LEYENDA DE CLASIFICACIÓN		
	Concepto	Dónde:
	Identificación del documento	Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones modifica la "Metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica aplicable a los servicios móviles del Agente Económico Preponderante en Telecomunicaciones a que se refiere la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Resolución de fecha 27 de febrero de 2017 aprobada mediante Acuerdo P/IFT/EXT/270217/119", aprobada por el Pleno de este Instituto mediante Acuerdo P/IFT/140922/472, en su XIX Sesión Ordinaria, celebrada el 14 de septiembre de 2022.
	Fecha clasificación	6 de octubre de 2022, mediante Acuerdo 26/SO/13/22, emitido por el Comité de Transparencia en su Vigésima Sexta Sesión Ordinaria.
	Área	Unidad de Política Regulatoria.
	Confidencial	(1/a) - Página 16, último párrafo, consistente en porcentajes de los costos del agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones. - Página 17, Figura 4, consistente en el ajuste de eficiencia de los costos del agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones.
	Fundamento Legal	Con fundamento en lo dispuesto en los artículos 116, último párrafo de la LGTAIP; 113, fracción III de la LFTAIP; en correlación con los lineamientos Trigésimo octavo, fracción II y Cuadragésimo, fracción I de los Lineamientos. Por comprender información referente a hechos y actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo, relativos a personas morales, referente a su capacidad económica, de inversión, costos a los que se enfrenta y de capital de trabajo, lo que pudiera ser útil para algún competidor, por tratarse de información relativa a detalles sobre el manejo de su negocio, sobre su proceso de toma de decisiones, por lo tanto, su divulgación podría ocasionar un daño o perjuicio en la posición competitiva de sus titulares al colocarlos en una situación de desventaja.

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

	Firma autógrafa o señalamiento de firmado electrónico del Titular del Área	Fernando Butler Silva, Titular de la Unidad de Política Regulatoria. Se suscribe mediante Firma Electrónica Avanzada de conformidad con los numerales Primero, inciso b) y Segundo del "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones establece el uso de la Firma Electrónica Avanzada para los actos que emitan los servidores públicos que se indican", aprobado mediante Acuerdo P/IFT/041120/337 de fecha 4 de noviembre de 2020.

FIRMADO POR: FERNANDO BUTLER SILVA
FECHA FIRMA: 2022/10/10 12:47 PM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 24983
HASH:
8E2872A1B24F4432CBC51E754C33840F797012F10F29B0
234A9328AF58D505FD

Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones modifica la "Metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica aplicable a los servicios móviles del Agente Económico Preponderante en Telecomunicaciones a que se refiere la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Resolución de fecha 27 de febrero de 2017 aprobada mediante Acuerdo P/IFT/EXT/270217/119".

Antecedentes

Primero.- Decreto de Reforma Constitucional. El 11 de junio de 2013 se publicó en el Diario Oficial de la Federación (en lo sucesivo, "**DOF**") el "DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6°, 7°, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones", mediante el cual se creó el Instituto Federal de Telecomunicaciones (en lo sucesivo, el "**Instituto**") como un órgano autónomo con personalidad jurídica y patrimonio propio.

Segundo.- Resolución de Preponderancia en el Sector de Telecomunicaciones. El 6 de marzo de 2014, el Pleno del Instituto, en su V Sesión Extraordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/EXT/060314/76 la "RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES DETERMINA AL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO DEL QUE FORMAN PARTE AMÉRICA MÓVIL, S.A.B. DE C.V., TELÉFONOS DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V., TELÉFONOS DEL NOROESTE, S.A. DE C.V., RADIOMÓVIL DIPSA, S.A.B. DE C. V., GRUPO CARSO, S.A.B. DE C.V., Y GRUPO FINANCIERO INBURSA, S.A.B. DE C.V., COMO AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES Y LE IMPONE LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA EVITAR QUE SE AFECTE LA COMPETENCIA Y LA LIBRE CONCURRENCIA." (sic) (en lo sucesivo, la "**Resolución de AEPT**").

Tercero.- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. El 14 de julio de 2014 se publicó en el DOF el "Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión." mediante el cual se expidió la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (en lo sucesivo, la "**LFTR**").

Cuarto.- Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones. El 4 de septiembre de 2014 se publicó en el DOF el "Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones" (en lo sucesivo, el "**Estatuto**"), el cual entró en vigor el día 26 del mismo mes y año y cuya última modificación fue publicada en dicho medio de difusión oficial el 4 de marzo de 2022.

Quinto.- Primera revisión bienal de medidas asimétricas. El 27 de febrero de 2017, el Pleno del Instituto, en su IV Sesión Extraordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/EXT/270217/119 la "RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES SUPRIME, MODIFICA Y ADICIONA LAS MEDIDAS IMPUESTAS AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES MEDIANTE RESOLUCIÓN DE FECHA 6 DE MARZO DE 2014, APROBADA MEDIANTE ACUERDO P/IFT/EXT/060314/76" (en lo sucesivo, la "**Primera Resolución Bienal**").

Sexto.- Acuerdo de replicabilidad económica de servicios móviles. El 12 de septiembre de 2017, el Pleno del Instituto, en su XXXVII Sesión Ordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/120917/548 el "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de Replicabilidad Económica aplicable a los servicios del Agente Económico Preponderante en Telecomunicaciones a que se refiere la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Resolución de fecha 27 de febrero de 2017 aprobada mediante Acuerdo P/IFT/EXT/270217/119" (en lo sucesivo, el "**Acuerdo de Replicabilidad Económica**").

Séptimo.- Segunda revisión bienal de medidas asimétricas. El 2 de diciembre de 2020, el Pleno del Instituto, en su XXIV Sesión Ordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/021220/488 la "Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones suprime, modifica y adiciona las medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones mediante Acuerdos P/IFT/EXT/060314/76 y P/IFT/EXT/270217/119" (en lo sucesivo, la "**Segunda Resolución Bienal**").

Octavo.- Consulta pública de integración. El 15 de diciembre de 2021, el Pleno del Instituto, en su XXV Sesión Ordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/151221/744 el "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones determina someter a Consulta Pública de integración las propuestas de actualización de las metodologías, términos y condiciones para llevar a cabo las pruebas de replicabilidad económica". Posteriormente, el 3 de febrero de 2022, el Pleno del Instituto, mediante Acuerdo P/IFT/EXT/030222/1, acordó ampliar el plazo de la consulta pública por (10) días hábiles.

En virtud de los Antecedentes referidos, y

Considerando

Primero.- Competencia del Instituto. De conformidad con el artículo 28, párrafo décimo quinto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (en lo sucesivo, la "**Constitución**") y 7 de la Ley, el Instituto es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en la propia Constitución y en los términos que fijen las leyes. Para tal efecto, el Instituto tendrá a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión

y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución.

En términos de lo dispuesto por el párrafo décimo sexto del artículo 28 de la Constitución, el Instituto es también la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en estos ejercerá en forma exclusiva las facultades que prevé dicho artículo y las que las leyes establecen para la Comisión Federal de Competencia Económica, y regulará de forma asimétrica a los participantes en estos mercados con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y la libre concurrencia.

Adicionalmente, en los artículos 15, fracción LXIII, 16 y 17 fracción XV de la LFTR se prevé como atribuciones del Instituto la de dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas las atribuciones señaladas en la LFTR y demás disposiciones.

Por su parte, el artículo 1 del Estatuto establece que el Instituto es un órgano independiente en sus decisiones y funcionamiento; la fracción I, del artículo 4 establece que para el ejercicio de sus funciones y el despacho de los asuntos que le competen, el Instituto contará con un Pleno, el cual de conformidad con las fracciones I, VI, XVIII y XXXVIII, del artículo 6, tiene como atribuciones regular la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como regular de forma asimétrica a los participantes en el mercado de las telecomunicaciones con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y libre concurrencia e interpretar, en su caso, la LFTR, así como las disposiciones administrativas en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, en el ámbito de sus atribuciones.

Por lo anterior, el Pleno del Instituto es competente para emitir el presente acuerdo.

Segundo.- Motivación para la modificación. La disposición Décima Primera del Capítulo VI "De las actualizaciones" del Anexo Único del Acuerdo de Replicabilidad Económica establece un listado de situaciones por las cuales se podrá modificar la Metodología de Replicabilidad Económica, tal como se muestra a continuación:

> ***"DÉCIMA PRIMERA.-*** *El Instituto podrá modificar el presente instrumento cuando se presente alguna(s) de la(s) siguiente(s) situación(es):*
>
> - *Existan cambios en las condiciones de mercado;*
> - *Se adicionen, modifiquen o eliminen SMR, y/o*
> - *Se identifiquen situaciones relevantes que no son capturadas por la metodología vigente."*

A casi 5 años de la emisión de la Metodología de Replicabilidad Económica y de la implementación de las pruebas[1], se identifican las siguientes situaciones:

[1] En la siguiente liga pueden consultarse los informes de los resultados obtenidos, así como los modelos empleados; http://www.ift.org.mx/politica-regulatoria/replicabilidad-economica

a) Modificación del marco regulatorio de preponderancia derivada de la Segunda Resolución Bienal que contempla, entre otros, una consecuencia temporal en los casos en los que el Agente Económico Preponderante en Telecomunicaciones (en lo sucesivo, el "**AEPT**") no proporcione información adecuada para realizar las pruebas;
b) Nuevas definiciones de cuentas de ingresos, costos y activos derivadas de la emisión e implementación de la metodología de separación contable[2];
c) Ajustes en los servicios mayoristas regulados y sus precios derivados de las revisiones anuales de las ofertas de referencia;
d) Evolución de los mercados y cambios en las ofertas disponibles para los usuarios finales.
e) Identificación de convenios de comercialización en los que operadores de red adicionales al AEPT, como AT&T[3] y Altán[4], proveen capacidad a otros operadores.
f) Cambio en la situación de Telefónica[5] que en 2017 se consideraba como un operador de red y ahora cuenta con convenios para que AT&T le provea capacidad.
g) De acuerdo con la información del BIT[6], de septiembre de 2017 a septiembre de 2021, las líneas telefónicas de Operadores Móviles Virtuales (OMV) aumentaron su cuota de mercado de 1.2% a 2.6%, pasando así de 1,357,700 líneas a 3,238,613.
h) La Red Compartida ha señalado que brinda cobertura nacional a más del 70.97% de la población y que alcanzó 6 millones de usuarios finales[7].

Ante tales situaciones, resulta necesario que el Instituto actualice el instrumento regulatorio a través del cual revisa las ofertas minoristas del AEPT, de tal forma que se garantice que la regulación cumpla con su propósito.

Adicionalmente, con la finalidad de simplificar el instrumento regulatorio y otorgar mayor claridad para la implementación y seguimiento de las obligaciones, se hacen ajustes como suprimir definiciones que no se utilizan y sintetizar ideas que pudieran resultar redundantes. Ello, sin que tales modificaciones cambien el alcance respecto a las disposiciones vigentes.

Tercero.- Diseño de las Pruebas de Replicabilidad Económica. Para ofrecer un contexto sobre los elementos y dimensiones de las pruebas de replicabilidad económica, a continuación, se transcribe el Considerando Tercero del Acuerdo de Replicabilidad Económica.

El diseño de una prueba de replicabilidad económica implica establecer la forma en que las ofertas comerciales de un operador verticalmente integrado (en lo sucesivo "VI") se valoran para

[2] El 19 de diciembre de 2017, el Pleno del Instituto, en su LIV Sesión Ordinaria, aprobó mediante acuerdo P/IFT/191217/914 el "ACUERDO mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones expide la metodología de separación contable aplicable a los agentes económicos preponderantes, agentes declarados con poder sustancial de mercado y redes compartidas mayoristas", el cual fue modificado mediante Acuerdos P/IFT/171018/624 y P/IFT/EXT/290620/21, publicados en el DOF el 19 de diciembre del 2018 y del 07 de julio del 2020, respectivamente.
[3] AT&T Comunicaciones Digitales, S. de R.L. de C.V., AT&T Comercialización Móvil, S. de R.L. de C.V., Grupo AT&T Norte, S. de R.L. de C.V., AT&T Desarrollo en Comunicaciones, S. de R.L. de C.V., y; Grupo AT&T Cellular, S. de R.L. de C.V.
[4] ALTÁN Redes, S.A.P.I. de C.V.
[5] Pegaso PCS, S.A. de C.V.
[6] Banco de Información de Telecomunicaciones, consultado el 03 de junio de 2022. Disponible en: https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/
[7] De acuerdo con comunicado de prensa del 17 de mayo de 2022. Disponible en: https://www.altanredes.com/altan-la-red-compartida-consolida-6millones-usuarios/

comprobar si los ingresos son suficientes para cubrir los pagos mayoristas y los de las actividades aguas abajo[8], tal y como indica la siguiente expresión:

$$p_{min} \geq p_{may} + c_{min}$$

Donde:

p_{min} es el precio minorista del operador VI;

p_{may} es el precio mayorista al que debe hacer frente el operador alternativo para prestar el servicio minorista, y

c_{min} son los costos asociados a las actividades aguas abajo (esto es, excluyendo los servicios mayoristas empleados) para prestar el servicio minorista.

Para el diseño efectivo de una prueba de replicabilidad económica, es necesario, primero, delimitar una serie de cuestiones, tales como:

- **El momento en el que se implementa la prueba**, por ejemplo, ¿antes o después de que se lance la oferta al mercado?
- **Los costos de qué operador hay que considerar**. La prueba tiene por objetivo determinar si los ingresos han de ser suficientes para cubrir los pagos mayoristas y de las actividades aguas abajo, pero ¿son los costos de la empresa VI o los del competidor los que la prueba tiene que contemplar?
- **El estándar de costos a utilizar**, una vez decididos de quién son los costos que se analizarán. ¿Son costos incrementales? ¿Costos medios? ¿Costos contables completamente distribuidos?
- **El nivel de agregación de las ofertas**, toda vez que la empresa VI y los otros operadores lanzan muchas ofertas dirigidas a distintos tipos de clientes. ¿Se ha de analizar cada oferta por separado o por grupo de ofertas?
- **El tratamiento de las ofertas empresariales**, dada su complejidad. ¿Qué tratamiento debe darse al segmento empresarial?
- **El servicio mayorista a considerar**. En muchas ocasiones existen varios servicios mayoristas disponibles para prestar el mismo servicio minorista y pueden existir descuentos sobre el precio mayorista de tarifa. ¿El precio de qué servicio mayorista debe usarse? ¿Han de incluirse descuentos?
- **El tratamiento de las promociones**, las cuales son ofertas comerciales de duración limitada que pueden implicar una captación elevada de clientes. ¿Tienen un efecto distorsionador de la competencia? ¿Qué tratamiento debe dárseles?

[8] Los procesos involucrados en proveer los servicios a los clientes son la fuente de los costos aguas abajo.

- **El periodo durante el cual la oferta necesita ser replicable**. ¿Qué periodo es el adecuado?
- **El tratamiento de ofertas empaquetadas**. ¿La oferta debe analizarse de forma empaquetada o de forma individual sobre los servicios que incluye el paquete?

A efecto de determinar el diseño de la prueba de replicabilidad económica que mejor permita alcanzar el objetivo regulatorio de prevenir el estrechamiento de márgenes, es necesario analizar detalladamente las implicaciones de las diferentes alternativas, las cuales se exponen a continuación.

1. **Momento de aplicación**

La prueba de replicabilidad económica puede implementarse ex-ante (antes de lanzar la oferta), ex-post (una vez comercializadas) o con una combinación de ambas. La elección para la temporalidad de cada prueba está en función de las determinaciones que se hayan hecho en la Resolución Bienal.

2. **Eficiencia**

El nivel de eficiencia se debe entender con referencia a los costos aguas abajo a considerar en la prueba. Las distintas opciones de diseño pueden ser:

- **Los de la empresa VI o enfoque de operador igualmente eficiente (EEO[9]).** Este enfoque genera transparencia y certidumbre al operador VI porque conoce sus costos, pero desconoce los costos de sus competidores. Si existe información contable de la empresa VI, la carga regulatoria es menor y el enfoque será más transparente y ofrecerá más certidumbre que las alternativas que se detallan a continuación. Un enfoque de este tipo favorece la entrada de competidores al menos tan eficientes como la empresa VI.
- **Los de un operador razonablemente eficiente (REO).** Este estándar usa los costos del competidor y no los de la empresa VI. Este esquema será tan transparente como pública sea la información de costos. En general, la incertidumbre para la empresa VI será mayor que en el caso del estándar EEO. El operador VI, al no conocer los costos de sus competidores, no podrá saber si una oferta es replicable o no antes de lanzarla al mercado. Ello le resta flexibilidad comercial para responder a los competidores.
- **Los de una empresa tan eficiente como el operador VI pero con una menor escala (SEO[10]).** Este esquema es más transparente que el REO[11] pero aumenta la carga regulatoria al tener que ajustar los costos de la empresa VI por una menor escala. Asimismo, estimula una mayor competencia con respecto al enfoque EEO,

[9] EEO es el acrónimo de Equally Efficient Operator.
[10] SEO es el acrónimo de Similary Efficient Operator.
[11] REO es el acrónimo de Reasonably Efficient Operator.

particularmente si los competidores tienen una escala pequeña por ser su entrada reciente en el mercado.

- **Los de una empresa tan eficiente como el operador VI pero con algunos ajustes más allá de la escala (EEO ajustado),** como la consideración de un costo de capital diferente o ajustes asociados a la vida media del consumidor[12]. Las implicaciones de este enfoque sobre los criterios clave para el diseño son similares al anterior.

3. **Estándar de costos**

El estándar de costos se refiere al concepto de **costos empleados para evaluar las actividades aguas abajo**. Aquí se presentan diversas opciones:

- **Costos promedio evitables (en lo sucesivo, "AAC"[13]).** Son los costos evitables en el corto plazo si un determinado incremento (por ejemplo, una oferta comercial) deja de prestarse. No incluye los costos fijos hundidos ni los costos compartidos con otras ofertas/servicios. Este estándar protege el proceso de competencia en donde existen operadores que ya han realizado su inversión. Sin embargo, dificulta la entrada de operadores que han de incurrir en costos fijos hundidos para entrar al mercado, ya que la prueba no toma en consideración estos costos. La flexibilidad para el operador VI es alta con este estándar por cuanto los costos AAC son bajos, lo que facilita que las ofertas comerciales pasen la prueba. La transparencia de este enfoque es posiblemente menor que la de un enfoque de Costos Incrementales de Largo Plazo (en lo sucesivo, "LRIC[14]") y de Costos Completamente Distribuidos (en lo sucesivo, "FAC[15]") ya que AAC no considera los costos comunes, costos compartidos y costos evitables a largo plazo, lo que genera más incertidumbre.

- **Costos incrementales de largo plazo (LRIC).** Son los costos en los que se incurre en el largo plazo por ofrecer un incremento en los servicios. Este concepto de costos incluye los costos fijos hundidos, pero no los costos compartidos (por ejemplo, si el incremento es una oferta, este estándar no incluye los costos de marketing general o IT si están compartidos con otras ofertas). El grado de flexibilidad para el operador VI es alto porque permite al operador escoger la mejor forma de recuperar los costos comunes y compartidos, pero menor que en el caso del AAC porque determina cómo se deben recuperar los costos fijos. En transparencia, certidumbre y carga regulatoria este enfoque se situaría entre los estándares AAC y el FAC.

- **LRIC más un margen para recuperar costos compartidos y comunes (en lo sucesivo, "LRIC+").** Es como el concepto LRIC, pero incluyendo un margen para la recuperación de los costos comunes y compartidos. La flexibilidad para el operador VI

[12] Se refiere al tiempo promedio en el que un consumidor está suscrito a un servicio. En ocasiones la vida útil de los clientes de la empresa VI es mayor que la de sus competidores. De esta forma, la prueba puede ajustarse para tener en cuenta esta circunstancia y, aunque se usen los costos de la empresa VI, se asume una vida útil del cliente similar a la de los competidores.

[13] AAC es el acrónimo de *Average Avoidable Costs.*

[14] LRIC es el acrónimo de Long Run Incremental Costs.

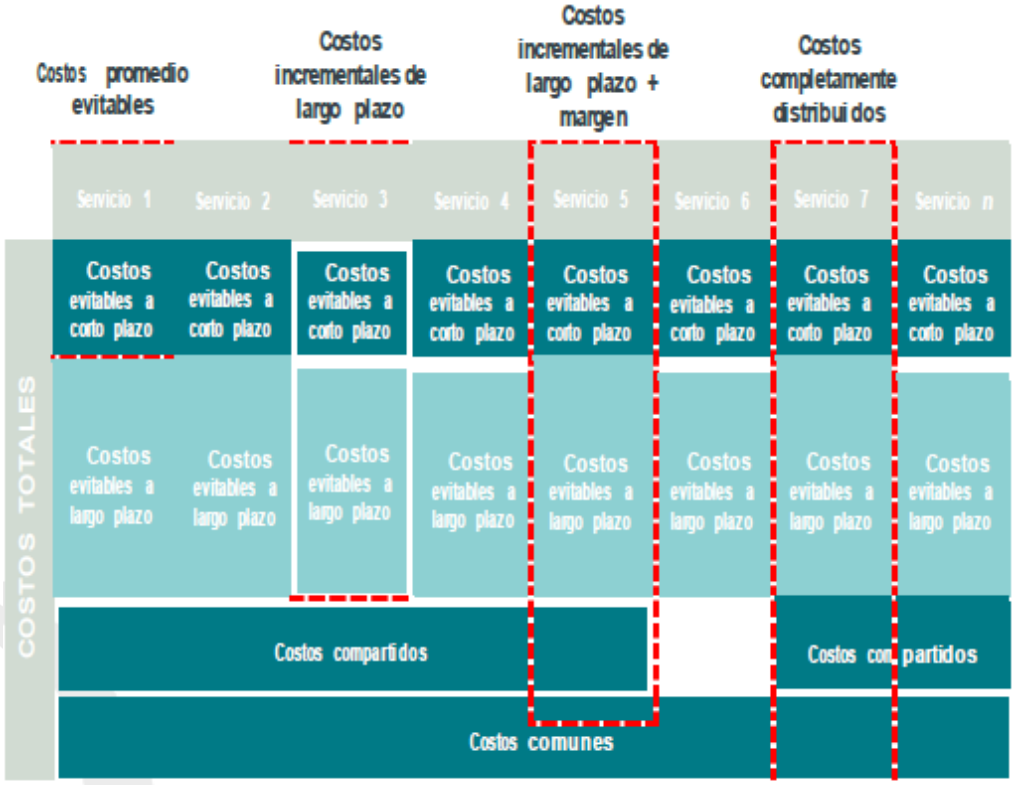
[15] FAC es el acrónimo de Fully Allocated Costs.

bajo este estándar es menor que con los estándares AAC y LRIC porque se reduce la libertad de la empresa VI para recuperar los costos compartidos y comunes entre las diferentes ofertas o servicios. En transparencia, certidumbre y carga regulatoria este enfoque estaría entre los estándares AAC y el FAC.

- **Costos completamente distribuidos (FAC).** Se incluyen todos los costos de la compañía, incluidos los costos comunes y compartidos entre los distintos servicios. Bajo este enfoque el grado de flexibilidad para el operador VI es menor porque la forma en que todos los costos se recuperan entre todos los servicios está fijada de antemano[16]. Sin embargo, este enfoque es transparente y ofrece certidumbre a la empresa VI por cuanto conoce sus costos y, además, la carga regulatoria es baja en tanto exista información contable disponible.

La Figura 1 representa gráficamente los distintos estándares de costos.

Figura 1.- Representación de los distintos estándares de costos.



Fuente: Frontier Economics.

[16] Según los criterios de asignación estipulados en la contabilidad de costos.

4. Nivel de agregación

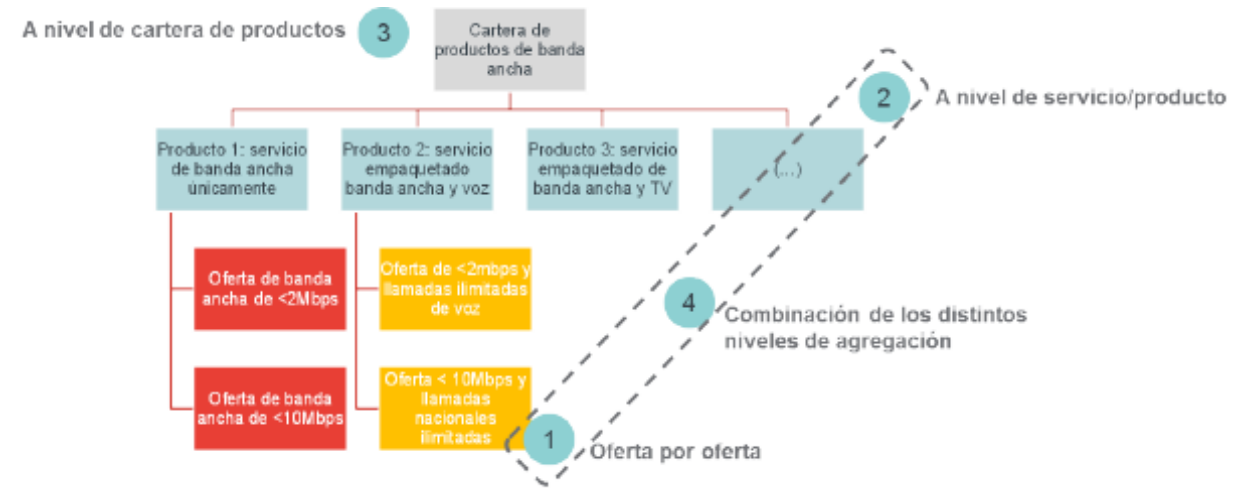
El nivel de agregación se refiere al conjunto de ofertas y servicios a incluir en la prueba. Se pueden distinguir las siguientes opciones:

- **(1) Prueba oferta por oferta.** Es la opción más protectora de la competencia al evaluarse la rentabilidad de cada oferta lanzada por la empresa VI. Presenta el mayor grado de transparencia y certidumbre para los competidores. Genera certeza al operador VI al saber que las ofertas lanzadas al mercado son consideradas replicables por el regulador. Sin embargo, supone una elevada carga regulatoria al requerir la elaboración de una prueba cada vez que se lanza una oferta al mercado y, además, requiere información muy desagregada para poder hacerlo. Por ejemplo, para implementar una prueba de este tipo se requiere la asignación de los costos comunes a las distintas ofertas. Esto puede conducir a una distorsión de la política de precios si el método de asignación no refleja la forma en que el operador recuperaría estos costos en un mercado en competencia. Al exigir un margen positivo para cada oferta, se resta flexibilidad al operador VI, comparado con un mayor nivel de agregación.
- **(2) Prueba por tipología de producto.** Esta opción permite al operador VI recuperar los costos comunes entre ofertas de la forma que mejor considere, dentro de una misma categoría de servicio. Por ejemplo, en vez de hacer una prueba a las ofertas de 20Mbps separado de la prueba para las ofertas de 30Mbps, la prueba por tipología de producto se realizaría para todas las ofertas de banda ancha en agregado (esto es para las de 20Mbps y 30Mbps en conjunto). Ello da una mayor flexibilidad comercial al operador VI y supone una menor carga regulatoria que la prueba oferta por oferta.
- **(3) Prueba para cartera de productos.** Esta opción implica evaluar la replicabilidad de una cartera de productos definida, considerando el conjunto de ofertas disponibles. Por ejemplo, hacer una prueba de replicabilidad sobre todas las ofertas de banda ancha individual y empaquetadas de forma agregada. Esta opción presenta el mayor nivel de agregación posible, ofreciendo el máximo grado de flexibilidad comercial al operador VI. Se garantiza la replicabilidad económica para los operadores alternativos que compiten con la misma cartera de productos que el operador VI.
- **(4) Combinación de las anteriores.** Implica combinar un análisis oferta por oferta con un análisis a nivel de servicio o cartera de productos[17], es decir, se combinan las características de las opciones anteriores. La carga regulatoria es más elevada que en la opción de oferta por oferta.

A continuación, se presenta una representación gráfica de los distintos niveles de agregación.

[17] Considerando un menor nivel de costos en la evaluación de las ofertas individuales, por ejemplo, costos evitables o LRIC.

Figura 2.- Niveles de agregación.



Fuente: Frontier Economics.

5. Tratamiento del segmento empresarial

Se consideraron tres opciones:

- **Excluir todas las ofertas empresariales.** Esta es la opción que da más flexibilidad a la empresa VI y minimiza la carga regulatoria. Sin embargo, no garantiza que las ofertas del segmento empresarial sean replicables.
- **Realizar una prueba separada para todas las ofertas empresariales.** Dada la mayor complejidad de las ofertas destinadas a determinados clientes empresariales, particularmente a las grandes empresas, definir una prueba que las englobe puede no ser factible. En muchos casos se trata de ofertas empaquetadas que no están vinculadas a un único servicio mayorista (por ejemplo, las necesidades de conectividad de una empresa pueden diferir entre sus sedes, requiriendo una combinación de enlaces dedicados y conexiones de banda ancha de cierta velocidad). Además, las ofertas a grandes clientes son específicas para cada empresa y pueden incluir una gama de servicios adicionales más allá de los tratados en la prueba (tales como seguridad, servicios de nube, entre otros). Esto dificulta la visibilidad de los precios asociados a los servicios básicos de comunicación (como la banda ancha o la telefonía). Aplicar la prueba a estas ofertas, implicaría el desarrollo de pruebas específicas para cada una, aumentando sensiblemente la carga regulatoria.

  Si bien esta es la opción que ofrece una mayor protección a los competidores, también es la más onerosa tanto para la empresa VI como para el regulador pues implica analizar un abanico de ofertas personalizadas, cuya estructura no necesariamente encaja con el formato de la prueba desarrollada para el resto de las ofertas. Asimismo, resta flexibilidad

a la empresa VI, quien puede ver limitada su capacidad para ofrecer servicios en el segmento de las grandes empresas.

- **Considerar las ofertas empresariales estandarizadas únicamente.** Las ofertas comerciales estandarizadas, al presentar una estructura similar al segmento residencial, podrían ser analizadas empleando la prueba de replicabilidad desarrollada para el segmento residencial. Al considerar dichas ofertas se da libertad a la empresa VI para ofrecer servicios en el segmento de grandes clientes empresariales a la vez que protege el proceso de competencia en el segmento de las pequeñas y medianas empresas que hacen uso de esas ofertas y se reduce la carga regulatoria de la opción anterior al evaluar tan solo un sub-conjunto de las ofertas en el segmento empresarial.

  Cabe destacar que, si se decide utilizar esta opción, es importante, para garantizar certidumbre y transparencia, delimitar muy claramente la parte del segmento empresarial que quedaría excluido del análisis.

6. **Servicios mayoristas a considerar**

En muchos casos hay más de una alternativa mayorista para prestar el mismo servicio minorista. Por ejemplo, los servicios mayoristas de acceso indirecto al bucle (en lo sucesivo, “bitstream”) y el servicio de acceso al bucle desagregado permiten ofrecer los mismos servicios minoristas de banda ancha.

Cuando existe más de un servicio mayorista para prestar el mismo servicio minorista, hay tres opciones de diseño en la prueba.

- **Evaluar la replicabilidad para cada servicio mayorista por separado.** La oferta comercial de la empresa VI tendría que pasar una prueba de replicabilidad distinta para cada uno de los servicios mayoristas. Esta prueba protege el proceso de competencia y evita estrechamientos de márgenes hacia cualquier tipo de competidor, con independencia del servicio mayorista que use. Esta opción es muy transparente por cuanto los operadores saben que la oferta comercial es compatible con cualquier tipo de oferta mayorista. No obstante, la carga regulatoria es mayor al implicar la implementación de varias pruebas de replicabilidad para la misma oferta comercial.
- **Evaluar la replicabilidad respecto a una de las opciones únicamente.** En este caso, la prueba fomentará el uso del servicio mayorista que se selecciona para la prueba de replicabilidad. No obstante, podría no ser tecnológicamente neutral, al incentivar el uso de un insumo en particular (y, por ende, cierto tipo de inversión). Por ejemplo, si se toma el servicio mayorista bitstream como referencia, la prueba puede desincentivar el uso de las alternativas que implican una mayor competencia en infraestructuras[18] (aunque el piso de precio minorista sería más alto, lo que podría incentivar la entrada en este tipo de acceso mayorista). Adicionalmente, esta opción genera certidumbre en los operadores que usan

[18] Como el acceso completamente desagregado y compartido.

el servicio mayorista protegido por la prueba, es más transparente que una prueba que usa una combinación de productos mayoristas y su carga regulatoria es menor que con la alternativa anterior, por cuanto solo habría que realizar una única prueba para el servicio mayorista escogido.

- **Considerar un producto mayorista que sea una combinación de los productos mayoristas existentes.** Es decir, en el caso del servicio de acceso mayorista a Internet se podría usar un promedio ponderado (por ejemplo, según cuotas de mercado) del precio mayorista del acceso completamente desagregado, compartido y bitstream. El supuesto implícito es que los competidores usan una combinación de productos mayoristas para competir en el mercado minorista. En contraste, no se garantiza la replicabilidad de la oferta por competidores que usen mayoritariamente un solo servicio mayorista (por ejemplo, bitstream) o en zonas geográficas donde el acceso total/compartido al bucle no sea económicamente viable[19]. Esta opción es más flexible que las otras dos alternativas debido a que el margen para bajar precios minoristas de la empresa VI es mayor, pero es menos transparente, a menos que los parámetros empleados para calcular el precio promedio (p.ej. cuotas de mercado de los productos mayoristas) estén definidos de antemano.

7. Precio de los insumos mayoristas

En las ofertas mayoristas pueden existir descuentos sobre el precio mayorista regulado, por lo que se pueden distinguir dos opciones para valorar qué precio mayorista se usa en la prueba.

- **Usar el precio mayorista de catálogo.** Dentro de este enfoque, se presentan 2 alternativas: (1) usar el precio sin descuentos, en caso de que los hubiere; (2) usar el precio teniendo en cuenta los descuentos que se pueden obtener. La decisión entre (1) y (2) depende del supuesto que se haga sobre la eficiencia del operador que demanda los servicios mayoristas. Si se asume que el entrante no tiene unas características suficientes para recibir descuentos significativos, la opción para diseñar la prueba sería la (1), aunque se dota de menor flexibilidad a la empresa VI porque limita su capacidad de reducir precios y puede reducir los incentivos de la empresa VI a ofrecer descuentos[20]. Por otro lado, la opción (2) puede permitir precios más bajos, lo que aumenta la flexibilidad comercial de la empresa VI. Sin embargo, es menos transparente y ofrece menos certidumbre, en la medida en que los criterios para determinar los descuentos no estén claros.
- **Usar el ingreso medio mayorista del operador VI.** Esta opción es una variante de la opción (2) anterior. Al usar el ingreso medio se está teniendo en cuenta el descuento medio que la empresa VI está ofreciendo a sus clientes mayoristas. Desde el punto de vista de la replicabilidad de ofertas, esta opción beneficiaría a operadores que, por su volumen, pueden alcanzar un descuento superior al promedio y viceversa. Tampoco se

[19] Aunque esto puede no ser un problema si el precio minorista es el mismo a nivel nacional.
[20] La empresa VI no tendría incentivos a ofrecer descuentos si sus competidores se benefician de ellos pero la prueba de replicabilidad no los tiene en cuenta.

comprometen los incentivos de la empresa VI a ofrecer descuentos, ya que cuantos mayores sean, mayor será su flexibilidad comercial. No obstante, el grado de transparencia de esta opción es menor al de la opción (2) precedente, ya que el ingreso medio es posiblemente una información confidencial que no se hará pública. Esto hace que la certidumbre de esta opción sea menor.

8. Tratamiento de las promociones

Las promociones son ofertas comerciales de duración limitada en el tiempo y que suelen implicar regalos o fuertes descuentos. Por ejemplo, una oferta que ofrece el servicio de alta sin costo alguno y que está vigente durante la época decembrina únicamente.

Según sus características pueden implicar una captación elevada de clientes por parte de la empresa VI en periodos concretos del año.

Existen 3 opciones para considerar las promociones en el diseño de la prueba:

- **Excluir todas las promociones.** Ello da flexibilidad comercial a la empresa VI para reaccionar a las promociones de sus rivales y adoptar políticas comerciales encaminadas a fomentar la adopción de los servicios (precios introductorios). También supone una menor carga regulatoria, tanto para el regulador como para la empresa VI, al limitar el alcance en la aplicación de la prueba. Sin embargo, la exclusión de las promociones del análisis podría conducir a que la empresa VI distorsionara la competencia a través de su política promocional, por ejemplo, introduciendo promociones no replicables de forma recurrente en el tiempo.
- **Evaluar las promociones como cualquier otra oferta.** Esta es la opción más protectora de la competencia al garantizar la replicabilidad de todos los productos de la empresa VI. Ello genera certidumbre para los competidores al limitarse la posibilidad de introducir políticas de precios no replicables. Sin embargo, puede suponer una elevada carga regulatoria si la actividad promocional es frecuente y resta flexibilidad comercial a la empresa VI.
- **Tratamiento diferenciado para las promociones.** Constituye un punto intermedio entre las opciones anteriores. Esto implica que si bien no da una plena flexibilidad a la empresa VI, esta se puede modular según el tratamiento que se quiera dar a las promociones. Un ejemplo sería analizar tan solo aquellas promociones que superan un periodo de tiempo determinado.

9. Evaluación de la rentabilidad

Para ver si una oferta cumple con la prueba de replicabilidad existen 3 posibilidades para valorar la rentabilidad.

- **Método de flujo de caja descontado (en lo sucesivo, "FCD"[21]).** Esta opción da flexibilidad a la empresa VI para diseñar la oferta, debido a que, bajo este enfoque, no es necesario que la oferta sea replicable en un momento dado del tiempo (enfoque periodo a periodo) o en todos los periodos, sino en el horizonte temporal sobre el que se calcula el FCD (por ejemplo, la vida media del consumidor[22]). La valoración FCD está en línea con la forma en que las empresas diseñan sus planes de negocio. Sin embargo, el hecho de que el operador pueda incurrir en pérdidas durante un periodo puede afectar a la competencia, particularmente, si se considera un horizonte temporal amplio. Este enfoque es, además, menos transparente en tanto que requiere predecir los ingresos y costos de la empresa VI en un horizonte temporal de varios años.
- **Análisis por segmento de clientes.**[23] Presenta un mayor nivel de desagregación que el anterior, al considerar los distintos segmentos de clientes de forma separada. Por ello supone una mayor salvaguarda de la competencia, al evitar que haya uno o varios segmentos de clientes no rentables, aunque presenta los mismos inconvenientes al requerir predecir los costos y los ingresos de varios años y permitir márgenes negativos para periodos específicos. Asimismo, al evaluar la rentabilidad por tipo de cliente, resta flexibilidad a la empresa VI con respecto al enfoque de FCD y supone una mayor carga regulatoria.
- **Periodo a periodo.** Considera los ingresos y los costos reales de un periodo determinado[24]. Este enfoque es sencillo de implementar si se adopta un enfoque ex post al basarse en información proveniente de la contabilidad de la empresa VI. Sin embargo, es menos flexible que el FCD dado que se requiere que los ingresos sean superiores a los costos en cada uno de los periodos.

10. Tratamiento de las ofertas empaquetadas

El análisis de las ofertas empaquetadas plantea la cuestión de si la prueba debería aplicarse considerando el precio de la oferta empaquetada en su conjunto o el precio del paquete y el precio implícito de los servicios individuales dentro del paquete[25]. Las opciones disponibles son:

- **Evaluar el precio del paquete en su conjunto.** Con esta opción se da flexibilidad comercial a la empresa VI para diseñar ofertas empaquetadas a la medida de lo que demanda el mercado. También simplifica la prueba de replicabilidad, al evitar asignar los ingresos y costos del paquete a cada uno de los componentes individuales, lo que implica una menor carga regulatoria.

[21] Esto es, se calcula el valor actual de los ingresos menos los costos de la oferta comercial durante un periodo de tiempo determinado y a una tasa de descuento dada, comparándola con las inversiones específicas de esta oferta.

[22] Por ejemplo, si la vida media es dos años, lo que se busca es que en este horizonte temporal la oferta sea replicable (lo cual ocurriría si el valor presente neto es cero o positivo) aun cuando en periodos de tiempo inferiores (por ejemplo en los tres primeros meses) no lo sea.

[23] Lo que se hace es agrupar a los clientes de acuerdo al momento en que adquieren el servicio.

[24] Por ejemplo, en el último año o en los últimos seis meses.

[25] El precio implícito del servicio A en el paquete AB sería PAB – PB, siendo PB el precio del producto B cuando se vende separadamente.

- **Evaluar el paquete en su conjunto y también el precio implícito de cada servicio en el paquete.** Esta opción ofrece la mayor protección a la competencia al asegurar que todos los precios del paquete (conjuntos e individuales) son económicamente replicables. Por ello, esta opción presenta la mayor transparencia, pero también la mayor carga regulatoria, ya que no existe una única forma correcta desde el punto de vista económico de asignar los ingresos del paquete a cada uno de los servicios. También, para la empresa VI será más difícil saber si su oferta pasará la prueba.

Cuarto.- Consulta Pública. Las consultas públicas son instrumentos regulatorios clave utilizados en diversos países con la finalidad de mejorar la transparencia, eficiencia y efectividad de la regulación. Asimismo, las consultas públicas permiten recabar información tanto de los grupos afectados como de aquellos interesados en la regulación, los cuales pueden aportar conocimientos y pruebas sobre los problemas de la regulación y las posibles soluciones para abordarlos, haciendo que las regulaciones sean más inclusivas[26], lo que a su vez facilita el diseño de regulación de mejor calidad[27].

Conforme a lo dispuesto por el lineamiento Tercero, fracción I de los Lineamientos de Consulta Pública[28], el Instituto se encuentra facultado para, entre otros, realizar consultas públicas de **integración** con la finalidad de recabar información, comentarios, opiniones, aportaciones u otros elementos de análisis por parte de cualquier persona sobre algún tema de interés del Instituto, que le aporte a este elementos de manera previa a la emisión o realización de regulaciones o estrategias de política regulatoria dirigidas a los sectores o mercados de telecomunicaciones o radiodifusión, así como en materia de competencia económica en dichos sectores, mercados y mercados relacionados.

En virtud de lo anterior, del 10 de enero de 2022 al 21 de febrero de 2022, se llevó a cabo una consulta pública de integración, con el objeto de otorgar transparencia y obtener elementos de análisis e información adicional de manera previa a la adecuación de la regulación, a través de los comentarios, opiniones o aportaciones que las personas interesadas formulen a este órgano regulador.

Quinto.- Modificación de las Pruebas de Replicabilidad Económica.

SOBRE LAS DIMENSIONES DE LAS PRUEBAS DE REPLICABILIDAD ECONÓMICA

A continuación, se señalan los cambios planteados por cada dimensión de la prueba de replicabilidad económica para servicios móviles.

[26] OCDE, "Government at a Glance 2019". Consultado el 9 de marzo de 2021, disponible en: https://www.oecd.org/gov/government-at-a-glance-22214399.htm

[27] OCDE. "Background Document on Public Consultation". Consultado el 9 de marzo de 2021. Disponible en: https://www.oecd.org/mena/governance/36785341.pdf

[28] "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones aprueba y emite los Lineamientos de Consulta Pública y Análisis de Impacto Regulatorio del Instituto Federal de Telecomunicaciones".

Eliminado: (1) una parte del tercer renglón y una parte del último renglón del último párrafo de la página 16, por contener información de naturaleza confidencial, relativa a hechos y actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo relativos a una persona moral, consistente en porcentajes de los costos del agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones, en términos de los artículos 116, último párrafo de la LGTAIP; 113, fracción III de la LFTAIP; así como los lineamientos Trigésimo octavo, fracción II y Cuadragésimo, fracción II de los Lineamientos Generales en materia de clasificación y desclasificación de la información, así como para la elaboración de versiones públicas.

1. **Momento de aplicación**

La medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Primera Resolución Bienal señala que el Instituto validará de manera ex post la replicabilidad económica de las tarifas al público, a efecto de que puedan ser replicables por los operadores móviles virtuales, cuyo servicio esté activo al amparo de la oferta de referencia del servicio mayorista de comercialización o reventa de servicios.

Así, la Metodología de Replicabilidad Económica consideró que se realizaran pruebas trimestrales ex post, entre otros aspectos, para poder cotejar la información de ingresos y costos con la presentada por el AEPT a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

A partir de la experiencia y el aprendizaje en la implementación de las pruebas de replicabilidad económica, se ha identificado que resulta necesario y de gran utilidad que exista trazabilidad y consistencia entre la información entregada en las pruebas y aquella entregada a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Así, ante cualquier duda o indicio de que la información no sea consistente, se ha requerido al AEPT que presente la trazabilidad de su información y, en su caso, que realice las precisiones.

Por lo anterior, partiendo de la premisa de que en términos de las medidas de preponderancia las pruebas deberán ser ex post, se considera adecuado mantener la periodicidad trimestral.

2. **Eficiencia**

La Metodología de Replicabilidad Económica establece que, para determinar los costos aguas abajo, se consideren los costos en los que incurre un operador similarmente eficiente. Al respecto, desde su implementación las pruebas han considerado el referido enfoque multiplicando la parte fija de los costos aguas abajo por un factor que considere las cuotas del AEPT y la de un OMV modelado.

Resaltan dos consideraciones que realiza la prueba para tener en cuenta el tamaño y tráfico de un OMV representativo: primero, en la parte de costos aguas abajo se considera la escala para multiplicar los costos fijos por un factor en función de la cuota del OMV modelado; segundo, se considera el tráfico y tamaño de los OMV que hacen uso de los servicios mayoristas del AEPT a efecto de determinar las tarifas mayoristas y descuentos que pagarían de acuerdo con la oferta de referencia.

Por lo que hace a la eficiencia, toda vez que esta tiene un impacto en los costos aguas abajo con un componente fijo, en la práctica se ha observado que el impacto en el total de los costos es de un aumento cercano al "CONFIDENCIAL 1". Ello, puesto que, de la información proporcionada por el AEPT, los conceptos de costos que tienen un componente fijo son comerciales, facturación, tasas e impuestos y costos comunes. Así, como se puede observar en la Figura 4, durante 2021 el impacto del ajuste de eficiencia en los costos es relativamente bajo y lo es aún más bajo si se compara esa variación con respecto a los ingresos totales que se utilizan para obtener los márgenes, en donde el impacto es cercano al "CONFIDENCIAL 1".

Eliminado: (1) la Figura 4 de la página 17, por contener información de naturaleza confidencial, relativa a hechos y actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo relativos a una persona moral, consistente en el ajuste de eficiencia de los costos del agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones, en términos de los artículos 116, último párrafo de la LGTAIP; 113, fracción III de la LFTAIP; así como los lineamientos Trigésimo octavo, fracción II y Cuadragésimo, fracción II de los Lineamientos Generales en materia de clasificación y desclasificación de la información, así como para la elaboración de versiones públicas.

Figura 4. Ajuste de eficiencia en los costos aguas abajo

"CONFIDENCIAL 1"

Ahora bien, teniendo en cuenta la introducción del mecanismo de suspensión de comercialización en caso de no acreditar la prueba, expuesto en el numeral 5 del apartado "Sobre la implementación de las pruebas de replicabilidad económica" de este considerando Quinto y que el enfoque de eficiencia SEO ha tenido un impacto relativamente bajo, se considera viable adoptar un enfoque de operador igualmente eficiente para proporcionar mayor transparencia al AEPT de los resultados que obtendría el Instituto al realizar la prueba.

Lo anterior con independencia de que se utilice el tamaño y tráfico de los OMV que usan los servicios mayoristas del AEPT en la parte de precios mayoristas que se expone en el numeral 3 del siguiente apartado titulado "Sobre la implementación de las pruebas de replicabilidad económica", por lo que no debe confundirse con el enfoque de eficiencia que en esta sección se plantea.

3. Estándar de costos

La Metodología de Replicabilidad Económica considera que para determinar los costos aguas abajo se considere una metodología de Costos Incrementales Totales de Largo Plazo o, cuando esta no esté disponible, una metodología de Costos Completamente Distribuidos. Al respecto, toda vez que los costos aguas abajo a considerar para un OMV revendedor están asociados a cuentas que no se relacionan con infraestructura de red (comerciales, facturación, cobranza, programas de fidelización, equipos terminales, OTT, tasas e impuestos) se han utilizado las cuentas asociadas con la separación contable, por lo que se ha seguido la metodología de Costos Completamente Distribuidos.

Ahora bien, dada la implementación de la metodología vigente de separación contable[29], sí se considera pertinente modificar las categorías o cuentas que son consideradas para el cálculo de los costos aguas abajo a efecto de que haya mayor alineación entre la regulación de replicabilidad económica y la de separación contable. Ello, sin que tales ajustes impliquen modificación respecto a las metodologías que puede utilizar el Instituto para estimar los costos aguas abajo.

4. Nivel de agregación

El nivel de agregación de la Metodología de Replicabilidad Económica considera un enfoque combinado de pruebas a nivel de carteras sobre los segmentos de prepago y pospago, incluyendo los servicios de voz, banda ancha y SMS en su conjunto, así como pruebas individuales para las ofertas insignia de cada segmento.

A partir de la implementación de las pruebas de replicabilidad económica se ha identificado que las mismas ofertas insignia de prepago y pospago acumulan tanto el mayor volumen de ingresos como el mayor número de usuarios.

Por lo anterior, mediante el nivel de agregación vigente se han considerado las ofertas minoristas del AEPT de mayor demanda y que son las que mayor impacto ejercen en términos de sus ingresos. Por otra parte, una prueba para cada una de las ofertas del AEPT, además de resultar inviable en términos de implementación, implicaría asumir que cada oferta es de una relevancia altamente significativa para competir, es decir, que es factible que un operador entre en el mercado prestando una única oferta, lo que niega la existencia de economías de alcance.

Por lo expuesto, resulta adecuado mantener el enfoque vigente a nivel de carteras sobre los segmentos de prepago y pospago, incluyendo los servicios de voz, banda ancha y SMS en su conjunto, así como pruebas individuales para las ofertas insignia de cada segmento.

5. Tratamiento del segmento empresarial

La Metodología de Replicabilidad Económica considera el análisis de las ofertas empresariales estandarizadas. Se ha identificado que los OMV revendedores, que son los que se modelan en las pruebas de replicabilidad económica, se enfocan en nichos de mercado. Así, los OMV que se han desarrollado en México cuentan con modelos de negocio que contemplan:

- Integración de sus servicios de supermercado con servicios de telefonía y navegación de Internet.
- Modelos de negocio de alianza estratégica con bancos y/o tiendas de conveniencia.
- Seguridad pública y defensa proporcionando servicios de misión crítica a gobierno, policía, bomberos y milicia en México.[30]

[29] Metodología de separación contable emitida en términos del Acuerdo P/IFT/191217/91429 y sus modificaciones mediante Acuerdos P/IFT/171018/624, P/IFT/051218/884 y P/IFT/EXT/290620/21. Acuerdos disponibles respectivamente en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5509546&fecha=29/12/2017, https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5542314&fecha=29/10/2018, https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5546889&fecha=19/12/2018 y https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596251&fecha=07/07/2020

[30] Información consultada en: https://www.mxlink.com/

- Empaquetamiento con otros servicios de telecomunicaciones al usuario para integrar ofertas de cuádruple *play*, por ejemplo.
- Conexiones M2M[31] de IoT[32].

Lo anterior queda de manifiesto en la Segunda Encuesta[33] en la que se le preguntó a los OMV cuál sería su principal nicho de mercado y sus respuestas se centraron en dos grupos: primero, telecomunicaciones para un segmento de población o zona geográfica específica, servicios on-line, servicios de bajo costo y asociación con *retailer*; segundo, servicios negocio a negocio, M2M/IOT, submarca y convergencia a cuádruple *play*.

Por lo tanto, los OMV revendedores centran sus modelos de negocio en nichos específicos y, dado el enfoque de la prueba de replicabilidad económica, se considera adecuado mantener el análisis sobre las ofertas empresariales estandarizadas que ofrecen servicios móviles.

6. Servicios mayoristas a considerar

En términos de la Metodología de Replicabilidad Económica se consideran los servicios establecidos en la oferta de referencia para un OMV revendedor, es decir, los servicios para proveer unidades de SMS, minutos y datos.

Para que un OMV revendedor pueda ofrecer una oferta minorista, solo puede acceder a servicios mayoristas de SMS, minutos y datos. Esto, a diferencia de los servicios minoristas de banda ancha en donde existen múltiples modalidades de servicios mayoristas con las cuales pueden integrar su oferta minorista: acceso indirecto, desagregación total, desagregación compartida.

Por lo anterior, resulta adecuado mantener el enfoque vigente de considerar los servicios de la oferta de referencia.

7. Precio de los insumos mayoristas

Dado que la prueba está diseñada para OMV revendedores, la Metodología de Replicabilidad Económica considera los servicios mayoristas establecidos en la Oferta de Referencia para la Comercialización o Reventa de Servicios por parte de los OMV.

Lo anterior, resulta en concordancia con lo establecido en la medida Sexagésima Primera del Anexo 1 de la Resolución de AEPT que señala que la Oferta de Referencia debe incluir al menos las tarifas aplicables para un revendedor.

Si bien se ha identificado que el AEPT ha acordado diferentes tarifas mayoristas con cada OMV e incluso diferentes niveles de precios o descuentos, sin perder de vista que está obligado a ofrecer en términos no discriminatorios las tarifas que firme con algún OMV, lo cierto es que la oferta de referencia es el catálogo de precios que busca reducir las asimetrías de negociación entre el AEPT y los OMV, así como servir como fuente de información a potenciales entrantes,

[31] *Machine To Machine.*
[32] *Internet of Things.*
[33] Segunda Encuesta Dirigida a los Operadores Móviles Virtuales (OMVs) 2020. Disponible en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/omvs2020acc.pdf

por lo que resulta razonable mantener un enfoque en el cual el Instituto considere los precios mayoristas de la oferta de referencia cuando implemente las pruebas de replicabilidad económica.

Ahora bien, en un escenario en el que durante el trimestre de análisis el AEPT haya realizado modificaciones a la oferta de referencia y se tengan diversos precios mayoristas vigentes en un mismo trimestre, el Instituto considerará el promedio ponderado considerando los días en que estuvo vigente cada precio mayorista. Ello, con independencia de los convenios que se hayan firmado, puesto que como ya ha sido señalado en el párrafo previo, se considerará el precio de la oferta de referencia.

8. Tratamiento de las promociones

La Metodología de Replicabilidad Económica considera que la prueba incluya todos los ingresos, costos y descuentos derivados de las promociones. Así, si existen beneficios que se ofrecen al usuario, en términos de mayor cantidad de MB o minutos sin costo adicional, al implementar las pruebas de replicabilidad económica, por una parte, se considera la totalidad del tráfico cursado en la red del AEPT, incluido el que otorgó a sus usuarios sin un costo adicional y, por otra parte, se consideran los ingresos efectivos del AEPT.

Por otra parte, en la práctica se identifica que los operadores de servicios móviles, incluido el AEPT, registran y comercializan tarifas de diferentes maneras, integrando diversas características en un solo servicio al usuario final. En otras palabras, por una parte, registran y comercializan el servicio bajo un nombre o identificador, el cual para efectos de claridad se puede denominar «tarifa base», mientras que, por otra parte, registran y comercializan características que se adicionan a la tarifa base, las cuales generalmente consisten en regalos, promociones, descuentos o beneficios y comúnmente se denominan promociones.

Ahora bien, a efecto de mantener la continuidad en la consideración de las promociones vigentes y en términos del nivel de agregación definido en el numeral “4. Nivel de agregación” del presente apartado, para efectos de las ofertas insignia a considerar, se tendrán en cuenta todos los registros asociados a una tarifa base que de manera conjunta se ofrezcan al usuario final.

Para efectos de ejemplificar lo anterior, considérese la oferta base “Max sin Límite 1000”, la cual mediante el número de registro 529059[34] en el Registro Público de Concesiones ofrece al usuario final mediante una renta mensual de 229 pesos con impuestos: i) minutos ilimitados; ii) SMS ilimitados; iii) 1536 MB para navegación en Internet; y iv) 1024 MB para Facebook, Messenger, Twitter y WhatsApp. Sobre esta oferta base, se identificaron algunos folios en el Registro Público de Concesiones, tales como; i) número 255513[35] que ofrece a los usuarios que se porten a “Telcel” desde un plan tarifario y contraten con el plan “Telcel Max 1000” en plazo libre (sin plazo mínimo de contratación) 6 meses del cargo fijo mensual (renta) sin costo; ii) número 174753[36] que por promoción otorga el beneficio del uso sin límite de Facebook, Messenger, Twitter y

[34] Disponible en: https://tarifas.ift.org.mx/ift_visor/assets/ratefiles/1650466463847 1nacional-actualizaciontelcelmaxsinlimite1000final190422.pdf

[35] Disponible en: https://tarifas.ift.org.mx/ift_visor/assets/ratefiles/1573501442 1650nacional-registropromo6rentasgratisplazolibreportafinal081119.pdf

[36] Disponible en: https://tarifas.ift.org.mx/ift_visor/assets/ratefiles/1539973506584 8nacional-registrobeneficiofbmstwywa_199final151018.pdf

WhatsApp sin costo adicional a los usuarios nuevos que contraten o usuarios activos que renueven con los planes tarifarios participantes de las familias "Telcel Max Sin Límite"; iii) número 142746[37] que ofrece una cantidad de MB adicional igual a la cantidad de MB incluidos en el plan contratado/renovado, durante todo el plazo mínimo de contratación o mientras la línea se mantenga activa con el plan contratado/renovado, sin costo adicional a los usuarios nuevos que contraten o usuario activos que renueven su plazo mínimo de contratación.

Por lo anterior, se considera adecuado mantener el enfoque vigente de considerar todos los ingresos, costos y descuentos derivados de las promociones, así como para efectos de las tarifas insignia considerar las tarifas base y cualquier registro adicional que modifique las características de las tarifas base.

9. Evaluación de la rentabilidad

La Metodología de Replicabilidad Económica considera un enfoque periodo a periodo, es decir, considerar los ingresos y costos reales en el periodo de los 3 meses, para evaluar la rentabilidad de la oferta comercial móvil. Lo anterior, toda vez que dicho periodo es compatible con otra información financiera que debe reportar el AEPT a otras instancias y que, por ende, tal periodicidad permite hacer comparativos de información.

Por lo anterior resulta adecuado mantener este enfoque al ser consistente con la aplicación ex post de las pruebas.

10. Tratamiento de las ofertas empaquetadas

La Metodología de Replicabilidad Económica considera que las pruebas de replicabilidad económica analicen de manera conjunta los servicios de voz, datos y SMS.

Por lo que hace a los precios mayoristas se consideran los servicios previamente descritos, a efecto de considerar los costos que pagaría un OMV revendedor que hace uso de la oferta de referencia.

$$Cmay = Pmay_{MB} * Q_{MB} + Pmay_{voz} * Q_{voz} + Pmay_{SMS} * Q_{SMS}$$

Donde:

$Cmay$ es el costo mayorista al que debe hacer frente el operador alternativo para prestar el servicio minorista,

$Pmay_i$ es el precio mayorista de la oferta de referencia

$Qmay_i$ es el volumen de unidades que el AEPT cursó para proveer el servicio a sus usuarios

Adicionalmente, desde la implementación de las pruebas de replicabilidad se consideran como parte de costos aguas abajo aquellos asociados a los equipos terminales y beneficios por brindar servicios OTT.

[37] Disponible en: https://tarifas.ift.org.mx/ift_visor/assets/ratefiles/152280156766 68masivor9-registropromo2bledembplanestelcelfinal270318.pdf

En correspondencia con lo anterior, las pruebas consideran tanto los ingresos como costos de los servicios de voz, datos y SMS, así como aquellos relacionados con los equipos terminales y los beneficios por brindar servicios OTT.

Al reflejar lo anterior la diversidad de componentes que incluyen las ofertas del AEPT, se advierte adecuado mantener el enfoque.

SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS PRUEBAS DE REPLICABILIDAD ECONÓMICA

1. **Entrega de información periódica**

La Metodología de Replicabilidad Económica considera que, como parte de la entrega trimestral, el AEPT presente la prueba de replicabilidad económica debidamente llenada, así como la relación de las tarifas vigentes que concentren el 80% de los ingresos con sus respectivos números de usuarios y las tasas de crecimiento, correspondientes al periodo observado. Ahora bien, a efecto de validar las ofertas insignia y las carteras que se tienen definidas para realizar las pruebas, resulta necesario que la información que se presente sea, por una parte, tanto para prepago como para pospago y, por otra parte, considere el 80% de ingresos y el 80% de suscriptores.

Por otra parte, a efecto de determinar los descuentos aplicables de las tarifas mayoristas, según el esquema tarifario de la oferta de referencia, resulta necesario contar con la información del tráfico cursado por cada OMV revendedor en la red del AEPT, así como el número de suscriptores por si le resultarían aplicables costos por la administración de usuarios.

Cabe señalar que la información referida en los párrafos previos se ha obtenido a través de requerimientos de información, toda vez que es un insumo necesario al momento de realizar las pruebas. Por lo tanto, se considera oportuno señalar que tal información se deberá entregar de manera conjunta con las pruebas.

2. **Modificación de los parámetros utilizados**

Adicional a la información entregada por el AEPT, en la implementación de la prueba se requiere otra información como los costos de terminación por interconexión, la cantidad de líneas y el tamaño del OMV a modelar. Esta información, toda vez que es pública, permite al Instituto utilizar la mejor información disponible al momento de realizar la prueba. Así, se considera adecuado mantener este enfoque y modificar la información conforme a su disponibilidad al momento de realizar la prueba.

No obstante, en caso de ajustes a los conceptos contables y/o a las fórmulas del modelo para realizar la prueba el Instituto podrá realizar las modificaciones como parte de la ejecución de las pruebas y lo notificará al AEPT junto con los resultados a efecto de que este tenga en cuenta los ajustes en subsecuentes entregas. Lo anterior en el entendido de que dichos ajustes no podrán contravenir ni modificar lo dispuesto en el presente Acuerdo.

3. Aplicación de los precios mayoristas

Como parte de la implementación de las pruebas de replicabilidad económica se ha identificado una variedad de esquemas tarifarios y descuentos, por lo que a efecto de considerar los precios mayoristas que resultarían aplicables al OMV que se considere en la prueba de replicabilidad económica se identifican dos alternativas: (1) considerar un OMV representativo con una determinada cuota de mercado y un nivel de tráfico y usuarios a efecto de estimar la tarifa que pagaría si hiciera uso de la oferta de referencia; (2) considerar los OMV revendedores que hacen uso de los servicios mayoristas del AEPT. Al respecto, con la opción (2) se considera la realidad de los OMV en términos de cuota de mercado y tráfico cursado y se reduce la discrecionalidad al evitar el uso de supuestos para modelar un OMV.

4. Suspensión de ofertas comerciales por información y plazo para acreditar la replicabilidad

La Metodología de Replicabilidad Económica establece que, en caso de no acreditarse la prueba, el Instituto podrá ordenar al AEPT la suspensión de la comercialización de tarifas al usuario final que considere pertinente. Ahora bien, en la Segunda Resolución Bienal se estableció en la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1: (i) que el Instituto también podría suspender la comercialización de ofertas ante situaciones en las que existan inconsistencias y/u omisiones en la información proporcionada por el AEPT que impidan obtener un resultado de la prueba; (ii) que el plazo para aprobar en definitiva la prueba de replicabilidad económica, en caso de que no se pase originariamente, sería en días hábiles equivalentes, pasando así de 30 días naturales a 20 días hábiles. Por lo anterior, se realiza la modificación a efecto de mantener consistencia.

Ahora bien, a fin de brindar certeza a los regulados respecto de los alcances de la suspensión de ofertas por inconsistencias y/u omisiones de información, dado el peso relativo que tienen las ofertas insignia respecto al resto de ofertas de cada cartera (prepago y pospago), se considera razonable que, con independencia de que la inconsistencia u omisión de información se advierta en la prueba de toda la cartera u oferta de que se trate, la suspensión que en su caso determine el Instituto sea aplicable a las ofertas más representativas, es decir, las ofertas insignia de la cartera en que se advierta el problema. En virtud de que la omisión de información puede tener como finalidad evitar que se identifiquen posibles estrechamientos de márgenes, se considera razonable que la suspensión persista hasta en tanto el Instituto reciba la información del periodo en revisión para realizar las pruebas de replicabilidad económica y el resultado de dichas pruebas sea replicable.

Cabe señalar que dicha suspensión implica que no se podrá comercializar la oferta insignia (tarifa base más cualquier registro asociado) por lo que a partir de tal suspensión no podrán sumarse usuarios nuevos a la oferta insignia suspendida ni aplicárseles promociones o beneficios que se asocien a la oferta insignia, sin menoscabo de que, en cumplimiento con el artículo 191 de la LFTR, la suspensión de ninguna manera deberá afectar los derechos de los usuarios que previo a la implementación de la suspensión hayan contratado ofertas.

Ahora bien, ante una situación en la que el AEPT omita presentar al Instituto la información necesaria para identificar las ofertas insignia, a efecto de poder implementar la suspensión señalada en párrafos previos, el Instituto resolverá con la mejor información disponible con que cuente.

Por otro lado, dada la libertad tarifaria mayorista del AEPT en el segmento móvil, existe un mayor dinamismo en esquemas tarifarios que en el segmento fijo, por lo que, partiendo de que este ya está obligado a publicar en su página de Internet y avisar en el SEG los cambios en los esquemas tarifarios, no aporta valor el que el Instituto publique también los cambios y, por otra parte, por la misma libertad tarifaria mayorista el AEPT no requiere autorización previa de modificaciones a la oferta mayorista. Por tanto, se elimina esa obligación del Instituto, así como el señalamiento relativo a la autorización de la oferta mayorista.

5. Implementación del mecanismo de suspensión de comercialización en caso de no acreditar la prueba

En la Primera Encuesta[38], el 41% de los OMV encuestados respondieron que su perspectiva respecto al mercado móvil era que las condiciones podrían mejorar, señalando, entre otros aspectos, un desfase entre los precios de los servicios mayoristas y los precios de servicios minoristas.

En la Segunda Encuesta, el 24% de los OMV encuestados consideró que el crecimiento había sido regular y señalaron obstáculos como la dificultad de igualar ofertas de los operadores tradicionales debido a los costos de los servicios mayoristas, la alta concentración de mercado y la restricción del costo de los canales de recarga y las ofertas ilimitadas de los operadores tradicionales. En la misma encuesta, el 48% consideró que el crecimiento de los OMV ha sido malo y, entre los principales obstáculos, identificaron: (i) guerras de precios continuas entre los operadores tradicionales y sus planes ilimitados que por economías de escala suelen ser sostenibles por tiempos prolongados; y (ii) tarifas mayoristas relativamente altas.

Desde la implementación de las pruebas se ha observado que en diversas ocasiones estas arrojan resultados no replicables (ver Tabla 1) al considerar las tarifas mayoristas de la oferta de referencia vigente, por lo que posterior al periodo en el que se observó tal situación se presentan reducciones en los precios mayoristas para el servicio de OMV. Si bien la reducción beneficia a los OMV, por una parte, resulta notorio que hacia el pasado existió una situación en detrimento de los OMV y, por otra parte, que el cambio en tarifas no necesariamente garantiza la replicabilidad de las ofertas del AEPT en el siguiente periodo, ya que este podría introducir planes y/o promociones más agresivas que sigan impidiendo la replicabilidad. Por ello, se advierte que el mecanismo actual no es suficiente para desincentivar al AEPT de un potencial estrechamiento de márgenes, afectando con ello la capacidad de competir de los OMV ante la perspectiva de que en el siguiente trimestre las ofertas seguirán siendo no replicables.

[38] a Primera Encuesta Dirigida a los Operadores Móviles Virtuales. Disponible en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/analisisomvs2019acc.pdf

Tabla 1. Resultados de la implementación de las pruebas en entregas iniciales[39]

Prueba	2T18	3T18	4T18	1T19	2T19	3T19	4T19	1T20	2T20	3T20	4T20	1T21	2T21	3T21
Cartera prepago	R	NR	NR	R	NR	R	R	NR	R	R	R	R	R	R
Insignia prepago	R	NR	NR	NR	R	R	R	NR	NR	NR	R	NR	R	R
Cartera pospago	R	R	NR	NR	NR	R	R	NR	R	R	R	R	R	R
Insignia postpago	NR	R	NR	R	NR	R	R	NR	R	R	R	R	R	R

Nota: R indica que la prueba resultó replicable, mientras que NR, no replicable.

En este sentido, la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Primera Resolución Bienal establece que en caso de que las tarifas al público no pasen la prueba de replicabilidad económica el Instituto podrá ordenar al AEPT suspender la comercialización de las tarifas al usuario final que el Instituto determine.

Como se señaló previamente, se ha observado que en la práctica las tarifas se ofrecen al usuario final mediante una oferta, plan o paquete base con características delimitadas del servicio (número de minutos, SMS y MB que se incluyen) y que sobre estas, a través de registros asociados que en algunos casos se denominan promociones o beneficios, se añaden características adicionales a lo establecido en la oferta base y que suelen implicar regalos o descuentos por una temporalidad limitada e incluso se pueden comercializar por una ventana de tiempo también limitada.

Por lo expuesto, cuando no se acrediten las pruebas de replicabilidad económica con los datos vigentes en el periodo de análisis, en términos de la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Primera Resolución Bienal, se plantea que la suspensión de comercialización de ofertas comerciales sea sobre todos aquellos registros (ofertas, beneficios y/o promociones) que son o se asocian a una oferta base identificada como insignia que haya resultado no replicable o que pertenezca a la cartera en que no se haya acreditado la replicabilidad económica. Ello, dado que las pruebas por cartera agregan un conjunto de ofertas individuales, entre las cuales las ofertas insignia son las que tienen un peso relevante en términos de ingresos y/o suscriptores.

Para lo anterior, se entenderá que la suspensión será sobre aquellos folios ya autorizados y/o solicitudes para autorización (asociadas a un folio de tarifa base), a efecto de evitar que se comercialicen, sin menoscabo de que, en cumplimiento con el artículo 191 de la LFTR, la suspensión de ninguna manera deberá afectar los derechos de los usuarios que previo a la implementación del mecanismo hayan contratado ofertas.

Así, a efecto de implementar este mecanismo de suspensión y de eliminar los incentivos del AEPT a introducir tarifas y/o promociones no replicables, se deberá considerar que, para nuevas solicitudes de autorizaciones de registros (ofertas, beneficios y/o promociones) que se asocian a la oferta base identificada como insignia, dicho mecanismo surtirá efectos al siguiente día hábil

[39] Para mayor detalle de los resultados obtenidos, consultar los informes publicados por el Instituto en: http://www.ift.org.mx/politica-regulatoria/informes-de-replicabilidad

en que surta efectos la notificación de que se obtuvo un resultado no replicable con la información vigente en el periodo de análisis, mientras que para registros (ofertas, beneficios y/o promociones) ya autorizados, estos no podrán comercializarse a partir del quinto día hábil en que surta efectos dicha notificación, con la finalidad de que se hagan las adecuaciones necesarias a efecto de que a partir de tal plazo no puedan formarse o adicionarse usuarios con tales registros. Ello, sin menoscabo de las acciones que el AEPT tenga que realizar para acreditar las pruebas de replicabilidad económica (ajustando tarifas mayoristas o minoristas).

Ahora bien, a efecto de evitar que en la práctica se busque comercializar los beneficios y promociones de la misma oferta sujeta al mecanismo de suspensión de promociones con otro nombre, dicho mecanismo se deberá entender como igualmente aplicable a cualquier oferta cuya identidad de características sea similar a la oferta sujeta al referido mecanismo.

Si como resultado de la próxima entrega inicial de información para la realización de pruebas de replicabilidad económica, posterior al trimestre que generó la implementación del mecanismo de suspensión de promociones, se identifica que las pruebas de replicabilidad económica arrojan un margen positivo con la información vigente en el periodo de análisis, se podrá eliminar tal mecanismo, previa notificación por parte del Instituto.

Finalmente, cabe resaltar que aun cuando el Instituto ordene la suspensión de comercialización será sin perjuicio del ejercicio de las facultades de supervisión y verificación del Instituto, de conformidad con lo establecido en el Título Décimo Cuarto de la LFTR, así como de sus atribuciones como autoridad en materia de competencia económica emanadas de la referida Ley.

6. Escenario de pruebas piloto

Como parte de la implementación de la Metodología de Replicabilidad Económica se consideró la realización de una prueba piloto para realizar los ajustes que fueran necesarios. No obstante, respecto a la información que deberá entregar el AEPT con la emisión del presente Acuerdo, no se advierten cambios sustantivos para su recolección y procesamiento, por lo que se estima razonable que en la próxima entrega de las pruebas el AEPT implemente las modificaciones a la Metodología de Replicabilidad Económica, así como los ajustes en el archivo de Excel para realizar las pruebas.

Por lo anterior, no se estima necesario un escenario de pruebas piloto y la aplicación de las modificaciones deberán observarse en la entrega de información del trimestre posterior a aquel en que entre en vigor el presente Acuerdo.

7. Entrada en vigor de las modificaciones

Con el fin de llevar a cabo los ajustes necesarios en los modelos, así como para que el AEPT se familiarice con las modificaciones y considerando los tiempos con las entregas actuales de las pruebas de replicabilidad económica ex-post, el Instituto considera adecuado que las pruebas ex-post correspondientes al cuarto trimestre de 2022 se apeguen a lo estipulado en el presente Acuerdo.

SOBRE LOS MODELOS PARA IMPLEMENTAR LAS PRUEBAS DE REPLICABILIDAD ECONÓMICA

Teniendo en cuenta las modificaciones descritas en el presente Acuerdo, resulta necesario llevar a cabo las adecuaciones correspondientes en el modelo en archivo Excel mediante el cual el Instituto realizará las pruebas de replicabilidad económica y que, salvo por aquella información que no sea de carácter público, se deberá publicar en la página de Internet del Instituto en aras de fomentar la transparencia de la regulación.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 28 párrafos décimo quinto y décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 1, 7, 15 fracción LXIII, 16 y 17 fracción XV de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; 1, 4 fracción I y 6 fracciones I, VI, XVIII y XXXVIII del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, así como en la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Resolución P/IFT/EXT/270217/119 denominada "RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES SUPRIME, MODIFICA Y ADICIONA LAS MEDIDAS IMPUESTAS AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES MEDIANTE RESOLUCIÓN DE FECHA 6 DE MARZO DE 2014, APROBADA MEDIANTE ACUERDO P/IFT/EXT/060314/76" y su modificación en la "Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones suprime, modifica y adiciona las medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones mediante Acuerdos P/IFT/EXT/060314/76 y P/IFT/EXT/270217/119", así como la disposición Décima primera del Capítulo VI "De las actualizaciones" del Anexo Único del "ACUERDO MEDIANTE EL CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES EMITE LA METODOLOGÍA, TÉRMINOS Y CONDICIONES PARA LLEVAR A CABO LA PRUEBA DE REPLICABILIDAD ECONÓMICA APLICABLE A LOS SERVICIOS DEL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN TELECOMUNICACIONES A QUE SE REFIERE LA MEDIDA SEXAGÉSIMA CUARTA DEL ANEXO 1 DE LA RESOLUCIÓN DE FECHA 27 DE FEBRERO DE 2017 APROBADA MEDIANTE ACUERDO P/IFT/EXT/270217/119", el Pleno de este Instituto Federal de Telecomunicaciones emite el siguiente:

Acuerdo

Primero.- Se MODIFICAN las disposiciones Primera, Segunda fracciones XVII y XXI, Tercera segundo párrafo, Cuarta, Quinta párrafos segundo y tercero y Sexta; se ADICIONAN las disposiciones Tercera párrafo cuarto, Sexta párrafos segundo y tercero y Sexta BIS y se SUPRIME la disposición Segunda fracciones XX y XXII de la "Metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de Replicabilidad Económica aplicable a los servicios del Agente Económico Preponderante en Telecomunicaciones a que se refiere la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Resolución de fecha 27 de febrero de 2017 aprobada mediante Acuerdo P/IFT/EXT/270217/119.", para quedar como sigue:

"**PRIMERA.-** El presente instrumento tiene por objeto establecer la metodología, los términos y las condiciones, para aplicar las pruebas de replicabilidad económica a las ofertas minoristas del Agente Económico Preponderante en telecomunicaciones.

SEGUNDA.- …

I a XVI…

XVII. **Operador Igualmente Eficiente.** Operador que es tan eficiente como el AEP en la prestación de servicios al usuario final;

XVIII a XIX…

XX. *Suprimida.*

XXI. **Replicabilidad Económica.** Condición en la cual los OMV pueden equiparar las tarifas de las ofertas minoristas del AEP, haciendo uso de los SMR, en combinación con los costos minoristas y de red de un operador eficiente. Resulta de obtener un Margen igual a cero o positivo, y

XXII. *Suprimida*.

XXIII …

TERCERA.- …

Para determinar los Costos Aguas Abajo, se considerarán los costos en los que incurre un Operador Igualmente Eficiente, los cuales se estimarán con una metodología de Costos Incrementales Totales de Largo Plazo o, cuando esta no esté disponible, con una metodología de Costos Completamente Distribuidos.

…

En caso de que durante el periodo de análisis se hayan presentado modificaciones a la Oferta de Referencia para OMV, para el cálculo de los pagos mayoristas el Instituto considerará el promedio ponderado, según los días de vigencia, de los precios mayoristas.

CUARTA.- El AEP debe presentar ante el Instituto, en un plazo no mayor a 20 (veinte) días hábiles posteriores a la conclusión de cada trimestre, en formato electrónico y editable, las Pruebas de Replicabilidad Móvil, acompañadas de la información del tráfico cursado por cada OMV revendedor en la red del AEP, así como del número de suscriptores de dichos OMV. Asimismo, deberá entregar la relación de las Ofertas Minoristas de cada segmento que al cierre del periodo concentren el 80% (ochenta por ciento) de sus ingresos y suscriptores, desagregando los ingresos y suscriptores para cada oferta durante el periodo de análisis. En su caso, deberá presentar también la información de la oferta insignia que haya sido suspendida en términos de la disposición SEXTA.

QUINTA.- …

Cuando alguna de las carteras u ofertas insignia no sea replicable económicamente, el AEP, en un plazo no mayor a 15 (quince) días naturales a partir de la notificación, deberá presentar, a su elección, una modificación de las tarifas de la Oferta de Referencia para OMV, o de las tarifas de sus Ofertas Minoristas.

El AEP, cuando así lo decida, modificará a la baja las tarifas de la Oferta de Referencia para OMV y deberá publicarlas en su portal de Internet y actualizar la información en el Sistema Electrónico de Gestión, previo a presentarlas al Instituto para acreditar la Prueba de Replicabilidad Móvil.
…

SEXTA.- El Instituto notificará al AEP cuando se obtenga un resultado no replicable con la información vigente en el periodo de análisis.

A partir del quinto día hábil en que surta efectos la notificación, el AEP no podrá comercializar ofertas, beneficios y/o promociones vigentes que son o se asocian a una oferta base identificada como insignia que ha resultado no replicable o que pertenecen a la cartera, prepago y/o pospago, que haya resultado no replicable y a partir del día hábil siguiente en que surta efectos la notificación, el Instituto no podrá autorizar propuestas tarifarias de ofertas, beneficios y/o promociones que se asocien con las ofertas insignia del segmento prepago y/o pospago en el que se obtenga un resultado no replicable o que resulten equivalentes a estas.

El Instituto autorizará al AEP, previa notificación, la comercialización de las ofertas, beneficios y/o promociones cuya comercialización se haya previamente suspendido, una vez que la cartera u oferta insignia suspendida sea replicable económicamente con la información vigente de un trimestre de análisis posterior a aquel en que se suspendió la comercialización.

SEXTA BIS.- El Instituto le notificará al AEP que deberá suspender la comercialización de las ofertas insignia al Usuario final, cuando habiéndose formulado una prevención, la información que presente como parte de la Prueba de Replicabilidad Móvil mantenga inconsistencias y/u omisiones y por tanto no se pueda determinar el resultado de la prueba. Lo anterior, a excepción de que se tenga una suspensión en términos de la disposición SEXTA o cuando exista una justificación fehaciente por parte del AEP.

En caso de que el AEP omita la entrega de información necesaria para la identificación de las ofertas insignia o se adviertan inconsistencias en dicha información, el Instituto considerará la mejor información disponible para determinar las ofertas sobre las que aplicaría la suspensión.

El Instituto autorizará, previa notificación, la comercialización de las ofertas previamente suspendidas una vez que se haya presentado la información necesaria para realizar la Prueba de Replicabilidad Móvil y se obtenga un resultado replicable con la información vigente en el periodo de análisis.

SÉPTIMA.- …

OCTAVA.- …

NOVENA.- …

DÉCIMA.- …

DÉCIMA PRIMERA.- …"

Segundo.- Notifíquese personalmente a los integrantes del Agente Económico Preponderante el presente Acuerdo.

Tercero.- El presente es un acto definitivo por lo que únicamente puede ser combatido mediante juicio de amparo indirecto de conformidad con lo previsto por el artículo 312 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Transitorios

Primero.- El presente Acuerdo entrará en vigor al día hábil siguiente a aquel en que surta efectos su notificación.

Segundo.- Las pruebas de replicabilidad económica correspondientes al tercer trimestre de 2022 se deberán entregar conforme a lo previsto en el Acuerdo P/IFT/120917/548.

Tercero.- Se instruye a la Unidad de Política Regulatoria a publicar en la página de Internet del Instituto y notificar a los integrantes del Agente Económico Preponderante los modelos para la implementación de las pruebas de replicabilidad económica conforme a las determinaciones del presente Acuerdo, a más tardar a los diez días hábiles siguientes a la entrada en vigor del presente Acuerdo.

Javier Juárez Mojica
Comisionado Presidente*

Arturo Robles Rovalo
Comisionado

Sóstenes Díaz González
Comisionado

Ramiro Camacho Castillo
Comisionado

Acuerdo P/IFT/140922/472, aprobado por unanimidad en la XIX Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 14 de septiembre de 2022.

Lo anterior, con fundamento en los artículos 28, párrafos décimo quinto, décimo sexto y vigésimo, fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 7, 16, 23, fracción I y 45 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y 1, 7, 8 y 12 del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

*En suplencia por ausencia del Comisionado Presidente del Instituto Federal de Telecomunicaciones, suscribe el Comisionado Javier Juárez Mojica, con fundamento en el artículo 19 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

FIRMADO POR: RAMIRO CAMACHO CASTILLO
FECHA FIRMA: 2022/09/15 3:55 PM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 22828
HASH:
920F8D061BCBA6AF2ABCF43D7A9A0842FE05C1203CEFBB
780514DA3FA88C5940

FIRMADO POR: SOSTENES DIAZ GONZALEZ
FECHA FIRMA: 2022/09/19 11:42 AM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 22828
HASH:
920F8D061BCBA6AF2ABCF43D7A9A0842FE05C1203CEFBB
780514DA3FA88C5940

FIRMADO POR: ARTURO ROBLES ROVALO
FECHA FIRMA: 2022/09/20 11:34 AM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 22828
HASH:
920F8D061BCBA6AF2ABCF43D7A9A0842FE05C1203CEFBB
780514DA3FA88C5940

FIRMADO POR: JAVIER JUAREZ MOJICA
FECHA FIRMA: 2022/09/20 12:13 PM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 22828
HASH:
920F8D061BCBA6AF2ABCF43D7A9A0842FE05C1203CEFBB
780514DA3FA88C5940