

FORMATO PARA PARTICIPAR EN LA CONSULTA PÚBLICA

Instrucciones para su llenado y participación:

- I. Las opiniones, comentarios y propuestas deberán ser remitidas a la siguiente dirección de correo electrónico: replicabilidad.2025@ift.org.mx, en donde se deberá considerar que la capacidad límite para la recepción de archivos es de 25 Mb.
- II. Proporcione su nombre completo (nombre y apellidos), razón o denominación social, o bien, el nombre completo (nombre y apellidos) de la persona que funja como representante legal. Para este último caso, deberá elegir entre las opciones el tipo de documento con el que acredita dicha representación, así como adjuntar –a la misma dirección de correo electrónico– copia electrónica legible del mismo.
- III. Lea minuciosamente el **AVISO DE PRIVACIDAD** en materia del cuidado y resguardo de sus datos personales, así como sobre la publicidad que se dará a los comentarios, opiniones y aportaciones presentadas por usted en el presente proceso consultivo.
- IV. Vierta sus comentarios conforme a las indicaciones en la sección “III. Guía para el llenado del formato”.
- V. De contar con observaciones generales o alguna aportación adicional proporciónelos en el último recuadro.
- VI. En caso de que sea de su interés, podrá adjuntar a su correo electrónico la documentación que estime conveniente.
- VII. El período de consulta pública será del 05 de junio al 02 de julio de 2025 (i.e. 20 días hábiles). Una vez concluido dicho periodo, se podrán continuar visualizando los comentarios vertidos, así como los documentos adjuntos en la siguiente dirección electrónica: <http://www.ift.org.mx/industria/consultas-publicas>
- VIII. Para cualquier duda, comentario o inquietud sobre el presente proceso consultivo, el Instituto pone a su disposición los siguientes puntos de contacto: Adriana Helena Cruz León, Directora de Cuantificación de Derechos y Obligaciones, correo electrónico: adriana.cruz@ift.org.mx, número telefónico 55 5015 4000, extensión 4185, Agustín Trajano García Aguilar, Subdirector de Cuantificación de Derechos y Obligaciones 1, correo electrónico: agustin.garcia@ift.org.mx, número telefónico 55 5015 4000, extensión 4599 y Efraín García González, Subdirector de Cuantificación de Derechos y Obligaciones 2, correo electrónico: efrain.garcia@ift.org.mx, número telefónico 55 5015 4000, extensión 4150.

I. Datos de la persona participante	
Nombre, razón o denominación social:	Pegaso PCS, S.A. de C.V.
En su caso, nombre de la persona que funja como representante legal:	Angela Natalia Andrea Federica Guerra Caicedo
Documento para la acreditación de la representación: En caso de contar con una persona que funja como representante legal, adjuntar copia digitalizada del documento que acredite dicha representación, vía correo electrónico.	Poder Notarial
AVISO DE PRIVACIDAD INTEGRAL DE DATOS PERSONALES QUE EL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES RECABA A TRAVÉS DE LA UNIDAD DE POLÍTICA REGULATORIA	
En cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 3, fracción II, 16, 17, 18, 21, 25, 26, 27 y 28 de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados (en lo sucesivo, la “LGPDPPSO”); 9, fracción II, 15 y 26 al 45 de los Lineamientos Generales de Protección de Datos Personales para el Sector Público (en lo sucesivo los “Lineamientos Generales”); 11 de los Lineamientos que establecen los parámetros, modalidades y procedimientos para la portabilidad de datos personales (en lo sucesivo los “Lineamientos de Portabilidad”), numeral XIV, punto 7, de la Política Interna de Gestión y Tratamiento de Datos Personales del Instituto Federal de Telecomunicaciones, se pone a disposición de las personas titulares de datos personales, el siguiente Aviso de Privacidad Integral: I. Denominación del responsable Instituto Federal de Telecomunicaciones (en lo sucesivo, el “IFT”). II. Domicilio del responsable Avenida Insurgentes Sur #1143, Colonia Nochebuena, Demarcación Territorial Benito Juárez, Código Postal 03720, Ciudad de México. III. Datos personales que serán sometidos a tratamiento, identificando aquéllos que son sensibles Los datos personales que el IFT recaba, a través de la <i>Unidad de Política Regulatoria</i>, son los siguientes: • <i>Datos de identificación: Nombre completo de personas físicas, en su caso, nombre completo de representante legal.</i> • <i>Datos de contacto: Dirección de correo electrónico.</i> • <i>Datos laborales: Documentos que acrediten la personalidad del representante legal de personas físicas y morales.</i> Se destaca que en términos del artículo 3, fracción X de la LGPDPPSO, ninguno de los anteriores corresponde a datos personales sensibles. IV. Fundamento legal que faculta al responsable para llevar a cabo el tratamiento El IFT, a través de la <i>Unidad de Política Regulatoria</i>, lleva a cabo el tratamiento de los datos personales mencionados en el apartado anterior, de conformidad con los artículos 15, fracciones XL y XLI, 51 de la <i>Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión</i>, última modificación publicada en el <i>Diario Oficial de la Federación</i> el 20 de mayo de 2021, 12, fracción XXII, segundo y tercer párrafos y 138 de la <i>Ley Federal de Competencia Económica</i>,	

última modificación publicada en el Diario Oficial de la Federación el 20 de mayo de 2021, así como el Lineamiento Octavo de los Lineamientos de Consulta Pública y Análisis de Impacto Regulatorio del Instituto Federal de Telecomunicaciones, publicados en el Diario Oficial de la Federación el 8 de noviembre de 2017, los artículos 19, 20 fracción XXII y 75 del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, última modificación publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de marzo de 2022; recabados en el ejercicio de sus funciones.

V. Finalidades del tratamiento

Los datos personales recabados por el IFT serán protegidos, incorporados y resguardados específicamente en los archivos de la Unidad de Política Regulatoria, y serán tratados conforme a las finalidades concretas, lícitas, explícitas y legítimas siguientes:

Datos personales	Finalidad del tratamiento
A. Datos de identificación (nombre completo de personas físicas, en su caso, nombre completo de representante legal)	Divulgar íntegramente la documentación referente a los comentarios, opiniones y/o aportaciones que deriven de la participación de las personas físicas en los procesos de Consulta Pública a cargo del IFT.
B. Datos de contacto (dirección de correo electrónico)	Divulgar íntegramente la documentación referente a los comentarios, opiniones y/o aportaciones que deriven de la participación de las personas físicas en los procesos de Consulta Pública a cargo del IFT. Hacer llegar al IFT, mediante la dirección electrónica habilitada para ello, su participación en los procesos de Consulta Pública.
C. Datos laborales (documentos que acrediten la personalidad del representante legal de personas físicas y morales)	Acreditar la personalidad en caso de que los comentarios, opiniones y/o aportaciones, u otros elementos de los procesos consultivos sean presentados por los interesados a través de representante legal.

VI. Información relativa a las transferencias de datos personales que requieran consentimiento

La Unidad de Política Regulatoria no llevará a cabo tratamiento de datos personales para finalidades distintas a las expresamente señaladas en este aviso de privacidad, ni realizará transferencias de datos personales a otros responsables, de carácter público o privado, salvo aquéllas que sean estrictamente necesarias para atender requerimientos de información de una autoridad competente, que estén debidamente fundados y motivados, o bien, cuando se actualice alguno de los supuestos previstos en los artículos 22 y 70 de la LGPDPPSO. Dichas transferencias no requerirán el consentimiento del titular para llevarse a cabo.

VII. Mecanismos y medios disponibles para que el titular, en su caso, pueda manifestar su negativa para el tratamiento de sus datos personales para finalidades y transferencias de datos personales que requieren el consentimiento del titular

En concordancia con lo señalado en el apartado VI, del presente aviso de privacidad, se informa que los datos personales recabados no serán objeto de transferencias que requieran el consentimiento del titular. No obstante, en caso de que el titular tenga alguna duda respecto al tratamiento de sus datos personales, así como a los mecanismos para ejercer sus derechos, puede acudir a la Unidad de Transparencia del IFT, ubicada en Avenida Insurgentes Sur #1143 (Edificio Sede), Planta Baja, Colonia Nochebuena, Demarcación Territorial Benito Juárez, Código Postal 03720, Ciudad de México, o bien, enviar un correo electrónico a la siguiente dirección unidad.transparencia@ift.org.mx, e incluso, comunicarse al teléfono 55 5015 4000, extensiones 4688, 2321 y 2205.

VIII. Los mecanismos, medios y procedimientos disponibles para ejercer los derechos ARCO (derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición al tratamiento de los datos personales)

Las solicitudes para el ejercicio de los derechos ARCO deberán presentarse ante la Unidad de Transparencia del IFT, a través de escrito libre, formatos, medios electrónicos o cualquier otro medio que establezca el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (en lo sucesivo el "INAI").

El procedimiento se registrará por lo dispuesto en los artículos 48 a 56 de la LGPDPPSO, así como en los numerales 73 al 107 de los Lineamientos Generales, así como lo señalado en el Procedimiento Interno para garantizar el ejercicio de los Derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación, Oposición y Portabilidad de Datos Personales ejercidos ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones¹, de conformidad con lo siguiente:

a) Los requisitos que debe contener la solicitud para el ejercicio de los derechos ARCO.

- Nombre del titular y su domicilio o cualquier otro medio para recibir notificaciones;
- Los documentos que acrediten la identidad del titular y, en su caso, la personalidad e identidad de su representante;
- De ser posible, el área responsable que trata los datos personales y ante la cual se presenta la solicitud;
- La descripción clara y precisa de los datos personales respecto de los que se busca ejercer alguno de los derechos ARCO;
- La descripción del derecho ARCO que se pretende ejercer, o bien, lo que solicita el titular, y
- Cualquier otro elemento o documento que facilite la localización de los datos personales, en su caso.

b) Los medios a través de los cuales el titular podrá presentar las solicitudes para el ejercicio de los derechos ARCO.

Los medios se encuentran establecidos en el párrafo octavo del artículo 52 de la LGPDPPSO, que señala lo siguiente: Las solicitudes para el ejercicio de los derechos ARCO deberán presentarse ante la Unidad de Transparencia del responsable, que el titular considere competente, a través de escrito libre, formatos, medios electrónicos o cualquier otro medio que al efecto establezca el INAI.

c) Los formularios, sistemas y otros medios simplificados que, en su caso, el INAI hubiere establecido para facilitar al titular el ejercicio de sus derechos ARCO.

¹ Disponible para consulta en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/OPNT/LGPDPPSO/3_M_ARCO/Criterio_3_1_1.zip

Los formularios que ha desarrollado el INAI para el ejercicio de los derechos ARCO, se encuentran disponibles en su portal de Internet <https://home.inai.org.mx/>, en la sección "Protección de Datos Personales" / "Ingresa tu solicitud o denuncia" / "Formatos" / "En el sector público" / "Formato de Solicitud de derechos ARCO para el Sector Público".

d) Los medios habilitados para dar respuesta a las solicitudes para el ejercicio de los derechos ARCO.

De conformidad con lo establecido en el artículo 90 de los Lineamientos Generales, la respuesta adoptada por el responsable podrá ser notificada al titular en su Unidad de Transparencia o en las oficinas que tenga habilitadas para tal efecto, previa acreditación de su identidad y, en su caso, de la identidad y personalidad de su representante de manera presencial, o por la Plataforma Nacional de Transparencia o correo certificado en cuyo caso no procederá la notificación a través de representante para estos dos últimos medios.

e) La modalidad o medios de reproducción de los datos personales.

Según lo dispuesto en el artículo 92 de los Lineamientos Generales, la modalidad o medios de reproducción de los datos personales será a través de consulta directa, en el sitio donde se encuentren, o mediante la expedición de copias simples, copias certificadas, medios magnéticos, ópticos, sonoros, visuales u holográficos, o cualquier otra tecnología que determine el titular.

f) Los plazos establecidos dentro del procedimiento —los cuales no deberán contravenir lo previsto en los artículos 51, 52, 53 y 54 de la LGPDPPSO— son los siguientes:

El responsable deberá establecer procedimientos sencillos que permitan el ejercicio de los derechos ARCO, cuyo plazo de respuesta no deberá exceder de veinte días contados a partir del día siguiente a la recepción de la solicitud.

El plazo referido en el párrafo anterior podrá ser ampliado por una sola vez hasta por diez días cuando así lo justifiquen las circunstancias, y siempre y cuando se le notifique al titular dentro del plazo de respuesta.

En caso de resultar procedente el ejercicio de los derechos ARCO, el responsable deberá hacerlo efectivo en un plazo que no podrá exceder de quince días contados a partir del día siguiente en que se haya notificado la respuesta al titular.

En caso de que la solicitud de protección de datos no satisfaga alguno de los requisitos a que se refiere el párrafo cuarto del artículo 52 de la LGPDPPSO, y el responsable no cuente con elementos para subsanarla, se prevendrá al titular de los datos dentro de los cinco días siguientes a la presentación de la solicitud de ejercicio de los derechos ARCO, por una sola ocasión, para que subsane las omisiones dentro de un plazo de diez días contados a partir del día siguiente al de la notificación. Transcurrido el plazo sin desahogar la prevención se tendrá por no presentada la solicitud de ejercicio de los derechos ARCO.

La prevención tendrá el efecto de interrumpir el plazo que tiene el INAI para resolver la solicitud de ejercicio de los derechos ARCO.

Cuando el responsable no sea competente para atender la solicitud para el ejercicio de los derechos ARCO, deberá hacer del conocimiento del titular dicha situación dentro de los tres días siguientes a la presentación de la solicitud, y en caso de poderlo determinar, orientarlo hacia el responsable competente.

Cuando las disposiciones aplicables a determinados tratamientos de datos personales establezcan un trámite o procedimiento específico para solicitar el ejercicio de los derechos ARCO, el responsable deberá informar al titular sobre la existencia del mismo, en un plazo no mayor a cinco días siguientes a la presentación de la solicitud para el ejercicio de los derechos ARCO, a efecto de que este último decida si ejerce sus derechos a través del trámite específico, o bien, por medio del procedimiento que el responsable haya institucionalizado para la atención de solicitudes para el ejercicio de los derechos ARCO conforme a las disposiciones establecidas en los artículos 48 a 56 de la LGPDPPSO.

En el caso en concreto, se informa que no existe un procedimiento específico para solicitar el ejercicio de los derechos ARCO en relación con los datos personales que son recabados con motivo del cumplimiento de las finalidades informadas en el presente aviso de privacidad.

g) El derecho que tiene el titular de presentar un recurso de revisión ante el INAI en caso de estar inconforme con la respuesta.

El referido derecho se encuentra establecido en los artículos 103 al 116 de la LGPDPPSO, los cuales disponen que el titular, por sí mismo o a través de su representante, podrán interponer un recurso de revisión ante el INAI o la Unidad de Transparencia del responsable que haya conocido de la solicitud para el ejercicio de los derechos ARCO, dentro de un plazo que no podrá exceder de quince días contados a partir del siguiente a la fecha de la notificación de la respuesta.

En caso de que el titular tenga alguna duda respecto al procedimiento para el ejercicio de los derechos ARCO, puede acudir a la Unidad de Transparencia del IFT, ubicada en Avenida Insurgentes Sur #1143 (Edificio Sede), Planta Baja, Colonia Nochebuena, Demarcación Territorial Benito Juárez, Código Postal 03720, Ciudad de México, enviar un correo electrónico a la siguiente dirección unidad.transparencia@ift.org.mx o comunicarse al teléfono 55 5015 4000, extensiones 4688, 2321 y 2205.

IX. Mecanismos, medios y procedimientos para ejercer el derecho de portabilidad de datos personales ante el IFT.

La persona titular, o su representante legal, podrá ejercer el derecho a la portabilidad de los datos personales en posesión del IFT. Al respecto, se informa que el derecho a la portabilidad de datos personales es una prerrogativa que permite a la persona titular, obtener una copia de los datos personales que ha proporcionado directamente al IFT, en un formato estructurado y comúnmente utilizado, para reutilizarlos con fines propios y en diferentes servicios. Este derecho también implica que los datos personales puedan ser transmitidos a otros organismos, dependencias o entidades de carácter público (responsables), sin necesidad de ser entregados a la persona titular.

Los formatos con los que cuenta el IFT para garantizar el ejercicio del derecho a la portabilidad de datos personales, son los siguientes:

- a) Excel (*.xlsx)
- b) Texto (*.txt)
- c) Archivo de texto (*.csv), y
- d) Lenguaje de marcas de hipertexto (*.html)

En este sentido, los tipos o categorías de datos personales recabados e informados en el presente aviso de privacidad, que técnicamente son portables en los formatos antes señalados, son los siguientes:

- Datos de identificación: Nombre completo de personas físicas, en su caso, nombre completo de representante legal.
- Datos de contacto: Dirección de correo electrónico.

El derecho a la portabilidad de datos personales podrá ser ejercido ante el IFT, a través de escrito libre, o bien, mediante el formato diseñado para tal efecto, el cual se encuentra disponible en el vínculo electrónico siguiente: [https://www.ift.org.mx/sites/default/files/OPNT/LGPDPPSO/4 Portabilidad/Criterio 4 1 2.zip](https://www.ift.org.mx/sites/default/files/OPNT/LGPDPPSO/4%20Portabilidad/Criterio_4_1_2.zip).

La solicitud de portabilidad de datos personales podrá dirigirse a la Unidad de Transparencia, mediante el correo electrónico unidad.transparencia@ift.org.mx, o bien, entregarse de manera presencial en el módulo de la Unidad de Transparencia, situado en la Planta Baja del Edificio Sede, ubicado en la Avenida Insurgentes Sur #1143, Colonia Nochebuena, Demarcación territorial Benito Juárez, Código Postal 03720, en la Ciudad de México. Para conocer mayor información acerca de cómo ejercer el derecho a la portabilidad de datos personales, el IFT pone a disposición del público la "Guía para ejercer el derecho a la portabilidad de los datos personales en posesión del Instituto Federal de Telecomunicaciones", la cual se encuentra disponible en el vínculo electrónico: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/OPNT/LGPDPPSO/4_Portabilidad/Criterio_4_1_2.zip. X. El domicilio de la Unidad de Transparencia del IFT. La Unidad de Transparencia del IFT se encuentra ubicada en Avenida Insurgentes Sur #1143 (Edificio Sede), Colonia Nochebuena, Demarcación Territorial Benito Juárez, Código Postal 03720, Ciudad de México, y cuenta con un módulo de atención al público en la planta baja del edificio, con un horario laboral de 9:00 a 18:30 horas, de lunes a jueves, y viernes de 9:00 a 15:00 horas, número telefónico 55 5015 4000, extensiones 4688, 2321 y 2205. XI. Los medios a través de los cuales el responsable comunicará a las personas titulares los cambios al aviso de privacidad. Todo cambio al Aviso de Privacidad será comunicado a los titulares de datos personales en la sección de "Avisos de privacidad del Instituto Federal de Telecomunicaciones", del Apartado Virtual de Protección de Datos Personales del IFT, disponible en la dirección electrónica: https://www.ift.org.mx/proteccion-de-datos-personales/avisos-de-privacidad Última actualización: (21/04/2025)
--

II. Marco de referencia

El 6 de marzo de 2014, el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (en lo sucesivo, el "Instituto") determinó como Agente Económico Preponderante en el Sector de Telecomunicaciones (en lo sucesivo, el "AEPT") 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. y le impuso medidas de regulación asimétrica descritas en cinco anexos. Dichas medidas, entre otras cosas, mandatan obligaciones del AEPT respecto a la provisión de servicios mayoristas regulados (en lo sucesivo, los "SMR") de desagregación, enlaces dedicados, compartición de infraestructura pasiva fija y móvil, interconexión fija y móvil, comercialización y reventa de servicios a operadores móviles virtuales y usuario visitante.

En la referida resolución se estableció que el Instituto realizará una evaluación del impacto de las medidas en términos de competencia cada dos años a efecto de suprimir, modificar o adicionar medidas.

En tal sentido, el 27 de febrero de 2017, se emitió la "Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto 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"² (en lo sucesivo, la "Primera Resolución Bienal").

En la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 se estableció la realización de pruebas de replicabilidad económica en los siguientes términos:

- "A efecto de garantizar que las tarifas al público de servicios móviles 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

²Acuerdo P/IFT/EXT/270217/119 disponible en:

http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/pitfext270217119verpub_2.pdf

económica de las mismas con base en la metodología, términos y condiciones que establezca el Instituto.”

Derivado de lo anterior, el Pleno del Instituto emitió el Acuerdo P/IFT/120917/548 (en lo sucesivo, el “Acuerdo de Replicabilidad Económica Móvil”³) mediante el cual se establecieron las metodologías, términos y condiciones para llevar a cabo las pruebas de replicabilidad económica móvil en consistencia con lo establecido en el Anexos 1 de la Primera Resolución Bienal.

Por lo que hace a la **prueba de replicabilidad económica de servicios móviles**, se determinó su implementación de forma ex post con una periodicidad trimestral, en la cual se adoptó el enfoque de nivel de eficiencia SEO⁴ para la estimación de los costos aguas abajo, así como un estándar de costos LRIC+⁵, con la posibilidad de emplear un enfoque FAC⁶ en caso de no contar con información de costos LRIC+. Asimismo, se determinó implementar un enfoque combinado de pruebas a nivel de carteras sobre los segmentos prepago y pospago, incluyendo los servicios de voz, banda ancha y SMS en su conjunto, así como pruebas individuales para las ofertas insignia dentro de cada segmento, en términos del número de usuarios y volumen de ingresos. Por otra parte, se determinó incluir todas las ofertas empresariales estandarizadas en la cartera de productos, de manera conjunta, considerando los servicios mayoristas establecidos en la oferta de referencia para comercialización o reventa por parte de los OMV. Respecto al tratamiento de las promociones, se determinó que la prueba considere todos los ingresos, costos y descuentos derivados de las promociones, mientras que para la evaluación de la rentabilidad se determinó un enfoque periodo a periodo, de manera trimestral, para la evaluación de la rentabilidad de la oferta comercial móvil. Finalmente, se definió tratar las ofertas de forma empaquetada, centrándose en el precio conjunto de la oferta (voz, datos y SMS).

Asimismo, el 02 de diciembre de 2020 el Pleno del Instituto emitió 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 (SEGUNDA REVISIÓN BIENAL)” (en lo sucesivo, la “**Segunda Resolución Bienal**”).

En tal sentido, en la Segunda Resolución Bienal⁷ se mantuvo la obligación al Agente Económico Preponderante en el sector de Telecomunicaciones (AEPT) de dar cumplimiento a la replicabilidad económica de sus tarifas al público y se realizaron diversas modificaciones con impacto en las pruebas de replicabilidad económica: primero, se estableció una consecuencia temporal en los casos en los que el AEPT no proporcione información adecuada para realizar las pruebas; segundo, se realizaron

³ Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/politica-regulatoria/pift120917548.pdf>

⁴ “Operador Similarmente Eficiente”, del acrónimo en inglés “Similarly Efficient Operator”.

⁵ Derivado del estándar de “Costos Incrementales de Largo Plazo” (“Long Run Incremental Costs”, del acrónimo en inglés “LRIC”), el estándar LRIC+ refiere a “LRIC más un margen para recuperar costos compartidos y comunes”.

⁶ “Costos Completamente Distribuidos”, del acrónimo en inglés “Fully Allocated Costs”.

⁷ Las medidas asimétricas vigentes se encuentran disponibles en los siguientes enlaces:

Anexo 1:

http://www.ift.org.mx/sites/default/files/anexo_1_medidas_2014-2017-2020_telecom.pdf

Anexo 2:

http://www.ift.org.mx/sites/default/files/anexo_2_12.pdf

Anexo 3:

http://www.ift.org.mx/sites/default/files/anexo_3_medidas_2014-2017-2020_telecom.pdf

modificaciones respecto a la posibilidad de modular remedios relacionados a la determinación de tarifas mayoristas.

El 14 de septiembre de 2022, el Pleno del Instituto 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”, a través del cual se hicieron los siguientes cambios en la metodología, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad de servicios móviles:

- Se modificó el enfoque de eficiencia de los costos aguas abajo para pasar a Operador Igualmente Eficiente.
- Se mantuvo la consideración de la escala y el tráfico real de los operadores móviles virtuales (en lo sucesivo, los “OMV”) para la determinación de los precios mayoristas e incorporar información de soporte a la prueba relacionada con el tráfico de los OMV.
- Se modificaron las categorías o cuentas que son consideradas para el cálculo de los costos aguas abajo a efecto de que haya mayor alineación entre la regulación de replicabilidad económica y la de separación contable.
- Se consideraron los precios mayoristas de la oferta de referencia cuando se implemente la prueba de replicabilidad económica o de contar con actualizaciones en la oferta, el promedio ponderado considerando los días en que estuvo vigente cada precio mayorista.
- Se adicionaron elementos asociados a la entrega de información periódica necesaria para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica.
- Se incorporó un mecanismo de suspensión de ofertas ante situaciones en las que existan inconsistencias y/u omisiones en la información proporcionada por el AEPT que impidan obtener un resultado de la prueba.
- Se modificó (el plazo para aprobar en definitiva la prueba de replicabilidad económica, en caso de que no se pase originariamente, sería en días hábiles equivalentes, pasando así de 30 días naturales a 20 días hábiles).
- Se planteó que cuando no se acrediten las pruebas de replicabilidad económica con los datos vigentes en el periodo de análisis, en términos de la medida Sexagésima Cuarta del Anexo 1 de la Primera Resolución Bial, se planteó que la suspensión de comercialización de ofertas comerciales sea sobre todos aquellos registros (ofertas, beneficios y/o promociones) que son o se asocian a una oferta base identificada como insignia que haya resultado no replicable o que pertenezca a la cartera en que no se haya acreditado la replicabilidad económica.

Posteriormente, el 30 de octubre de 2024 el Pleno del Instituto aprobó 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**”).

En tal sentido, en la Tercera Resolución Bienal⁸ se mantuvo la obligación al Agente Económico Preponderante en el sector de Telecomunicaciones (AEPT) de dar cumplimiento a la replicabilidad económica de sus tarifas al público y se realizaron modificaciones con impacto en las pruebas de replicabilidad económica. En este sentido, se estableció que el Instituto **podrá incluir la realización de pruebas de replicabilidad económica para cualquier oferta a nivel individual.**

Asimismo, el 29 de diciembre del 2017 fue publicado el Acuerdo⁹ mediante el cual se expidió la metodología de separación contable aplicable a los agentes económicos preponderantes, la cual fue modificada mediante el Acuerdo¹⁰ publicado el 19 de diciembre del 2018 y el 07 de julio del 2020¹¹. Al respecto, es necesario señalar que la información contenida en la metodología de separación contable es uno de los insumos considerados para llevar a cabo las pruebas de replicabilidad económica.

De lo anterior, se resalta que una vez que se ha determinado mantener las obligaciones relacionadas con replicabilidad económica y ante los cambios en las condiciones del sector, resulta necesario llevar a cabo la revisión y actualización de las metodologías, términos y condiciones para llevar a cabo las pruebas de replicabilidad económica.

Ahora bien, en términos del artículo 24, fracción XVII del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, la Unidad de Política Regulatoria, a través de la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, tiene a su cargo el sustanciar los procedimientos relativos al seguimiento de obligaciones y medidas impuestas al agente económico preponderante o con poder sustancial en el sector de telecomunicaciones. Además, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 15 fracción XL de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, corresponde al Instituto formular, de considerarlo necesario para el ejercicio de sus funciones, consultas públicas no vinculatorias, en las materias de su competencia. En ese sentido, y acorde a las disposiciones Tercera fracción I y Novena de los Lineamientos de Consulta Pública y Análisis de Impacto Regulatorio del Instituto Federal de Telecomunicaciones, se considera oportuno la realización de una consulta pública de integración a fin de recabar información, comentarios, opiniones, aportaciones u otros elementos de análisis por parte tanto de los agentes regulados como del público en general para así robustecer el proyecto de actualización de la metodología, términos y condiciones de la prueba de replicabilidad económica.

III. Guía para el llenado del formato

⁸Las medidas asimétricas vigentes se encuentran disponibles en los siguientes enlaces:

Anexo 1: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/anexo_1_27.pdf

Anexo 2: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/anexo_2_14.pdf

Anexo 3: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/anexo_3_7.pdf

⁹ Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5509546&fecha=29/12/2017

¹⁰ Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5546889&fecha=19/12/2018

¹¹ Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596251&fecha=07/07/2020

La prueba de replicabilidad económica móvil vigente considera el siguiente SMR:

- Servicio de comercialización o reventa de servicios por parte de los OMV (**Móvil**)

Para efectos de la presente actualización, se distinguen, al menos, las siguientes 10 dimensiones principales de las pruebas de replicabilidad económica:

- Momento de aplicación
- Eficiencia
- Estándar de costos
- Nivel de agregación
- Tratamiento del segmento empresarial
- Servicios mayoristas a considerar
- Precio de los insumos mayoristas
- Tratamiento de las promociones
- Evaluación de la rentabilidad
- Tratamiento de las ofertas empaquetadas

Considerando lo anterior, se elaboró una serie de propuestas de actualizaciones para la metodología de replicabilidad económica, las cuales se encuentran reflejadas en el documento de Excel anexo **“Propuesta de Actualización”**. Las propuestas buscan facilitar a los participantes el análisis de posibles actualizaciones que puedan resultar de utilidad para favorecer la consecución de los objetivos regulatorios en la implementación de las pruebas de replicabilidad económica, así como obtener retroalimentación específica de aquellos elementos de las pruebas de replicabilidad económica que pudieran adecuarse para prevenir estrechamiento de márgenes.

Debe resaltarse que las propuestas de actualización visibles en el archivo Excel anteriormente referido corresponden meramente a consideraciones de las distintas posibilidades de elementos a actualizar, sin que ello signifique que el Instituto se encuentre limitado a realizar las adecuaciones que resulten necesarias en las metodologías, términos y condiciones para llevar a cabo la prueba de replicabilidad económica.

Por lo anterior, **se solicita a las personas interesadas en participar:**

- Realizar las aportaciones, comentarios y justificaciones que considere relevantes para cada indicador en las columnas de “comentarios participante” y “justificación participante” que se incluyen en la pestaña “móvil” del documento **“Propuesta de Actualización”**.
- Señalar los comentarios específicos relacionados con el modelo del apartado **IV. Comentarios, opiniones y aportaciones específicos sobre el modelo de la prueba de replicabilidad con la actualización propuesta.**

- Realizar los comentarios, opiniones y aportaciones generales de su interés en el apartado V. Comentarios, opiniones y aportaciones generales de la persona participante sobre el asunto en consulta pública.

Finalmente, se reitera que con esta consulta pública de integración el Instituto busca allegarse de más elementos para identificar aquellas adecuaciones necesarias para la realización de la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles y que estas cumplan con el propósito por el cual se mandataron. Por lo tanto, se incluye como archivo meramente informativo el “Documento descriptivo de las dimensiones (soporte)”, a partir del cual las personas interesadas en participar podrán revisar conceptos clave asociados con la materia de la consulta pública.

IV. Comentarios, opiniones y aportaciones específicos sobre el modelo de la prueba de replicabilidad con la actualización propuesta
1. Señalar los comentarios y/u opiniones sobre el modelo de servicios móviles
Comentarios:
2. Señalar los comentarios y/u opiniones sobre las ofertas sometidas a evaluación
Comentarios:
3. Señalar los comentarios y/u opiniones sobre temas adicionales sobre las dimensiones de la prueba de replicabilidad económica
Comentarios:
Nota: añadir cuantas filas considere necesarias.

V. Comentarios, opiniones y aportaciones generales de la persona participante sobre el asunto en Consulta Pública
Se adjunta documento de respuesta a 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, por parte de Pegaso PCS, S.A. de C.V.
Nota: añadir cuantas filas considere necesarias.



Respuesta a 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

Pegaso PCS, S.A. de C.V. (Telefónica)

16 de julio de 2025

Introducción

Agradecemos al Instituto Federal de Telecomunicaciones (“IFT” o “Instituto”) la oportunidad de participar en 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*, que es resultado de la Tercera Revisión Bienal de las Medidas de Preponderancia¹ aprobadas por el Pleno de ese Instituto al cierre de 2024, en la cual se modificó la medida Sexagésima Cuarta del Anexo I, relativa a la replicabilidad económica de los servicios móviles, para incorporar la posibilidad de analizar individualmente las ofertas del AEPT, aunque manteniendo el carácter *ex post* de las pruebas.

Telefónica reitera la importancia de contar con una medida de replicabilidad económica efectiva y bien diseñada, como herramienta clave que permita corregir las fallas estructurales del mercado móvil derivadas de la elevada concentración del AEPT. En ese sentido, valoramos positivamente la modificación de la medida Sexagésima Cuarta dado que representa un avance frente a la escasa efectividad de la obligación anterior para disciplinar el comportamiento del AEPT en el mercado.

En este contexto, y considerando las mejores prácticas internacionales en la materia, se hace necesario adicionar la realización de pruebas *ex ante*, es decir, previo al lanzamiento al mercado de las ofertas del AEPT como parte del proceso de aprobación de tarifas, con el fin de evitar daños irreparables en el mercado por la comercialización de ofertas no replicables.

En lo que respecta al nivel de agregación, es necesario que las pruebas se realicen de forma individualizada, oferta por oferta, con el objeto de identificar de mejor manera ofertas que pudieran no ser replicables. Aunado a ello, es necesario que las pruebas consideren todos aquellos componentes clave que actúan como verdaderas palancas comerciales en la captación y fidelización de usuarios, tales como: promociones que otorgan de forma empaquetada servicios OTT, que multiplican los datos de navegación u otorgan acceso ilimitado a aplicaciones o servicios; descuentos sobre equipos terminales, así como el otorgamiento de otro tipo de beneficios, tales como, condonación en el costo de la fianza, esquemas de financiamiento o cashback, entre otros.

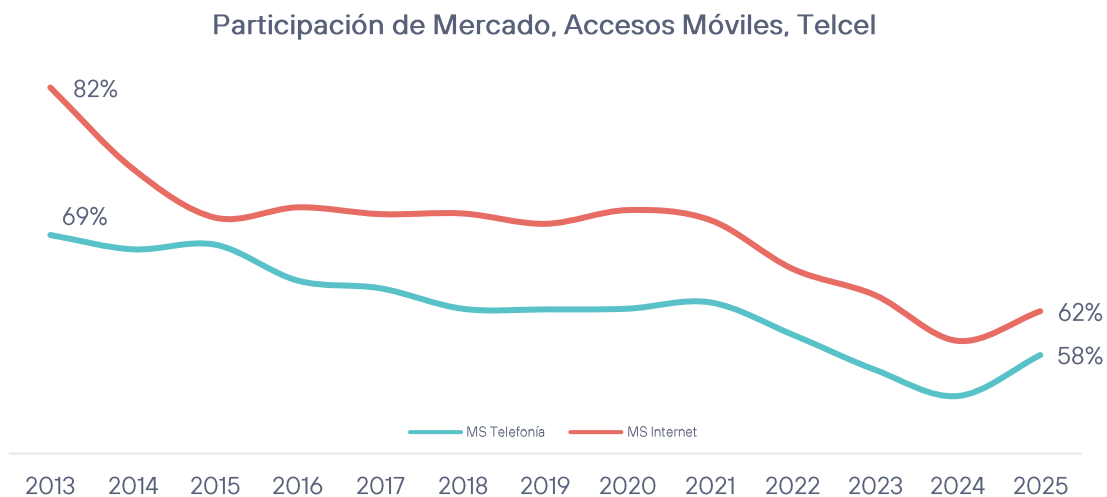
Sin menoscabo de lo anterior, para efectos de la presente consulta y de las modificaciones particulares que nos ocupan, Telefónica propone una serie de criterios objetivos para la inclusión de ofertas individuales, así como de determinadas promociones dentro del alcance de las pruebas de replicabilidad, los cuales resultan consistentes con la propuesta que plantea el IFT. Con ello, se busca fortalecer los mecanismos regulatorios existentes y contribuir de manera constructiva al diseño de una metodología robusta, que permita capturar adecuadamente las condiciones comerciales reales del mercado y garantizar un entorno de competencia efectiva en beneficio del sano desarrollo del sector.

¹ Acuerdo P/IFT/301024/428 de fecha 30 de octubre de 2024, que contiene 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. Disponible en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/vp_301024_428_confidencial-1.pdf

Situación del Mercado Móvil en México

Es conocido que México cuenta con uno de los mercados móviles más concentrados a nivel comparado y que, probablemente, sea en este mercado en el que los efectos de las medidas asimétricas impuestas al AEP hayan tenido el menor efecto para revertir los niveles de concentración. En efecto, centrándonos en el mercado de servicios móviles, podemos observar cómo la evolución de la preponderancia ha sido diferente a la de los servicios fijos.

La participación del AEP en telefonía móvil por número de clientes ha disminuido durante la última década, si bien es de conocimiento que el servicio de voz está en declive en México y a nivel mundial. No obstante, hasta el cierre de 2024, su participación sigue estando por encima del 50%, valor crítico a la hora de medir la concentración de un mercado, lo mismo para el caso del internet móvil.



*Participación de mercado de Telcel, medido por accesos para los servicios de telefonía y banda ancha móviles.
Fuente: Elaboración propia, a partir del Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) (al 3T-24) y Reporte de Datos Oportunos del Sector de Telecomunicaciones para el 4T-2024 y 1T-2025*

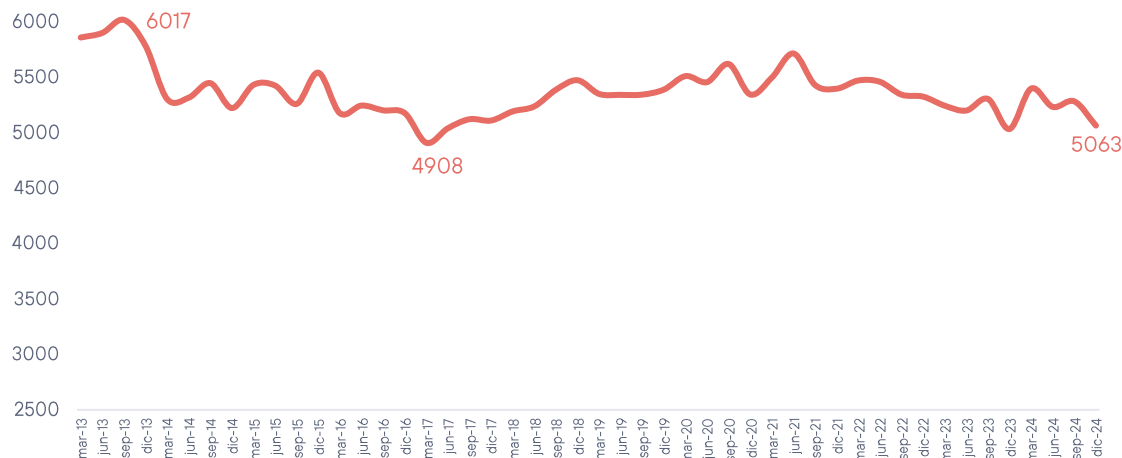
El análisis de la participación del AEP en el mercado móvil en función a sus cuotas de participación por accesos puede constituir, en línea con lo evaluado en su oportunidad por el Instituto, una vía rápida para determinar la preponderancia en el mercado de telecomunicaciones. En todo caso, es necesario revisar el efecto que tiene en el mercado sus economías de escala y alcance del AEP derivadas de su dominancia en el mercado de servicios móviles.

Esto junto con la medición de la **cuota de mercado en función de los ingresos** permite homogenizar la participación del AEP en el conjunto de mercados de voz y datos móviles; esto porque **dicho indicador permite revelar la verdadera posición** del preponderante en este mercado y su capacidad para obtener amplios márgenes de ganancia para contrarrestar los esfuerzos de sus competidores, ganar cuota de mercado y conseguir una escala mínima de rentabilidad.

El índice IHH nos permite concluir que la concentración del mercado móvil en ingresos se ha incrementado al llegar a 5063 puntos de IHH a finales de 2024, cuando siete años antes era de 4098

puntos, ambos valores muy por encima de los 2500 puntos que ya señalan mercados altamente concentrados, siendo una de las evidencias de la necesidad de continuar y fortalecer las medidas de asimétricas para el segmento móvil.

Evolución del IHH de ingresos móviles

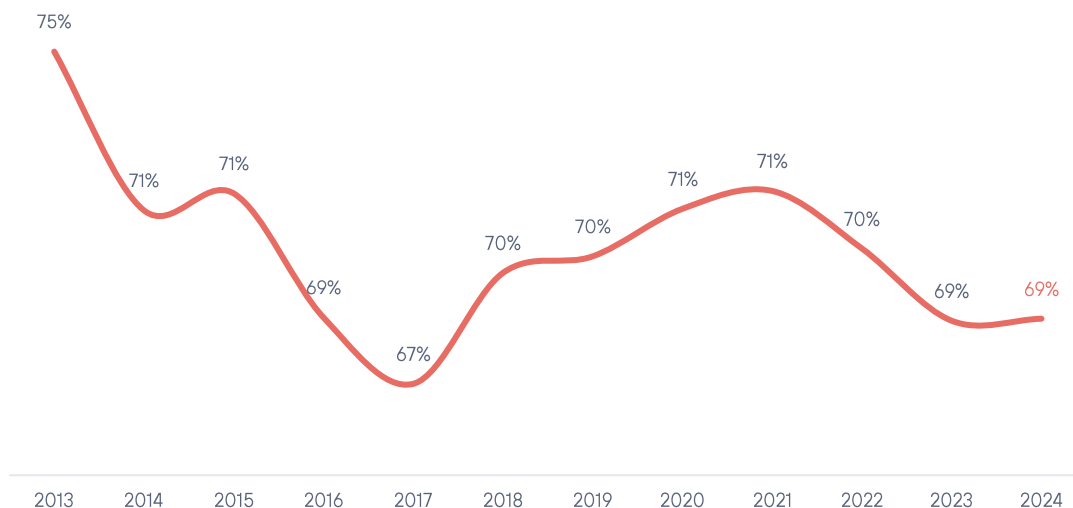


Evolución del índice IHH por ingresos móviles trimestral. Por encima de 2500 puntos, y conforme a mejores prácticas internacionales, se considera que el mercado en cuestión se encuentra altamente concentrado.

Fuente: Elaboración propia, a partir del Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) (al 4T-24)

Esta elevada concentración del mercado en función de los ingresos se refleja también en la evolución de la participación del AEP en los ingresos del mercado móvil mexicano. Centrándonos en la información relativa a los ingresos en el mercado móvil, la participación del AEP apenas ha variado dos puntos porcentuales desde 2014.

Participación de Telcel en el mercado móvil por ingresos (anual)

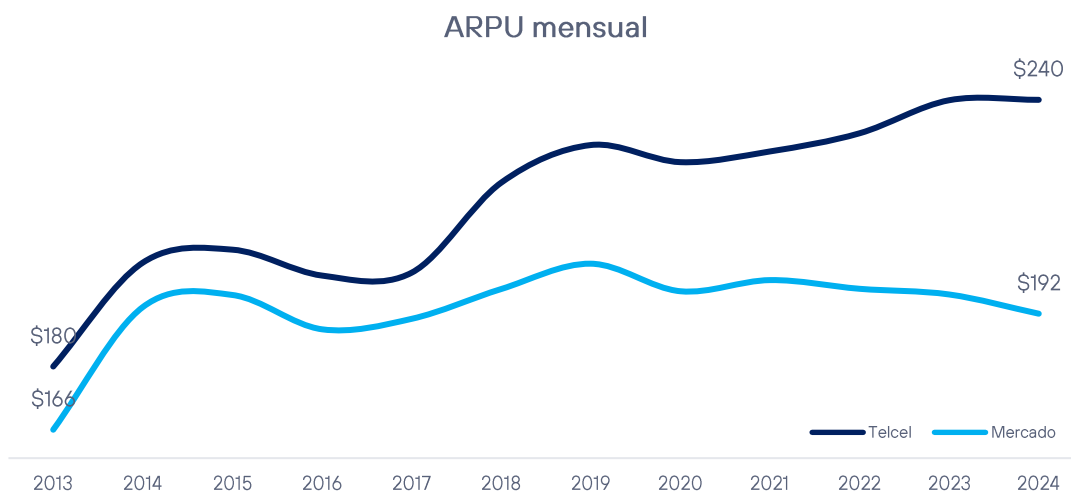


Evolución anual de la participación de mercado medida por ingresos de Telcel.

Fuente: Elaboración propia, a partir del Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) (al 4T-24)

Una de las métricas más adecuadas para dimensionar la magnitud de la preponderancia en el mercado es la evaluación de los ingresos o márgenes de ganancia del AEP, así como su eventual ponderación dentro de los distintos mercados de telecomunicaciones. Recordemos que también, a mayores ingresos, mayor es la capacidad de inversión de un operador para la mejora de sus redes así como para la adquisición de mayores segmentos de espectro.

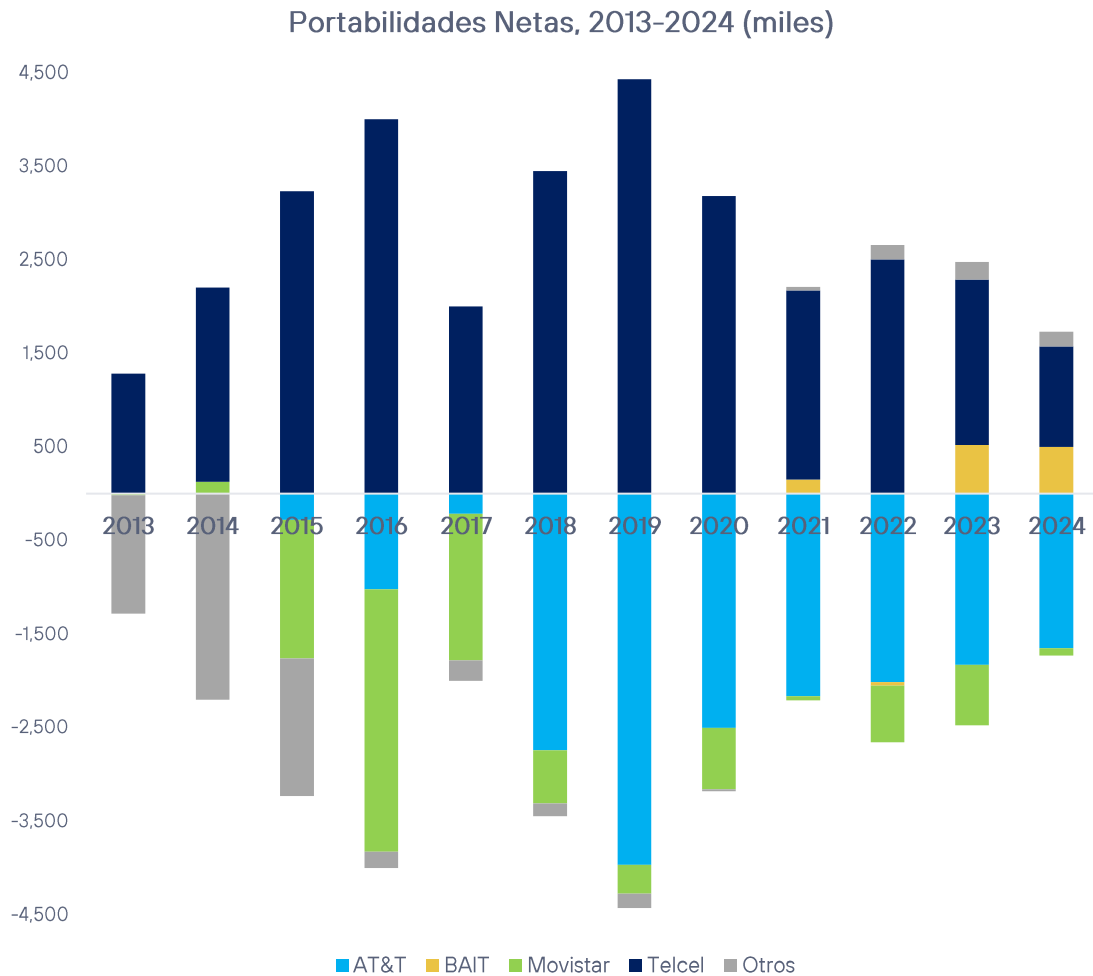
Respecto al poder de captación de ingresos del AEPT, analizar la evolución de los ingresos promedio por usuario (ARPU) nos permiten confirmar dicha capacidad y poder respecto a sus competidores, lo cual obedece a su estrategia de segmentación de clientes para la captación de usuarios con mayor disposición de pago, especialmente en el segmento pospago. Los clientes del AEP son, en promedio, clientes de mayores ingresos en comparación con el nivel promedio de mercado pese a que cuentan con valores similares de consumo de los servicios de voz y datos móviles, demostrando que actúa con independencia del resto del mercado en perjuicio de los consumidores.



ARPU mensual de Telcel y ARPU mensual de los competidores

Fuente: Elaboración propia, a partir del Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) (al 4T-24)

Las consecuencias de la alta concentración en el segmento móvil del mercado, así como la instrumentación (en ocasiones, anticompetitivas) de agresivas estrategias de retención y captación de clientes, tienden a incrementar los costos de cambio de los usuarios móviles, situación que puede ser fácilmente advertida de los resultados de la portabilidad móvil: el balance neto de las portabilidades en México ha sido siempre favorable al AEP, lo que implica que ha ido ganando clientes a costa de sus competidores y, por lo tanto, asentando aún más su poder de mercado.



Portabilidades netas por operador 2013-2024

Fuente: Elaboración propia, a partir del Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) (al 4T-24)

Si bien la regulación asimétrica a nivel internacional ha probado ser efectiva en la experiencia comparada, en el caso de México, los efectos, cuando menos en el mercado móvil no han sido los esperados para lograr un equilibrio competitivo y que promueva inversiones en el sector, advirtiéndose que si bien hubo una reducción de la participación del AEP a nivel sectorial durante los primeros años de la implementación de la preponderancia, esta experimentó un estancamiento e incluso un repunte posterior hacia la reconcentración, en perjuicio de los usuarios y la competencia.

Sobre la obligación de replicabilidad económica móvil en México

Han transcurrido siete años desde la introducción de la obligación de replicabilidad económica como parte de la regulación asimétrica de preponderancia; manifestamos y reiteramos su falta de efectividad para disuadir al AEP de continuar con su comportamiento anticompetitivo en sus ofertas tarifarias en el marco de los precios mayoristas de los servicios que ofrece a terceras partes; para reducir los costos de cambio de los usuarios de los servicios móviles así como para evitar la instrumentación de tácticas comerciales que tienen por efecto neutralizar los intentos de los competidores del AEPT para conservar su presencia en el mercado o crecer.

Fundamentalmente, creemos que la falta de efectividad de esta medida obedece a los siguientes factores: (i) resulta demasiado alto el nivel de agregación de la prueba de replicabilidad económica (por cartera de clientes y por ofertas insignia pero agregando la totalidad de los ingresos y costos de todos los clientes de cada cartera u oferta), (ii) que sólo se trate de una prueba “*ex post*”; y (iii) que la prueba no considere de forma separada elementos clave asociados a las estrategias de captación y retención de usuarios que afectan su comportamiento, como lo son los descuentos en equipos terminales, promociones (e.g. multiplicadores de navegación, o apps ilimitadas), bonificaciones y subsidios, entre otros.

En su conjunto, los elementos mencionados estarían impidiendo observar las prácticas de precios del AEP en ofertas específicas, en captación, retención y gestión de clientes, que no serían replicables económicamente, pero que la metodología de prueba no puede identificar (por quedar diluidos en el elevado nivel de agregación, o no estar considerados) y que son las prácticas que están condicionando de manera principal la dinámica del mercado y permitiendo al AEPT su reconcentración en el mercado móvil.

En la resolución de la Tercera Revisión Bienal puede constatarse que ese Instituto consideró que la medida tuviera un mayor alcance que el finalmente aprobado, reconociendo la existencia de un problema con la replicabilidad de las ofertas móviles a nivel individual y que era necesario un análisis *ex ante* previo al lanzamiento. Particularmente, y en relación con el servicio mayorista de comercialización o reventa de Servicios (OMV), la Unidad de Competencia Económica (UCE) del IFT determinó que las medidas tuvieron un impacto bajo en relación con los objetivos de incentivar la entrada y la expansión de competidores del AEP ya que era posible que este diseñara ofertas no replicables. La UCE recomendó realizar una revisión de los criterios de selección de las ofertas que debían ser consideradas en las pruebas de replicabilidad debido a lo siguiente:

- Las ofertas que permiten al AEP atraer más usuarios pueden no alcanzar el volumen de usuarios o ingresos en los meses posteriores a su lanzamiento para ser consideradas como ofertas insignia, por lo que no serían analizadas individualmente en las pruebas de replicabilidad *ex post* y serían analizadas únicamente con pruebas a nivel de cartera de acuerdo con las características señaladas en la Replicabilidad Económica de Servicios Móviles.

- **La aplicación de la prueba a nivel de cartera de ofertas no permite identificar el carácter no replicable de ofertas a nivel individual.**

En esa línea, la Unidad de Política Regulatoria (UPR) consideró los hallazgos de la UCE y en su propuesta inicial señaló que el AEP contaba con la capacidad de realizar prácticas de estrechamiento de márgenes y afectar las condiciones de competencia del sector. Además, destacó que el análisis de competencia determinó que el AEP era el único operador que ha mantenido un saldo positivo de adiciones netas por portabilidad y quien recibía más usuarios por portabilidad.

Asimismo, indicó que la prueba de replicabilidad económica de servicios móviles a la que se encuentra sujeto el AEP captura únicamente las carteras de prepago y pospago, así como las ofertas insignia de cada uno de los segmentos por lo que, de mantener este esquema de implementación podrían quedar fuera de una prueba desagregada tarifas de planes, paquetes y promociones que influyan en el proceso de competencia y que sería relevante revisar para asegurar que el OMV sea capaz de replicar económicamente.

Así, el Instituto propuso inicialmente modificar la medida de replicabilidad económica permitiendo que la prueba pudiera ser implementada ex ante para evitar prácticas de estrechamiento de márgenes o subsidios cruzados que pudieran desplazar a competidores. La implementación de pruebas de replicabilidad *ex ante* permitiría, según el propio IFT, el análisis de ofertas específicas que se consideraran relevantes para el proceso de competencia, por ejemplo, aquellas que permiten la retención o captación de usuarios o sobre promociones adicionales, definiendo los términos y condiciones de implementación en la metodología correspondiente. De acuerdo con el Instituto en su primer análisis previo a la recepción de las manifestaciones del AEP, la modificación de la metodología para incluir pruebas de replicabilidad *ex ante* permitiría que el análisis de ofertas específicas que se consideren relevantes para el proceso de competencia impediría el daño a la misma. Lamentablemente, y después de las manifestaciones del AEP, todas ellas sin fundamento, el IFT cambió de parecer y consideró que no era necesario un análisis de replicabilidad individual por oferta *ex ante* previo al lanzamiento de las ofertas, y consideró que sería suficiente hacerlo *ex post*.

Resaltamos que ese Instituto señaló que 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. Además, precisó que la modificación propuesta no se trata de un procedimiento sancionatorio, sino de regulación *ex ante*, por lo que el supuesto cumplimiento señalado por el AEP en su desahogo no impedía al Instituto realizar modificaciones al marco regulatorio.

Con respecto a lo dicho por el AEPT en sus manifestaciones a la propuesta preliminar del Instituto relativo a que la aplicación de pruebas de replicabilidad *ex ante* causaría altas cargas y costos al Instituto, al AEP, y a los usuarios y supondría un costo en los incentivos a la competencia e inversión en el mercado, el Instituto señaló acertadamente lo siguiente:

- Los términos de implementación son especificados en la metodología correspondiente por lo que en esta pueden establecerse mecanismos eficientes de revisión

- Evitar la práctica de estrechamiento de márgenes incentiva la competencia y la inversión al permitir replicar las ofertas minoristas del AEP haciendo uso de los servicios mayoristas regulados.
- En esa línea, el IFT recalca que las Guías de BEREC (Organismo Consultor sobre regulación de la Comisión Europea) refieren que la decisión de implementación de medidas *ex ante* (previa al lanzamiento) o *ex post*, dependen del objetivo regulatorio a conseguir, por lo que el hecho de que otros países hayan desestimado la prueba no quiere decir que en México no sea necesaria.

Pese a lo identificado por el IFT y previamente expuesto, el regulador finalmente optó por modificar la prueba vigente para incluir además del análisis agregado por carteras y ofertas insignia, el análisis de ciertas ofertas en lo individual, pero manteniendo una aplicación *ex post* (esto es, un análisis después del lanzamiento y, por tanto, abriendo la posibilidad de generar daños irreversibles al mercado).

Desde Telefónica vemos acertada la modificación a la medida para permitir un nivel de desagregación mayor de las pruebas, aunque creemos que puede ser insuficiente para mitigar la agresividad comercial en la retención y captación y la falta de replicabilidad económica de las ofertas del AEPT.

Nuevamente, de acuerdo con las mejores prácticas internacionales en la materia, a efecto de que la obligación de replicabilidad económica resulte en una medida efectiva en la reducción de los niveles de concentración y en la mejora de las condiciones competitivas del mercado, ésta debe considerar lo siguiente:

- Aplicación ***ex ante*** de la prueba de replicabilidad económica móvil: Las ofertas que pretenda lanzar comercialmente el AEPT deben someterse previamente a un análisis de replicabilidad como parte del proceso de aprobación obligatoria de tarifas.
- Aplicación ***ex post*** de la prueba de replicabilidad económica móvil: Se debe mantener la evaluación posterior de la replicabilidad como mecanismo complementario para identificar incumplimientos y desviaciones a la replicabilidad que permita no solo ajustar las tarifas sino establecer mecanismos de compensación de daño a los OMVs por los cobros en exceso.
- Análisis por **oferta en lo individual**: La prueba debe incluir un análisis desagregado por oferta minorista en lo individual incluyendo promociones, descuentos y otros beneficios.
- Inclusión del servicio de **Usuario Visitante**: En línea con la experiencia internacional en mercados móviles altamente concentrados (ej. Noruega) y dada la manifiesta falta de replicabilidad económica del servicio mayorista de *roaming* nacional que provee el AEPT, es que se hace necesario incluirlo en la prueba.

Sobre los comentarios particulares a las modificaciones a la metodología de replicabilidad económica móvil

Sin perjuicio de lo expuesto previamente, y en relación con las modificaciones específicas que propone el IFT a la metodología en el marco de la presente consulta, Telefónica se permite formular, de manera respetuosa y en un ánimo colaborativo, comentarios y recomendaciones puntuales, con el propósito de contribuir al análisis técnico y regulatorio con miras a fortalecer la aplicación de la medida de replicabilidad económica móvil. Para facilitar su revisión, estructuramos nuestras propuestas en función de las distintas dimensiones de la prueba, mismas que confiamos serán debidamente valoradas y consideradas para efectos de la decisión final que adopte ese Instituto:

1. Momento de Aplicación

En adición a la prueba *ex post*, debe realizarse una evaluación *ex ante*, esto es, previo al lanzamiento de la oferta del AEP y vinculado al proceso de aprobación de sus ofertas, planes y tarifas (que ese Instituto ya realiza), para mitigar el impacto y daño al mercado de la falta continua de replicabilidad de las ofertas que lanza el AEP en retención y captación.

En Europa, con independencia del tipo de mercado, ya sea fijo o móvil, cuando se dan situaciones de Poder Significativo de Mercado (dominancia o preponderancia) tan graves como el que existe en el mercado móvil en México, los reguladores sectoriales optan por una prueba *ex ante* previa al lanzamiento. Naturalmente que hay casos donde a posteriori se ha flexibilizado la medida y ha quedado como una prueba *ex post* y agregada, como en el caso de España, pero solo después de comprobarse la mejora competitiva en el mercado y después de un periodo estricto de los parámetros de la prueba y un análisis *ex ante* durante un número relevante de años y para todas las ofertas. En efecto, indicaba BEREC² en su momento:

“la mayoría de los reguladores considera el lanzamiento de un producto minorista como el evento que dispara la prueba, aunque no se establecen límites de tiempo predefinidos de cuando se empieza o concluye el procedimiento. Muchos reguladores también llevan a cabo una prueba de estrechamiento de márgenes de manera periódica adicionalmente (semestralmente, anualmente, etc.) de manera independiente al lanzamiento de productos minoristas o mayoristas” (énfasis añadido)

² BEREC 2014: BEREC Guidance on the regulatory accounting approach to the economic replicability test: “most NRAs consider the launch of a retail product as the ‘trigger event’ but have no predefined time limits on when to start and conclude a procedure. Several NRAs also conduct a margin squeeze test on a periodic basis (e.g. each year, biannual), independent of wholesale or retail product launches”

2. Eficiencia

En el ámbito de una prueba de replicabilidad económica, se entiende por eficiencia el enfoque elegido para determinar los costos de comercialización (costos aguas abajo) entre el operador sujeto a la obligación, el AEP en este caso, y el operador que pretende replicar las ofertas de éste a partir de su oferta mayorista regulada, los OMVs.

El enfoque *SEO* (*Similarly Efficient Operator*) implica que se toman los costos comerciales de un operador entrante solicitante de acceso. A nivel internacional, se opta por este enfoque para facilitar la entrada de pequeños OMV pues, como es sabido y por la diferente escala de operación, en proporción a sus ingresos, los costos comerciales de un operador de pequeña escala son notablemente superiores a los de un operador de red de gran escala, pues tienen un fuerte componente fijo que, cuanto mayor es la base de usuarios, más se pueden diluir. Ello facilita la replicabilidad económica para un operador entrante de pequeña escala y es correspondiente con el objetivo de garantizar un escenario propicio para la competencia entre operadores, a través de la posibilidad de contar con ofertas comerciales igualmente competitivas. Este enfoque se implementó de 2017 a 2022.

El enfoque actual, introducido en 2022, *EEO* (*Equally Efficient Operator*) toma directamente como costos comerciales los costos comerciales del operador regulado con relación a sus ingresos. Esto dificulta la replicabilidad económica para los OMV entrantes y/o de pequeña escala, pues les presupone ser tan eficientes en sus costos comerciales como un operador ya asentado de gran escala y, por el contrario, facilita y da flexibilidad al operador regulado. Este enfoque tiende a confundir la promoción de la competencia a través de ofertas replicables, con otra práctica anticompetitiva como es la depredación de precios, o la venta a precios inferiores a los costos, propio de la regulación *ex post* de competencia.

El ligero endurecimiento de la medida es patente de que no nos encontramos en el punto de otorgar ninguna flexibilidad al AEP en el mercado móvil y, por tanto, el cumplimiento de su obligación de replicabilidad económica debe ser estricta. En consistencia, es necesario volver al enfoque *SEO*, para asegurar que los OMV entrantes de pequeña escala pueden replicar la oferta del AEP desde el principio, sin tener que adquirir un volumen relevante para poder hacerlo, algo que precisamente la falta de replicabilidad económica les impide.

Este enfoque de replicabilidad también debe aplicarse a los costos de los equipos terminales móviles. En consistencia con nuestra petición de que sea un enfoque *SEO* de un operador entrante de pequeño tamaño, debería también incorporarse un costo distinto para los equipos terminales incluidos en algunas ofertas como consecuencia del distinto poder de compra entre el AEP y un OMV de pequeño tamaño, mucho mayor en el caso del primero y, por lo tanto, unos costos imputables para el OMV por los equipos terminales superior que los que consigue el AEP. Esto no está modelado en el modelo de la prueba y debería incorporarse un *mark-up* como diferencia entre el costo del

terminal reportado por el AEP y el costo que obtendría un OMV de pequeño tamaño por su menor poder de compra.

3. Estándar de costos

Se entiende por estándar de costos en el ámbito de la replicabilidad económica a la fuente de información utilizada para valorar los costos de red y otros componentes de costos para utilizar como insumos de los distintos elementos que son necesarios para replicar la oferta, incluyendo aquellos no provistos por el servicio mayorista regulado, pero que son necesarios para ofrecer el servicio.

El IFT propone mantener el utilizar o bien un modelo *LRIC+* o bien, si el modelo *LRIC+* no está disponible, la Contabilidad de Costos del AEP (costos totalmente distribuidos o *FAC*, *fully allocated costs*, por sus siglas en inglés). Consideramos que el mejor enfoque es utilizar *FAC*, 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.

4. Nivel de Agregación

Reconociendo que el nivel de agregación bajo carteras distinguidas entre prepago y pospago, y de ofertas insignia prepago y pospago (aquellas con mayor ingreso y/o usuarios) es insuficiente para capturar la agresividad comercial y falta de replicabilidad económica de las ofertas de captación y retención, pues éstas quedan diluidas en la totalidad del parque de clientes que no disfrutan de esos beneficios, y a efecto de robustecer lo propuesto por el Instituto, desde Telefónica sugerimos:

- **Respecto al criterio de las “3 ofertas relevantes” en el segmento de prepago**, se considera que el uso del término “relevante” puede generar serias dificultades en la aplicación práctica de la medida de replicabilidad económica, toda vez que no se especifica si dicha relevancia se refiere al volumen de usuarios, de ingresos o a alguna otra métrica. Desde Telefónica sugerimos evitar el uso de conceptos excesivamente amplios y/o juicios de valor sin parámetros determinados que, lejos de facilitar la evaluación de la replicabilidad, terminen por obstaculizar la aplicación efectiva de la medida. En ese sentido, se sugiere optar por criterios objetivos, que sean fácilmente medibles y verificables, disminuyendo así el riesgo de interpretaciones sumamente subjetivas y/o discrecionales.

Una propuesta concreta sería que, para la definición de las ofertas individuales a evaluar en el segmento de prepago, se adopte un enfoque diferenciado que permita analizar de forma separada tanto la oferta destinada a la captación de nuevos usuarios (incluyendo portabilidad) como aquella orientada a la gestión y retención de la base actual. En ese sentido, se propone seleccionar tres denominaciones³ correspondientes a cada uno de estos

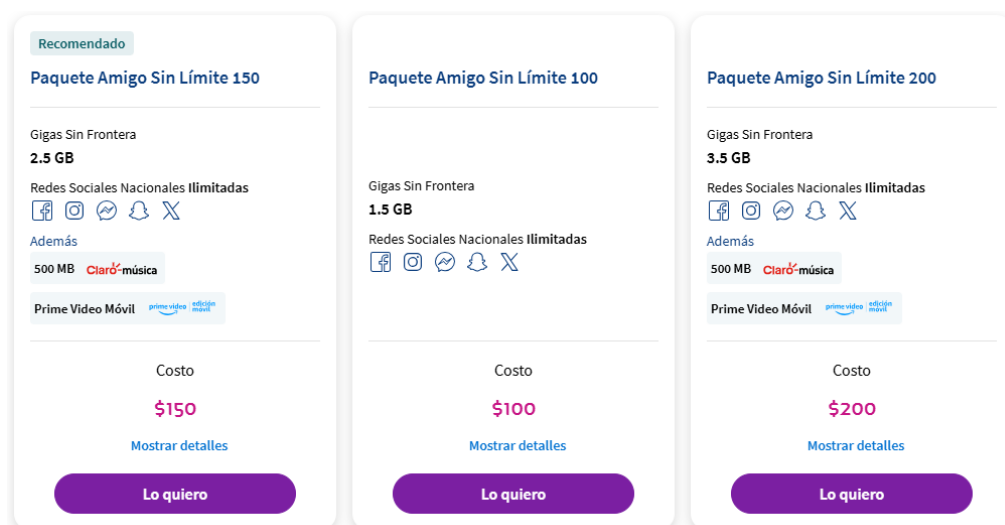
³ Ofertas específicas que los usuarios pueden adquirir en prepago, las cuales están asociadas a un monto de recarga determinado y a condiciones comerciales particulares.

subsegmentos, atendiendo a criterios objetivos como **el número de usuarios únicos, el número y volumen de recargas y los ingresos generados**. Particularmente, se sugiere analizar el top 3 de denominaciones, medido por cantidad de recargas, ingresos y suscriptores únicos, tanto para captación como para retención.

Esto implicaría, en total, la evaluación de 6 ofertas en el segmento de prepago: 3 correspondientes a la oferta de captación y 3 asociadas a la gestión del parque existente. Es fundamental que el análisis de ambas categorías se realice de manera separada, ya que responden a dinámicas distintas y reflejan estrategias comerciales diferenciadas. Esta propuesta permitiría al Instituto contar con un panorama más completo y representativo del comportamiento del mercado prepago. Esto además es consistente con el enfoque planteado por Telefónica para el segmento de pospago como se verá más adelante.

Lo anterior, no solo abonará a una mayor claridad al basarse en indicadores meramente cuantitativos, sino que permitirá un análisis enfocado en las ofertas que verdaderamente tienen un impacto significativo en la dinámica competitiva en el prepago.

A continuación, y únicamente como referencia o a modo de ejemplo de lo que propone Telefónica para ese Instituto, se muestran algunas de las ofertas que comercializa el AEPT en el segmento de prepago. No se omite señalar que esto únicamente corresponde a las ofertas dirigidas a captación/portabilidad:



Paquete Amigo Sin Límite 150	Paquete Amigo Sin Límite 100	Paquete Amigo Sin Límite 200
Recomendado		
Gigas Sin Frontera 2.5 GB	Gigas Sin Frontera 1.5 GB	Gigas Sin Frontera 3.5 GB
Redes Sociales Nacionales Ilimitadas	Redes Sociales Nacionales Ilimitadas	Redes Sociales Nacionales Ilimitadas
Además 500 MB Claro música	Además 500 MB Claro música	Además 500 MB Claro música
Prime Video Móvil	Prime Video Móvil	Prime Video Móvil
Costo \$150	Costo \$100	Costo \$200
Mostrar detalles	Mostrar detalles	Mostrar detalles
Lo quiero	Lo quiero	Lo quiero

El resto de las ofertas disponibles para prepago del AEPT, correspondientes a los Paquetes Amigo Sin Límite los cuales constituyen su oferta de captación en dicho segmento pueden consultarse en la página web oficial de Telcel: <https://www.telcel.com/personas/amigo/paquetes/paquetes-amigo-sin-limite>

Asimismo, a la fecha, dichas ofertas minoristas se encuentran inscritas en el Registro de Tarifas de ese IFT bajo los folios: 1133826, 1133828, 1133834, 1665167, 1665168, 1665170, 1665172, 1665173, 1665174 y 1665176, tal como se aprecia de la siguiente imagen:

Folios de registro IFT.

Buscador de Tarifas del Registro Público de Telecomunicaciones

Paquetes Amigo Sin Límite: Folios **1133826, 1133828, 1133834, 1665167, 1665168, 1665170, 1665172, 1665173, 1665174, 1665176.**

Promoción Claro Música: Folio **235712**

Beneficio adicional OTT: Folio **1136539**

Más datos al adquirir 6 o 12 Paquetes Amigo Sin Límite en una exhibición: **1836339**

- **En cuanto a la inclusión de “10 ofertas individuales insignia pospago (oferta(s) con mayor ingreso y/o usuarios)”**, desde Telefónica coincidimos en identificar aquellas ofertas más representativas del segmento pospago en función de métricas cuantitativas como el volumen de usuarios o los ingresos generados. Sin embargo, se considera que la propuesta actual requiere ser complementada con una capa de análisis que permita distinguir entre la oferta destinada a la captación de nuevos usuarios, es decir, aquella que actualmente se comercializa tanto de manera general como por portabilidad y aquella dirigida a la gestión del parque existente y a la retención, conformada en gran parte por ofertas que, si bien continúan activas, ya no se encuentran vigentes para nuevas altas o activaciones, y que el AEPT identifica en su página como planes “no comercializables”.

Ahora bien, de la página de Telcel se desprende que los planes para la captación/portabilidad corresponden a la oferta denominada “Telcel Libre”, mismos que se encuentran inscritos en el Registro de Tarifas de ese IFT bajo los folios 1690376,1690405,1690417,1690427,1690439,1690454,1690467,1690485,1690504 y 1690536, tal y como se aprecia en la siguiente imagen:

Buscador de Tarifas del Registro Público de Telecomunicaciones

Planes de Renta:Folios **1690376,1690405,1690417,1690427,1690439,1690454,1690467,1690485,1690504,1690536.**

Beneficio adicional OTT (TL):**1796162**

Beneficio Redes Sociales Sin Límite (TL):**1722682**

2 meses de Rescatel Plus (TL):**1722814**

De acuerdo con la página de Telcel, la oferta de captación/portabilidad “Telcel Libre” incluye los siguientes planes y beneficios:⁴

⁴ <https://www.telcel.com/personas/planes-de-renta/tarifas-y-opciones/telcel-libre>

Telcel Libre

Con los planes Telcel Libre navega con la mayor velocidad 5G y disfruta de GB incluidos, Minutos y SMS ilimitados en México, E.U.A. y Canadá, así como Redes Sociales ilimitadas y Cashback Telcel. ¡Todos estos beneficios ahora sin plazos forzosos!

Conoce todos los beneficios

- ✓ **Cashback Telcel.** Recibe un porcentaje de la renta para pagar servicios adicionales en tu factura mensual.
- ✓ **ClaroVideo con Paramount +.** Disfruta de las mejores películas, series y documentales en Claro Video más todo el contenido de Paramount +.
- ✓ **Claro Drive.** Obtén 20 GB para guardar de forma segura tus fotos, videos y otros archivos para consultarlos desde cualquier dispositivo.
- ✓ **Claro Pay.** Paga tu factura cada mes a través de Claro Pay y recibe 1GB adicional para navegar.

Telcel Libre 1

Datos incluidos 4 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 5%	\$249.00 al mes	Ver detalles Comparar
--------------------------------	---	--	------------------------------	---------------------------	--

Telcel Libre 2

Datos incluidos 5 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 5%	\$319.00 al mes	Ver detalles Comparar
--------------------------------	---	--	------------------------------	---------------------------	--

Telcel Libre 3

Datos incluidos 6 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 10%	\$399.00 al mes	Ver detalles Comparar
--------------------------------	---	--	-------------------------------	---------------------------	--

Telcel Libre 4

Datos incluidos 10 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 15%	\$499.00 al mes	Ver detalles Comparar
---------------------------------	---	--	-------------------------------	---------------------------	--

Telcel Libre 5

Recomendado	Datos incluidos 20 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 15%	\$599.00 al mes	Ver detalles Comparar
--------------------	---------------------------------	---	--	-------------------------------	---------------------------	--

Telcel Libre 6

Datos incluidos 30 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 15%	\$699.00 al mes	Ver detalles Comparar
---------------------------------	---	--	-------------------------------	---------------------------	--

Telcel Libre 7

Datos incluidos 40 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 15%	\$799.00 al mes	Ver detalles Comparar
---------------------------------	---	--	-------------------------------	---------------------------	--

Telcel Libre 9

Datos incluidos 45 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 15%	\$999.00 al mes	Ver detalles Comparar
---------------------------------	---	--	-------------------------------	---------------------------	--

Telcel Libre 12

Datos incluidos 55 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 15%	\$1,299.00 al mes	Ver detalles Comparar
---------------------------------	---	--	-------------------------------	-----------------------------	--

Telcel Libre VIP

Datos incluidos 40 GB	WhatsApp , Facebook, X, Snapchat, Instagram y UBER Ilimitado	Minutos y SMS incluidos Ilimitados	Cashback Telcel 42%	\$1,499.00 al mes	Ver detalles Comparar
---------------------------------	---	--	-------------------------------	-----------------------------	--

Por su parte, la oferta “no comercializable”, es decir aquella dirigida a la gestión de usuarios existentes, corresponden a los planes siguientes⁵:

Planes no comercializables

Esta sección tiene como objeto la consulta de tarifas aplicables a Planes de Renta activos, que ya no forman parte de la oferta disponible para contratación.

Telcel Max (NV)

Con los Planes Telcel Max (NV) utiliza los beneficios de tu Plan en México, Estados Unidos y Canadá. Ahora tú elijas la mejor forma de comunicarte porque te dan más megas, más minutos, más mensajes y más números gratis. Además incluyen Redes Sociales ilimitadas en México

\$449 al mes

[mas informacion](#)

Telcel Max Sin Límite

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

\$269 al mes

[mas informacion](#)

Telcel Max (NV) Mixtos

Los Planes Telcel Max (NV) Mixtos incluyen Minutos, Mensajes de Texto (SMS), Números Gratis e Internet para que siempre estés comunicado con familiares y amigos que viven en México, Estados Unidos o Canadá. Además tienes Redes Sociales que puedes utilizar desde cualquier parte de la República Mexicana a través de tu teléfono. Todo bajo tu control, ya que si te acabas tus minutos, mensajes o megas, puedes recargar saldo y disfrutar de tarifas aún más bajas con esquema Tarifa Única.

\$499 al mes

[mas informacion](#)

⁵ <https://www.telcel.com/personas/planes-de-renta/planes-no-comercializables>

Telcel Max Sin Límite Mixto

Con los Planes Telcel Max Sin Límite Mixto tienes GB incluidos, además de Minutos y Mensajes de Texto (SMS) sin límite en México, E.U.A. y Canadá. Todo bajo tu control, si te acabas tus Gigas, puedes recargar saldo y continuar navegando.

\$449al mes

[mas informacion](#)

Telcel Pro

Los Planes Telcel Pro tienen Minutos, Mensajes de Texto (SMS), Internet y Redes Sociales incluidas; para una comunicación intensa a diversos destinos desde cualquier parte de la República Mexicana. Además con estos Planes podrás disfrutar de una tarifa preferencial para llamar a E.U.A. y Canadá.

\$199al mes

[mas informacion](#)

WiFi 2 Go

Con los Planes WiFi 2 Go navega a donde vayas con la mejor red. Contrata el Plan a tu medida.

\$249al mes

[mas informacion](#)

Internet + voz en tu Casa

Con los Planes Internet + voz en tu Casa navega, llama y envía mensajes de texto sin límite en la mejor red. Solo abre, conecta y disfruta.

\$499al mes

[mas informacion](#)

Internet Telcel Mixto

Con los Planes Internet Telcel Mixto utiliza los MB incluidos en tu Plan en México, Estados Unidos y Canadá. Además navega sin costo en WhatsApp, Facebook, Messenger, Twitter, Instagram, Snapchat, y Uber.

\$499al mes

[mas informacion](#)

Telcel Pro Consumo Controlado

Los Planes Telcel Pro Consumo Controlado incluyen Minutos, Mensajes de Texto (SMS), Internet y Redes Sociales incluidas; que puedes utilizar desde cualquier parte de la República Mexicana a través de tu teléfono. Todo bajo tu control, ya que si te acabas tus minutos, mensajes o megas, puedes recargar saldo y disfrutar de tarifas aún más bajas con esquema Tarifa Única. Tú controlas cuánto quieres gastar.

\$449al mes

[mas informacion](#)

Telcel Pro Mixtos

Los Planes Telcel Pro Mixtos tienen minutos, Mensajes de Texto (SMS), Internet y Redes Sociales incluidas; que puedes utilizar desde cualquier parte de la República Mexicana. Tú controlas cuánto quieres gastar ya que si te acabas tus minutos, mensajes o megas, puedes Recargar Saldo y disfrutar de tarifas aún más bajas con Amigo Óptimo Mixto..

\$449al mes

[mas informacion](#)

Al igual que en el caso de prepago, esta distinción resulta fundamental, dado que una proporción significativa de los usuarios en pospago permanece en planes no disponibles para contratación, pero que continúan generando ingresos relevantes y reflejan patrones de consumo reales del mercado. Por lo anterior, Telefónica propone que, al igual que se identifican las 10 ofertas insignia en captación, se realice un ejercicio equivalente para las ofertas de gestión del parque existente, seleccionando las 10 más representativas considerando como criterio el volumen de usuarios o ingresos asociados a cada una. Lo que llevaría a ese IFT a analizar de manera individual un total de 20 ofertas en el segmento de pospago. De este modo, el Instituto podrá contar con una visión integral del mercado y de las dinámicas competitivas en este segmento, evitando sesgos hacia las ofertas con mayor promoción comercial.

Adicionalmente, Telefónica considera que, para ambos casos (captación y gestión de usuarios existentes), deberían integrarse criterios de evaluación más robustos, y considerar

descuentos; promociones; así como la vigencia de los beneficios,⁶ con el fin de reflejar adecuadamente las condiciones reales ofrecidas al usuario. También se sugiere que se tenga en cuenta el canal (por ejemplo, venta en centros de atención, distribuidores o en línea) y la cobertura geográfica de la oferta, dado que distintas regiones o canales pueden comercializar ofertas o promociones más agresivas o con mayores beneficios a los usuarios.

- Finalmente, en lo que respecta a la inclusión en las pruebas de **"5 ofertas en crecimiento"**, creemos que la implementación de los criterios propuestos por Telefónica en los apartados anteriores, tanto para las ofertas de prepago como de pospago, que incluyen tanto la captación como la gestión de parque, permitiría identificar de forma natural las ofertas con mayor dinamismo en el mercado, sin la necesidad de establecer una categoría adicional, ya que las ofertas de captación son aquellas que tendrían el espíritu que ese Instituto desea capturar y que, conforme a los criterios propuestos por Telefónica, podrían estar consideradas en lo expuesto previamente. Esto sin considerar que la inclusión de dicha categoría podría generar complejidades innecesarias en la aplicación de la metodología, especialmente si no se definen con claridad los parámetros para determinar qué constituye "crecimiento". Desde una perspectiva regulatoria, resulta clave establecer criterios objetivos y métricas bien definidas para asegurar una implementación eficaz de las pruebas de replicabilidad económica, evitando en la medida de lo posible la utilización de conceptos cualitativos como "ofertas en crecimiento" que se presten a interpretaciones muy amplias.

A partir de todo lo expuesto anteriormente, la propuesta de Telefónica en lo que respecta a la dimensión de "Nivel de Agregación" de las pruebas de replicabilidad económica móvil, se puede sintetizar de la siguiente manera:

Propuesta IFT	Observaciones	Propuesta Telefónica
3 ofertas "relevantes" prepago	- Criterio de "relevantes" resulta amplio y difícil de determinar. - No distingue entre la oferta de captación/portabilidad de la oferta de gestión de la base de usuarios existente	-Incluir 3 ofertas para captación + 3 ofertas para gestión de parque existente con mayor número de usuarios únicos, mayor número y volumen de recargas y mayores ingresos
10 ofertas insignia pospago	- No distingue entre la oferta de captación/portabilidad de la oferta de gestión de la base de usuarios existente	-Incluir 10 ofertas insignia para captación + 10 ofertas para gestión de parque existente

⁶ Se establecen criterios para señalar que las promociones que tienen una "larga" duración, dejan de ser promociones y se convierten en nuevos precios de la oferta. Referencia de la CNMC OFMIN/DTSA/004/16/TEST DE REPLICABILIDAD ECONÓMICA RESIDENCIAL: Pagina 63: "Se considerará que una oferta consistente en un descuento en la cuota mensual de un producto tiene vocación de estabilidad si su duración es igual o superior a 12 meses"; "También serán consideradas como "nuevos precios" y no como "promociones" aquellas ofertas cuyos respectivos periodos de descuento sean inferiores a 12 meses, pero que puedan ser concatenadas obteniéndose un descuento total superior a este periodo."

Propuesta IFT	Observaciones	Propuesta Telefónica
5 ofertas en crecimiento	- Criterio de “relevantes” resulta amplio y difícil de determinar. - Con la aplicación de los criterios propuestos por Telefónica quedarían cubiertas las ofertas individuales más representativas.	Esta categoría hace referencia a la oferta de captación; considerar como parte de los rubros previos

5. Tratamiento del segmento empresarial

Además de las ofertas estandarizadas, es relevante no dejar fuera las ofertas del AEP con las entidades gubernamentales o con grandes empresas que son manifiestamente no replicables por los competidores. Reconocemos que los proyectos y contratos para grandes empresas y entidades gubernamentales tienen una dificultad añadida. Reconociendo que se trata de proyectos a medida donde no es posible establecer una metodología concreta, sí que deben analizarse y someterse a una prueba de replicabilidad ad hoc por parte del IFT. Se han observado indicios en numerosas ocasiones de no replicabilidad en el pasado. Y la elevada participación del AEP en el segmento empresarial requiere de medidas que corrijan esta dominancia.

También en el pasado se han observado indicios de falta de replicabilidad en las ofertas presentadas por el AEP en los contratos gubernamentales. Estos indicios refuerzan la necesidad de un control de replicabilidad y la aplicación de pruebas de replicabilidad ad hoc para los contratos suscritos por el AEP con las entidades públicas.

En todo caso, recomendamos que el IFT requiera todos los contratos del segmento empresarial o gubernamental que superen cierto umbral (por ejemplo, \$1,000,000 MXN) y los someta a un análisis de replicabilidad técnica y económica. Si el volumen de contratos es elevado, el IFT puede hacer un muestreo de los más representativos o de los que los operadores alternativos hayan informado de posibles indicios de no replicabilidad.

Por ejemplo, en España la CNMC⁷ obliga al incumbente a presentar los contratos por valor superior a EUR 100,000 que son sometidos a un análisis de replicabilidad a medida de cada proyecto y ha llevado a cabo análisis exhaustivos ad hoc a partir de denuncias presentadas por los competidores en adjudicaciones gubernamentales.

⁷ CNMC 2016: ANME/DTSA/2154/14/MERCADOS 3a 3b 4

6. Servicios Mayoristas

Se solicita incluir el servicio de Usuario Visitante (*roaming* nacional) para garantizar que mediante su uso, los operadores alternativos que lo utilicen actual o prospectivamente puedan replicar la oferta minorista del AEP de manera eficaz. El propio IFT se ha hecho eco en el pasado de la falta de efectividad de este servicio mayorista de Usuario Visitante y de la falta de replicabilidad económica a partir de sus tarifas mayoristas.⁸

Al igual que con el servicio mayorista de OMV, la replicabilidad económica sobre el servicio mayorista de Usuario Visitante garantizará que, usando el servicio mayorista dado, el operador podrá replicar económicamente las ofertas del AEP y, si no, éste deberá adecuar o bien sus precios minoristas o las condiciones de la propia oferta minorista y/o modificar la Oferta de Referencia correspondiente. Al respecto, la práctica internacional determina que los servicios mayoristas a considerar deben seleccionarse en base primero a los servicios minoristas relevantes identificados para posteriormente, aguas arriba, identificar los servicios mayoristas en los que los operadores alternativos se basarán para construir su oferta y/o replicar la del operador dominante. O bien, dependiendo de cómo se hayan determinado los precios de referencia de los servicios mayoristas, el análisis de replicabilidad es una medida adicional para el control de los precios mayoristas.

En las directrices publicadas por la Comisión Europea en 2013 respecto a la regulación de replicabilidad económica,⁹ respecto a los servicios mayoristas a considerar, se indica que deberían ser aquellos utilizados por los operadores alternativos para construir una oferta que replicara técnica y económicamente la del operador dominante o que, aunque no fuesen utilizados en la actualidad, prospectivamente fueran a ser utilizados.

En ese sentido, la experiencia de Noruega¹⁰ es relevante, dadas las similitudes de tal mercado con el mexicano en términos de concentración. En aquel país, el proceso de replicabilidad económica móvil

⁸ En la Segunda Revisión Bial de las Medidas de Preponderancia, el IFT indicó respecto al servicio de Usuario Visitante: *“Sin embargo, en el Análisis en Materia de Competencia se concluye que existe un alcance limitado del Servicio Mayorista de Usuario Visitante en tanto que las tarifas mayoristas de este servicio no permiten replicar las tarifas minoristas del AEP. Por lo anterior, se recomiendan cambios en la determinación de tarifas del Servicio Mayorista de Usuario Visitante, así como también extender el periodo de prestación del mismo previsto en la medida Décima Transitoria del Anexo 1.”* Acuerdo P/IFT/301024/428 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.

⁹ Recomendación CE 2013 Anexo II: Recommendation on consistent non-discrimination obligations and costing methodologies to promote competition and enhance the broadband investment environment

¹⁰ *“El regulador noruego NKOM ha identificado a Telenor como operador con poder significativo de Mercado en el Mercado de acceso y originación de redes públicas móviles (mercado 15) y le impone obligaciones especiales según el capítulo 4 de la Electronic Communications Act. Entre otras cosas, Telenor tiene que atender todas las peticiones de acceso razonables en el Mercado relevante. La decisión afirma que las peticiones de acceso para proveedor de servicio, roaming nacional, y acceso OMV deben ser razonables. Adicionalmente, se impone un control de precios a Telenor mediante la prohibición de un estrechamiento de márgenes para las tres formas de acceso. Para roaming nacional y acceso OMV, esta prohibición se articula mediante una prueba de estrechamiento de márgenes mientras que para proveedores de servicio la prohibición se basa en el requisito de un margen positivo.”* NKom 2016: Principles for margin squeeze tests in Market 15

incluye tanto el servicio mayorista de OMV revendedor, el servicio mayorista de OMV completo (con red propia) y el servicio de Usuario Visitante (*roaming* nacional como es conocido a nivel internacional), pues serán los principales servicios utilizados por los operadores alternativos, OMVs revendedores, OMVs completo y operadores de red alternativos, para poder replicar la oferta del operador incumbente. Lo anterior, también es relevante en la medida que el servicio de Usuario Visitante es utilizado por los principales operadores móviles en el país, incluyendo a la Red Compartida Mayorista.

7. Precios Mayoristas

Utilizar los precios mayoristas que sostendría un OMV recién entrado al mercado de pequeña escala, esto es, el rango 0 de precios mayoristas o, lo que es lo mismo, precios sin descuentos por volumen. Es lo recomendable para promover la entrada de OMVs de pequeño tamaño en un mercado tan concentrado y con graves fallas competitivas como el mexicano, de tal manera que, desde el principio y sin importar su escala, el OMV pueda replicar eficazmente las ofertas minoristas del AEP.

8. Promociones

A diferencia de la metodología vigente, donde las promociones están totalmente agregadas y no es posible su imputación a una oferta individual para analizar su replicabilidad económica, el Instituto propone en esta consulta pública *desagregar las 2 principales ofertas dirigidas al segmento prepago* que más atraen usuarios portados. Si bien esta propuesta representa un avance, se considera que sigue siendo limitada para reflejar adecuadamente las estrategias comerciales y la dinámica competitiva del mercado móvil, donde las promociones juegan un papel clave en la captación de usuarios.

En opinión de Telefónica, lo ideal sería que el análisis se realizara individualmente por oferta y promoción, lo cual permitiría una evaluación precisa de la replicabilidad económica bajo las condiciones reales de mercado. No obstante, y suponiendo sin conceder la carga que ello implica, al menos debería incrementarse el número de promociones a analizar, priorizando aquellas dirigidas a la captación de nuevos usuarios o a la portabilidad y utilizando categorías para poder identificar las “principales promociones”.

Estas promociones, como son las ofertas que (a) multiplican la navegación (por ejemplo, el otorgamiento del doble o triple de megas o gigabytes); (b) que ofrecen el empaquetamiento con servicios OTT (Claro Video, Paramount+ o Amazon Prime) o de almacenamiento en la nube (como Claro Drive); (c) que otorgan esquemas de financiamiento (ejemplo, para terminales); o bien, que (d) otorgan bonificaciones por el uso de determinados medios de pago como Claro Pay, u otro tipo de beneficios, como el recientemente incluido “cashback”; por mencionar solamente algunas, son las que hoy por hoy constituyen los elementos diferenciadores que realmente influyen en la decisión de los usuarios finales.

A modo de ejemplo para ese Instituto, se identifican promociones en el sitio web de Telcel que:

Multiplican o incrementan los beneficios de navegación:

PERSONAS / Amigo / Promociones

Promociones Amigo en: Ciudad de México



telcel

Menú ▾

Atajos ▾

Ciudad de México ▾

Tienda en línea ▾

Paquetes y Recargas

Mi Tel

Promociones / Planes / Al renovar disfruta de más GB

[Regresar](#)

Disfruta de más GB al renovar

Crece tu plan y obtén más datos para navegar en Telcel 5G



Imprimir



31 de Julio del 2025

Incrementa tu plan al renovar con Telcel Libre, Telcel Libre VIP o Internet Libre y, por promoción, obtén 50% más Gigas durante 24 meses:

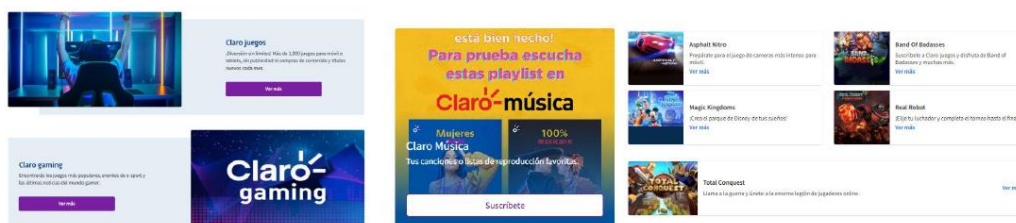
Promoción	Planes	Datos incluidos	Datos adicionales por promoción	Datos totales
50% más Gigas	Libre 1	4 GB	2 GB	6 GB
	Libre 2	5 GB	2.5 GB	7.5 GB
	Libre 3	6 GB	3 GB	9 GB
	Libre 4	10 GB	5 GB	15 GB
	Libre 5	20 GB	10 GB	30 GB
	Libre 6	30 GB	15 GB	45 GB
	Libre 7	40 GB	20 GB	60 GB
	Libre 9	45 GB	22.5 GB	67.5 GB
	Libre 12	55 GB	27.5 GB	82.5 GB
	Libre VIP	40 GB	20 GB	60 GB
	Internet Libre 1	5.5 GB	2.75 GB	8.25 GB
	Internet Libre 4	12 GB	6 GB	18 GB
	Internet Libre 6	34 GB	17 GB	51 GB
	Internet Libre 12	60 GB	30 GB	90 GB

Navega con la mayor velocidad 5G y disfruta Redes Sociales ilimitadas.

Vigencia de la promoción: 27/04/2025 al 31/07/2025



Consideran plataformas OTT o servicios de streaming:



Otorgan esquemas de financiamiento:

telcel Menú ▾ ⚡ Aftajos ▾ 📍 Ciudad de México ▾ 🛒 Tienda en línea ▾ 💰 Paquetes y Recargas 👤 Mi Telcel

PERSONAS / Amigo / Amigo Paguitos

Realiza tus paguitos semanales desde la app Claro-PAY y obtén 500MB DE REGALO

Los Megs de regalo son exclusivos de las cuentas Claro Pay inbursa. Aplican términos y condiciones.

1 2

¿Qué es Amigo Paguitos?

Ahora podrás comprar el **Amigo Kit** que siempre has querido de una forma fácil, rápida y en **paguitos semanales**. Estrena el smartphone de tus sueños en minutos y disfruta de 12 meses de Garantía Telcel.

Otorgan otro tipo de beneficios:

PERSONAS / Planes de Renta / Cashback Telcel

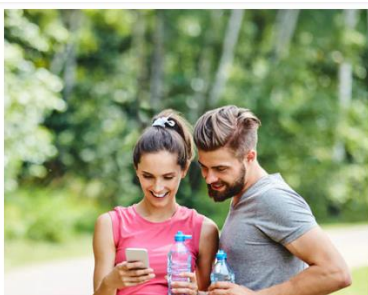


Cashback Telcel

Es un beneficio especial para todos los clientes Telcel que contraten o se cambien a un Plan Telcel Libre, Internet Libre o Internet en tu casa Libre con el cuál podrán recibir una bonificación mensual (no acumulable) en su factura Telcel al comprar servicios adicionales para su línea.

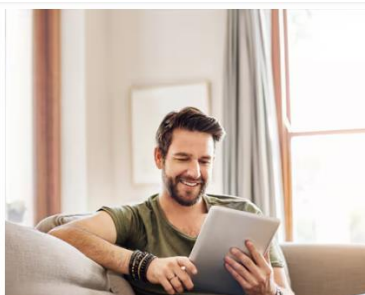
¿Cuánto obtengo de Cashback Telcel?

El porcentaje de Cashback Telcel dependerá del Plan que tengas contratado



Telcel Libre

Plan	Renta mensual	Cashback Telcel
Libre 1	\$249	5%
Libre 2	\$319	5%
Libre 3	\$399	10%
Libre 4	\$499	15%
Libre 5	\$599	15%
Libre 6	\$699	15%
Libre 7	\$799	15%
Libre 9	\$999	15%
Libre 12	\$1,299	15%
Libre VIP	\$1,499	42%



Internet Libre

Plan	Renta mensual	Cashback Telcel
Internet Libre 1	\$249	5%
Internet Libre 4	\$499	15%
Internet Libre 6	\$699	15%
Internet Libre 12	\$1,299	15%



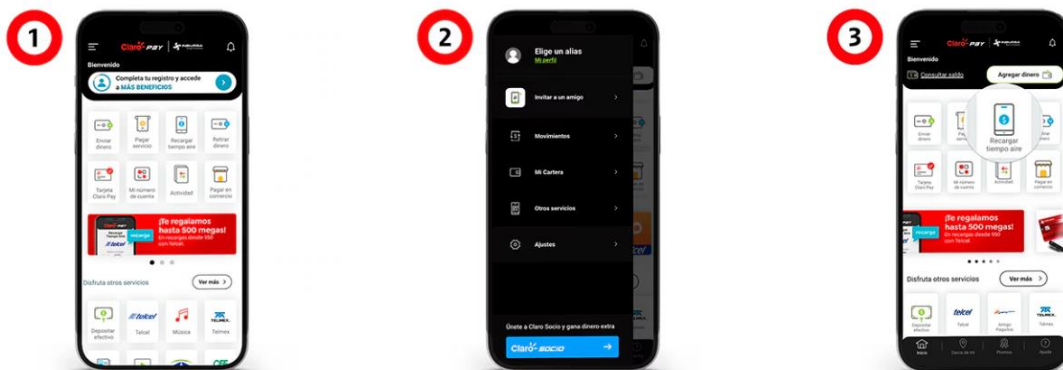
Internet en tu casa Libre

Plan	Renta mensual	Cashback Telcel
Internet en tu casa Libre 2	\$319	5%
Internet en tu casa Libre 3	\$399	10%
Internet en tu casa Libre 4	\$499	15%
Internet en tu casa Libre 7	\$749	15%
Internet en tu casa Libre 13	\$1,399	15%

¡Obtén hasta **1 Giga** de regalo!

Sólo haz tu primera recarga, adquiere un paquete o paga tu plan Telcel desde **Claro Pay**. Sigue estos pasos:

Pago con tarjeta



Regístrate:

Agrega una tarjeta:

Hasta 1 Giga de regalo:

En este caso, por lo que respecta al **primer año de vigencia del presente Contrato**, el costo de la prima anual será cubierto por Telcel. A partir del segundo año, el Cliente deberá cubrir cada año el importe de la prima correspondiente u optar por constituir una Fianza en los términos del inciso b) siguiente.

Cláusula Vigésimo Primera del Contrato de Prestación de Servicios de Telcel para Servicios Móviles 191-2025 de fecha 03 de junio de 2025,

https://burocomercial.profeco.gob.mx/ca_spt/Radiom%C3%B3vil%20Dipsa,%20S.A.%20de%20C.V.!!Telcel%20191-2025.pdf

Por otro lado, llama la atención que la propuesta del Instituto deje fuera del alcance del análisis a las promociones para el segmento de pospago, a pesar de tratarse de un segmento en el que las promociones también constituyen un componente central de las estrategias comerciales de los operadores. En ese sentido y dado que del proyecto a consulta no se advierte una justificación clara ni un razonamiento técnico-económico que sustente dicha exclusión, preocupa que esta decisión pueda derivar en una evaluación incompleta de las condiciones de las ofertas que lanza el AEPT en el mercado móvil.

Por lo anterior, se considera que las promociones más representativas del segmento de pospago deben ser igualmente incluidas dentro del análisis de replicabilidad económica, siguiendo unos mismos criterios objetivos tanto para prepago y pospago para su identificación y selección dentro de la prueba, como son: su impacto en la captación de usuarios, duración o periodo de aplicación, el tipo de beneficio ofrecido (por ejemplo, servicios OTT, datos adicionales, bonificaciones por

métodos de pago, financiamiento, entre otros), así como el canal y la cobertura geográfica de las mismas.

A partir de lo anterior y considerando las promociones más representativas que el AEPT publicita en su página de internet, proponemos al Instituto incluir como parte de la prueba de replicabilidad económica móvil, la evaluación de 4 promociones individuales para el segmento de pospago y 4 promociones individuales para el segmento de prepago.

9. Evaluación de la rentabilidad

El IFT propone mantener este parámetro en una evaluación periodo a periodo, ello siendo consistente con un enfoque de análisis *ex post*. Nuestra recomendación es que la evaluación sea mediante la metodología de Flujo de Caja Descontado (FCD) para la prueba *ex ante*, oferta por oferta.

10. Tratamiento de las ofertas empaquetadas

El IFT propone mantener el análisis del precio conjunto del paquete. Concordamos en que este análisis de precio conjunto debe llevarse a cabo, pero también debe analizarse individualmente la replicabilidad económica de los elementos que conforman el paquete. Ello porque ha quedado de manifiesto la práctica anticompetitiva por parte del AEP de subsidios cruzados entre los elementos del paquete. Se tiene que asegurar que tanto el conjunto del paquete como a nivel individual los elementos que lo conforman pueden ser replicados por los competidores.

De nuevo, la idea subyacente es que un OMV de pequeña escala pueda competir desde el principio y que no tenga que conformar exactamente el mismo empaquetamiento que el AEP para poder competir con él, sino que, como todo OMV en su crecimiento, pueda concentrarse en segmentos de nicho y conformar un conjunto de servicios a medida, y que estos puedan ser replicables económicamente.

En resumen, proponemos que el análisis sea tanto conjunto de la oferta empaquetada, como analizando individualmente los servicios y elementos que contiene cada oferta empaquetada.

11. Otros

a. Equipos terminales

El IFT propone una mayor desagregación de los ingresos y costos de los equipos terminales de cara a la prueba de replicabilidad económica. Estando en principio de acuerdo con una mayor desagregación, pues cuanto mayor sea el desglose, mayor es la posibilidad de identificar prácticas anticompetitivas como subsidios cruzados entre terminales y servicio, ventas por debajo de costos, etc., con todo, y en coherencia con nuestra postura general, nos parece insuficiente la propuesta del IFT.

Se necesita que el análisis de los ingresos y costos de los terminales sea tan desglosado como a nivel individual de cada oferta que incluye el terminal conjuntamente o por separado. El nivel tiene que ser individual oferta por oferta, por lo que la desagregación tiene que ser máxima y asociada al análisis individual de cada oferta analizada que incluyan un terminal.

b. **Ingresos recurrentes.** Sin comentarios.

c. **Ingresos por servicios y otros servicios.** Sin comentarios.

d. **Tráfico**

Respecto al reporte e información que el AEP tiene que entregar relativo al tráfico de usuario (minutos, SMS, datos de navegación), el IFT propone una modificación para conciliar y asegurar la consistencia de la información.

Si bien podemos estar parcialmente de acuerdo con esta modificación, nuestra visión al respecto y en consistencia con un análisis con mayor desagregación, es que, en cuanto al tráfico, éste sea desagregado para cada tipo de oferta. Esto es, evitar utilizar valores medios agregados de tráfico y, en su lugar, que para cada oferta se utilice el tráfico promedio de los clientes de ese tipo particular de oferta. Esto es, por ejemplo, si una oferta dispone de una bolsa de navegación de 7000 MB, utilizar el tráfico medio de los clientes de ese tipo de oferta, que será bien distinto a los de, por ejemplo, los clientes con una bolsa de navegación de 2000 MB. Lo mismo en cuanto al tráfico de voz y SMS.

Existe una gran correlación entre el tamaño nominal de la bolsa de navegación y el uso efectivo de ésta, por lo que debe utilizarse el valor más desagregado y ajustado al tipo y condiciones de uso de tráfico de cada oferta comercializada por el AEP de manera particular para cada oferta.

Resumen

Dimensión	Propuesta IFT	Propuesta Telefónica
Momento de aplicación	<i>Ex post</i> (cada 3 meses)	<i>Ex ante y ex post</i>
Eficiencia	EEO	SEO
Estándar de Costos	LRIC+ o FAC si LRIC+ no está disponible	FAC
Nivel de Agregación	- Carteras distinguidas entre prepago y pospago - Oferta individual insignia prepago (oferta(s) con mayor ingreso y/o usuarios) - 3 recargas relevantes prepago. - 10 Ofertas individuales insignia pospago (oferta(s) con mayor ingreso y/o usuarios) - 5 ofertas en crecimiento en número de usuarios pospago	- General: Ofertas distinguidas entre captación y gestión del parque, prepago y pospago: - Prepago: 3 ofertas de captación y 3 de gestión del parque. Analizar el top 3 de denominaciones (aquellas con el mayor número de recargas realizadas, ingresos y suscriptores únicos. - Considerar canal y zona geográfica
Tratamiento Segmento Empresarial	Inclusión de ofertas estandarizadas	Ofertas estandarizadas y no estandarizadas (prueba ad-hoc para contratos que superen umbral de ingresos)
Servicios Mayoristas	OMV revendedores	OMV y Usuario Visitante
Precios Mayoristas	Precios y descuentos de la oferta de referencia	Precios y descuentos de la oferta de referencia correspondientes a un OMV de pequeña escala (rango 0)
Promociones	Inclusión de las promociones. Desagrega las 2 principales ofertas dirigidas al segmento de portabilidad de prepago	- Incluir pospago. - Distinguir promociones de captación y portabilidad, así como periodo de aplicación. - Incrementar a 4 por segmento. - Considerar canal y zona geográfica Principales tópicos: - Empaquetamientos (servicios OTT o servicios de valor agregado), - ofertas que multiplican la navegación u ofrecen acceso ilimitado a aplicaciones o servicios, - Esquemas de financiamiento - Otros beneficios (i.e. cashback)
Rentabilidad	Periodo a periodo	Para <i>ex post</i> , periodo a periodo. Para la evaluación <i>ex ante</i> , flujo de caja descontado (FCD).
Empaquetamientos	Precio conjunto del paquete	Además, debe analizarse la replicabilidad económica de forma individual los componentes del paquete.
Otros		
Asignación de montos relacionados con equipos terminales con ofertas	Entregar información desagregada de activations y soporte. Asignar considerando la facturación.	Sin comentarios.
Ingresos recurrentes	Desagregar renta mensual de paquetes de recarga	Sin comentarios.
Ingresos por servicios	Reflejar únicamente los ingresos ADICIONALES atribuidos a las unidades de servicios. Entregar información de soporte respecto de los supuestos utilizados	Sin comentarios.
Ingresos por servicios	Desagregar conceptos de ingresos	Sin comentarios.
Tráfico	Conciliado con tráfico cursado por los usuarios de la oferta	Tráfico desagregado para cada tipo de oferta.