

INFORME DE CONSIDERACIONES 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 la Ciudad de México a los 09 días del mes de septiembre de dos mil veinticinco, la Unidad de Política Regulatoria del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Instituto) realiza el presente informe, de conformidad con el artículo 51 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y el diverso noveno de los Lineamientos de Consulta Pública y Análisis de Impacto Regulatorio del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

El Instituto llevó a cabo el proceso de 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, la “**Consulta Pública**”) con fundamento en lo establecido en los artículos 1, 7, 15 fracción XL y 51 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; 1, 4, fracción I y 6, fracción VI del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones; así como en los Lineamientos Primero, Tercero, fracción I, Quinto, Séptimo, Octavo, Noveno y Décimo de los Lineamientos de Consulta Pública y Análisis de Impacto Regulatorio del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

GLOSARIO

Término	Definición
AEPT	Agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones conformado por 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. de C. V., Grupo Carso, S.A.B. de C.V., y Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V., declarado mediante Acuerdo P/IFT/EXT/060314/76.
AT&T	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.
CANIETI	Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información.
EEO	Enfoque de Operador Igualmente Eficiente (Acrónimo de <i>Equally Efficient Operator</i> en inglés)

Término	Definición
Grupo Televisa	Operbes, S.A. de C.V., Cablevisión, S.A. de C.V., Cablemás Telecomunicaciones, S.A. de C.V., Cablevisión Red, S.A. de C.V., Televisión Internacional, S.A. de C.V., México Red de Telecomunicaciones, S. de R.L. de C.V. y TV Cable de Oriente S.A. de C.V., Corporación de Radio y Televisión del Norte de México, S. de R.L. de C.V
OMV	Operador Móvil Virtual.
OREDA	Oferta de Referencia para la Desagregación del Bucle Local.
Primera Resolución Bienal	<p>“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 seis de marzo de dos mil catorce, aprobada mediante acuerdo P/IFT/EXT/060314/76”.</p> <p>Aprobado por el Pleno del Instituto en su IV Sesión Extraordinaria celebrada el 27 de febrero de 2017, mediante Acuerdo P/IFT/EXT/270217/119.</p>
Segunda Resolución Bienal	<p>“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”.</p> <p>Aprobado mediante por el Pleno del Instituto en su XXIV Sesión Ordinaria, el 02 de diciembre de 2020, mediante Acuerdo P/IFT/021220/488.</p>
Tercera Resolución Bienal	<p>“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”.</p>
REO	Enfoque de Operador Razonablemente Eficiente (Acrónimo de <i>Reasonably Efficient Operator</i> en inglés)
SEO	Enfoque de Operador Similarmente Eficiente (Acrónimo de <i>Similarly Efficient Operator</i> en inglés)
Telefónica	Pegaso PCS, S.A. de C.V.

Descripción de la consulta

La consulta pública se llevó a cabo del 05 de junio de 2025 al 16 de julio de 2025 (30 días hábiles) con la finalidad de fomentar la participación ciudadana en la toma de decisiones del Instituto, mediante comentarios, opiniones y aportaciones de cualquier interesado sobre **la propuesta de actualización de la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles.**

Objetivos de la consulta pública

Los objetivos principales de Consulta Pública consistieron en: i) establecer una mayor desagregación de ofertas para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, ii) establecer mejoras en la implementación de la prueba y la documentación de soporte y iii) transparentar y fomentar la participación ciudadana, a través de la recepción de comentarios, opiniones y aportaciones, acompañadas de sus respectivas justificaciones, que puedan ser de utilidad para el Instituto como elementos de análisis y valoración para una adecuada actualización de la metodología, término y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles.

Unidad Administrativa responsable de la consulta pública

Unidad de Política Regulatoria.

Descripción de los participantes en la consulta pública

Con relación a las manifestaciones, opiniones, comentarios y propuestas recibidas durante la Consulta Pública, para efectos de su atención, estos han sido resumidos y agrupados para su mejor identificación. No obstante, se menciona que todas las opiniones y pronunciamientos recibidos se encuentran disponibles para su consulta en la página de Internet del Instituto¹.

Una vez concluido el plazo de consulta respectivo, se publicaron en el portal del Instituto todos y cada uno de los comentarios, opiniones y propuestas concretas recibidas. Con relación a lo anterior, se menciona que se presentaron 6 (seis participaciones, las cuales corresponden a personas morales.

Los participantes en el proceso de consulta pública fueron los siguientes:

1. AT&T
2. CANIETI²
3. Grupo Televisa
4. INAECE
5. Telefónica

¹ Disponible en: <https://www.ift.org.mx/industria/consultas-publicas/consulta-publica-de-integracion-sobre-la-propuesta-de-actualizacion-de-la-metodologia-terminos-y>

² Participó dos veces, una de ellas para solicitar ampliación del plazo de consulta pública.

RESPUESTAS O POSICIONAMIENTO POR PARTE DEL INSTITUTO

A continuación, se hace una descripción general de los temas que fueron de interés para los participantes, así como las respectivas respuestas y consideraciones del Instituto. Si bien las manifestaciones no se transcriben de manera textual, esto no implica que no se hayan valorado o considerado en su totalidad.

1. Momento de aplicación

- Además de la prueba ex post se debe realizar una evaluación ex ante, previo al lanzamiento de la oferta del AEPT, vinculando esta evaluación a la aprobación de las ofertas, planes y tarifas que ya realiza el Instituto, esto para mitigar el impacto y daño al mercado de la falta continua de replicabilidad de las ofertas que lanza el AEPT en retención y captación. Así se lleva a cabo en Europa. En casos donde se ha flexibilizado la prueba a un esquema ex post solo se ha realizado después de comprobarse la mejora competitiva en el mercado. (Telefónica)
- Se debe añadir la prueba antes del lanzamiento de la oferta del AEPT, vinculando esta evaluación a la aprobación de las ofertas, planes y tarifas para mitigar el impacto y daño al mercado de la falta continua de replicabilidad de las ofertas que lanza el AEPT en retención y captación, con un nivel de agregación oferta por oferta desde la perspectiva del cliente para el horizonte temporal de su tiempo promedio de permanencia. (CANIETI)
- La aplicación de una prueba ex ante es necesaria, dado que es el único tipo de prueba que asegura la replicabilidad económica de las tarifas del AEPT y contribuirá al cumplimiento de los objetivos de la regulación asimétrica impuesta al AEPT para permitir la entrada de OMV al mercado móvil. (Grupo Televisa)
- La aplicación de una prueba ex post es insuficiente porque: 1) se trata de un mercado nuevo o poco maduro; 2) el mercado está altamente concentrado con un operador dominante con una cuota de mercado significativamente alta y hay pocos nuevos entrantes; 3) existe una alta incertidumbre sobre la eficiencia en el mercado para nuevos competidores que utilicen servicios mayoristas del AEPT dado que ya existen indicios de estrechamiento de márgenes en el mercado y hay un alta asimetría de información entre el operador dominante y los alternativos; 5) el AEPT podría estar incurriendo en denegación de suministros como “negativa constructiva” y 6) existe una obligación regulatoria para el operador dominante de notificar o solicitar aprobación de sus ofertas minoristas para comprobar que cumplen con todas las obligaciones regulatorias que se le impusieron. (Grupo Televisa)
- La prueba ex post no otorga a los OMV certeza antes de entrar al mercado de que el AEPT no vaya a lanzar planes tarifarios que les estrechen los márgenes, imposibilitándoles competir de forma efectiva. (Grupo Televisa)
- La prueba ex ante es la única que se puede utilizar para cumplir con lo establecida en la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 sobre el proceso de aprobación de las tarifas minoristas del AEP previo a su lanzamiento comercial por parte del AEPT. Se puede complementar con la prueba ex post con un alto nivel de desagregación para asegurar la replicabilidad tras el lanzamiento comercial de las ofertas del AEPT. (Grupo Televisa)

- Adicional a las pruebas ex ante y ex post, se sugiera la aplicación una prueba simple de comprobación de márgenes brutos como “red de seguridad mínima”. (Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

Respecto a la propuesta de aplicar la prueba para servicios móviles de manera ex ante, la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Tercera Resolución Bienal establece que el Instituto validará de forma ex post la replicabilidad económica de las tarifas al público, a efecto de garantizar que sean replicables por los OMV. En tal sentido, la determinación del momento de implementación de la prueba de replicabilidad económica tiene que ser consistente con lo establecido en la resolución que le da origen.

Sin menoscabo de lo anterior, todas y cada una de las manifestaciones vertidas sobre la aplicación ex ante se analizaron como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes, aún en un contexto de aplicación ex post.

El análisis propuesto de “comprobación de márgenes brutos” implica menor detalle que la prueba de replicabilidad económica realizada por el Instituto al no considerar los costos aguas abajo incurridos. No obstante, se revisaron los conceptos de costos considerados para la elaboración del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

2. Eficiencia

- Es necesario volver al enfoque SEO, para asegurar que los OMV entrantes de pequeña escala puedan replicar la oferta del AEPT desde el principio, sin tener que adquirir un volumen relevante de base de usuarios para poder hacerlo, algo que precisamente la falta de replicabilidad económica les impide. (Telefónica)
- Se sugiere el enfoque SEO para intentar mitigar el problema a la entrada de nuevos OMV y asegurar la replicabilidad económica para estos en la fase más complicada de entrada y crecimiento inicial. Por otro lado, el enfoque de replicabilidad debe aplicarse a los costos de los equipos terminales móviles considerando la diferencia del poder de compra de acuerdo con la escala de los operadores. (CANIETI)
- El estándar de eficiencia propuesto no es realista ni compatible con la situación actual del mercado móvil (y de OMV) en México. Por lo tanto, no se favorece la entrada eficiente de operadores al mercado, en el que no se puede alcanzar la considerada cuota de mercado eficiente dentro del ciclo regulatorio considerado (o de la vida útil del cliente). (Grupo Televisa)
- El estándar REO³ con los datos de escala y eficiencia de un OMV deber ser utilizado, dados los objetivos regulatorios de favorecer la entrada de nuevos OMV en el

³ Acrónimo de *Reasonably Efficient Operator* (Operador Razonablemente Eficiente)

mercado móvil, el cual se encuentra altamente concentrado, y porque el AEPT disfruta de economías de alcance y a escala. (Grupo Televisa)

- La Comisión Europea, BEREC⁴ y otras autoridades regulatorias europeas como AGCOM⁵, Comreg⁶ y BNetzA⁷ han recomendado en ocasiones la utilización del enfoque de eficiencia REO, relacionando a los objetivos de minimizar el riesgo de estrechamiento de márgenes, considerar las economías de escala menores y compensar las ineficiencias estáticas a corto plazo con la eficiencia dinámica en el largo plazo. Dado lo anterior, y que los objetivos de política regulatoria son similares con esos otros reguladores, el Instituto debería elegir la utilización del estándar REO. (Grupo Televisa)
- En consistencia con la recomendación del uso del estándar de eficiencia REO, el nivel de costos aguas abajo deberán ser los que tendrían un operador entrante, incluso el costo de capital. El Instituto tendría que estimar el costo de capital de un OMV tipo de varios tipos de OMV. En caso de que exista la entrada de otro tipo de OMV como uno completo, el Instituto deberá adaptar los costos aguas abajo de conformidad con este. (Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

Es importante resaltar que el enfoque de eficiencia está principalmente asociado con los costos aguas abajo a considerar en la prueba de replicabilidad económica, por lo que no limita que se pueda emplear un enfoque de un operador con bajo tráfico para la estimación de los precios mayoristas con independencia del enfoque de eficiencia empleado en los costos aguas abajo.

Por otra parte, en relación con las sugerencias sobre la implementación de un enfoque SEO, se destaca que el enfoque EEO vigente y la existencia de un mecanismo de suspensión de comercialización de ofertas en caso de que no se acredite la prueba con este enfoque proporciona transparencia a los resultados de la prueba. En este mismo sentido, si bien un enfoque SEO o REO brindan una escala más parecida a aquella de los OMV, se observa que, el enfoque EEO empleado en la prueba para los costos aguas abajo se combina con la escala real de los OMV para determinar los costos mayoristas que se toman en cuenta en la prueba, por tanto si es sensible a la escala real de los OMV. Sin menoscabo de lo anterior, se analizaron las alternativas de eficiencia señaladas como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

⁴ Organismo de Reguladores Europeos de las Comunicaciones Electrónicas (en inglés *Body of European Regulators for Electronic Communications*)

⁵ Acrónimo de *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* (Autoridad Reguladora de las Comunicaciones de Italia)

⁶ Acrónimo de *Commission for Communications Regulation* (Comisión para la Regulación de Comunicaciones de Irlanda)

⁷ Acrónimo de *Bundesnetzagentur* (La Agencia Federal de Redes de Alemania)

3. Estándar de Costos

- El mejor enfoque para estándar de costos es utilizar FAC⁸, pues esta obligación ya está disponible y en vigor desde hace unos años, y es la que mejor refleja los verdaderos costos de los distintos elementos y actividades involucradas. (Telefónica)
- El enfoque FAC es más realista y transparente, ya que la contabilidad regulatoria ya estaría en vigor y la mejor fuente de información es la de la propia contabilidad del AEPT auditada por auditores externos. Esta contabilidad refleja los verdaderos costos en los que se basa el AEPT para lanzar sus ofertas. (CANIETI)
- Asegurarse de que los criterios de asignación de costos sean consistentes con la Metodología de Separación Contable. Esto permitirá validar la veracidad y consistencia de la información. (AT&T)
- Se sugiere la utilización de un estándar de costos FAC CCA⁹, en línea con las mejores prácticas internacionales, para fomentar la entrada de operadores en el mercado móvil, lo que representa el principal objetivo de la política regulatoria. Cuando se incremente el nivel de competencia y se reduzca la asimetría en el mercado, se podría transitar a un estándar de costos LRAIC+¹⁰. (Grupo Televisa)
- Dado que el Instituto no aclara de dónde se sacarían los datos por estimar los costos; por lo que, considerando posible indisponibilidad de datos, se sugiere optar por un estándar de costos LRAIC+ o FAC CCA en el corto plazo, para facilitar la construcción de los modelos de estrechamiento de márgenes. (Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

Se precisa que la metodología del Acuerdo P/IFT/140922/472 y la propuesta que se sometió a consulta pública consideran el uso del estándar FAC al no estar disponible el enfoque LRIC+. Por otro lado, se advierte que tanto para FAC como para LRIC+ se valida la consistencia de los criterios de asignación con otros instrumentos regulatorios del Instituto.

Se hacer notar que los posibles estándares de costos se analizaron como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que ésta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

4. Nivel de agregación

- Se deben distinguir las ofertas entre captación y gestión del parque, tanto para prepago como para pospago, además de considerar el canal (por ejemplo, venta en centros de atención, distribuidores o en línea) y las zonas geográficas. Para el caso de prepago se deben considerar 3 ofertas de captación y 3 de gestión del parque,

⁸ Acrónimo de *Fully Allocated Costs* (Costos Completamente Distribuidos)

⁹ Acrónimo de *Fully Allocated Costs with Capital Cost Allowance* (Costos Completamente Distribuidos con Deducción por Costos de Capital)

¹⁰ Acrónimo de Long Run Average Incremental Cost + (Costo Incremental Promedio de Largo Plazo más un margen para recuperar costos compartidos y comunes)

considerando variables como número de recargas, ingresos y suscriptores únicos. (Telefónica)

- Considerar ofertas en términos de captación (general y portabilidad), gestión del parque y retención, tanto en prepago como en pospago, esto además de la separación de ofertas por cartera e insignia. En el caso de prepago tomar en consideración denominaciones tales como mayor número de recargas realizadas, ingresos y suscriptores únicos. En el caso de pospago tomar en consideración denominaciones tales como precio por GB de cada plan (ARPGb), incluyendo las promociones, descuentos y periodos de aplicación. (CANIETI)
- Capturar patrones de consumo adecuados, desde la perspectiva del usuario, así como costos e ingresos promedio. Esto otorgará mayor transparencia y permitirá una implementación más práctica (AT&T).
- Emplear un nivel de agregación por cartera ocasionaría que cualquier práctica anticompetitiva de estrechamiento de márgenes de ofertas, servicios o paquetes pasará inadvertida y diluida en el test, lo que imposibilitaría la detección de en qué tarifa o segmento específico esté el problema, y, por lo tanto, no se establecerían medidas correctivas adecuadas. (Grupo Televisa)
- De conformidad con referencias internacionales de otros reguladores, el análisis oferta por oferta debería emplearse en las pruebas ex ante y ex post al ser el único tipo de análisis que ayuda a eliminar cualquier incertidumbre y posibilidad de estrechamiento de márgenes y subsidios cruzados, mientras que permite la entrada de OMVs en el mercado. (Grupo Televisa)
- Con un mayor nivel de competencia, se podría adaptar un enfoque de analizar las ofertas más relevantes o insignia, como lo realiza el regulador NKOM¹¹. (Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

Se precisa que la aplicación de la prueba de replicabilidad económica combina un análisis a nivel de cartera con uno a nivel de ofertas individuales insignia considerando las características de las ofertas que el AEPT ofrece al usuario final, es decir, con promociones, beneficios, descuentos, equipos terminales, OTT, entre otros, por lo que no se trata únicamente de una evaluación con un nivel de agregación total o de cartera.

De conformidad con lo señalado en la Tercera Resolución Bienal, el Instituto podrá considerar, en la implementación de las pruebas de replicabilidad económica, la realización de pruebas individuales. Ante ello, la modificación en la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica considera una mayor desagregación respecto de las ofertas evaluadas tanto en el segmento de prepago como el de pospago.

En relación con los comentarios sobre las ofertas de captación, retención y gestión del parque, y sobre los patrones de consumo de los usuarios, se precisa que como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, se valoró contar con una mayor

¹¹ Acrónimo de *Nasjonal kommunikasjonsmyndighet* (La Autoridad Noruega de Comunicaciones)

desagregación de las ofertas evaluadas para evitar prácticas de estrechamiento de márgenes en ofertas con mayores ingresos, usuarios o crecimiento.

5. Tratamiento del segmento empresarial

- Incluir ofertas estandarizadas y no estandarizadas a través de una prueba *ad hoc* para contratos que superen umbral de ingresos. (Telefónica)
- Se debe considerar una prueba *ad hoc* para grandes empresas o entidades gubernamentales, además de las ofertas estandarizadas, para lo cual el Instituto pudiera requerir los contratos del segmento empresarial o gubernamental que superen cierto umbral de ingresos. (CANIETI)
- Es adecuado que se incluyan en el análisis las ofertas empresariales estandarizadas y no estandarizadas. No obstante, el enfoque debe ser distinto. Se sugiere que las ofertas empresariales estandarizadas reciban el mismo trato que las ofertas del segmento residencial. Mientras que, para las ofertas empresariales no estandarizadas, diseñadas para grandes empresas y el sector gubernamental, se recomienda que el Instituto imponga la obligación al AEPT de entregar todas las ofertas presentadas a estas entidades incluyendo todas las condiciones, y que el propio Instituto seleccione una muestra cada cierto tiempo de aquellos contratos superiores a cierta cuantía y realice una prueba de estrechamiento de márgenes *ad hoc*. (Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

Se precisa que la evaluación de las ofertas empresariales estandarizadas forma parte de las pruebas de replicabilidad económica que el AEPT debe acreditar conforme a la metodología en términos del Acuerdo P/IFT/140922/472 y la propuesta sometida a consulta pública.

Por otra parte, la medida Octogésima Sexta del Anexo 1 de la Tercera Resolución Bienal señala que el AEPT deberá entregar al Instituto la relación de propuestas técnicas que contengan servicios de telecomunicaciones móviles de voz y/o datos, así como equipos terminales cuyos contratos le hayan sido adjudicados en el semestre respectivo en los procedimientos de contratación pública concluidos cuyo contrato supere un umbral de contraprestación por sus servicios definido por el Instituto. Por lo tanto, tras las modificaciones realizadas en la Tercera Resolución Bienal el Instituto se tendrá mayor transparencia respecto de las condiciones con las que el AEPT ofrece los servicios cuando se trata de adquisiciones gubernamentales.

Las manifestaciones se analizaron como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

6. Servicios mayoristas a considerar

- Se propone que se realice una prueba similar para el modelo de OMV completo. (INAECE)

- Se solicita incluir el servicio de Usuario Visitante para garantizar que los operadores que lo utilicen puedan replicar la oferta minorista del AEPT de manera eficaz. (Telefónica)
- Se propone que se incluya el servicio mayorista de Usuario Visitante. (CANIETI)
- El AEP está obligado a posibilitar a los CS diferentes modelos de negocio (OMV total, parcial, revendedor, etc.), y debería permitir estructuras tarifarias diferentes a las actuales del revendedor para facilitar otros modelos de negocio. Por lo que el Instituto debería incluir de manera específica las nuevas estructuras tarifarias para otros modelos de negocio y realizar pruebas ex ante y ex post de estrechamiento de márgenes. (Grupo Televisa)
- En la próxima revisión de la Oferta de Referencia de OMV se solicita se incluyan los detalles económicos y técnicos que permitan modelos de negocio diferentes de OMV así como estructuras tarifarias alternativas: compra de módulos de tráfico, capacidad de red, etc. (Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

La medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Tercera Resolución Bienal señala que “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”. Por lo tanto, el alcance de la metodología debe circunscribirse a lo estipulado en las medidas asimétricas.

Por otra parte, respecto a las estructuras tarifarias que se consideran en la oferta de referencia para OMV, así como los detalles económicos y técnicos de estas, se observa que éstas se determinan en la revisión anual de las ofertas de referencia por lo que la modificación de las términos y condiciones de estos servicios mayoristas exceden el alcance de esta consulta pública.

Las manifestaciones se analizaron como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

7. Precio de los insumos mayoristas

- Se propone que se consideren precios y descuentos de la oferta de referencia correspondientes a un OMV de pequeña escala (rango 0). (Telefónica)
- Se propone que se utilicen los precios mayoristas de un OMV de pequeña escala recién entrado al mercado, considerando precios sin descuento por volumen o de rango 0. (CANIETI)
- Los descuentos por volumen que se apliquen a los precios de los insumos mayoristas deben ser razonables y acordes con la escala del OMV modelado, la cual debe ser realista durante el periodo del tiempo de la prueba, es decir con una cuota de mercado

razonable y que el volumen de tráfico esperado determine el descuento por volumen de aplicación. (Grupo Televisa)

- Los descuentos por volumen deben estar disponibles para todos los OMV y no ser discriminatorios. (Grupo Televisa)
- El AEPT, por su escala superior, no debe justificar precios minoristas menores asumiendo que puede dar descuentos mayores a su unidad minorista por su mayor escala y compromiso temporal. (Grupo Televisa)
- Es fundamental que el Instituto establezca tarifas mayoristas de OMV en la red del AEPT que permitan la replicabilidad efectiva de los servicios minoristas del AEPT con un margen razonable, que no sucede hoy en día. (Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

Se precisa que la metodología en términos de los Acuerdos P/IFT/120917/549 y P/IFT/140922/472, y la propuesta de actualización sometida a consulta pública considera los precios de la oferta de referencia para los OMV revendedores, y que en caso de que existieran descuentos se considerarán el descuento promedio aplicado.

Respecto a las manifestaciones de la disponibilidad de descuentos por volumen para otros OMV, así como sobre la determinación de las tarifas mayoristas para OMV, se observa que éstas se establecen de conformidad con lo señalado en la medida Sexagésima Primera del Anexo 1, por lo que su modificación excede el alcance de esta consulta pública. Es relevante señalar que el AEPT ya se encuentra obligado a hacer públicas, a través de la firma del convenio, las tarifas que negocie y debe garantizar la no discriminación en la provisión de los servicios mayoristas regulados a terceros.

Adicionalmente, los comentarios en relación con la escala del OMV considerado en la prueba de replicabilidad económica se analizaron en el contexto del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

8. Tratamiento de las promociones

- Incrementar a 4 el número de ofertas evaluadas tanto para prepago como para pospago, considerando promociones de captación y portabilidad, además de variables como periodo de aplicación, canales y zona geográfica. Además, considerar aspectos como empaquetamientos (servicios OTT o servicios de valor agregado), ofertas que multiplican la navegación o brindan acceso ilimitado a aplicaciones o servicios, esquemas de financiamiento y otros beneficios (por ejemplo: *cashback*) (Telefónica)
- Analizar todas las promociones de forma individual oferta por oferta, sin embargo, por la carga regulatoria debe al menos incrementar la cantidad de promociones a analizar, considerando los niveles de captación y portabilidad además de los periodos de aplicación. Adicionalmente, considerar aspectos como empaquetamientos (servicios OTT), ofertas que multiplican navegación o brindan acceso ilimitado a aplicaciones o

servicios, esquemas de financiamiento u otros beneficios como el *cashback*. (CANIETI)

- Mantener el enfoque vigente de considerar todos los ingresos, costos y descuentos derivados de las promociones. En tarifas insignia, considerar las tarifas base y cualquier registro adicional que modifique las características de las tarifas base. Considera que las promociones son “*add-ons*” sobre tarifas base por lo que no es posible analizar de manera independiente una promoción sin considerar las características de la oferta base. (AT&T)
- El enfoque propuesto por el Instituto es adecuado en una prueba de estrechamiento de márgenes ex post agregado. Sin embargo, de conformidad con la experiencia internacional, las pruebas de replicabilidad ex ante oferta por oferta son más adecuadas para incentivar la entrada eficiente de competidores que utilicen los servicios mayoristas regulados del AEPT y que los OMV puedan replicar los planes tarifarios del AEPT de manera técnica y económicamente viable. (Grupo Televisa)
- Dado el contexto del mercado mexicano actual las promociones se deben contabilizar como mayores costos o como menores ingresos (o precios); y, deben ser analizadas de forma ex ante y de forma ex post. (Grupo Televisa)
- Se sugiere nuevamente una prueba básica de márgenes brutos como “red de seguridad mínima” en la que los descuentos y promociones se tengan en cuenta de forma previa al que sean lanzadas comercialmente. (Grupo Televisa)
- Evaluar promociones de alto alcance, recurrencia o ciclicidad, incluso cruzadas con otros servicios, para evitar que no sean replicables para el resto de los competidores o contengan insumos no accesibles. (Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

Se precisa que la aplicación de la prueba mixta a nivel de cartera con un análisis a nivel de ofertas individuales insignia se lleva a cabo considerando las condiciones en las que el AEPT ofrece tales ofertas al usuario final, es decir, con promociones, beneficios, descuentos, equipos terminales, OTT, entre otros elementos.

De conformidad con lo señalado en la Tercera Resolución Bienal, el Instituto podrá implementar pruebas de replicabilidad económica para ofertas individuales. Ante ello, las modificaciones en la metodología se encaminan a contar con una mayor desagregación de las ofertas evaluadas y sus promociones.

Los comentarios recibidos se analizaron como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

9. Evaluación de la rentabilidad

- Se sugiere mantener una aproximación periodo a periodo para ex post. Para la evaluación ex ante se recomienda la metodología de flujo de caja descontado (FCD), oferta por oferta. (Telefónica)
- Se sugiere mantener una aproximación periodo a periodo para ex post. Para la evaluación ex ante se recomienda la metodología de FCD, ya que esta permite

calcular la replicabilidad económica oferta por oferta desde la perspectiva del cliente. (CANIETI)

- Se debe emplear una prueba de replicabilidad ex ante: FCD durante el periodo de vida media de permanencia del cliente de una oferta. La estimación de costos e ingresos futuros para una prueba ex ante no es una carga no soportable para el AEPT. En otros países se lleva a cabo este tipo de pruebas, analizando múltiples ofertas, y ha resultado de gran utilidad para fomentar la competencia. (Grupo Televisa)
- Se debe aplicar una prueba de replicabilidad ex post periodo a periodo con datos reales del AEPT de las ofertas presentes en el mercado. (Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

Respecto a la propuesta de aplicar la prueba para servicios móviles de manera ex ante, la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Tercera Resolución Bienal establece que el Instituto validará de forma ex post la replicabilidad económica de las tarifas al público, a efecto de garantizar que sean replicables por los OMV. En tal sentido, la determinación del momento de implementación de la prueba de replicabilidad económica tiene que ser consistente con lo establecido en la resolución que le da origen.

En línea con lo anterior es relevante señalar que la metodología vigente ya contempla una evaluación periodo a periodo y que para la evaluación de la rentabilidad es posible considerar costos completamente distribuidos u otro estándar de costos de estar disponible.

Finalmente se observa que las manifestaciones se analizaron como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

10. Tratamiento de las ofertas empaquetadas

- Se propone que el análisis sea tanto conjunto de la oferta empaquetada, como analizando individualmente los servicios y elementos que contiene cada oferta empaquetada, debido a que ha quedado de manifiesto la práctica anticompetitiva por parte del AEPT de subsidios cruzados entre los elementos del paquete. Se busca que un OMV de pequeña escala pueda competir desde el principio, concentrándose en segmentos de nicho, conformando un conjunto de servicios a medida y que no tenga que conformar exactamente el mismo paquete que el AEPT para poder competir con él. (Telefónica)
- Se debe analizar de forma individual los componentes del paquete ya que han quedado de manifiesto las prácticas de subsidios cruzados entre los elementos del paquete por parte del AEPT. Se tiene que garantizar que tanto el conjunto del paquete como a nivel individual, los elementos que los conforman puedan ser replicados por los competidores. (CANIETI)
- El Instituto debe realizar la prueba para cada uno de los componentes de cada paquete de manera individual en el proceso de autorización tarifaria prescrito por la ley en la medida de preponderancia móvil Sexagésima Cuarta. De esta forma, se

garantizaría que no hubiera subsidios cruzados entre los servicios de un paquete.
(Grupo Televisa)

Consideraciones del Instituto

Se puntualiza que si bien las pruebas de replicabilidad económica forman parte de la regulación asimétrica, que tiene como objetivo evitar que el AEPT lleve a cabo la práctica de estrechamiento de márgenes, a través de la vía del derecho de la competencia existen mecanismos para investigar y sancionar prácticas y conductas anticompetitivas, como lo sería la práctica de subsidios cruzados, para lo cual la autoridad en materia de competencia puede actuar de oficio o a petición de cualquier interesado.

Respecto a la revisión de la replicabilidad económica en el proceso de autorización tarifaria se observa que la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Tercera Resolución Bienal establece que el Instituto validará de forma ex post la replicabilidad económica de las tarifas al público, a efecto de garantizar que sean replicables por los OMV. En tal sentido, la determinación del momento de implementación de la prueba de replicabilidad económica tiene que ser consistente con lo establecido en la resolución que le da origen.

Las manifestaciones recibidas se analizaron como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

11. Otros

Equipos terminales

- La propuesta de desagregación por parte del Instituto resulta insuficiente. Se necesita que el análisis de los ingresos y costos de terminales sea tan desglosado como a nivel individual de cada oferta que incluye el terminal conjuntamente o por separado. La desagregación tiene que ser máxima y asociada al análisis individual de cada oferta analizada que incluyan un terminal. (Telefónica)
- Se debe analizar la operación actual a efecto de considerar las prácticas de empaquetamiento y los impactos que tienen en las ofertas a evaluar en las pruebas de replicabilidad económica, tomando en consideración que en la Tercera Resolución Bienal se modificó la manera de comercializar los equipos terminales. (AT&T)

Consideraciones del Instituto

Se puntualiza que, en lo referente a equipos terminales, la prueba considera la entrega de información desagregada respecto de los ingresos y costos por concepto de equipos terminales, así como que se realicen las asignaciones a las ofertas respectivas a nivel de cada oferta.

Del mismo modo, las manifestaciones recibidas se analizaron como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de

replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.

Tráfico

- Se debe desagregar el tráfico por cada tipo de oferta. Se debe evitar utilizar valores medios agregados de tráfico y en su lugar, para cada oferta, se debe utilizar el tráfico promedio de los clientes, ya que existe una correlación entre el tamaño nominal de la bolsa de navegación y el uso efectivo de esta. (Telefónica)
- Se debe desagregar el tráfico por cada tipo de oferta. No utilizar valores medios agregados de tráfico sino el tráfico promedio de los clientes por cada oferta ya que existe una correlación entre el tamaño nominal de la bolsa de navegación y el uso efectivo de esta. (CANIETI)

Consideraciones del Instituto

Se puntualiza que las modificaciones en la metodología buscan que la asignación del tráfico en la prueba de replicabilidad permita conciliar el tráfico cursado por los usuarios en cada una de las ofertas respecto de la bolsa de navegación incluida en la oferta evaluada, de esta manera, la asignación propuesta permitirá un análisis a nivel de cada oferta.

Del mismo modo, las manifestaciones recibidas se analizaron como parte del proyecto de modificación a la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles, a fin de que esta permita evitar prácticas de estrechamiento de márgenes.