



Centro de Investigación y Estudios de Postgrado.

9 de noviembre de 2015

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES.

Av. Insurgentes Sur 1143,
Col. Nochebuena
C.P. 03720, México, D.F.

Referencia: Modelo de costos evitados del servicio de reventa de líneas y del servicio de acceso indirecto al bucle local

Datos del participante en la consulta pública:

Nombre, razón social o denominación social:	Prof. Ramiro Tovar Landa (Instituto Tecnológico Autónomo de México)
En su caso, nombre del representante legal:	No aplica
Documento para la acreditación de la representación: (En caso de contar con representante legal, adjuntar copia digitalizada del documento que acredite dicha representación, vía correo electrónico).	No aplica
En términos de lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, y los artículos 68, último párrafo y 120 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, doy mi consentimiento expreso al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para la divulgación de mis datos personales contenidos en el presente formato.	Se acepta

Q.1: ¿Considera adecuados los servicios modelados?

Para que el mecanismo establecido en el modelo de referencia sea eficiente este debe de garantizar que el precio cubra el costo social de los recursos, tanto de

aquellos utilizados en forma directa y específica en la producción del insumo como contribuir a los costos comunes o compartidos de la red y que a la vez se obtenga un margen consistente a los incentivos para realizar un nivel de inversión socialmente óptima en el tiempo. Para ello el mecanismo de “retail minus” será superior al del costo incremental de largo plazo condicionado a que el nivel relativo de “X o de los costos evitados” no sea mayor a un nivel crítico determinado tal que ambos mecanismo sean equivalentes y por lo tanto tenga como consecuencia la insuficiencia de los ingresos respecto a los costos totales de la empresa.

Existe el riesgo que la proporción de ciertos costos comunes o compartidos, no sea tomada en cuenta adecuadamente para la determinación del precio final de mayoreo, como por ejemplo los costos corporativos y administrativos, esto puede provocar que la tarifa quede por debajo del total de costos necesarios para prestar el servicio, provocando que el AEP no tenga la capacidad para ofrecerlo en la calidad y disponibilidad necesaria ó tenga que incrementar los precios de otros servicios, afectando de manera importante su competitividad respecto a otros concesionarios. Esto provocaría una transferencia de flujos entre el AEP y el resto de los operadores, sin ningún beneficio para el mercado final.

Q.2: ¿Está de acuerdo con la definición de costos evitados utilizada?

El modelo de referencia surge de la obligación del AEP de facilitar la reventa de servicios semejantes a los que ofrece por parte de los concesionarios solicitantes, por ejemplo, el facilitar que otros concesionarios repliquen los servicios empaquetados o no empaquetados que ofrece el AEP. Para ello las relaciones comerciales requieren de recursos de gestión a nivel de mayoreo – con los concesionarios solicitantes – en lugar de con los usuarios finales al menudeo, de tal forma que tienen dos conjuntos de usuarios, concesionarios para los servicios en reventa y usuarios al menudeo respecto a sus usuarios finales.



Centro de Investigación y Estudios de Postgrado.

El acceso a servicios de mayoreo representa un incremento en los costos de transacción del AEP en comparación con los costos internos de un operador de telecomunicaciones verticalmente integrado. El AEP no experimenta reducciones en costos por el “outsourcing” parcial de algunos de sus servicios al menudeo por virtud de sus obligaciones de desagregación. El AEP requiere modificar o incrementar sus sistemas internos de administración y servicio por virtud de la necesaria interface comercial y operativa que requiere establecer con los concesionarios solicitantes. Por lo tanto los costos totales del AEP se elevan por virtud de mayores costos de transacción.

El modelo establece la tarificación al mayoreo con base en las tarifas al menudeo menos los costos evitados, definidos como los costos en que no se incurre al no requerir de las operaciones asociadas a la comercialización al menudeo. De las anteriores consideraciones los costos evitados o descuento a partir de los precios al menudeo deben estar basados en los **costos netos evitados** conforme a lo siguiente¹:

Descuento a Precios al Menudeo = Costos de Transacción al Menudeo Evitados – Costos de Transacción Incrementales de Usuarios al Mayoreo.

De acuerdo al modelo existe una sustracción de los gastos administrativos y comerciales asociados con los clientes minoristas, pero no existe una adición de los gastos incrementales administrativos y comerciales asociados a los clientes en la etapa mayorista.

No existe una razón técnica económica para no realizar una adición de los costos asociados con el servicio al resto de los concesionarios solicitantes y que deben de incluir al menos los siguientes en forma correlativa:

¹ Spulber, Daniel F. y Yoo, Christopher S., “Networks in Telecommunications. Economics and Law” Cambridge University Press (2009).



Centro de Investigación y Estudios de Postgrado.

- los gastos de facturación (incluyendo el sistema de facturación a clientes mayoristas)
- los gastos por deudas incobrables (*'bad debt'*)
- los gastos asociados al servicio de atención al cliente (concesionario solicitante)
- los gastos generales y administrativos: incluyen los gastos de personal (salarios y participación en las utilidades) y de oficina asociado a la atención a los concesionarios solicitantes.

Por lo anterior, procede el substraer los costos asociados con los clientes minoristas y adicionar aquellos asociados con los clientes mayoristas, el rubro que evidentemente queda excluido es el de los gastos en “marketing” y publicidad, pero otros evidentemente tienen un correlativo en recursos físicos y humanos en los sistemas de gestión administrativa y comercial con los concesionarios solicitantes, tal y como los reguladores nacionales han reconocido en la estimación del factor a descontar de los precios al menudeo².

El suponer que a nivel de las relaciones con los concesionarios solicitantes, los costos administrativos y comerciales son cero, es un error. Lo que procede es la estimación de los tales costos con base en los sistemas de gestión del AEP con el resto de los concesionarios conforme se desprende de la Ley aplicable y adicionarlos en sustitución de los costos asociados con los clientes minoristas.

Q.3: ¿Tiene algún comentario relativo al diseño del modelo de costos evitados para el servicio de reventa de líneas (WLR)?

² “Principles of Implementation and Best Practice regarding the use and implementation of Retail Minus pricing as applied to electronic communication activities”, IRG Noviembre 2005.

El modelo establece la tarificación al mayoreo con base en las tarifas al menudeo menos los costos evitados, definidos como los costos en que no se incurre al no requerir de las operaciones asociadas a la comercialización al menudeo. De las anteriores consideraciones los costos evitados o descuento a partir de los precios al menudeo debe estar basado en los **costos netos evitados** conforme a lo siguiente³:

Descuento = Costos de Transacción al Menudeo Evitados – Costos de Transacción Incrementales de Usuarios al Mayoreo.

Al igual que en la respuesta inmediata anterior, no existe una razón técnica económica para no realizar una adición de los costos incrementales asociados con el servicio al resto de los concesionarios solicitantes y que deben de incluir al menos los siguientes en forma correlativa:

- los gastos de facturación (incluyendo el sistema de facturación a clientes mayoristas)
- los gastos por deudas incobrables (*“bad debt”*)
- los gastos asociados al servicio de atención al cliente (concesionario solicitante)
- los gastos generales y administrativos: incluyen los gastos de personal (salarios y participación en las utilidades) y de oficina asociado a la atención a los concesionarios solicitantes.

Por lo anterior, procede el substraer los costos asociados con los clientes minoristas y adicionar aquellos asociados con los clientes mayoristas, el rubro que evidentemente queda excluido es el de los gastos en “marketing” y publicidad, pero otros evidentemente tienen un correlativo en recursos físicos y humanos en los sistemas de gestión administrativa y comercial con los concesionarios

³ Spulber, Daniel F. y Yoo, Christopher S., “Networks in Telecommunications. Economics and Law” Cambridge University Press (2009).



Centro de Investigación y Estudios de Postgrado.

solicitantes, tal y como los reguladores nacionales han reconocido en la estimación del factor a descontar de los precios al menudeo⁴.

El suponer que a nivel de las relaciones con los concesionarios solicitantes, los costos administrativos y comerciales son cero, es un error. Lo que procede es la estimación de los tales costos con base en los sistemas de gestión del AEP con el resto de los concesionarios conforme se desprende de la Ley aplicable y adicionarlos en sustitución de los costos asociados con los clientes minoristas.

Adicionalmente el modelo establece que “Los descuentos aplicables a los paquetes de servicios ofertados por el AEP se distribuyen entre los distintos servicios que conforman el paquete (renta de línea, banda ancha, video y llamadas de voz).”

El modelo parte de la premisa de identificar como “descuento” la diferencia entre los precios de cada uno de los servicios por separado y el precio por el “paquete”, cuando en realidad una fracción sustancial de tal diferencia sólo es el reconocimiento de las eficiencias de las economías de alcance entre los servicios ofrecidos y son la expresión de una tarificación eficiente dada la producción multiproducto que implican las economías de alcance. Tal diferencia entre los precios por separado y en paquete no corresponde necesariamente a un costo evitado, por lo que es necesario redefinir el módulo de descuentos y promociones del modelo que solo incluya aquellos que el AEP decida otorgar a los concesionarios solicitantes y no el extrapolar los “descuentos” derivados de los precios ofrecidos a los usuarios minoristas en sus diversas configuraciones.

⁴ “Principles of Implementation and Best Practice regarding the use and implementation of Retail Minus pricing as applied to electronic communication activities”, IRG Noviembre 2005.



Centro de Investigación y Estudios de Postgrado.

Es necesario recordar que la demanda por servicios intermedios es una demanda derivada de los servicios a nivel de menudeo. Las economías de alcance a nivel de menudeo son el resultado de las economías de alcance a nivel de mayoreo que son transferidas “aguas abajo”. Los operadores ofrecen los precios de los “paquetes” por debajo de la suma de los precios en lo individual dado que es posible transferir los beneficios de las economías de alcance o multiproducto y abatir tanto costos para el usuario como para el operador.

El empaquetamiento permite a los operadores distribuir los ciertos costos fijos y comunes entre un conjunto de servicios mientras es un instrumento para predecir las preferencias de los usuarios finales con mayor precisión.

Son principios de la economía de la producción multiproducto los siguientes:

1. La suma de los costos de los servicios individualmente considerados (standalone cost) son mayores que los costos totales.
2. El ingreso que genera un servicio dentro de la oferta simultánea necesariamente es menor que su costo individualmente considerado.
3. Que la suma de los ingresos por los servicios sea igual que el costo total de ofrecerlos a los concesionario solicitantes.
4. Que el ingreso por cualquier servicio debe de ser superior a su costo incremental definido este como la diferencia entre el costo total y el costo del subconjunto de servicios resultante de excluir el servicio a estimar su costo.

Tales restricciones pueden dar lugar a que se confundan diferencias de precios entre servicios “por separado” y servicios “en paquete” como “descuentos” cuando en realidad son resultado de la existencia de eficiencias por economías de alcance, diferenciación entre diferentes grupos de usuarios respecto a sus niveles relativos de consumo y preferencias y su extrapolación a la servicios mayoristas



Centro de Investigación y Estudios de Postgrado.

basados en costos puede (*retail minus*) llevar a precios inferiores al costo de los servicios ofrecidos e insuficiencia de ingresos respecto a sus costos.

La distribución de descuentos “estimados” entre servicios por separado es erróneo dado que el descuento sólo procede y tienen racionalidad económica cuando se aplica a un paquete debido a su ganancia en eficiencia por economías de alcance y menores costos de transacción y no debe ser aplicable o distribuido a los precios “estimados” de los servicios considerados en lo individual. En consecuencia se considera erróneo lo establecido en la hoja de cálculo “Precios dentro de paquetes” dado que *“Calcula los descuentos aplicables a los paquetes de servicios ofertados por el AEP y los distribuye entre los distintos servicios que conforman el paquete (renta de línea, banda ancha, video y llamadas de voz)”*

Q.4: ¿Tiene algún comentario relativo al diseño del modelo de costos evitados para el SAIB?

El modelo establece la tarificación al mayoreo con base en las tarifas al menudeo menos los costos evitados, definidos como los costos en que no se incurre al no requerir de las operaciones asociadas a la comercialización al menudeo. De las anteriores consideraciones los costos evitados o descuento a partir de los precios al menudeo debe estar basado en los **costos netos evitados** conforme a lo siguiente⁵:

Descuento = Costos de Transacción al Menudeo Evitados – Costos de Transacción Incrementales de Usuarios al Mayoreo.

De igual forma que en la respuesta inmediata anterior, no existe una razón técnica económica para no realizar una adición de los costos incrementales asociados con

⁵ Spulber, Daniel F. y Yoo, Christopher S., “Networks in Telecommunications. Economics and Law” Cambridge University Press (2009).



Centro de Investigación y Estudios de Postgrado.

el servicio al resto de los concesionarios solicitantes y que deben de incluir al menos los siguientes en forma correlativa:

- los gastos de facturación (incluyendo el sistema de facturación a clientes mayoristas)
- los gastos por deudas incobrables (*“bad debt”*)
- los gastos asociados al servicio de atención al cliente (concesionario solicitante)
- los gastos generales y administrativos: incluyen los gastos de personal (salarios y participación en las utilidades) y de oficina asociado a la atención a los concesionarios solicitantes.

Por lo anterior, procede el substraer los costos asociados con los clientes minoristas y adicionar aquellos asociados con los clientes mayoristas, el rubro que evidentemente queda excluido es el de los gastos en “marketing” y publicidad, pero otros evidentemente tienen un correlativo en recursos físicos y humanos en los sistemas de gestión administrativa y comercial con los concesionarios solicitantes, tal y como los reguladores nacionales han reconocido en la estimación del factor a descontar de los precios al menudeo⁶.

El suponer que a nivel de las relaciones con los concesionarios solicitantes, los costos administrativos y comerciales son cero, es un error. Lo que procede es la estimación de los tales costos con base en los sistemas de gestión del AEP con el resto de los concesionarios conforme se desprende de la Ley aplicable y adicionarlos en sustitución de los costos asociados con los clientes minoristas.

Adicionalmente el modelo establece que *“Los descuentos aplicables a los paquetes de servicios ofertados por el AEP se distribuyen entre los distintos*

⁶ “Principles of Implementation and Best Practice regarding the use and implementation of Retail Minus pricing as applied to electronic communication activities”, IRG Noviembre 2005.



Centro de Investigación y Estudios de Postgrado.

servicios que conforman el paquete (renta de línea, banda ancha, video y llamadas de voz)."

Adicionalmente, existe una incongruencia en determinar los precios de todo el mercado con base solo en la oferta de paquetes del AEP sino se deberían considerar los precios y ofertas existentes en todo el mercado y ponderarlos con base en la participación de mercado que detenten en el momento del estudio.

El modelo parte de la premisa de identificar como "descuento" la diferencia entre los precios de cada uno de los servicios por separado y el precio por el "paquete", cuando en realidad una fracción sustancial de tal diferencia sólo es el reconocimiento de las eficiencias de las economías de alcance entre los servicios ofrecidos y son la expresión de una tarificación eficiente dada la producción multiproducto que implican las economías de alcance. Tal diferencia entre los precios por separado y en paquete no corresponde necesariamente a un costo evitado, por lo que es necesario redefinir el módulo de descuentos y promociones del modelo que solo incluya aquellos que el AEP decida otorgar a los concesionarios solicitantes y no el extrapolar los "descuentos" derivados de los precios ofrecidos a los usuarios minoristas en sus diversas configuraciones.

Es necesario recordar que la demanda por servicios intermedios es una demanda derivada de los servicios a nivel de menudeo. Las economías de alcance a nivel de menudeo son el resultado de las economías de alcance a nivel de mayoreo que son transferidas "aguas abajo". Los operadores ofrecen los precios de los "paquetes" por debajo de la suma de los precios en lo individual dado que es posible transferir los beneficios de las economías de alcance o multiproducto y abatir tanto costos para el usuario como para el operador.



Centro de Investigación y Estudios de Postgrado.

El empaquetamiento permite a los operadores distribuir los ciertos costos fijos y comunes entre un aplico conjunto de servicios mientras es un instrumento para predecir las preferencias de los usuarios finales con mayor precisión.

Son principios de la economía de la producción multiproducto los siguientes:

1. La suma de los costos de los servicios individualmente considerados (standalone cost) son mayores que los costos totales.
2. El ingreso que genera un servicio dentro de la oferta simultánea necesariamente es menor que su costo individualmente considerado.
3. Que la suma de los ingresos por los servicios sea igual que el costo total de ofrecerlos a los concesionario solicitantes.
4. Que el ingreso por cualquier servicio debe de ser superior a su costo incremental definido este como la diferencia entre el costo total y el costo del subconjunto de servicios resultante de excluir el servicio a estimar su costo.

Tales restricciones pueden dar lugar a que se confundan diferencias de precios entre servicios “por separado” y servicios “en paquete” como “descuentos” cuando en realidad son resultado de la existencia de eficiencias por economías de alcance, diferenciación entre diferentes grupos de usuarios respecto a sus niveles relativos de consumo y preferencias y su extrapolación a la servicios mayoristas basados en costos puede (*retail minus*) llevar a precios inferiores al costo de los servicios ofrecidos e insuficiencia de ingresos respecto a sus costos.

La distribución de descuentos “estimados” entre servicios por separado es erróneo dado que el descuento sólo procede y tienen racionalidad económica cuando se aplica a un paquete debido a su ganancias en eficiencia por economías de alcance y menores costos de transacción y no debe ser aplicable o distribuido a

los precios “estimados” de los servicios considerados en lo individual⁷. En consecuencia se considera erróneo lo establecido en la hoja de cálculo “Precios dentro de paquetes” dado que *“Calcula los descuentos aplicables a los paquetes de servicios ofertados por el AEP y los distribuye entre los distintos servicios que conforman el paquete (renta de línea, banda ancha, video y llamadas de voz)”*

Q.6: ¿Está de acuerdo con la selección de parámetros de costos definidos en el modelo?

Sin comentarios.

Q.7: ¿Cree que existe algún parámetro adicional que debería haberse tenido en cuenta?

Sin comentarios.

Q.8: ¿Tiene algún comentario relacionado con los valores de entrada y/o los cálculos efectuados en las diferentes hojas que componen el modelo?

La distribución de descuentos “estimados” entre servicios por separado es erróneo dado que el descuento sólo procede y tienen racionalidad económica cuando se aplica a un paquete debido a su ganancias en eficiencia por economías de alcance y menores costos de transacción y no debe ser aplicable o distribuido a los precios “estimados” de los servicios considerados en lo individual. En consecuencia se considera erróneo lo establecido en la hoja de cálculo “Precios dentro de paquetes” dado que *“Calcula los descuentos aplicables a los paquetes de servicios ofertados por el AEP y los distribuye entre los distintos servicios que conforman el paquete (renta de línea, banda ancha, video y llamadas de voz)”*

⁷ OECD (2015), “Triple and Quadruple Play Bundles of Communication Services”, OECD Science, Technology and Industry Policy Papers, No. 23, OECD Publishing, Paris.

Q.9: ¿Está de acuerdo con la estructura de precios de los servicios modelados, así como con las unidades en las que se costean los servicios?

No se está de acuerdo en la ausencia de sustitución de los gastos administrativos y comerciales a nivel minorista por los correlativos aplicables a nivel mayorista, dado que existe inversión de recursos físicos y humanos en la gestión comercial de con los concesionarios solicitantes.

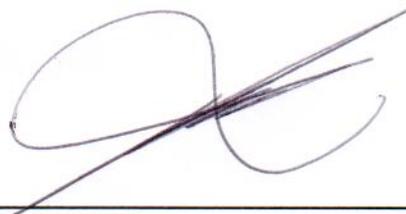
No se está de acuerdo en el prorrateo del “descuento” propio de paquetes de servicios al usuario final pero que es aplicable como “descuentos” a servicios en lo individual toda vez que la racionalidad económica de tal descuento se limita a ser aplicable a “paquetes” y no a servicios en lo individual dado que proviene sólo de las economías de alcance propia de los operadores de telecomunicaciones y que se transfiere a los usuarios sólo cuando existe empaquetamiento.

Q.10: ¿Tiene algún comentario adicional relativo al modelo de costos y/o documentación presentada?

Sin comentarios.

Por lo anteriormente expuesto, a ese Instituto Federal de Telecomunicaciones, atentamente solicito se sirva:

UNICO. Tenerme por presentado en tiempo y forma los comentarios a la consulta pública sobre los modelos de costos para determinar tarifas de los servicios prestados por el Agente Económico Preponderante en el sector de las telecomunicaciones.



PROF. RAMIRO TOVAR LANDA