

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 refieren los Acuerdos P/IFT/120917/548 y P/IFT/140922/472.

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 6º, 7º, 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”).

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 04 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.- Lineamientos de Consulta Pública y Análisis de Impacto Regulatorio. El 25 de septiembre de 2017, el Pleno del Instituto, en su XXXIX Sesión Ordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/250917/592 el "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" (en lo sucesivo **"Lineamientos de Consulta Pública"**).

Octavo.- Segunda revisión bienal de medidas asimétricas. El 2, 3 y 4 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"**).

Noveno.- Modificación al Acuerdo de Replicabilidad Económica. El 14 de septiembre de 2022, el Pleno del Instituto, en su XIX Sesión Ordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/140922/472 el "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" (en lo sucesivo, la **"Modificación al Acuerdo de Replicabilidad Económica Móvil"**).

Décimo.- Tercera revisión bienal de medidas asimétricas. El 30 de octubre de 2024, el Pleno del Instituto, en su XXVI Sesión Ordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/301024/428 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, P/IFT/EXT/270217/119 y P/IFT/021220/488” (en lo sucesivo, la “**Tercera Resolución Bienal**”).

Décimo Primero.- Decreto en Materia de Simplificación Orgánica. El 20 de diciembre de 2024 se publicó en el DOF el “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de simplificación orgánica” (en lo sucesivo, el “**Decreto en Materia de Simplificación Orgánica**”) mediante el cual, de conformidad con lo previsto en los artículos Primero, Décimo y Décimo Primero Transitorios, se prevé la extinción del Instituto.

Décimo Segundo.- Acuerdo de Consulta Pública. El 4 de junio de 2025, el Pleno del Instituto, en su XI Sesión Ordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/040625/177 el “Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones determina someter a Consulta Pública de Integración sobre la propuesta de actualización de la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles” (en lo sucesivo, el “**Acuerdo de Consulta Pública**”).

Décimo Tercero.- Solicitud de CANIETI. El 27 de junio de 2025, la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (en lo sucesivo, la “**CANIETI**”) presentó en la oficialía de partes de este Instituto un escrito mediante el cual solicita una ampliación del plazo original establecido en el Acuerdo de Consulta Pública.

Décimo Cuarto.- Acuerdo de ampliación de la Consulta Pública. El 02 de julio de 2025, el Pleno del Instituto, en su XIV Sesión Ordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/020725/229 el “Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones amplía el plazo de la Consulta Pública de Integración sobre la propuesta de actualización de la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles” (en lo sucesivo, el “**Acuerdo de ampliación de la Consulta Pública**”).

Décimo Quinto.- Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión. El 16 de julio de 2025 se publicó en el DOF el “Decreto por el que se expide la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión y se abroga la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión” (en lo sucesivo, el “**Decreto de la LMTR**”) mediante el cual se expide la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión (en lo sucesivo, la “**LMTR**”) y se abroga la LFTR, y con base en lo previsto en los artículos transitorios Primero, Tercero y Octavo se extinguirá el Instituto al día siguiente a aquel en que se integre el Pleno de la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones (en lo sucesivo, la “**CRT**”), y concluirán sus funciones los Comisionados del citado Instituto, además, en tanto se integra el Pleno de la referida Comisión el Instituto continuará en funciones conforme a las disposiciones de la LFTR.

En virtud de los Antecedentes referidos, y

Considerando

Primero.- Competencia del Instituto. De conformidad con el artículo 28, párrafo décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (en lo sucesivo, la "Constitución"), en relación con los artículos transitorios Primero, Décimo y Décimo Primero del Decreto en Materia de Simplificación Orgánica y 7 de la LFTR, 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 séptimo del artículo 28 de la Constitución, en relación con los artículos transitorios Primero, Décimo y Décimo Primero del Decreto en Materia de Simplificación Orgánica, 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.

Sin perjuicio de lo anterior, de conformidad con lo previsto en los transitorios Primero, Segundo, Tercero y Octavo del Decreto de la LMTR, el Instituto se extinguirá al día siguiente a aquel en que se integre el Pleno de la CRT. Al efecto, es un hecho notorio para este Instituto que, al momento de dictarse el presente Acuerdo, no se ha integrado el Pleno de la CRT, por lo que el Pleno de este Instituto resulta competente para la emisión del mismo.

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.”*

Así, de la implementación de las pruebas¹, del análisis realizado en la Tercera Resolución Bienal, así como de la modificación en las ofertas del AEPT para los servicios de telecomunicaciones móviles, se identifican diversas situaciones que encuadran en el precepto normativo previamente citado y que se exponen en los siguientes párrafos.

En primer lugar, se advierte la modificación del marco regulatorio de preponderancia derivada de la Tercera Resolución Bienal que contempla, entre otros, la realización de pruebas de replicabilidad económica para cualquier oferta a nivel individual. En este sentido, dicha resolución señala que las pruebas de ofertas a nivel individual permitirán prevenir oportunamente la implementación de ofertas que podrían dar lugar a un estrechamiento de márgenes y, por otro lado, permitirán evitar la posible retención o captación de usuarios a través de ofertas que no sean replicables por parte de los competidores del AEPT. De esta manera, la Tercera Resolución Bienal establece en su medida Sexagésima Cuarta párrafo tercero del Anexo 1 lo siguiente:

“SEXAGÉSIMA CUARTA.-

...

*A efecto de garantizar que las tarifas al público 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, dadas las tarifas de los servicios mayoristas regulados, el Instituto validará de manera ex post la replicabilidad económica de las mismas con base en la metodología, términos y condiciones que establezca el Instituto. **El Instituto podrá incluir la realización de pruebas de replicabilidad económica para cualquier oferta a nivel individual.** En caso de que las tarifas al público no pasen la prueba de replicabilidad económica ex post, el Agente Económico Preponderante, a su elección, podrá modificar las tarifas de los servicios mayoristas regulados o al Usuario final, a fin de que en un plazo no mayor a veinte días hábiles posteriores a que se le notifique sobre dicha situación, se apruebe definitivamente la prueba de replicabilidad.*

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>

...

...

(énfasis añadido)

Como parte del procedimiento de revisión anual de las ofertas de referencia también se han realizado ajustes en los servicios mayoristas regulados y sus precios.

Por otro lado, se advierte una evolución en los mercados y cambios en las ofertas disponibles para los usuarios finales. En este sentido, se identifica la presencia de convenios de comercialización en los que operadores de red adicionales al AEPT, como AT&T² y Altán³, los cuales proveen capacidad a otros operadores.

De acuerdo con la información del BIT⁴, de septiembre de 2017 a diciembre de 2024, las líneas telefónicas de Operadores Móviles Virtuales (OMV) aumentaron su cuota de mercado de 1.2% a 16.2%, pasando así de 1,357,700 líneas a 24,202,607.

La Red Compartida ha señalado que brinda cobertura nacional a más del 95% de la población a junio de 2024, lo que equivale a más de 120 millones de mexicanos⁵.

Adicionalmente, la Tercera Resolución Bienal contempla cambios en las medidas que modifican la oferta comercial del AEPT dirigida a sus usuarios finales. Por un lado, se estableció que el AEPT deberá entregar a los suscriptores los equipos terminales desbloqueados, ya sea que dichos usuarios se encuentren en el esquema prepago o en el esquema pospago. Por otro lado, se mandata la obligación al AEPT de no imponer a sus usuarios finales plazos forzosos ni plazos mínimos en los contratos de servicios de telecomunicaciones (salvo que el cliente sea una persona moral, en cuyo caso podrá solicitar un plazo forzoso si así lo decide). Finalmente, se estableció que el AEPT no podrá condicionar y/o asociar el otorgamiento de bonificaciones, descuentos o beneficios, de forma cruzada o vinculada, entre el precio de comercialización de los equipos terminales u otros cargos considerados en el contrato de compra-venta y la provisión de los servicios de telecomunicaciones del usuario final.

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.

² 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 Celular, S. de R.L. de C.V.

³ ALTÁN Redes, S.A.P.I. de C.V.

⁴ Banco de Información de Telecomunicaciones, consultado el 03 de julio de 2025. Disponible en: <https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/>

⁵ Sitio web de ALTÁN Redes, S.A.P.I. de C.V., consultado el 03 de julio de 2025. Disponible en: <https://www.altanredes.com/nuestra-cobertura.php>

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 comprobar si los ingresos son suficientes para cubrir los pagos mayoristas y los de las actividades aguas abajo⁶, 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?

⁶ Los procesos involucrados en proveer los servicios a los clientes son la fuente de los costos aguas abajo.

- **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?
- **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 lleven a cabo en las revisiones bienales.

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 (EEO⁷).** 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

⁷ EEO es el acrónimo de Equally Efficient Operator.

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 (SEO⁸).** Este esquema es más transparente que el REO⁹ 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, 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 consumidor¹⁰. 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”¹¹).** 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”¹²) y de Costos Completamente Distribuidos (en lo sucesivo, “FAC”¹³) ya que AAC no considera los costos comunes, costos compartidos y costos evitables a largo plazo, lo que genera más incertidumbre.

⁸ SEO es el acrónimo de Similary Efficient Operator.

⁹ REO es el acrónimo de Reasonably Efficient Operator.

¹⁰ 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.

¹¹ AAC es el acrónimo de *Average Avoidable Costs*.

¹² LRIC es el acrónimo de Long Run Incremental Costs.

¹³ FAC es el acrónimo de Fully Allocated Costs.

- **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 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 antemano¹⁴. 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.

Estándar de costos	Costos evitables a corto plazo	Costos evitables a largo plazo	Costos compartidos	Costos comunes
Costos promedio evitables	X			
Costos incrementales de largo plazo	X	X		
Costos incrementales de largo plazo + margen	X	X	X	

¹⁴ Según los criterios de asignación estipulados en la contabilidad de costos.

Costos completamente distribuidos	X	X	X	X
-----------------------------------	---	---	---	---

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 productos¹⁵, es decir, se combinan las

¹⁵ Considerando un menor nivel de costos en la evaluación de las ofertas individuales, por ejemplo, costos evitables o LRIC.

características de las opciones anteriores. La carga regulatoria es más elevada que en la opción de oferta por oferta.

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

Figura 2.- Niveles de agregación.

Oferta por Oferta	Oferta 1					rta 6	Oferta 7	Oferta 8
Tipología de Producto	Ofertas Tipo 1 (Ej. capacidad x)		Ofertas Tipo 2 (Ej. capacidad y)		Ofertas Tipo 3 (Ej. velocidad w)		Ofertas Tipo x (Ej. velocidad z)	
Cartera de Productos	Cartera A				Cartera B			
Combinación de las anteriores	Combinación 1 (Ej. Cartera A, capacidad x y velocidad w)		Combinación 2		Combinación 3		Combinación x	

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 infraestructuras¹⁶ (aunque el piso de

¹⁶ Como el acceso completamente desagregado y compartido.

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 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 viable¹⁷. 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 descuentos¹⁸. 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.

¹⁷ Aunque esto puede no ser un problema si el precio minorista es el mismo a nivel nacional.

¹⁸ 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.

- **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 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”¹⁹).** 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 consumidor²⁰). 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.**²¹ 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 determinado²². 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 paquete²³. Las opciones disponibles son:

¹⁹ 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.

²⁰ 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.

²¹ Lo que se hace es agrupar a los clientes de acuerdo al momento en que adquieren el servicio.

²² Por ejemplo, en el último año o en los últimos seis meses.

²³ 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 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.
- **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. Conforme a lo dispuesto por el lineamiento Tercero, fracción I de los Lineamientos de Consulta Pública²⁴, 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 05 de junio al 16 de julio de 2025, 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.

1. Momento de aplicación

La medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 cuyo párrafo tercero fue modificado mediante la Tercera 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

²⁴ "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".

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.

Cotejar la información de las pruebas trimestrales ex post con la información presentada ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores permite corroborar la trazabilidad y consistencia de la información lo cual resulta de utilidad para confirmar las tendencias en el análisis de las distintas variables valoradas. De esta manera, ante cualquier duda o indicio de que la información no es consistente se puede hacer las precisiones pertinentes tomando en consideración la información presentada ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Por lo anterior, 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 igualmente eficiente. Como se señaló previamente, este enfoque genera transparencia y certidumbre al operador regulado porque conoce sus costos. Si existe información contable de la empresa regulada, la carga regulatoria es menor y el enfoque será más transparente y ofrecerá más certidumbre que otras alternativas. Un enfoque de este tipo favorece la entrada de competidores al menos tan eficientes como el AEPT.

El enfoque de un operador igualmente eficiente se adoptó en la Modificación al Acuerdo de Replicabilidad Económica Móvil ya que se consideró necesario proporcionar mayor transparencia al AEPT de los resultados que obtendría el Instituto al realizar la prueba. Esta consideración se tuvo debido a que se introdujo un mecanismo de suspensión de comercialización en caso de no acreditar la prueba. Dicho mecanismo de suspensión de comercialización en caso de que no se acredite la prueba o no se presente la información necesaria para implementarla sigue vigente.

Por lo expuesto se considera adecuado mantener un nivel de eficiencia de un operador igualmente eficiente.

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 ha seguido la metodología de Costos Completamente Distribuidos.

Ahora bien, si bien se cuenta con información de separación contable derivada de la metodología vigente de separación contable²⁵, esta información resulta un insumo de referencia general puesto que se entrega de manera posterior al cierre de ejercicio.

Ante ello, a efecto de que los costos distribuidos correspondan a aquellos relacionados con las ofertas evaluadas en la prueba en el periodo reportado debe tomarse en consideración una desagregación de costos que permita reflejar dichos conceptos de manera clara y transparente. En este sentido, se considera pertinente modificar las categorías o cuentas que son consideradas para el cálculo de los costos aguas abajo a efecto de contar con una mayor desagregación de los costos considerados en la prueba de replicabilidad económica. Ello, sin que tales ajustes impliquen modificación respecto a las metodologías que puede utilizar el Instituto para estimar los costos aguas abajo.

Es relevante señalar que los costos aguas abajo a considerar en la prueba de replicabilidad económica deben estar relacionados con la oferta o la cartera evaluada y ser relevantes para un OMV revendedor. Dada la diversidad de ofertas que puede diseñar el AEPT, los beneficios adicionales que éstas consideran, así como diversas estrategias de comercialización requieren que el Instituto pueda requerir información adicional sobre las ofertas y carteras evaluadas en la prueba para evaluar la razonabilidad de incorporar o no determinados conceptos de costos y en su caso sus ingresos respectivos. Por ejemplo, en su estrategia de comercialización el AEPT podría comercializar bienes de terceros o servicios de empresas relacionadas con el grupo (servicios bancarios, entre otros) que podrían no estar relacionados con la oferta o ser servicios relevantes para un OMV revendedor.

Por tanto, se realizan modificaciones para considerar que el Instituto, en la implementación de las pruebas de replicabilidad pueda requerir información adicional para determinar si resulta adecuado considerar o no determinados conceptos dadas las características de la oferta evaluada.

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.

²⁵ Metodología de separación contable emitida en términos del Acuerdo P/IFT/191217/91425 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

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.

En la Tercera Resolución Bienal se observó la necesidad de contar con una mayor desagregación de las ofertas consideradas en la prueba, conforme a lo siguiente:

“(..)

*En este sentido, **ofertas que permitan al AEPT atraer usuarios, no se estarían evaluando a nivel individual si aún no alcanzan el volumen de usuarios o ingresos para ser consideradas como ofertas insignia bajo la metodología vigente, u otras ofertas relevantes para el proceso de competencia.** En ese sentido, el efecto acumulado de esas ofertas individuales que no alcanzan los niveles para considerarse ofertas insignia podría implicar un riesgo para la competencia y libre concurrencia. En cuanto al cumplimiento de la prueba, se precisa que la modificación propuesta no se trata de un procedimiento sancionatorio, sino de regulación ex ante, por lo que el supuesto cumplimiento señalado por Telcel no impide al Instituto realizar modificaciones al marco regulatorio.*

(...)

*No obstante, el Instituto advierte que el interés de analizar ofertas individuales puede alcanzarse con la replicabilidad ex post modificando la Metodología de Replicabilidad Económica de Servicios Móviles. Este mecanismo es flexible y permite al Instituto adaptarse al dinamismo del sector modificando las pruebas desde dicha metodología y permitiendo que en esta se definan las tarifas que se encontrarán sujetas a la prueba. En línea con lo anterior, es relevante señalar que el dinamismo del sector hace necesario que el **Instituto tenga una mayor visibilidad sobre las ofertas que el AEPT pone a disposición de los usuarios finales** a efecto de determinar de manera objetiva aquellas que serían sujetas a la prueba de replicabilidad ex post puesto que pueden existir ofertas sobre las que se requiera acción inmediata por parte del Instituto, cuando lo estime necesario, por considerar que su revisión resulta necesaria para evitar riesgos a la competencia.*

*A diferencia de la prueba ex post vigente a nivel de oferta insignia o cartera, **una prueba ex post a nivel individual que se pueda hacer para cualquier tarifa tendría los siguientes efectos:***

- **Prevenir oportunamente la implementación de ofertas que podrían dar lugar a un estrechamiento de márgenes.**
- **Evitar la posible retención o captación de usuarios a través de ofertas que no sean replicables por parte de los competidores del AEPT.”**

(énfasis añadido)

A efecto de allegarse de mayores elementos respecto de las ofertas que el AEPT pone a disposición de sus usuarios, mediante requerimiento IFT/221/UPR/DG-DTR/026/2025 se solicitó información desagregada respecto de los ingresos y usuarios de las ofertas de prepago y pospago, así como de aquellas ofertas dirigidas a segmentos portados. De la información proporcionada se identifica lo siguiente:

- En el segmento de prepago, la oferta insignia evaluada acumula más del █████ de los ingresos del segmento, lo cual reduce la visibilidad respecto de los esquemas de recarga y paquetes que se consideran dentro de la oferta insignia.
- Las promociones dirigidas al segmento de portabilidad en el segmento de prepago, no cuentan con el volumen de usuarios e ingresos para ser considerados una oferta insignia independiente si se evalúa su participación respecto del total del segmento de prepago (dado que otras ofertas pueden tener mayor número de usuarios o ingresos respecto del total del segmento prepago), sin embargo, este tipo de ofertas pueden resultar un elemento que influye en la portabilidad de líneas²⁶.
- En el caso del segmento de pospago, la oferta insignia evaluada con los criterios de mayor número de ingreso y/o mayor número de usuarios reflejaba menos del █████ del segmento por lo que no se contaba con información desagregada para implementar la prueba a un mayor número de ofertas que fueran representativas de la cartera de pospago del AEPT.
- En el caso del segmento de pospago, el AEPT realiza modificaciones en su cartera por familia de planes²⁷, sin embargo, si bien las ofertas entrantes tienen mayores tasas de captación de usuarios, no eran consideradas en la prueba de replicabilidad hasta alcanzar el mayor número de usuarios y/o ingresos, es decir, hasta que remplazaban a la oferta insignia.

Porcentaje de la estrategia comercial de un agente económico.

Porcentaje de la estrategia comercial de un agente económico.

Por lo anterior, mediante el nivel de agregación hasta ahora vigente se observó que se contaba con información demasiado agregada en el segmento prepago y de baja representatividad de la cartera respecto del segmento pospago.

A efecto de permitir que los OMV que hacen uso de la red del AEPT puedan replicar las ofertas que este presta se realizan las siguientes actualizaciones para implementar la prueba con una combinación de cartera y ofertas desagregadas:

- Se mantiene la evaluación del segmento prepago, segmento pospago y oferta insignia prepago.

²⁶ Como fue señalado en la Tercera Resolución Bienal, en los servicios móviles la proporción de usuarios que abandonan la red de Telcel por portabilidad con respecto al número total de sus usuarios es mucho menor que la de sus competidores.

²⁷ Por ejemplo, durante el primer semestre del 2025 se comercializó la familia Telcel Libre en lugar de la familia Plus 5G.

a. Porcentaje de la estrategia comercial de un agente económico.

- Se adiciona en la prueba, para el segmento prepago, la evaluación de manera desagregada de los 3 montos de recarga y/o paquetes más representativos del esquema de pago considerado como oferta insignia. Los montos evaluados reflejan alrededor del  del esquema de pago considerado en la oferta insignia.
- Se adiciona en la prueba, para el segmento prepago, la desagregación para las ofertas (promociones) destinadas al esquema de portabilidad del segmento prepago.
- Se desagrega en la prueba, para el segmento pospago, hasta 10 ofertas insignia considerando para ello los ingresos y usuarios de las ofertas. Esto permite evaluar de manera desagregada alrededor del  de la cartera de pospago en términos de usuarios.
- Se desagregan en la prueba, para el segmento pospago, las 5 ofertas de mayor crecimiento en el periodo a efecto de poder evaluar aquellas tarifas con mayor crecimiento y revisar su replicabilidad en un periodo cercano a su lanzamiento.

Con las modificaciones realizadas el Instituto contará con mayor visibilidad respecto de las tarifas individuales que comercializa el AEPT a efecto de implementar la prueba de replicabilidad económica.

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 contemplan²⁸:

- Tarifas y esquemas flexibles para el segmento de prepago
- Servicios móviles vendidos en tiendas físicas o cadenas de autoservicio
- Tarifas reducidas para llamadas y datos internacionales
- Integración de TV, Internet, telefonía fija y móvil en un solo paquete
- Paquetes móviles personalizados para empresas (control de líneas, IoT, datos)
- Marca secundaria de una empresa mayor para atraer segmentos distintos

²⁸ Análisis sobre el mercado de operadores móviles virtuales. 2025. (IFT).
Disponible en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/omvs2025.pdf>

- Conectividad para sensores, flotas, dispositivos inteligentes
- Soluciones de administración, líneas múltiples, datos empresariales
- Planes con beneficios en contenido (música, videojuegos, plataformas)
- Servicios a la medida para segmentos muy concretos

Por lo tanto, los OMV 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.

Es relevante señalar que del 2015 al 2024 se ha observado un incremento en la cantidad de OMV disponibles, para pasar de 4 a 37²⁹. La mayor parte de estos OMV tienen un modelo de negocio del tipo revendedor o básico.

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.

²⁹ <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/evolucionofertamovilomv2015vs2024.pdf>

En cuanto a las diferentes tarifas mayoristas acordadas con cada OMV, se observa que estas reflejan³⁰ la oferta de referencia vigente. Si bien con la regulación vigente el AEPT puede acordar con cada OMV niveles de precios o descuentos, no debe perderse de vista que se encuentra obligado a ofrecer, en términos no discriminatorios, las tarifas que firme con algún OMV.

En este sentido, 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, 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 y mantener el mecanismo de cálculo ponderado en el 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.

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.

En este sentido 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. Como fue señalado previamente, en la Tercera Resolución Bienal se observó que el enfoque actual podría no capturar las ofertas con mayor crecimiento, es decir, aquellas de mayor captación de usuarios. Esta situación puede reducir la efectividad de las pruebas de replicabilidad económica puesto que ofertas de mayor crecimiento no serían evaluadas hasta remplazar a la oferta insignia.

Esta situación cobra mayor relevancia al observar el comportamiento del segmento de prepago puesto que este segmento es el de mayor relevancia tanto en la cartera del AEPT como de los OMV al generar el mayor monto de ingresos totales.

³⁰ Por ejemplo, Telecomunicaciones 360. Página 233
https://rpc.ift.org.mx/vrpc/upload/files/convenios/8884_8101_230814224313.pdf

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 del segmento prepago se tendrá en cuenta de manera desagregada las promociones destinadas al segmento de portabilidad considerando la promoción y su tarifa base.

Para efectos de ejemplificar lo anterior, considérese el esquema de cobro “Amigo Sin Límite”, el cual cuenta con beneficios promocionales durante 12 meses para aquellos usuarios que porten su línea³¹.

Es relevante señalar que en la Tercera Resolución Bienal también se incluyeron obligaciones relacionadas con el segmento de portabilidad, específicamente en la medida Octogésima Tercera del Anexo 1 se señaló que el AEPT no podrá, por sí o por algún tercero contratado de manera directa o indirecta, durante los siguientes 60 días naturales a partir de la ejecución de la portabilidad, contactar al usuario final para promocionar servicios o paquetes. La imposición de esta medida considera, entre otros elementos, que dadas las ganancias netas de portabilidad y los niveles de concentración del segmento móvil, aumentar el periodo de no contacto de manera asimétrica permitiría que los usuarios finales experimenten los servicios de la oferta de la red de destino y evitaría que el AEPT contrarreste de inmediato las ofertas comerciales de sus competidores a través de estrategias de recuperación restringiendo con ello la recuperación de costos y la movilidad de los usuarios.

En este sentido, considerar la implementación de la prueba de replicabilidad económica para tarifas destinadas al segmento portado permitiría que aquellas ofertas comerciales de captación del segmento puedan ser replicadas por los OMV.

Por lo anterior, se considera adecuado modificar el enfoque vigente en el segmento de prepago a efecto de que, en el caso de las ofertas destinadas al segmento de portabilidad, estas sean evaluadas de manera desagregada a efecto de considerar cualquier registro adicional que modifique las características de las tarifas base para los usuarios portados.

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.

³¹ Folio 1845247. Disponible en: https://tarifas.ift.org.mx/ift_visor/assets/ratefiles/17498598403063nacional_-_actualizacion_mas_megas_pasl_200_300_portabilidadott_1306251.pdf
Folio 1844158. Disponible en: https://tarifas.ift.org.mx/ift_visor/assets/ratefiles/17495763898363nacional-actualizacionportabilidadplusfinal100625.pdf

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.

$$C_{may} = P_{may_{MB}} * Q_{MB} + P_{may_{voz}} * Q_{voz} + P_{may_{SMS}} * Q_{SMS}$$

Donde:

C_{may} es el costo mayorista al que debe hacer frente el operador alternativo para prestar el servicio minorista,

P_{may_i} es el precio mayorista de la oferta de referencia

Q_{may_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.

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 que concentren el 80% de los ingresos y el 80% de suscriptores tanto en prepago como en pospago. Adicionalmente, como parte de la entrega el AEPT proporciona el

tráfico cursado por cada OMV revendedor en la red del AEPT, así como el número de suscriptores.

Es relevante señalar que a efecto de implementar la prueba de replicabilidad económica se requiere de información relacionada con los tráficos cursados que permita revisar que el tráfico reportado para la oferta sea consistente con el consumo de los usuarios para los servicios de voz (min), SMS y datos (MB) en el periodo cursado. Para ello es necesario lo siguiente: i) que la información que se refleja en la prueba debe ser **aquella observada en el periodo** respecto de los usuarios de cada oferta y ii) que se presente información de soporte respecto del segmento de pospago para identificar el tráfico que se cursa como parte de las unidades consideradas en la renta mensual de los consumos excedentes (recargas, paquetes o consumos unitarios).

Considerar esta información en la entrega inicial permitirá reducir la necesidad 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

A efecto de considerar los precios mayoristas que resultarían aplicables al OMV que se considere en la prueba de replicabilidad económica se mantiene el enfoque de considerar los OMV revendedores que hacen uso de los servicios mayoristas del AEPT.

4. 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. Por su parte, en la Modificación al Acuerdo de Replicabilidad Económica Móvil se consideró implementar las

modificaciones sin realizar pruebas piloto dado que no se advertían cambios sustantivos para la recolección y procesamiento de la información.

Por lo que hace a la presente modificación, se observa que esta considera la evaluación de un mayor número de ofertas tanto en el segmento prepago como pospago de las que puede ser necesario considerar información adicional para reflejar de manera adecuada sus componentes en la prueba de replicabilidad, por tanto, se estima razonable considerar un periodo de prueba piloto a efecto de implementar las modificaciones en la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles.

Ante ello, la prueba de replicabilidad del tercer trimestre del 2025 será considerada como prueba piloto, es decir, se realizará una primera prueba sin repercusiones, independientemente del resultado a efecto de permitir al Instituto allegarse de la información necesaria para evaluar las ofertas de manera desagregada. Esta prueba será realizada nuevamente cuando se cuenten con los insumos de información necesarios para confirmar el resultado inicial y entonces se aplicarán las disposiciones señaladas por la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1.

5. 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 tercer trimestre de 2025 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.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 28 párrafo décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en relación con los transitorios Primero, Décimo y Décimo Primero del “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de simplificación orgánica” publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de diciembre de 2024; 1, 7, 15 fracción LXIII, 16 y 17 fracción XV de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en relación con los transitorios Primero, Segundo, Tercero y Octavo del “Decreto por el que se expide la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión y se abroga la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión” publicado en el Diario Oficial de la Federación

el 16 de julio de 2025; 1, 4 fracción I y 6 fracciones I, VI, XVIII y XXXVIII del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones; la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de 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)” 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, P/IFT/EXT/270217/119 y P/IFT/021220/488”, 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 MODIFICA la disposición Segunda, fracciones XIV y XV, y se ADICIONA la disposición Tercera, párrafo quinto, 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:

“SEGUNDA.- Para los efectos del presente instrumento, se entenderá por:

...

XIV. Ofertas Insignia Prepago. Se consideran las siguientes Ofertas Minoristas:

- *Oferta Minorista que haya generado el mayor ingreso y Oferta Minorista que haya tenido el mayor número de usuarios, en el periodo observado, pertenecientes a la Cartera Prepago;*
- *Los 3 montos de recarga y/o paquetes con mayor número de usuarios e ingresos en el periodo observado, pertenecientes al esquema de pago con mayor número de usuarios de la Cartera de Prepago, y*
- *Las 2 Ofertas Minoristas con mayor número de usuarios destinadas a usuarios portados a la Cartera Prepago.*

XV. Ofertas Insignia Pospago. *Se considerarán las siguientes Ofertas Minoristas:*

- Las 10 Ofertas Minoristas que haya generado el mayor ingreso y Ofertas Minoristas que hayan tenido el mayor número de usuarios, en el periodo observado, pertenecientes a la Cartera Pospago, y
- Las 5 Ofertas Minoristas con mayor crecimiento en términos de usuarios en el periodo evaluado, pertenecientes a la Cartera de Pospago.

TERCERA.-...

...

...

...

El Instituto podrá requerir información al AEP a efecto de determinar la razonabilidad de incorporar o excluir conceptos de costos aguas abajo e ingresos en la prueba cuando éstos no se encuentren relacionados con la cartera o las ofertas evaluadas”.

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

Tercero.- El presente es un acto administrativo 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 2025 se deberán entregar en un plazo no mayor a 25 (veinticinco) días hábiles posteriores a la conclusión del tercer trimestre del 2025.

La prueba de replicabilidad económica del cuarto trimestre de 2025 y las pruebas posteriores deberán ser entregadas en un plazo no mayor de 20 (veinte) días hábiles posteriores a la conclusión de cada trimestre, tal como lo señala la disposición CUARTA de la metodología términos y condiciones para llevar a cabo las pruebas de replicabilidad económica.

Tercero.- La prueba de replicabilidad económica correspondiente al tercer trimestre de 2025 será considerada prueba piloto en los términos señalados en el presente Acuerdo.

Cuarto.- 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 en Telecomunicaciones 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/100925/306, aprobado por unanimidad en la XIX Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 10 de septiembre de 2025.

Lo anterior, con fundamento en los artículos 28, párrafos décimo sexto y décimo séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en relación con los Transitorios Décimo y Décimo Primero del "Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de simplificación orgánica"; Transitorios Primero, Segundo, Tercero, Sexto y Octavo del "Decreto por el que se expide la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión y se abroga la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión"; 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: SOSTENES DIAZ GONZALEZ
FECHA FIRMA: 2025/09/11 1:07 PM
AC: AC DEL SERVICIO DE ADMINISTRACION
TRIBUTARIA
ID: 229796
HASH:
C034A69E2B3643923B1CBC123DB0F07A30DA7B0A7BAD74
07E6E4BA9233139275

FIRMADO POR: ARTURO ROBLES ROVALO
FECHA FIRMA: 2025/09/11 1:33 PM
AC: AC DEL SERVICIO DE ADMINISTRACION
TRIBUTARIA
ID: 229796
HASH:
C034A69E2B3643923B1CBC123DB0F07A30DA7B0A7BAD74
07E6E4BA9233139275

FIRMADO POR: RAMIRO CAMACHO CASTILLO
FECHA FIRMA: 2025/09/12 11:04 AM
AC: AC DEL SERVICIO DE ADMINISTRACION
TRIBUTARIA
ID: 229796
HASH:
C034A69E2B3643923B1CBC123DB0F07A30DA7B0A7BAD74
07E6E4BA9233139275

FIRMADO POR: JAVIER JUAREZ MOJICA
FECHA FIRMA: 2025/09/12 11:16 AM
AC: AC DEL SERVICIO DE ADMINISTRACION
TRIBUTARIA
ID: 229796
HASH:
C034A69E2B3643923B1CBC123DB0F07A30DA7B0A7BAD74
07E6E4BA9233139275

LEYENDA DE CLASIFICACIÓN		
LA PRESENTE VERSIÓN PÚBLICA CORRESPONDE A UN DOCUMENTO QUE CONTIENE INFORMACIÓN CONFIDENCIAL		
 INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES	Concepto	Donde:
	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 refieren los Acuerdos P/IFT/120917/548 y P/IFT/140922/472”, aprobada el 10 de septiembre del 2025 por el Pleno del Instituto en su XIX Sesión Ordinaria, mediante Resolución P/IFT/100925/306.
	Fecha de elaboración de versión pública y fecha de clasificación del Comité	23 de septiembre de 2025 Acuerdo 11/SE/06/25 de fecha 23 de septiembre de 2025.
	Área	Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión.
	Supuestos o hipótesis de confidencialidad	Información concerniente a hechos y actos de carácter económico relativos a personas morales cuya divulgación pudiera ser útil para un competidor y que puede afectar la estrategia comercial de diversos agentes económicos. Páginas: 21 y 22.
	Fundamento Legal	Artículos 115, segundo y tercer párrafo de la nueva Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIIP); 113, fracción III de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; numerales 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. Lo anterior en términos de lo dispuesto por los artículos 72, fracción V, inciso c) de la LFTAIP en relación con lo dispuesto en los artículos transitorios Segundo y Tercero del “DECRETO por el que se expiden la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados; la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares; y se reforma el artículo 37, fracción XV, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de

		marzo de 2025; y 103, fracción III de la nueva LGTAIP.
	Personas o instancias autorizadas a acceder a la información clasificada.	Apoderados legales de los integrantes del Agente Económico Preponderante en Telecomunicaciones, el Pleno y el personal de la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto Federal de Telecomunicaciones.
	Firma autógrafa o señalamiento de firmado electrónico y cargo de la persona servidora pública	Emiliano Díaz Goti, Director General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión de la Unidad de Política Regulatoria. Se suscribe mediante Firma Electrónica Avanzada de conformidad con los acuerdos Primero, inciso c), y Segundo del Acuerdo P/IFT/041130/337 del 04 de noviembre de 2020, "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".

FIRMADO POR: EMILIANO DIAZ GOTI
FECHA FIRMA: 2025/09/24 4:37 PM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 233183
HASH:
877AF6A219CABA66D0926B7EC7CF1D0EC5FE521A5C73D8
C6C7175752DDE5B4E6