiones por parte del RESPONSABLE o las personas designadas por éste.

El ENCARGADO deberá contar con los elementos técnicos suficientes para coadyuvar con el RESPONSABLE para dar contestación a las solicitudes de Derechos ARCO que le hagan llegar los Titulares de los Datos Personales y/o Datos Sensibles.

Adicionalmente, el ENCARGADO de conformidad con el artículo 52 del Reglamento de la LFPDPPP deberá cumplir con:

- a) Tener y aplicar políticas de protección de datos personales y/o Datos Sensibles afines a los principios y deberes aplicables que establece la Ley y el presente Reglamento;
- b) Transparentar las subcontrataciones que involucren la información sobre la que se presta el servicio;
- c) Abstenerse de incluir condiciones en la prestación del servicio que le autoricen o permitan asumir la titularidad o propiedad de la información sobre la que presta el servicio, y
- d) Guardar confidencialidad respecto de los datos personales y/o Datos Sensibles sobre los que se preste el servicio.

Asimismo, deberá contar con mecanismos, al menos, para:

- a) Dar a conocer cambios en sus políticas de privacidad o condiciones del servicio que presta;

b) Permitir al responsable limitar el tipo de tratamiento de los datos personales y/o Datos Sensibles sobre los que se presta el servicio;

c) Establecer y mantener medidas de seguridad adecuadas para la protección de los datos personales y/o Datos Sensibles sobre los que se preste el servicio;

d) Garantizar la supresión de los datos personales y/o Datos Sensibles una vez que haya concluido el servicio prestado al responsable, y que este último haya podido recuperarlos, y

e) Impedir el acceso a los datos personales y/o Datos Sensibles a personas que no cuenten con privilegios de acceso, o bien en caso de que sea a solicitud fundada y motivada de autoridad competente, informar de ese hecho al responsable.

El ENCARGADO será considerado RESPONSABLE, con las obligaciones y responsabilidades que establece la LFPDPPP y su Reglamento para los RESPONSABLES, cuando:

I. Destine o utilice los datos personales y/o Datos Sensibles con una finalidad distinta a la autorizada por el responsable, o

II. Efectúe una transferencia, incumpliendo las instrucciones del responsable.

La naturaleza de las sanciones a que sería acreedor el ENCARGADO en su calidad de RESPONSABLE puede ser civil o penal, de conformidad con los artículos 64 y 67 a 69 de la LFPDPPP.

En caso de que el ENCARGADO requiera subcontratar servicios para el Tratamiento de los Datos Personales que le fueron remitidos, deberá dar aviso al RESPONSABLE para que éste realice un análisis previo y autorice en términos del Art. 54 del Reglamento de la LFPDPPP y demás legislación aplicable en la materia. En todos los casos, el TERCERO deberá cumplir con los mismos requisitos que el ENCARGADO para que se autorice la subcontratación.

Una vez cumplidos los fines del presente contrato o ante la solicitud por escrito del RESPONSABLE, el ENCARGADO se obliga a bloquear y suprimir los Datos Personales y/o Datos Sensibles que en su caso sean objeto de tratamiento derivado del cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente contrato y a devolver al RESPONSABLE toda la información y documentos que contengan Datos Personales y/o Datos Sensibles y que se encuentren contenidos en medios físicos, electrónicos y magnéticos o en cualquier otro medio existente; así como acreditar al ENCARGADO de qué forma se llevó a cabo el bloqueo y la eliminación de la información mediante

el formato establecido por el ENCARGADO inmediatamente después de ejecutada la acción.

Las obligaciones establecidas para el ENCARGADO, en términos de la presente cláusula, son de cumplimiento obligatorio para su personal y/o dependientes, por lo que éste responderá frente al RESPONSABLE de cualquier incumplimiento por parte de dicho personal y/o dependientes.

El ENCARGADO se obliga a sacar en paz y a salvo al RESPONSABLE de cualquier acción, procedimiento o controversia que se inicie en su contra derivado del incumplimiento de lo establecido en la presente cláusula y en el Aviso de Privacidad por parte del ENCARGADO, su personal y/o dependientes, obligándose a reembolsarle los gastos y costos en que el RESPONSABLE incurriese para hacer frente a tales acciones, procedimientos o controversias, debiendo resarcirle de los daños y perjuicios que se deriven de lo anterior en detrimento del RESPONSABLE y/o de los Titulares de los Datos Personales y/o Datos Sensibles.


Deberá adjuntarse al contrato, como parte integrante del mismo, el modelo del Aviso de Privacidad del RESPONSABLE que se pone a disposición del Titular de los Datos Personales y/ Datos sensibles, en donde se prevea en caso de resultar aplicable el consentimiento de clientes o empleados al tratamiento de sus Datos Personales y/o Datos Sensibles en términos de lo previsto por la legislación aplicable y vigente en la materia.”

Por lo antes expuesto, a esa H. Autoridad, atentamente solicito:

ÚNICO.- Tenerme por presentado con la personalidad que ostento, emitiendo comentarios dentro del procedimiento de consulta pública referido en el presente escrito.

Por OPERBES, S.A. DE C.V., CABLEVISIÓN, S.A. DE C.V., CABLEMÁS TELECOMUNICACIONES, S.A. DE C.V., CABLEVISIÓN RED, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN INTERNACIONAL, S.A. DE C.V., MÉXICO RED DE TELECOMUNICACIONES, S. DE R.L. DE C.V. Y TV CABLE DE ORIENTE S.A. DE C.V.

Ciudad de México, 18 de septiembre de 2020



GONZALO MARTÍNEZ POUS

Representante legal