



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

JAIME ALMENAR BELENGUER, Secretario del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (art. 7.2 de la O.M. de 9 de abril de 1997, B.O.E. de 11 de abril de 1997), en uso de las competencias que le otorga el artículo 40 del Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, aprobado por Real Decreto 1994/1996, de 6 de septiembre,

### CERTIFICA:

Que en la Sesión N° 27/07 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones celebrada el día 26 de julio de 2007, se ha adoptado el siguiente

### ACUERDO

Por el que se aprueba en el expediente número MTZ 2006/1486 la siguiente

### **RESOLUCIÓN POR LA QUE SE APRUEBA LA METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS EX ANTE DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U.**

#### ANTECEDENTES DE HECHO

#### **PRIMERO. METODOLOGÍA VIGENTE PARA EL ANÁLISIS DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U.**

Esta Comisión ha venido analizado las ofertas minoristas de TESAU de forma ex ante de acuerdo con diferentes Resoluciones.

Con respecto al servicio de acceso, esta Comisión ha considerado que determinadas ofertas del operador tradicional eran compatibles con su posición en el mercado (como es la promoción de la cuota de alta) si bien ofertas empaquetadas del mismo fueron prohibidas ex ante<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Por todas, ver Resolución de 21 de diciembre de 2005 relativa a la existencia de prácticas contrarias a la libre competencia en la comercialización de los productos línea prepago, línea libre y línea Internet, por parte de Telefónica de España, S.A.U. (Expediente AEM 2005/956).



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Por otra parte, esta Comisión ha venido realizando análisis de emulabilidad de los servicios de tráfico telefónico fijo de acuerdo con el desarrollo de las infraestructuras de los operadores alternativos, aproximando el uso que de los servicios de interconexión regulados realizaban los operadores alternativos<sup>2</sup>.

Con respecto a los servicios de banda ancha, esta Comisión ha fijado los criterios para su análisis en diferentes Resoluciones. En particular, con respecto al tratamiento de las promociones cabe citar la de 15 de julio de 2004<sup>3</sup> mientras que para la ponderación de los diferentes servicios mayoristas, recordar en este punto la de 14 de marzo de 2005<sup>4</sup>.

Finalmente, y con respecto a las ofertas empaquetadas, esta Comisión ha comprobado la suficiencia de los servicios mayoristas para su replicabilidad<sup>5</sup>.

### **SEGUNDO. DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS MERCADOS DE ACCESO Y TRÁFICO TELEFÓNICO, Y DE BANDA ANCHA AL POR MAYOR**

En marzo de 2002 se aprobó un nuevo paquete de directivas comunitarias en materia de telecomunicaciones que diseña un nuevo régimen aplicable a los mercados de referencia y los operadores con poder significativo de mercado. En el mismo se establece que las Autoridades Nacionales de Reglamentación deberán identificar los diferentes mercados del sector de las comunicaciones electrónicas con carácter periódico, para determinar si dichos mercados se desarrollan en un entorno de competencia efectiva e imponer, en caso contrario, las obligaciones específicas que resulten necesarias.

La entrada en vigor de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones (en adelante, LGTel) incorpora al derecho español este nuevo marco regulador de las comunicaciones electrónicas y el Real Decreto 2296/2004, de 10 de diciembre, aprueba el Reglamento sobre mercados de comunicaciones electrónicas, acceso a las redes y numeración (en adelante, Reglamento de Mercados), detallando el procedimiento para su aplicación.

---

<sup>2</sup> Por todas, ver Resolución de 23 de julio de 2003 sobre el informe a la Comisión Delegada Del Gobierno Para Asuntos Económicos sobre los programas de descuentos "BONO 900", "MAYO 01-03" Y "BONO FIJO MÓVIL 60" propuestos por TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U.

<sup>3</sup> Resolución por la que se desestima la consideración de las promociones del Grupo Telefónica en el cálculo de los precios de la OBA fijados mediante Retail Minus.

<sup>4</sup> Resolución sobre el lanzamiento por TESAU del servicio minorista "ADSL 12/04" de facturación por volumen (Expediente MTZ 2005/101).

<sup>5</sup> Por todas, ver Resolución de 21 de julio por la que se pone fin al período de información previa a la apertura de un procedimiento de modificación de la OBA como consecuencia del lanzamiento por TESAU de ofertas empaquetadas que incluyen el servicio de acceso a Internet a través de ADSL.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

De acuerdo con este régimen, mediante Resolución del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de fecha 9 de febrero de 2006 se aprobó la definición de los mercados servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes residenciales, servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes residenciales, servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes no residenciales y servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes no residenciales, el análisis de los mismos, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercados de 3 a 6 de la Recomendación de la Comisión de 11 de febrero de 2003 relativa a los mercados pertinentes de productos y servicios dentro del sector de las comunicaciones electrónicas que pueden ser objeto de regulación ex ante de conformidad con la Directiva 2002/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a un marco regulador común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas, en delante de la Recomendación).

Mediante Resolución del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de fecha 23 de marzo de 2006, se aprobó la definición de los mercados de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes residenciales y acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes no residenciales, el análisis de los mismos, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercados 1 y 2 de la Recomendación).

En estos mercados minoristas se impusieron a TESAU, entre otras obligaciones, la prohibición de incurrir en prácticas anticompetitivas así como la obligación de transparencia, consistente en la comunicación de los precios y condiciones aplicables a los servicios minoristas de referencia.

Por otra parte, y mediante Resolución del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de fecha 1 de junio de 2006, se aprobó la definición del mercado de acceso mayorista de banda ancha, el análisis del mismo, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercado 12 de la Recomendación).

En dicha Resolución, tras identificar los mercados citados, se concluye que no son realmente competitivos y se identifica a TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U. (en adelante TESAU), como operador con poder significativo en todos ellos, imponiéndose las correspondientes obligaciones, entre las cuales se encuentran las de proporcionar los servicios mayoristas de banda ancha a todos los operadores en condiciones técnicas y económicas tales que garanticen la replicabilidad de todos los productos minoristas que comercialice



## **COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES**

cualquiera de las empresas de su Grupo, de tal manera que sean “suficientes para evitar la comercialización de ofertas minoristas de banda ancha que impliquen una extensión de la posición de dominio y, por tanto, riesgos para la libre competencia en el mercado minorista” y las de transparencia y no discriminación prohibiendo, en consecuencia, las prácticas anticompetitivas tales como la predación, el pinzamiento de márgenes o el empaquetamiento abusivo.

### **TERCERO. INICIO DEL PROCEDIMIENTO Y REQUERIMIENTO DE INFORMACIÓN A TESAU**

Mediante escrito del Secretario de esta Comisión de fecha 4 de diciembre de 2006, de acuerdo con lo establecido en el artículo 69.2 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (en adelante LRJPAC), se acordó iniciar el presente procedimiento para la determinación de la metodología para el análisis ex-ante de las ofertas comerciales de TESAU.

Asimismo, mediante el citado escrito y por ser necesario para la determinación de la metodología de análisis de las posibles prácticas anticompetitivas de TESAU más adecuada, se requirió a este operador para que aportara determinada información en relación con sus ingresos y costes para el periodo comprendido entre el 1 de mayo de 2006 y el 31 de octubre de 2006.

### **CUARTO.- CONTESTACIÓN AL REQUERIMIENTO DE INFORMACIÓN**

Con fecha 12 de marzo de 2007 tuvo entrada en el Registro el escrito de TESAU por el que venía a contestar al requerimiento de información practicado por esta Comisión, aportando la información solicitada.

### **QUINTO.- APERTURA DEL TRÁMITE DE CONSULTA PÚBLICA Y NOTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE MEDIDA**

En la forma prevista por el artículo 86 de la LRJPAC, y de acuerdo con el artículo 5.1 del Reglamento de Mercados, mediante escrito del Secretario de esta Comisión de fecha 30 de marzo de 2007 se acordó la apertura de un trámite de información pública por el plazo de 1 mes a contar desde la fecha de publicación en el Boletín Oficial del Estado para que cualquier persona física o jurídica pudiera examinar el procedimiento y efectuar alegaciones al Proyecto de Medida. El citado anuncio se publicó en el BOE número 86 de 10 de abril de 2007.

Asimismo, mediante escrito del Presidente de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de 30 de marzo de 2007, se acordó notificar el Proyecto



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

de Medida relativo a la metodología de análisis de las posibles prácticas anticompetitivas del operador incumbente elaborado por los Servicios a la Comisión Europea y a las Autoridades Nacionales de Reglamentación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7.3 de la Directiva 2002/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (Directiva Marco) y 5.3 del Reglamento de Mercados.

El Proyecto de Medida fue notificado a la Comisión Europea el 10 de abril de 2007.

### **SEXTO. ALEGACIONES A LA CONSULTA PÚBLICA**

Presentaron alegaciones a la consulta pública ASTEL, France Telecom España (en adelante, Orange), Vodafone España, S.A. (en adelante, Vodafone), CABLEEUROPA, S.A.U. y TENARIA, S.A. (en adelante, ONO), ENTER y Telefónica de España S.A.U (en adelante, TESAU).

### **SÉPTIMO. COMENTARIOS DE LA COMISIÓN EUROPEA**

Con fecha 10 de mayo de 2007 tuvo entrada en el Registro de esta Comisión, escrito de la Comisión Europea en el que efectuaba observaciones al Proyecto de Medida notificado.

### **OCTAVO. AMPLIACIÓN DEL PLAZO DEL PROCEDIMIENTO**

Mediante escrito del Secretario de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de fecha 16 de mayo de 2007, y conforme a lo previsto en el artículo 42.6 de la LRJPAC debido a la complejidad del presente procedimiento, se acordó la ampliación del plazo máximo de resolución y notificación del mismo en tres meses más.

Dicha ampliación de plazo fue publicada en el BOE número 123 de 23 de mayo de 2007.

## **FUNDAMENTOS DE DERECHO**

### **PRIMERO.- HABILITACIÓN COMPETENCIAL**

La LGTel, en sus artículos 10, 48.2 y 48.3.g), reconoce a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones las facultades de: (i) definir y analizar los mercados de referencia, (ii) determinar los operadores con peso significativo en el mercado, e (iii) imponer, mantener, modificar o suprimir las obligaciones específicas a los operadores.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

El Reglamento de Mercados desarrolla - a través de sus artículos 2 a 5 - el procedimiento a seguir por la CMT para la identificación y análisis de los mercados de referencia en la explotación de redes y en el suministro de servicios de comunicaciones electrónicas, y su facultad para imponer obligaciones específicas apropiadas a los operadores que posean un peso significativo en cada mercado considerado.

Esta Comisión adecuará sus actuaciones a lo previsto en las disposiciones de la LRJPAC. Este texto legal regula, en virtud de lo dispuesto en el artículo 48 de la citada LGTel y en el artículo 2 del Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, el ejercicio de las funciones públicas que esta Comisión tiene encomendadas.

### **SEGUNDO.- SOBRE LOS COMENTARIOS REALIZADOS POR LA CE A LA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS PARA LAS POSIBLES PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS DE TESAU.**

De acuerdo con el apartado 5 del artículo 7 de la Directiva 2002/21/ CE, de 7 de marzo (en adelante Directiva Marco), las ANR tendrán en cuenta “en la mayor medida posible” los comentarios que otras ANRs y la CE realicen a los proyectos de medidas comunicados por aquéllas.

Pues bien, en su Carta de 10 de mayo, la CE realiza una serie de comentarios relativos a:

- la prohibición de ofertas minoristas de banda ancha;
- el cálculo de la tarifa mayorista que califica como “mixta”;
- el método FFA;
- la eficacia de la medida en relación con la aplicación de las normas y criterios del Derecho horizontal de la competencia.

Dejando el tratamiento de los de detalle a los apartados correspondientes de esta Resolución, es preciso ahora, y con carácter previo, responder a las observaciones que pueden considerarse de carácter general.

Así, indica la CE que la decisión de la CMT *“debería recordar explícitamente que la aplicación del marco regulador y de cualquier obligación impuesta por la CMT a la empresa regulada es sin perjuicio de cualquier procedimiento presente o futuro relativo a la aplicación del artículo 82 del Tratado CE por la Comisión, la autoridad nacional de la competencia o un tribunal, y no da lugar a ninguna expectativa legítima en relación con ninguno de los eventuales procedimientos”*.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Pues bien, tal sugerencia no puede, de ningún modo, ser acogida por esta Comisión.

No es posible ignorar que, en el presente procedimiento esta Comisión actúa de acuerdo con las competencias que le atribuye el marco comunitario regulador de las comunicaciones electrónicas y en virtud de los objetivos que presiden el mismo establecido en el artículo 8 de la Directiva Marco.

Y en este punto cobran especial relevancia tanto las propias Directivas, Marco y de Acceso, como las Directrices sobre análisis de mercado y la Comunicación de acceso aprobadas por la propia Comisión Europea, las cuales configuran un conjunto normativo dotado de principios, objetivos y herramientas propios y específicos de los mercados sobre los que han de operar, de características propias también, y para los cuales la aplicación pura y simple de las normas horizontales de la competencia resulta inadecuada.

En palabras de las propias Directrices, *“Las obligaciones ex ante impuestas por las ANR...están al servicio de los objetivos específicos fijados en las correspondientes Directivas”*.

A estos efectos, es preciso recordar que tal y como señala la Directiva Marco en su considerando 27, resulta esencial que las obligaciones reglamentarias ex ante sólo puedan imponerse cuando no exista competencia efectiva, esto es, en los mercados en los que existan una o más empresas con un peso significativo y cuando las soluciones previstas en la legislación sobre competencia nacional y comunitaria no basten para remediar el problema, a fin de garantizar el desarrollo de un mercado competitivo y ello después de un análisis de competencia efectiva *“en prospectiva”* y por tanto *“si la falta de competencia efectiva tiene carácter duradero”*.

Los mercados en los que la regulación ex ante se ha considerado justificada y donde el derecho de la competencia se ha mostrado insuficiente fueron incluidos en la Recomendación de la CE. Entre ellos, se encuentran los mercados 1 a 6 y 12 en los que esta Comisión identificó a TESAU como operador con PSM imponiéndole las correspondientes obligaciones.

Es preciso señalar a este respecto que las Directrices de la Comisión Europea indican en su apartado 31 a propósito de la relación entre la definición de los mercados e imposición de las obligaciones ex ante de la regulación sectorial y las normas generales de defensa de la competencia, que *“Las obligaciones ex ante impuestas por las ANR a las empresas con PSM están al servicio de los objetivos especificados en las correspondientes Directivas mientras que las soluciones previstas en la legislación sobre competencia pretenden castigar los*



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

*acuerdos o comportamientos abusivos que restringen o falsean la competencia en el mercado pertinente”.*

El pgfo 117 de las Directrices establece que *“la legislación comunitaria, y en particular el el artículo 8 de la Directiva marco ,exigen que las ANR velen por que las medidas que impongan a los operadores con PSM... estén justificadas en relación con los objetivos establecidos en el artículo 8 y guarden proporción con el logro de dichos objetivos”.*

Pues bien, el citado artículo 8 en su apartado 2 impone a las ANRs el objetivo de fomentar la competencia en el suministro de redes, servicios y recursos, *“entre otras cosas:*

*a).....*

*b) velando por que no exista falseamiento ni restricción de la competencia.*

*c) promoviendo una inversión eficiente en materia de infraestructuras y fomentando la innovación”.*

Estos objetivos específicos adquieren una relevancia especial cuando se trata de administrar las obligaciones en materia de acceso previstas en la Directiva 2002/19/CE, como herramienta para su consecución.

Tal y como se recogen en el documento *Revised ERG Common position on the approach to appropriate remedies in the new regulatory framework*<sup>6</sup>, las ANRs deberán tener en cuenta las siguientes principios a la hora de elegir las obligaciones a imponer a los operadores con PSM:

- En los casos en que la competencia basada en infraestructuras sea poco probable debido a la presencia persistente de economías significativas de escala o alcance y otras restricciones a la entrada, las ANRs deberán asegurar un acceso suficiente a los inputs mayoristas.
- En los casos en que la duplicación de la infraestructura del incumbente parezca factible, las obligaciones deben generar incentivos que asistan al proceso de transición a un mercado en competencia sostenible.

Con ello está dándose cumplimiento al objetivo que inspira la determinación de las obligaciones de acceso a imponer recogido por la Directiva de Acceso en su

---

<sup>6</sup> Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework. May 2006.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Cdo (19) con arreglo al cual las ANR *“han de llegar a un equilibrio entre el derecho del propietario de una infraestructura a la explotación de la misma en beneficio propio y el derecho de otros proveedores de servicios competidores a acceder a recursos que resulten esenciales para el suministro de servicios”* y que la imposición por las ANR de obligaciones de acceso *“de la que se deriva un incremento de la competencia a corto plazo, no debe ser en detrimento del incentivo de los competidores a invertir en instalaciones alternativas que garantizarán una mayor competencia a largo plazo”*.

De este modo, los mercados objeto de regulación ex ante presentan unas características- la dependencia de la competencia en infraestructuras, la intensidad de la inversión requerida para ella...- que condicionan el desarrollo de la competencia en servicios, imponiendo a las ANR la necesidad de administrar equilibradamente las medidas de fomento de una y otra, objetivos ausentes totalmente del análisis *ex post*, propio de la normativa de competencia, cuya finalidad consiste, no en fomentar la competencia en mercados en que debe asegurarse su establecimiento (objetivo propio de la regulación sectorial), sino en corregir sus distorsiones un vez los mercados son realmente competitivos.

En consecuencia, la aplicación de esas normas de competencia no puede, en modo alguno, poner en peligro la consecución de los objetivos impuestos por la legislación sectorial. Antes bien, y como ha quedado dicho, ambas han de administrarse de modo que constituyan un todo coherente en beneficio del establecimiento de la competencia.

En éste, y no otro, sentido han de interpretarse las previsiones contenidas tanto en la Directivas, como en la Directrices y la Comunicación, tantas veces citadas.

En este contexto, las propias Directrices en su apartado 24 explicitan, como base de los criterios que dirigen a las ANRs, los establecidos por la jurisprudencia del Tribunal de Justicia y la Comunicación sobre la aplicación de las normas de competencia a los acuerdos de acceso en el sector de las telecomunicaciones (Comunicación de acceso)<sup>7</sup>, entre otros.

En efecto, la citada Comunicación de acceso establecía como uno de sus principales objetivos definir y aclarar la relación existente entre la normativa de competencia y la legislación específica del sector de las comunicaciones electrónicas. En su apartado 13, esta Comunicación reconocía que *“las ANR desempeñan tareas distintas y operan un marco jurídico diferente de aquél en*

---

<sup>7</sup> Comunicación de la Comisión Europea sobre la aplicación de las normas de competencia a los acuerdos de acceso en el sector de las telecomunicaciones (98/C 265/02).



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

*el que se inscribe la Comisión al aplicar las normas de competencia. En primer lugar, las ANR operan con arreglo al Derecho nacional, a pesar de que apliquen a menudo la normativa comunitaria. En segundo término, esta normativa nacional, basada como está en consideraciones de política de telecomunicaciones, puede proponerse objetivos que, aunque son distintos de los perseguidos por la política comunitaria de competencia, son compatibles con ellos.”*

Asimismo, la Comunicación concluía que *“la Comisión estima que las normas de competencia y la normativa específica del sector forman un conjunto coherente de medidas destinadas a garantizar un contexto liberalizado y competitivo para los mercados de las telecomunicaciones en la Comunidad Europea.”*

Pues bien, la salvedad cuya inclusión sugiere la CE se asentaría en el reconocimiento de una suerte de prevalencia, o de independencia “ciega” de las normas de competencia *ex post* respecto de las soluciones sectoriales *ex ante* (para las mismas situaciones y en los mismos mercados), que dejaría a éstas sujetas a revisión *de facto* por la vía de la aplicación de aquéllas y, por tanto, desprovistas de la eficacia que requieren los mercados regulados, comprometiendo con ello la garantía de los objetivos fijados que, en modo alguno, resulta amparada en lo establecido en el marco comunitario aplicable.

Por lo que se refiere a la advertencia respecto de las posibles “expectativas legítimas”, de nuevo, no es posible dar acogida a la observación de la CE. Las medidas regulatorias, en el ámbito de su cobertura, naturalmente marcan a los operadores afectados los límites a su ámbito de actuación constituyendo para ellos elementos de decisión que no pueden quedar sometidos a la revisabilidad, abierta con carácter permanente que pretende la CE, so pena de poner en riesgo la necesaria seguridad jurídica que toda actividad económica exige.

Ello naturalmente sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones que en todo caso les incumben en los ámbitos y comportamientos no cubiertos por las medidas regulatorias impuestas.

En qué medida dichos comportamientos queden amparados , o no, por un principio de confianza legítima es una valoración que sólo a los Tribunales, nacionales o comunitarios, compete.

En consecuencia, la intervención *ex ante* que realiza esta Comisión se justifica por el objetivo de fomentar el desarrollo de una competencia sostenible en aquellos mercados en los que la intervención se ha considerado necesaria y no puede quedar condicionada a una eventual revisión, al margen de los



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

procedimientos de control apropiados, por la vía de una aplicación posterior de la normativa de competencia, con finalidad y objetivos distintos..

Nuestra LGTel, de acuerdo con el marco descrito establece en el artículo 10.4 de la LGTel que las obligaciones han de basarse en la índole del problema detectado, guardar proporción con éste y justificarse a la luz de los objetivos enumerados en el artículo 3 de la misma Ley, recogiendo el artículo 8 de la Directiva Marco.

Igualmente dispone que, preferentemente, se impondrán obligaciones en materia de acceso, interconexión, selección y preselección, frente a otras con mayor incidencia en la libre competencia. Dicho de otra forma, a la hora de afrontar problemas de competencia en un determinado mercado habrán de imponerse preferentemente obligaciones con efecto en los mercados mayoristas y sólo cuando estas medidas no garanticen la competencia efectiva en el mercado de referencia, habrán de imponerse en los mercados minoristas.

Las obligaciones impuestas en los mercados de referencia responden así a los problemas de competencia potenciales encontrados, conjugando los distintos objetivos que deben perseguir las ANR en su intervención ex ante. En los mercados de referencia afectados por la presente decisión, se identificaron como potenciales problemas de competencia los precios excesivos, la negativa de suministro, el empaquetamiento abusivo y la prevención de la entrada al mercado los cuales justificaron la imposición de obligaciones de acceso mayorista, en el mercado 12, y de control de precios minorista en los mercados 1 a 6.

El control de las obligaciones impuestas exige de la aplicación de una herramienta que permita a la CMT evaluar la necesidad, a la vista de las prácticas comerciales de TESAU en los mercados minoristas, de modificar bien éstas últimas (mercados 1 a 6), bien las concretas condiciones mayoristas establecidas (mercado 12), en orden a asegurar la replicabilidad por los operadores competidores de TESAU de los productos minoristas de ésta, así como evitar la discriminación de aquellos respecto de sus propias filiales y asociadas.

### **TERCERO.- METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS EX ANTE DE LAS OFERTAS DE TESAU**



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### I Introducción

De acuerdo con lo señalado en el Antecedente de Hecho PRIMERO, con anterioridad a la definición y análisis de los mercados realizada al amparo del marco regulatorio actualmente vigente, esta Comisión había venido analizando las ofertas minoristas de TESAU con arreglo a una metodología adecuada al momento de desarrollo de los distintos mercados minoristas.

Sin embargo, el tiempo transcurrido, los resultados derivados de los análisis realizados, y, sobre todo, la importante modificación de la política comercial de todos los operadores en general, y de TESAU en particular, exigían la elaboración de una nueva metodología apta para la correcta identificación de los efectos previsibles en el mercado de dichas prácticas comerciales.

Los empaquetamientos, modo de comercialización característico del mercado español, así como el grado de evolución de los mercados mayoristas (fundamentalmente la desagregación del bucle de abonado), y del despliegue de redes alternativas de banda ancha por parte de los operadores de cable, constituyen los elementos esenciales que determinan la configuración de la nueva herramienta.

Es objeto de esta Resolución clarificar los instrumentos que utilizará la CMT para analizar las ofertas del incumbente aumentando así la seguridad jurídica tanto para la propia TESAU, cuya estrategia comercial es objeto de control regulatorio, como para sus competidores, que han de contar con unos criterios sólidos sobre los que determinar qué tipo de ofertas y bajo qué circunstancias podrían ser consideradas como prácticas anticompetitivas<sup>8</sup>, en el sentido de lo dispuesto en las obligaciones regulatorias antes mencionadas.

En este punto es preciso destacar también que se trata de una herramienta de análisis ex ante y, por tanto, aplicada para identificar los efectos previsibles, no los efectos constatables, de las prácticas comerciales en cuestión.-

Desde un punto de vista regulatorio, conseguir que las reglas de valoración de las ofertas sean administrables implica que el regulador, sobre la base de los criterios preestablecidos en la metodología, tome las decisiones apropiadas para el buen funcionamiento del mercado en un plazo razonable.

---

<sup>8</sup> En aras de una mayor claridad explicativa no se diferenciará el caso de los mercados 1-6 del mercado 12. Ahora bien, los servicios minoristas de banda ancha no son un servicio regulado. Por tanto, a lo largo de esta Resolución, en aquellas situaciones en las que se requiera la intervención minorista, para el caso de los servicios de banda ancha, siempre se hará en referencia al cumplimiento efectivo de las obligaciones impuestas por esta Comisión a TESAU, esto es, la necesidad de modificar las condiciones mayoristas de forma previa al lanzamiento comercial.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Sin embargo, desde el punto de vista práctico, dada la gran diversidad de ofertas susceptibles de lanzarse al mercado, las diferentes prácticas anticompetitivas a que pueden dar lugar dichas ofertas (pinzamiento, empaquetamiento, descuentos de fidelidad, selectivos etc.) y la dificultad adicional de tener que evaluar ex ante su impacto sobre la competencia y los consumidores – en el largo plazo-, puede resultar complejo combinar un enfoque basado en los efectos potenciales con un análisis económico que ofrezca un grado razonable de predictibilidad y certidumbre.

Para compaginar ambas perspectivas:

- Se describen las prácticas anticompetitivas basadas en el estrechamiento de márgenes y del empaquetamiento y las circunstancias bajo las cuales se pueden plantear problemas de competencia como consecuencia de las mismas.
- Se definen ex ante “puertos seguros” que permitan al incumbente actuar sin hacer peligrar su estrategia comercial, para lo que se definen los supuestos en los que una oferta se debería considerar, a priori, replicable por los competidores.

El desarrollo de una metodología para el análisis de estas dos prácticas, permite, al mismo tiempo, analizar el resto de prácticas anticompetitivas en que un operador dominante verticalmente integrado como TESAU puede incurrir: precios predatorios, subsidios cruzados y discriminación de precios (descuentos).

Así, la definición habitual de predación implica, entre otras cuestiones, la venta del bien por debajo de un determinado umbral de costes, básicamente del coste incremental de largo plazo. En una situación en la que los competidores necesitan el servicio mayorista regulado de TESAU para prestar el servicio al cliente final, la predación implica necesariamente estrangulamiento de márgenes. Esto significa que al prevenir que las ofertas de TESAU impliquen estrangulamiento de márgenes se está previniendo simultáneamente el riesgo de que sean predatorias.

Los subsidios cruzados pueden definirse como el uso de los ingresos en un mercado para financiar las pérdidas en otro. Sin embargo los subsidios cruzados, más que como práctica anticompetitiva en sí misma, indican el origen de los fondos que la financian por lo que su consideración queda en segundo plano en relación con la práctica anticompetitiva que están financiando, que son los precios predatorios.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En cuanto a la discriminación de precios y a los efectos que aquí interesan- las ofertas del incumbente como mecanismo de expulsión de los competidores - está vinculada a la concesión de descuentos, por lo que en la práctica puede ser analizada desde la perspectiva de precios excesivamente bajos (estrangulamiento de márgenes y/o predación).

En todo caso, si bien esta metodología facilitará el análisis de estas restantes prácticas anticompetitivas, conviene destacar que la discriminación de precios así como otras prácticas potencialmente anticompetitivas pueden adoptar formas diversas que hacen difícil su inclusión en una metodología como la presente. Por tanto, y en relación con las alegaciones formuladas por Vodafone, Orange y ASTEL relativas a la no verificación de la obligación de no discriminación por parte de la metodología, esta Comisión concluye que la metodología está orientada a la detección de situaciones de estrechamiento de márgenes entre los servicios mayoristas regulados y los servicios minoristas propuestos por TESAU dado que estas situaciones son las más frecuentes y han sido fuente de conflicto con otros operadores. Por este motivo, esta Comisión analizará el cumplimiento del resto de obligaciones que TESAU tiene impuestas, como es la discriminación abusiva, caso a caso analizando tanto los precios como las cláusulas contractuales de prestación del servicio.

Por último, cabe resaltar que la presente iniciativa respecto a la transparencia de los criterios y actuaciones llevadas a cabo *ex ante* por las ANRs responde a las directrices acordadas en el seno del ERG. Así, por ejemplo, en el documento sobre la adopción de obligaciones apropiadas<sup>9</sup> se considera que, en el caso concreto del análisis de estrechamiento de márgenes, las ANRs deben ser transparentes y hacer público el test a utilizar<sup>10</sup>. Asimismo, en la Posición Común respecto a las obligaciones a imponer en los mercados mayoristas de banda ancha<sup>11</sup> se establece que podría ser necesaria la publicación de una metodología para la detección de posibles prácticas de estrechamiento de márgenes<sup>12</sup>.

## II Concreción de la obligación de suministro de información por parte de TESAU

Como resultado de las obligaciones de transparencia referenciadas en el Fundamento de derecho segundo, TESAU está obligada a comunicar a la CMT

---

<sup>9</sup> Nota a pie 6.

<sup>10</sup> Página 120: *"The test for the price squeeze should be determined in advance and made transparent when making the decision to apply wholesale price controls"*.

<sup>11</sup> ERG Common Position on best practice in bitstream access remedies imposed as a consequence of a position of significant market power in the market for wholesale broadband access.

<sup>12</sup> Página 7: *"Suitable forms of control include advance publication of the methodology for assessment of margin squeeze (or eviction price)"*.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

todas las promociones, modificaciones de las tarifas y/o modificaciones de las condiciones de su oferta en los mercados minoristas de acceso telefónico fijo residencial, servicios de tráfico telefónico fijo residencial y servicio minorista de banda ancha.

El análisis de los posibles efectos de las ofertas comunicadas por TESAU debe basarse en la teoría económica, la jurisprudencia existente y la realidad del sector. En particular, en lo que se refiere a la existencia de compresiones de márgenes es importante determinar con la mayor precisión posible tanto los ingresos de TESAU como los costes del operador eficiente a considerar en el test de imputación. A tal fin, la CMT requerirá a TESAU cada seis meses datos adicionales a los que se suelen incluir en las comunicaciones de las ofertas. El objetivo de este requerimiento semestral será recoger los datos de ingreso y de coste imprescindibles para adecuar el análisis de las ofertas comunicadas de TESAU a la evolución del mercado. Con el establecimiento de dos requerimientos de información por año, se persigue por un lado actualizar los datos de coste y de ingreso de forma que en el test de estrangulamiento refleje los cambios en estas variables, y por otro lado se intenta minimizar el coste que supone para TESAU el responder a un requerimiento de información de esta envergadura.

En virtud de la habilitación competencial de esta Comisión, cada seis meses TESAU deberá responder al requerimiento de información adjuntado como Anexo 2.

De acuerdo con las obligaciones de comunicación previa de ofertas impuesta a TESAU en determinados mercados, este operador deberá comunicar cualquier modificación, nueva tarifa o promoción sobre las mismas de acuerdo con los parámetros incluidos en el Anexo 3.

### **III Análisis de estrechamiento de márgenes**

#### **III.1 Definición**

Un estrangulamiento de márgenes es un comportamiento estratégico por parte de una empresa verticalmente integrada y dominante en un mercado mayorista quién, mediante la manipulación del precio minorista y/o del precio mayorista cobrado a sus competidores<sup>13</sup>, pretende conseguir su expulsión o debilitamiento en los mercados minoristas con el fin de distorsionar la competencia<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> En el caso que el mercado mayorista tenga un precio regulado, la compresión de márgenes solo podrá resultar de la reducción abusiva del precio minorista.

<sup>14</sup> Ver Sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 30 de noviembre de 2000, Asunto T-5/97 Industrie



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### ***III.2 Metodología de análisis***

El diseño de la Metodología objeto de la presente Resolución pretende responder adecuadamente a las condiciones reales en las que las empresas toman sus decisiones de comercialización de productos. En este sentido todos los operadores que han formulado respuestas a la Consulta Pública han apoyado unánimemente este enfoque.

La metodología de análisis de las ofertas constará esencialmente de dos pasos:

- Test de imputación
- Análisis de la capacidad del estrechamiento para distorsionar la competencia y racionalidades alternativas

Esta metodología es coherente con la jurisprudencia y los objetivos regulatorios considerados anteriormente.

La misma se muestra de forma gráfica en el árbol de decisión siguiente:

---

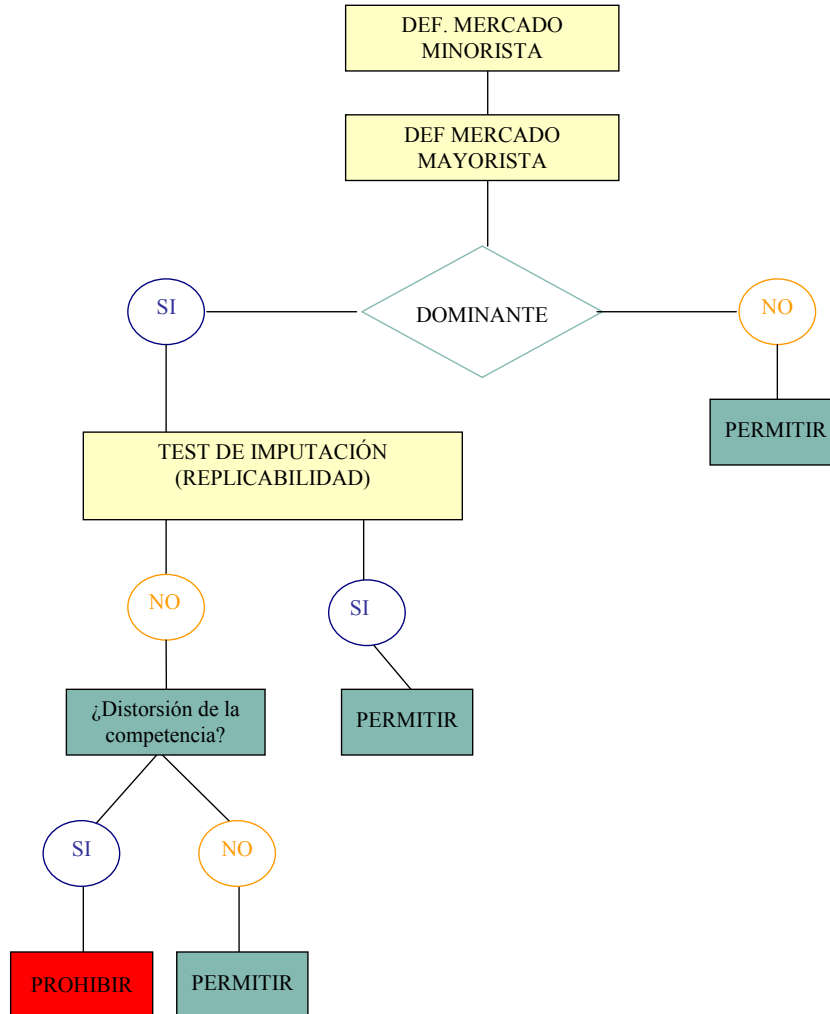
des Poudres Sphériques. Decisión de la Comisión Europea de 19 de octubre de 1988, Asunto 88/518/EEC Napier Brown-British Sugar (DO [1988] L 284/41. Párrafos 117 y 118 de la Comunicación sobre la aplicación de las normas de competencia a los acuerdos de acceso en el sector de las telecomunicaciones (98/C 265/02).





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Gráfico III.1: Árbol de decisión para el análisis de las ofertas individuales (estrechamiento de márgenes)



Los pasos a seguir en la realización del test de imputación serían los siguientes:

- En primer lugar habría que realizar la identificación del mercado por el mercado minorista y a partir de aquí, identificar el mercado mayorista relacionado.

Para identificar el mercado en estos casos, el punto de partida correcto es el mercado minorista, ya que la consideración del mercado mayorista podría



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

dar lugar a distorsiones de la competencia aguas abajo. Todos los servicios incluidos dentro del mercado deberían formar parte del test.

- Una vez identificado el mercado mayorista, si el operador no ha sido declarado dominante en el mismo, la oferta se debería permitir. Si ha sido declarado dominante, se debe realizar un test de imputación.
- Si el resultado del test es que la oferta es replicable económicamente por un operador al menos tan eficiente como TESAU, la oferta se debería permitir.
- Si no lo es, debe considerarse si esa oferta puede distorsionar la competencia y si existe una explicación consistente con un mercado competitivo que la explique. Si no es probable que distorsione la competencia en el mercado o existe una justificación consistente con un mercado en competencia, la oferta se debería permitir. En otro caso se calificaría la oferta como anticompetitiva y, si se refiere a un servicio minorista de los incluidos en los mercados 1 a 6, se prohibiría expresamente a TESAU su comercialización. Si una oferta declarada anticompetitiva se refiere a un servicio del mercado minorista de acceso en banda ancha a Internet, se informaría a TESAU que la CMT considera dicha oferta como anticompetitiva y se iniciaría el correspondiente expediente para determinar los precios de los servicios mayoristas del mercado 12 en la forma y cuantía adecuadas para evitar el estrangulamiento de precios. Durante este proceso de adecuación, la oferta minorista en cuestión sería suspendida cautelarmente.

Los detalles de los pasos anteriores así como la definición de los conceptos relevantes se explican en el Anexo 1 de esta Resolución.

### ***III.3 Identificación de los mercados y de la dominancia***

Esta Comisión ha completado la primera revisión de todos los mercados susceptibles de ser regulados ex ante de acuerdo con la Recomendación de mercados relevantes. Adicionalmente, de la aplicación de sus competencias o como consecuencia del anterior análisis<sup>15</sup>, ha definido en varias Resoluciones otros mercados dentro del sector de las comunicaciones electrónicas. En virtud de lo anterior, a continuación se presentan los mercados de referencia sobre los que se aplicará la presente metodología, no siendo necesario identificarlos. De la misma forma, la designación de los operadores con PSM realizada en el marco de los análisis de mercados también se considera suficiente para realizar los análisis contenidos en la presente Resolución:

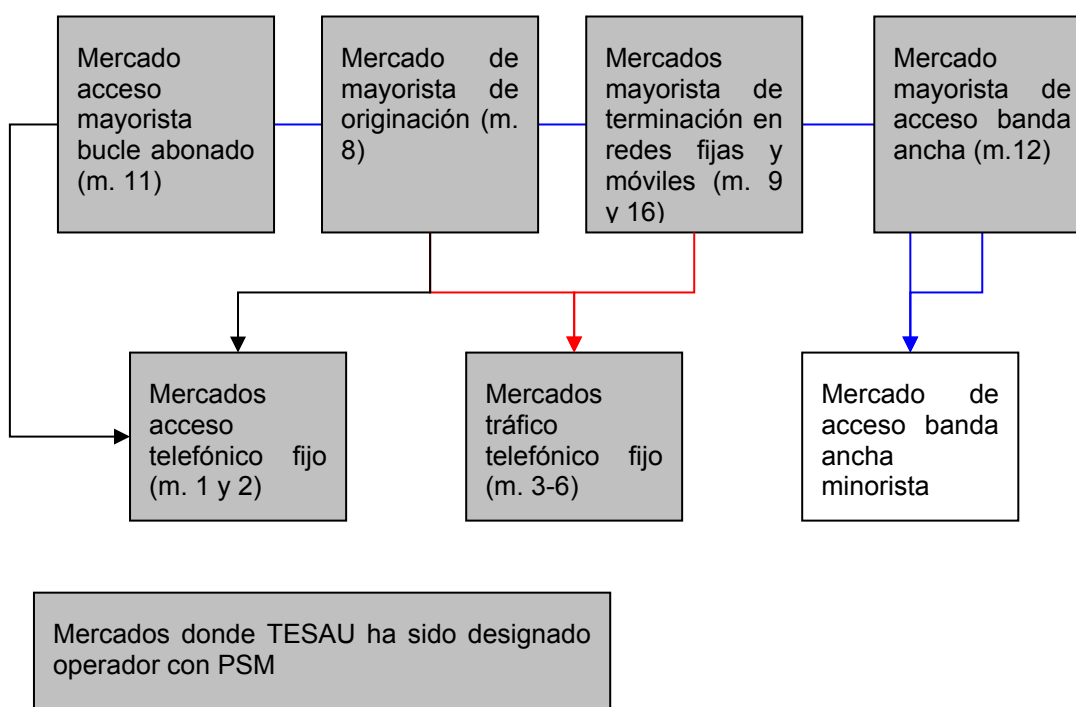
---

<sup>15</sup> En la Resolución de 1 de junio de 2006, esta Comisión definió el mercado minorista de banda ancha si bien el análisis se correspondía con el mercado mayorista de banda ancha.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Gráfico III.2: Definición de mercados y designación de PSM de acuerdo con los análisis de mercados relevantes



De acuerdo con la citada Sentencia del Tribunal de Primera Instancia en el asunto *Industrie des Poudres Sphériques*, no es necesario probar que un operador sea dominante en el mercado descendente para establecer que la compañía ha impuesto un estrechamiento de márgenes abusivo. En este sentido, de acuerdo con la jurisprudencia, el mercado en el que se produce el abuso y en el que se producen los efectos adversos no tienen por qué coincidir<sup>16</sup>.

Por este motivo, la citada Posición Común del ERG<sup>17</sup> establece que el análisis de estrechamiento de márgenes requiere de la aplicación de determinadas obligaciones en mercados conexos al mercado mayorista en el que el operador cuenta con un peso significativo en el mercado con el fin de hacer efectiva la regulación impuesta y evitar el cierre del mercado minorista<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> Sentencia del TJCE de 14 de noviembre de 1996 en el Asunto C-333/94 P, *Tetra Pak vs. Comisión* ("Tetra Pak II").

<sup>17</sup> Ver nota al pie 6.

<sup>18</sup> Ver nota al pie 9, página 120: *"It is apparent that these remedies apply, partly or wholly to linked market(s). In their absence, affective regulation may be impossible and consequently foreclosure of*



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Sin embargo, la Comisión Europea, en sus comentarios, considera que la metodología notificada *“parece ser el resultado de una regulación de las ofertas minoristas de banda ancha. No obstante el mercado minorista de banda ancha no está incluido en la Recomendación y, por consiguiente, no es objeto de regulación ex ante”*.

Continúa la Comisión Europea considerando que *“en caso que la aplicación de la metodología de dos pasos indique un estrechamiento de márgenes, la Comisión invita a la CMT a (i) modificar los precios mayoristas según el caso, o (ii) asegurarse de que se toman la medida en virtud de la normativa de competencia contra TESAU para poner remedio a la desproporción entre los precios mayoristas y minoristas”*.

Efectivamente, el mercado minorista de acceso a Internet en banda ancha no es objeto de regulación ex ante no porque no figure en la lista de la Recomendación de la Comisión Europea sino porque esta Comisión no ha procedido en ningún momento al análisis y determinación necesarios para ello.

Esta Comisión, en el proceso de análisis de los mercados de referencia no identificó el mercado minorista de acceso a Internet en banda ancha como mercado susceptible de ser regulado ex ante en España. Ahora bien, mediante Resolución de 1 de junio de 2006 (por la que se aprueba el análisis del mercado 12) se aprobó el análisis y la imposición de obligaciones específicas relativas al mercado mayorista de banda ancha. En dicha Resolución se impuso de TESAU la obligación de *“facilitar un acceso mayorista de banda ancha (acceso indirecto al bucle) suficiente para garantizar la replicabilidad técnica de todas las ofertas minoristas de banda ancha que comercialice, bien directamente o a través de otras empresas de su mismo grupo”*. La obligación anterior requiere contar con un periodo de tiempo suficiente para analizar la suficiencia de las condiciones mayoristas y, en su caso, modificarlas. Por tanto, como se estimaba en dicha Resolución, *“[L]a CMT no pretende imponer obligaciones minoristas a TESAU, en tanto que, efectivamente, el mercado objeto de análisis es mayorista. Ahora bien, la CMT debe asegurar que las condiciones mayoristas son tales que aseguran la igualdad para competir entre los operadores en los mercados minoristas. En el marco del análisis del mercado de referencia se han puesto de manifiesto los riesgos que para la competencia tienen determinadas prácticas en el mercado mayorista. Por tanto, se considera imprescindible una comunicación previa de las ofertas minoristas con la finalidad de que la CMT compruebe que son coherentes con las obligaciones impuestas y valore, en su caso, la modificación de las condiciones mayoristas<sup>19</sup>”*.

---

*downstream market may take place”*.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En coherencia con lo anterior, y tal y como apunta la Comisión Europea en sus comentarios, en caso que de los análisis entre los precios minoristas y las condiciones mayoristas se concluyera que no existe un margen suficiente, esta Comisión procedería a iniciar un procedimiento para la modificación de las condiciones mayoristas de acceso. Durante este proceso de revisión, esta Comisión prohibiría a TESAU auto-prestarse el servicio mayorista a sí misma necesario para la prestación de las ofertas minoristas incompatibles con las obligaciones anteriores. Por este motivo, y en tanto que TESAU no disponga de un servicio mayorista propio suficiente para la prestación del servicio minorista, la oferta en cuestión de TESAU sería suspendida cautelarmente. Esta obligación resulta coherente con la citada posición común respecto a las obligaciones de banda ancha<sup>20</sup>. Finalmente, y una vez las condiciones técnicas y económicas de los servicios de acceso indirecto fueran tales que permitieran a los operadores alternativos competir con TESAU en igualdad de condiciones, TESAU podría volver a auto-prestarse el servicio mayorista, levantándose la suspensión cautelar. De lo contrario, el régimen de obligaciones impuesto en el mercado de acceso de banda ancha al por mayor carecería de efectividad.

En conclusión, esta Comisión no pretende prohibir las ofertas minoristas de banda ancha de TESAU sino garantizar que, en tanto se asegura que las condiciones mayoristas son tales que permiten a los operadores alternativos que requieren de los servicios mayoristas del operador tradicional competir en el nivel minorista, el operador con PSM no utilice su posición para erigir barreras a la entrada, debilitar o expulsar a sus competidores.

### ***III.4 Test de imputación: Servicios y productos comercializados por TESAU***

A la hora de realizar el test de imputación con respecto a los servicios específicos de TESAU es preciso determinar los productos que se deben considerar. En términos generales, sería esperable que todas las ofertas individuales del TESAU generen unos ingresos suficientes para pasar el test de imputación. Por tanto, se entiende que, al menos en un primer momento, son las ofertas individuales de este operador la base para el análisis de replicabilidad entendiéndose por ofertas individuales lo siguiente:

---

<sup>19</sup> La CMT considera que estas obligaciones no afectan al mercado minorista de banda ancha sino al mayorista como así lo han hecho otras ANR (por todas, ver el caso francés, FR 2005/0175).

<sup>20</sup> Ver nota al pie 11. Página 5: "(...), NRAs should consider whether a special form of non-discrimination obligation, namely ex ante controls on the introduction of downstream services by SMP player, should be imposed in order to ensure that bitstream services which would permit effective competition in downstream market are made available and are fit for purpose in a timely way. An appropriate method of control could be an obligation of not to make available to itself the wholesale inputs which permit introduction of a new or enhanced downstream service until the corresponding wholesale service components required to deliver an equivalent competitive downstream service are available and fit for purpose".



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- Servicio de acceso telefónico fijo. Ingresos y costes totales derivados de la contratación por el cliente de la línea telefónica fija y otros servicios y facilidades adicionales;
- Servicio telefónico fijo. Ingresos y costes totales derivados de la prestación al cliente de la totalidad del tráfico telefónico consumido por un cliente.
- Servicio de banda ancha minorista. Ingresos y costes totales derivados de la contratación por el cliente de cualquier modalidad del servicio ADSL.

Por otra parte, en los casos en los que los ingresos y costes se producen a lo largo de un periodo de tiempo, se ha considerado apropiado descontar dichos flujos mensuales mediante la WACC anual aprobada para TESAU (dicha tasa mensualizada equivale a una tasa de descuento del 0,78%).

El resultado del test de imputación será el valor actual neto derivado de la prestación del servicio (VAN), esto es, los ingresos y los costes obtenidos por el TESAU descontados por la tasa anterior. La regla de decisión seguirá la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=0}^T \frac{Ingreso_t - Coste_t}{(1+r)^t} > 0$$

Donde (i) t es cada uno de los meses en los que el cliente está adscrito al servicio, (ii) T es la vida económica del cliente y (iii) r es la WACC anual aprobada para TESAU mensualizada.

En el presente apartado se considerarán los costes de prestación del servicio, analizándose en apartados posteriores el tratamiento de los costes de captación dado que su importe varía en función de la oferta concreta lanzada por TESAU y las empresas de su Grupo.

La Comisión Europea, en sus comentarios, estima que la metodología propuesta, que aplica un test de Flujos de Fondos Ajustados, plantea determinadas deficiencias que podrían conllevar *“un margen positivo “falso” originado, entre otras cosas, por beneficios futuros que sean incompatibles con un ámbito competitivo (por ej. precios futuros constantes en un mercado creciente). La Comisión señala que el enfoque periodo a periodo, dependiendo de cada caso individual, puede ser el método más pertinente para detectar un estrechamiento de márgenes de precio”*.

Con respecto a estos comentarios, la CMT recuerda que la metodología propuesta supone una herramienta complementaria para la concreción de las medidas impuestas a TESAU como operador PSM, en el marco regulador ex



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ante. Por tanto, la aplicación de un método periodo a periodo no es factible en tanto que, en el momento de producirse el análisis, es decir cuando se produce el lanzamiento de un nuevo producto o servicio, la modificación en sus condiciones tarifarias, o la promoción comercial de los mismos, esta Comisión no contaría con los datos contables necesarios para realizar la revisión propuesta. La contabilidad representa una foto fija, en un momento temporal concreto, de la situación financiera y patrimonial del operador que no permitiría, debido a su desfase temporal, la realización de un análisis ex ante prospectivo del carácter potencialmente anticompetitivo de una práctica futura, aún por realizar.

Por otra parte, esta Comisión considera que el método de los Flujos de Caja Descontados es adecuado en tanto que los operadores de telecomunicaciones, para determinar el precio de un servicio, contemplan al cliente como un generador de flujos de caja durante toda una vida económica y no período a período. Ignorar esta circunstancia nos llevaría a que, para detectar comportamientos anticompetitivos, estaríamos utilizando una herramienta que, por un lado, no tiene en cuenta cómo funciona la competencia en el mercado y, por otro, tampoco considera las características propias de un mercado como el de las telecomunicaciones altamente intensivo en capital, donde el criterio de evaluación sobre la rentabilidad esperada de las inversiones en ningún caso podría basarse en un enfoque de recuperación de periodo a periodo. Por todo ello, esta Comisión considera que el método periodo a periodo no es adecuado para apreciar ex ante la existencia de un posible estrangulamiento de precios en los mercados de comunicaciones electrónicas.

La revisión semestral de los parámetros de partida de la metodología (precios minoristas, mayoristas y costes de prestación) reduce sustancialmente los riesgos resaltados por la Comisión dado que permite su modificación en plazos relativamente cortos de tiempo.

Finalmente, la hipótesis planteada por la Comisión Europea respecto de los “falsos positivos” resulta altamente improbable. Por el contrario, esta Comisión considera que la probabilidad de “falsos positivos” es mayor con la consideración de ingresos y costes periodo a periodo dado el enfoque tomado por la CMT de un análisis individualizado de las ofertas. En efecto, la revisión de los servicios minoristas se realizará producto a producto, evitando, por tanto, los subsidios cruzados entre segmentos de mercados diferentes. Se evita de esta forma la posibilidad de que un operador integrado y presente en todos los segmentos del sector de las comunicaciones electrónicas, como es el caso de TESAU, pueda excluir a operadores de nicho. Igualmente tampoco se permite la subvención entre clientes nuevos y existentes, elemento importante en este caso dadas las diferencias en el número de suscriptores de este operador con



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

respecto a sus competidores, pudiendo repartir los costes de captación y comunes entre una base mayor.

En lo que respecta a las ofertas comerciales objeto de análisis, la presente metodología analizará las ofertas del mercado residencial dado que es el enfoque coherente con la tipología de los costes considerados. Por otra parte, las diferencias existentes en la forma de comercialización de las ofertas residenciales y empresariales hacen difícil un tratamiento equivalente. En consecuencia, y en respuesta a las consideraciones realizadas por Orange y ASTEL a este respecto, esta Comisión analizará las ofertas destinadas al segmento empresarial de forma individual.

### **III.5 Servicio de acceso telefónico**

#### **Ingresos**

Los servicios de acceso cuentan con dos tipos de ingresos: recurrentes y no recurrentes. Estos últimos se componen por la cuota de alta, pago único que deberá distribuirse durante la vida económica del cliente. Esta Comisión estima que un cliente de acceso permanece adscrito al servicio con un operador un periodo medio de 6 años.

Con respecto a los ingresos recurrentes cabe destacar además de la cuota de abono, concepto regulado mediante Resolución de esta Comisión, las cuotas abonadas por el usuario final por otros conceptos asociados al acceso tales como las facilidades adicionales y el alquiler del terminal<sup>21</sup>. Ahora bien, no todos los usuarios del servicio de acceso contratan dichos servicios adicionales con lo que es necesario promediar dichos ingresos en función de la base de clientes que efectivamente los contratan<sup>22</sup>.

#### **Costes**

Como se explica en el Anexo 1, los costes de prestación del servicio se componen de costes de red que agrupan la tarifa mayorista de los servicios regulados prestados por TESAU, en su caso, y otros costes de red (elementos no prestados por el operador tradicional) así como de los costes minoristas específicos del servicio y la parte correspondiente de los costes no específicos.

Con respecto a la tarifa mayorista, se tomará, de forma provisional en tanto que no se aprueben las condiciones definitivas, el precio del acceso mayorista a la

---

<sup>21</sup> En la Resolución de los mercados 1 y 2 de la Recomendación se incluyeron las facilidades adicionales en dichos mercados de referencia dada su relación con el servicio de acceso.

<sup>22</sup> De acuerdo con los datos aportados por TESAU, las altas a la línea básica supusieron un **[CONFIDENCIAL]** del total.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

línea telefónica<sup>23</sup>. Se considera que este servicio mayorista engloba la totalidad de los costes de red necesarios para la prestación del servicio de acceso.

De forma adicional, se considerará la amortización de los costes de adquisición del terminal dado que también se han tenido en cuenta los ingresos derivados del alquiler del mismo.

Asimismo se han considerado los costes minoristas correspondientes al servicio de acceso telefónico tal y como se ha descrito en el Anexo 1.

El detalle de los cálculos anteriores se encuentra en el Anexo 5 confidencial. El resultado para este servicio se encuentra en el Anexo 4.

Por tanto, TESAU no podrá comercializar, de acuerdo con las obligaciones impuestas a dicho operador en el marco del análisis de los mercados 1 y 2 citadas anteriormente, ninguna oferta cuyo margen sea inferior al descrito en el Anexo 4 de la presente Resolución.

### **III.6 Servicio telefónico fijo**

Esta Comisión considera que deben someterse a la presente metodología todos los planes de precios del servicio telefónico fijo que superen los 5.000 clientes. Adicionalmente, todas las nuevas ofertas serán sometidas a la presente metodología.

Así, como respuesta al requerimiento de información efectuado por la CMT en fecha 4 de diciembre de 2006, TESAU comunicó informaciones relativas a todos los planes de ámbito metropolitano y multi-ámbito cuando la planta media de estos servicios superaba los 5.000 clientes. Estos servicios constituyen la oferta mayoritaria de TESAU en el ámbito residencial y, según estimaciones de la CMT, constituyen una parte razonable de la planta del operador.

Es necesario precisar que este umbral se fija a los efectos de la aplicación de la Metodología como herramienta de análisis sin que deba entenderse como umbral de la obligación de comunicación que pesa sobre TESAU en virtud de las resoluciones de análisis de los mercados afectados.

La unidad de análisis del test es todo el tráfico generado por el cliente medio del plan de precios o bono que se esté estudiando. Por ejemplo, en el caso de una tarifa plana metropolitana se calculará la emulabilidad de todo el tráfico generado por el cliente medio de esa tarifa plana, incluyendo tanto el tráfico

---

<sup>23</sup> Esta Comisión aprobó, mediante Resolución de 22 de marzo de 2007, la imposición a TESAU de la obligación de acceso mayorista a la línea telefónica fija.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

cubierto por la franquicia (local) como el tráfico no cubierto por la franquicia (tráfico provincial, nacional, fijo-móvil e internacional).

Por esta razón, para cada oferta comunicada que supere el umbral de referencia, se identificará o estimará el consumo medio mensual por ámbito del cliente tipo de esa oferta<sup>24</sup>.

El test permitirá comprobar si el ingreso que TESAU percibe por los tráficos mensuales de ese cliente medio excede la suma de los costes mayoristas y minoristas que incurriría un proveedor alternativo tan eficiente como TESAU en el caso de querer satisfacer las necesidades de tráfico de ese cliente medio.

Así, la principal novedad con respecto al test que la CMT aplica actualmente para garantizar la emulabilidad económica de los distintos servicios de tráfico es que, según la nueva metodología, se consideraría la emulabilidad conjunta de todo el tráfico generado por el cliente tipo de la oferta, cuando hasta ahora se ha considerado solamente la emulabilidad de los ámbitos de tráfico incluidos en la oferta. Por ejemplo, si hubiera un plan de precios que incluyera solamente los 100 primeros minutos cursados de llamadas nacionales, no se analizaría la emulabilidad de esos 100 primeros minutos de ámbito nacional, sino que se analizaría la emulabilidad de todo el tráfico generado por el cliente tipo de esa promoción (incluyendo tanto todo el tráfico nacional como internacional, dirigido a redes móviles u otros).

### **Ingresos**

Dado lo anterior, para la estimación de los ingresos correspondientes al tráfico telefónico fijo se considerarán las cuotas correspondientes al plan de precios considerado así como los tráficos que curse el cliente para todos los ámbitos tarifarios no incluidos en el mismo. Para la estimación de este tráfico adicional se considerarán los perfiles de tráfico aportados por TESAU para los clientes adscritos al mismo de acuerdo con el requerimiento de información realizado y se valorarán al precio cada ámbito de acuerdo con los datos en disposición de esta Comisión.

Esta Comisión estiman que un cliente del servicio telefónico fijo permanece adscrito al servicio con un operador un periodo medio de 3 años.

En el caso que TESAU no aporte todos los tráficos necesarios, la CMT asignará una estimación del tráfico por cliente y mes que se corresponderá con

---

<sup>24</sup> La identificación será posible cuando la CMT disponga de datos de tráfico por ámbito de la oferta. En el caso de no disponer de todos los datos necesarios, la CMT estimará el tráfico por ámbito, cliente y mes tal y cómo se describe a continuación.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

el tráfico medio por cliente y mes no franquiciado de ese ámbito de TESAU<sup>25</sup>. Es decir, se aproximarán estos datos tomando en consideración los minutos de tráfico no franquiciado declarados por TESAU y el número de clientes que no tiene contratada una franquicia que cubra ese ámbito. Para el semestre de mayo a octubre de 2006 se obtienen los datos que se pueden consultar en la tabla 2 del Anexo 5 (confidencial).

### Costes

Los costes se componen de costes minoristas y de red. En el caso de estos últimos, existen costes de red propios de cada operador y los costes de interconexión tanto a redes fijas nacionales como a redes móviles y redes internacionales.

Los costes minoristas se han calculado tal y como se describe en el Anexo 1.

La CMT ha analizado los recursos de red utilizados por TESAU en los servicios de tráfico telefónico y los ha asimilado a los servicios de interconexión equivalentes. Los costes calculados en el Anexo 6 se consideran apropiados para aproximar los costes de red y de interconexión del operador alternativo. Esta es una aproximación que permite realizar el mismo estudio de emulabilidad para todos los operadores, con independencia de la topología de su red y de su despliegue de puntos de interconexión con TESAU. En el Anexo 6 de esta Resolución se describe con detalle este criterio y se detallan los costes medios por minuto de interconexión. En dicho Anexo se describen también los costes de red relativos a las llamadas de fijo a móvil y terminación internacional.

Cabe decir, con respecto al servicio de tráfico internacional, que los servicios mayoristas varían según los destinos que incluyen, tanto por su ámbito geográfico como por si incluyen destinos móviles o no. Consecuentemente, en el caso de producirse cambios en las tarifas internacionales, o promociones de las mismas, la CMT podría solicitar a TESAU una estimación específica para dichas tarifas del precio medio de terminación internacional. De esta forma, la CMT dispondrá de un dato más actual y ajustado del coste de terminación de cada servicio concreto.

El detalle de los cálculos anteriores se encuentra en el Anexo 5 confidencial. El resultado para este servicio se encuentra en el Anexo 4.

Por tanto, TESAU no podrá comercializar, de acuerdo con las obligaciones impuestas a dicho operador en el marco del análisis de los mercados 3-6

---

<sup>25</sup> TESAU también aportará el volumen de tráfico de todos los ámbitos que se ejecuta sin franquicia.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

citadas anteriormente, ninguna oferta cuyo margen sea inferior al descrito en el Anexo 4 de la presente Resolución.

### **III.7 Servicio de acceso de banda ancha**

#### **Ingresos**

Como se ha comentado anteriormente, se considera que las diferentes modalidades ADSL que TESAU y otras empresas de su Grupo comercializan y en los que existen usuarios adscritos deben contar con un margen positivo: ADSL hasta 1 Mbps, ADSL 1 Mbps, ADSL 3 Mbps, Tiempo Libre, A tu Medida Noche, A tu medida Fin de Semana, A tu medida Noche+Fin de Semana, ADSL Mini y ADSL Mini Class.

Los servicios de acceso de banda ancha cuentan con dos tipos de ingresos: recurrentes y no recurrentes. Estos últimos se componen de la cuota de alta y otros pagos de instalación y equipamientos que deberán distribuirse durante la vida económica del cliente. Esta Comisión estima que un cliente de acceso permanece adscrito al servicio con un operador un periodo medio de 3 años.

Los ingresos recurrentes se componen, en el caso de los servicios ADSL, tal y como se comercializan actualmente, por la cuota mensual de abono y otros consumos adicionales.

#### **Costes**

Los costes de prestación del servicio se componen de la tarifa mayorista y de otros costes de red (elementos no prestados por el operador tradicional) así como de los costes minoristas específicos.

Con respecto a la tarifa mayorista, esta Comisión considera que su cálculo debe ser coherente con la Resolución de 14 de marzo de 2005 y 21 de diciembre de 2006. Por tanto, la tarifa mayorista de referencia debe tener en cuenta los tres servicios mayoristas con que los operadores prestan los servicios de banda ancha, esto es, *“los servicios mayoristas de acceso desagregado al bucle y de acceso indirecto (tanto regional como nacional)”*. Por tanto, la tarifa mayorista deberá ponderar los precios de estas tres modalidades en función del uso que los operadores alternativos hagan de las mismas, esto es, en función de la importancia de dicha modalidad en las líneas totales de banda ancha:

$$\sum \text{cuota}_i \times \text{precio mayorista}_i$$



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Donde (i) cuota<sub>i</sub> es el porcentaje sobre el total de líneas de banda ancha prestadas por el operador alternativo con cada una de las modalidades mayoristas y (ii) precio mayorista<sub>i</sub> es el precio mayorista asociado, incluyendo tanto el servicio desagregado al bucle como los servicios de acceso indirecto nacional y regional.

Esta Comisión ha considerado que esta fórmula de cálculo del precio mayorista de referencia pondera de forma adecuada los siguientes aspectos coherentes con los objetivos impuestos a las ANR en el artículo 8 de la Directiva Marco:

- El fomento de la competencia en los mercados minoristas conexos a través de la obligación de acceso a la red de TESAU a precios orientados a los costes de acuerdo con las obligaciones impuestas en el marco del mercado 12.
- La legítima libertad comercial reconocible a TESAU en las zonas en las que los operadores alternativos cuentan ya con infraestructuras de acceso<sup>26</sup>. Así, esta Comisión no debe ignorar el progresivo desarrollo de la desagregación del bucle del abonado y sus repercusiones en el mercado minorista de banda ancha, mercado sobre el que impactan directamente las ofertas y promociones de TESAU. De esta forma, en el mercado existen actualmente ofertas de los operadores entrantes que superan ampliamente los límites, que en función de los costes basados únicamente en el acceso indirecto al bucle, regional o nacional, calcularía esta Comisión para analizar situaciones de estrechamiento de márgenes.
- Una traslación justa a los consumidores finales de las eficiencias que el desarrollo de redes alternativas provoca. Efectivamente, el acceso de los operadores alternativos a las centrales locales de TESAU provoca una reducción de sus costes de prestación. En un mercado competitivo, dichas ganancias se repercutirían a los consumidores finales a través de precios inferiores. Por este motivo, no es coherente con los objetivos de la Directiva Marco negar a TESAU que pueda reducir los precios en función de dichas eficiencias.

Ante esta metodología de cálculo, la Comisión Europea, en sus comentarios, *“advierde que la metodología propuesta por la CMT evalúa únicamente si un operador alternativo eficaz hasta tal punto que utiliza un cierto porcentaje (delimitado por la CMT) de los distintos productos mayoristas, esto es, aquellos incluidos en el mercado para la desagregación del bucle de abonado y el*

---

<sup>26</sup> En el caso Wanadoo Interactive, COMP/38.233, párrafo 315, se establece que no puede negarse a un operador dominante su capacidad para competir y proteger sus intereses comerciales.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

*acceso mayoristas a la banda ancha (mercados 11 y 12 de la Recomendación), es capaz de acceder al mercado. (...) Sin embargo, la CMT no analiza el margen que existe entre los precios de los productos incluidos en los mercados donde goza de SMP y los productos en línea de producción descendiente correspondiente (es decir, entre los mercados 11 y 12 y entre el mercado 12 y el mercado minorista)”.*

En primer lugar, esta Comisión ya consideró la posibilidad de tener en cuenta, para el análisis de los precios y su emulabilidad, los diferentes servicios mayoristas en su Resolución de 1 de junio de 2006:

*“la valoración de otros servicios mayoristas complementarios, como es el bucle del abonado, en el análisis de las ofertas minoristas del operador con PSM es adecuada a las condiciones de competencia del mercado y a los objetivos impuestos por el nuevo marco a las ANR. De esta forma, y como se ha explicado ampliamente en la descripción del mercado minorista, en el mercado minorista español existen elementos mayoristas que implican unos costes menores a los del acceso indirecto y que son plenamente accesibles por los operadores alternativos. De esta forma, los costes relevantes para el cálculo del margen de las ofertas minoristas de TESAU deben tener en consideración las proporciones medias del mercado, con el fin de asegurar el legítimo derecho de un operador dominante a proteger sus intereses comerciales (derecho reconocido por la jurisprudencia de competencia comunitaria).*

*Adicionalmente, la metodología anterior debería ser flexible ante un entorno de competencia cada vez más cambiante y en el que los operadores alternativos son capaces, mediante la desagregación del bucle del abonado, de comercializar ofertas agresivas en el ámbito de ciertas centrales. De esta forma, la aplicación del test de estrechamiento de márgenes debería permitir a TESAU seguir, de forma proporcionada, a sus competidores con el fin de reducir los precios de los servicios en el mercado minorista<sup>27</sup>. “*

Las condiciones anteriores parecen haberse confirmado si se atiende a la evolución de los servicios mayoristas de acceso indirecto, tanto regional como nacional, y el bucle desagregado (como se muestra en el gráfico siguiente):

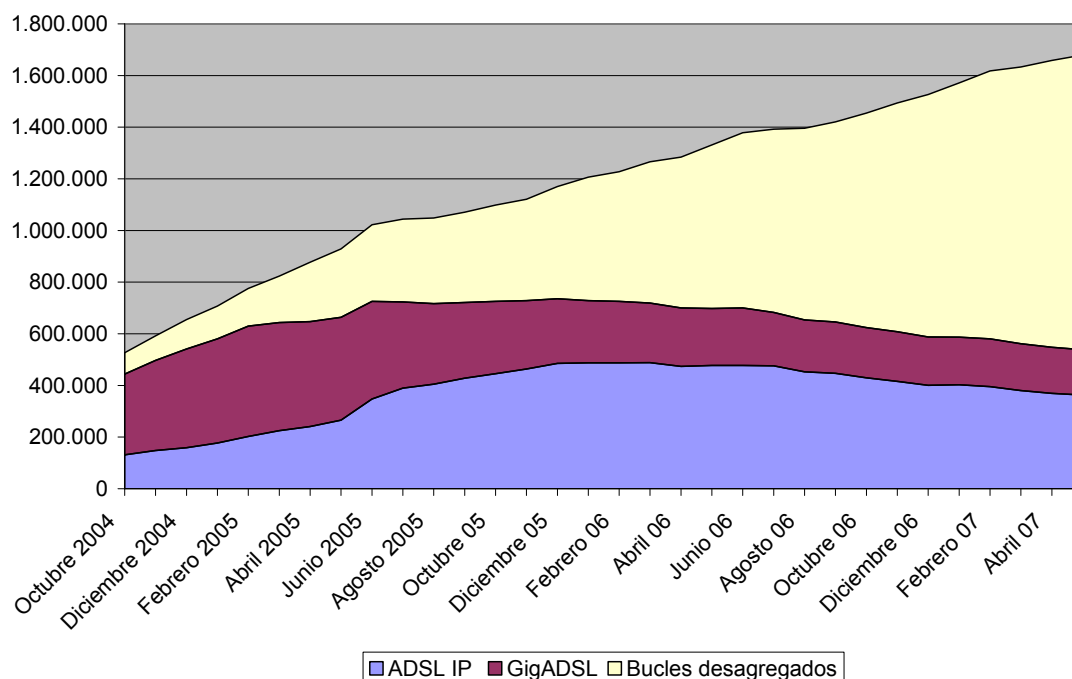
**Gráfico III.3: Número de clientes de los servicios mayoristas de acceso directo e indirecto**

---

<sup>27</sup> La CMT considera que esta flexibilidad está acorde con la práctica comunitaria en tanto que los Tribunales Comunitarios han reconocido la legitimidad de las acciones de las empresas dominantes encaminadas a minimizar las pérdidas resultantes de la acción directa de un competidor (Caso 27/76 United Brands párrafos 189-191; Caso T-65/89 BPB Industries Plc and British Gypsum Ltd v Commission [1993] ECR II-39, párrafo 69; T-228/97 Irish Sugar párrafo 112).



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES



Los datos anteriores confirman que el uso por parte de esta Comisión de un precio mayorista de referencia construido a partir de los costes medios correspondientes a los tres servicios usados de forma complementaria por parte de los operadores alternativos no ha supuesto una interrupción de la llamada “escalera de inversión”<sup>28</sup>. Así, esta Comisión regula, de acuerdo con la citada Resolución de 1 de junio de 2006, los tres servicios mayoristas necesarios para la prestación de las ofertas minoristas de banda ancha. Por otra parte, sus precios son coherentes entre ellos, de forma que los precios mayoristas son tales que cubren los costes incrementales de un operador eficiente de prestar un servicio superior en la cadena de valor a partir del descendente.

Ahora bien, el uso del precio ponderado permite tanto a TESAU como a los operadores alternativos una remuneración del riesgo asumido a través de las mayores inversiones no trasladando todas las eficiencias a los servicios mayoristas de menor valor añadido. Cabe recordar que, de acuerdo con el análisis del mercado 12, el servicio de acceso mayorista de banda ancha es susceptible de ser duplicado por operadores alternativos. Por tanto, los precios de los mismos deben dar incentivos a dicha duplicación<sup>29</sup>. En el caso español,

<sup>28</sup> Este concepto se ha utilizado tanto por la Comisión Europea como por los reguladores y los economistas para referirse al necesario despliegue gradual de las infraestructuras de telecomunicaciones.

<sup>29</sup> Ver Resolución de esta Comisión de 1 de junio de 2006 coherente con la posición común sobre obligaciones específicas (nota al pie 9).



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ese despliegue de redes alternativas de banda ancha es una realidad con la presencia de operadores de cable cuya penetración actual supera el 40% de la población<sup>30</sup>.

En consecuencia, esta Comisión estima, como también lo ha hecho el ERG, que la escalera de inversión en España ha contado con todos los escalones necesarios para el fomento de una competencia sostenible en el largo plazo<sup>31</sup>. Por otra parte, es importante destacar que, de acuerdo con el ERG, el diseño concreto de las condiciones de la escalera de la inversión debe tener en consideración las circunstancias nacionales<sup>32</sup>.

En efecto, como se ha comentado anteriormente, la situación en los mercados minoristas demuestra que los operadores usan de forma complementaria los diferentes servicios mayoristas disponibles. Por este motivo, la CMT no puede limitar la capacidad de competir de TESAU a un escenario en el que solo se considere a un operador que consume el servicio de acceso indirecto nacional.

Y esto es así porque, por una parte, se estaría causando un perjuicio importante al consumidor español, limitando de forma injustificada la posibilidad de reducir sus precios a TESAU<sup>33</sup>. El operador tradicional es el proveedor mayoritario de los servicios de banda ancha en el mercado minorista en España. Ignorar que los operadores alternativos han alcanzado ya una masa crítica suficiente que les ha permitido ascender en la escalera de inversión<sup>34</sup>

---

<sup>30</sup> Ver Anexo 1.

<sup>31</sup> Ver "Broadband market competition report" (ERG, 25 de mayo de 2005): página 17: *"The more complete the ladder is, the more competitive are DSL markets (see particularly France, Iceland, Norway, Austria, Spain, Denmark, Finland, the NL, Italy). Countries like Germany where not all access products are available (yet) and which started in reverse order (with the unbundled local loop) have less competitive DSL markets and a lower penetration as market entry required more initial investment by new entrants"*. Página 18: *"(...) the migration from resale to bitstream in taking place, the increase in shared access especially in France Sweden and Ireland indicates that new entrants are moving on, but it is also important to note that e.g. in France, Italy, and Spain where BSA [bitstream access] was available very early, bitstream access is used complementary to unbundling in areas with less density to get national coverage and complete the offer"*.

<sup>32</sup> Ver página 23 del Informe del ERG "Broadband market competition report": *"The exact implementation of the ladder in terms of timing, pricing and product design needs to be adjusted ("customized") to national circumstances as e.g. the level of resistance of the incumbents differ (e.g. in some countries incumbents made voluntary BSA offers [Austria], in others incumbents appeal decisions which may be blocked by court decisions [BSA in Sweden] delaying the process) and other structural/exogenous factors need to be taken into account as well"*.

<sup>33</sup> Artículo 8.2.a de la Directiva Marco.

<sup>34</sup> La ganancia de una masa crítica de clientes se considera el aspecto relevante para el ascenso de los operadores alternativos en la escalera de inversión. En el citado informe del ERG de 25 de mayo de 2005 citado anteriormente así se establece (página 16): *"This regulatory model which was developed among others by Prof. Martin Cave assumes that investments are made in a step by step way by new entrants. In order to allow new entrants to gradually (incrementally) invest in own infrastructure they need a chain of (complementary) access products to acquire a customer base by offering their own services to end users based on (mandated) wholesale access. Once they have gained a critical mass generating revenues to*





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

implicaría unas restricciones desproporcionadas para TESAU y no coherentes con el fallo de mercado identificado (lo que constituiría una obligación contraria al artículo 8.4 de la Directiva de Acceso y 17.2 de la Directiva de Servicio Universal).

Por otra parte, se estaría situando a TESAU en una situación de desventaja competitiva en la que sus competidores estarían afrontando costes mucho menores a los que esta Comisión considera a la hora de calcular la emulabilidad de sus productos. Este hecho es incompatible con los principios expuestos anteriormente y que no han sido objeto de alegaciones a nivel nacional<sup>35</sup>.

Finalmente, a los costes mayoristas anteriores deben añadirse los costes de otros elementos de red adicionales no incluidos en la tarifa mayorista, pero necesarios para completar el servicio minorista que presta el operador. Dichos elementos se han estimado en función de los costes a partir de los estudios internos de esta Comisión utilizados para la determinación de los costes del sistema Retail Minus (costes incluidos en varias Resoluciones de esta Comisión<sup>36</sup>).

El detalle de los cálculos anteriores se encuentra en el Anexo 5 confidencial. El resultado para este servicio se encuentra en el Anexo 4.

Por tanto, de acuerdo con las obligaciones impuestas en el marco del análisis del mercado 12 citadas anteriormente, cualquier oferta que pretenda comercializar TESAU cuyo margen sea inferior al descrito en el Anexo 4 de la presente Resolución será suspendida cautelarmente en tanto no se modifiquen las condiciones mayoristas vigentes.

En caso en que la modificación de los servicios mayoristas de referencia no fuera posible por suponer un impedimento al desarrollo de la competencia basada en infraestructuras alternativas, esta Comisión procedería a declarar la

---

*finance the investment, they will deploy their own infrastructure<sup>3</sup> taking them “progressively closer to the customer and increasingly able to differentiate their service from that of the incumbent”, also making them less dependent of the incumbent’s infrastructure”.*

<sup>35</sup> Ver epígrafe I del Fundamento TERCERO de esta Resolución: “se propone aplicar la metodología de análisis de las ofertas del incumbente con el objetivo de minimizar la prohibición de ofertas que puedan resultar favorables a los consumidores. Dado el nivel de desarrollo de la competencia, no estaría justificada una intervención regulatoria orientada a la protección de los entrantes, propia de mercados recién liberalizados. Además, siempre queda el recurso de la intervención ex post (de oficio o por denuncia) para aquellas ofertas ya comercializadas de las que se tenga indicios de su carácter anticompetitivo”.

<sup>36</sup> Por todas, ver Resolución de 2 de noviembre de 2006 por la que se pone fin al periodo de información previa sobre la conveniencia de iniciar un procedimiento de modificación de la oferta del bucle de abonado como consecuencia del lanzamiento por Telefónica De España, S.A.U. de ofertas empaquetadas que incluyen el servicio de acceso a Internet mediante ADSL.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

oferta estudiada como anticompetitiva y, en su caso, a denunciarla a la Autoridad Nacional de Competencia.

### ***III.8 Análisis de la capacidad del pinzamiento para distorsionar la competencia y racionalidades alternativas***

Como se ha comentado anteriormente, si bien el análisis de los efectos previsibles de las prácticas del operador declarado con PSM es de gran importancia a la hora de analizar la suficiencia de los servicios mayoristas y la posibilidad de prohibir una oferta minorista perteneciente a los mercados 1-6, el análisis ex ante que debe llevar a cabo esta Comisión limita estas posibilidades. Por este motivo, se sometieron a consulta pública determinados criterios para analizar la capacidad con que cuenta TESAU para distorsionar la competencia, si bien la mayor parte de estos factores<sup>37</sup> ya habían sido analizados por esta Comisión en el contexto del proceso de definición y análisis de mercados exigido por el marco comunitario. Allí se identifican problemas de pinzamiento en algunos mercados minoristas de telecomunicaciones<sup>38</sup> y se imponen determinadas obligaciones al incumbente basadas en la naturaleza del problema identificado.

No debe olvidarse que los mercados susceptibles de ser regulados ex ante, en tanto que se encuentran incluidos en la Recomendación, han cumplido tres criterios: barreras a la entrada, criterios dinámicos y suficiencia del Derecho de la competencia. Este último criterio indica que la implementación de prácticas anticompetitivas por parte de TESAU en el mercado tienen un efecto irreversible que aconseja su prohibición ex ante. Por tanto, a priori, cualquier práctica de estrechamiento de márgenes realizada por TESAU tiene la capacidad de distorsionar la competencia.

Lo anterior, sin embargo, no excluye ponderar aquellos factores que no hayan sido tenidos en cuenta en el contexto del análisis de mercados, así como tomar en cuenta aquellos cambios que como consecuencia del carácter dinámico de los mercados se hayan podido producir y que exijan una reevaluación de los referidos factores.

De acuerdo con las consideraciones realizadas anteriormente, aparentes estrechamientos de márgenes en ofertas tomadas de una en una, pueden no resultar tales en función de la duración temporal y de las características

---

<sup>37</sup> Presencia de competidores fuertes, barreras a la entrada, costes hundidos, grado de diferenciación o costes de cambio

<sup>38</sup> Mercado de servicios telefónicos fijos (mercados 3 a 6), mercados de acceso (mercados 1 y 2) y mercado mayorista de acceso a banda ancha (mercado 12) en relación con los mercados minoristas descendentes y conexos con él.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

concretas de la oferta promocional, y por tanto exigen un tratamiento acorde con las prácticas comerciales reales de los agentes en el mercado. Tan es así que todos los operadores que han realizado alegaciones, han manifestado también en este punto su acuerdo (con unas u otras cautelas) a este planteamiento.

Por tanto, de acuerdo con las consideraciones del Anexo 1 y las características específicas de los mercados analizados, únicamente se tomará en consideración este argumento en el contexto de ofertas promocionales que, como se ha indicado anteriormente, por su reducido horizonte temporal, tiene un potencial efecto anticompetitivo menor.

En el resto de situaciones, esta Comisión evitará la comercialización de ofertas minoristas de TESAU cuyo margen, de acuerdo con la metodología, sea negativo.

### **IV Análisis de las ofertas empaquetadas**

#### ***IV.1 Definición***

Un empaquetamiento es la venta de dos o más bienes o servicios de forma conjunta. Normalmente se distingue entre empaquetamiento puro, empaquetamiento mixto y vinculación (o en caso de un contrato, cláusula vinculante).

El empaquetamiento puro y el empaquetamiento mixto, consisten en la venta conjunta de varios bienes, aunque se diferencian en que en el caso de un empaquetamiento puro estos bienes solamente se venden a través del paquete y no se pueden adquirir de forma individual. Por el contrario, cuando se habla de un empaquetamiento mixto, se describe una situación en la que los bienes del paquete se venden también separadamente, aunque el precio de estos es tal que el desembolso es mayor si se compran los dos bienes separadamente que si se compra el paquete. Es decir, el paquete mixto conlleva un descuento que incentiva la compra del consumidor<sup>39</sup>.

La vinculación consiste en condicionar la venta de un bien (el bien vinculante) a la compra de otro (el bien vinculado). Es decir, solamente se puede adquirir un bien concreto si se ha comprado o si se compra otro bien<sup>40</sup>. Relacionado con este concepto está el concepto de cláusulas vinculantes mediante las cuales

---

<sup>39</sup> Hilti AG contra Comisión. Caso T-30/89, [1991] y Hoffman-La Roche & Co contra Comisión. Caso 85/76 [1979].

<sup>40</sup> Asunto N° COMP/C-3/37.792 Microsoft [2004] y Tetra Pack internacional SA contra Comisión (Caso C 333/94P) (Tetra Pack II) [1996].



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

una empresa condiciona la compra de alguno de sus servicios a la compra de otros bienes de su gama<sup>41</sup>.

Aunque los empaquetamientos suelen ser prácticas pro-competitivas, y con consecuencias positivas para los consumidores, en algunos casos, pueden resultar en efectos anticompetitivos en el mercado.

En este sentido, la Comunicación de acceso, basándose en la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, aclara que “[...] aún en el caso de que la venta asociada de dos productos sea conforme a los usos mercantiles o exista un vínculo natural entre los dos productos de que se trate, dicha venta puede sin embargo constituir un abuso a los efectos del artículo 86 (actual 82), salvo si resulta objetivamente justificada...”<sup>42</sup>

Por otro lado, el hecho de que no haya subordinación contractual o técnica no obsta para que la jurisprudencia pueda considerar anticompetitiva una práctica de empaquetamiento. Así, cuando los incentivos económicos son tales que ningún consumidor racional compraría los bienes por separado, la práctica es de empaquetamiento -puro o mixto según los consumidores tengan o no posibilidad de comprar los bienes por separado. De este modo la jurisprudencia no sólo condena la vinculación sino también el empaquetamiento<sup>43</sup>. Por tanto, la metodología de análisis que se presenta deberá identificar aquellos casos en los que una práctica comercial de empaquetamiento constituiría una práctica anticompetitiva.

### **IV.2 Metodología de análisis de las ofertas empaquetadas**

Conforme a la jurisprudencia anteriormente citada, se propone una metodología basada en el árbol de decisión, que se muestra en el Gráfico IV.1.

---

<sup>41</sup> Debe añadirse que los empaquetamientos puros y las vinculaciones no tienen por qué ser resultado de cláusulas contractuales o estrategias de comercialización, sino que también pueden ser técnicas o resultado del diseño del producto. Esta metodología no se refiere a este tipo de empaquetamientos sino al empaquetamiento de índole comercial.

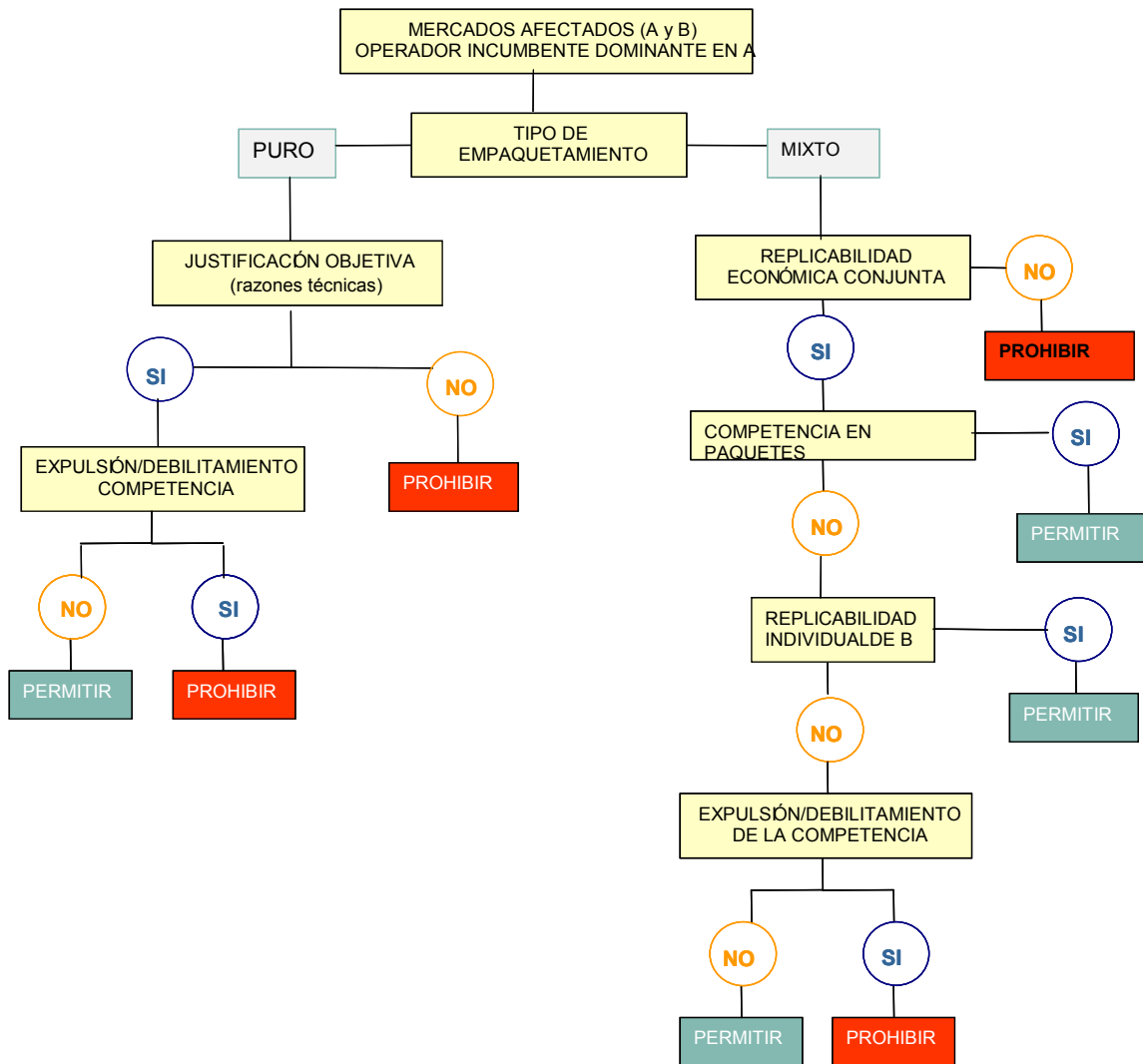
<sup>42</sup> Tetra Pack internacional SA contra Comisión (Caso C 333/94P) (Tetra Pack II) [1996].

<sup>43</sup> Ver Sentencia de 13 Febrero 1979, Hoffmann-La Roche, Caso 85/76, [1979] ECR p. 461, párrafo 41.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Gráfico IV.1: Árbol de decisión para el análisis de las ofertas empaquetadas



Los pasos a seguir en el análisis de las ofertas empaquetadas serían los siguientes:

- Habría que identificar los mercados minoristas y la posición declarada en ellos para TESAU. Si en ninguno hay dominancia, la oferta se debería permitir. Si en alguno de ellos hay dominancia, se debería valorar si el empaquetamiento es mixto o puro.
- Si el empaquetamiento fuera mixto:



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- Se debería analizar la replicabilidad económica de la oferta en su conjunto. En caso negativo se prohibiría la oferta. En caso contrario, la evaluación sería contingente al tipo de competencia
- Si en el mercado hay competencia basada en paquetes, en un grado suficiente, se permitiría la oferta. En caso contrario, se debería realizar el test de precio implícito sobre el producto donde no hay posición de dominio o ésta es menor<sup>44</sup>.
- Si se superara el test de precio implícito, se permitiría la oferta empaquetada. En caso de no superarse el test, se debería analizar el potencial efecto distorsionador sobre la competencia.
- Si el empaquetamiento fuera puro, sólo se permitiría, en el caso de que se dieran circunstancias excepcionales (de carácter técnico) que demostraran la imposibilidad de la venta separada y no se debilitara la competencia.

Los detalles de los pasos anteriores así como la definición de los conceptos relevantes se explican en el Anexo 1 de esta Resolución. Por último, señalar que la Comisión Europea no ha hecho comentarios con respecto a esta metodología.

### ***IV.3 Definición de los mercados y análisis de dominancia***

La CMT ha completado la revisión de todos los mercados susceptibles de ser regulados ex-ante y ha designado a TESAU como operador con PSM realizada en determinados mercados de referencia. De acuerdo con el apartado III.3, estos análisis de mercados son suficientes para justificar la necesidad de revisar todas las ofertas empaquetadas de este operador que incluyan el servicio de acceso a la red telefónica fija y/o el servicio telefónico fijo ya que TESAU ha sido declarado operador con PSM en esos mercados minoristas de referencia.

Por tanto, en los casos en que no se superaran el test oportuno, se calificaría la oferta empaquetada como anticompetitiva y se prohibiría expresamente a TESAU su comercialización.

---

<sup>44</sup> El test de precio implícito ha sido empleado por Ofcom (antes Ofjel) en los siguientes casos: Ofjel (04/05/01), *Investigation by the Director General of Telecommunications into the BT Surf Together and BT Talk & Surf Together pricing packages* y Ofcom (12/07/04), *Investigation against BT about potential anti-competitive exclusionary behaviour*.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### ***IV.4 Empaquetamientos puros***

Cuando los servicios incluidos en el paquete no están disponibles por separado los consumidores no tienen libertad para formar aquellos paquetes de servicios que más les interesan. Ello implica que se pueden ver obligados a adquirir ciertos servicios para poder tener acceso a otros que de otra manera no están disponibles o resultan más caros. Esto puede llevar a que los fabricantes de un solo bien se puedan ver expulsados del mercado en el caso de que una cantidad suficiente de consumidores decida adquirir el paquete.

Una vez constatado que el operador ostenta posición de dominio en al menos uno de los mercados y que el grado de vinculación de este tipo de empaquetamiento es máximo, se prohíbe la comercialización de la oferta empaquetada. Únicamente se permitiría el empaquetamiento puro, en el caso de que se dieran circunstancias excepcionales (de carácter técnico) que demostraran la imposibilidad de la venta separada, sin debilitarse por ello la competencia.

Conviene precisar el alcance de esta prohibición ex-ante ya que la oferta comercial de TESAU consta de un número elevado de productos o gamas, diseñadas para los diferentes perfiles de consumo de los usuarios. Coherentemente, con el enfoque basado en el análisis de cada uno de los productos comerciales presentes en un mismo mercado, todos los productos susceptibles de ser empaquetados deberían ser comercializados individualmente; por ejemplo, el bono fijo-móvil 120 minutos y el ADSL Mini nunca podrán ser comercializados solamente por medio de un paquete de doble oferta.

### ***IV.5 Empaquetamientos mixtos***

#### ***IV.5.1 Paquetes de doble y triple oferta a partir de los servicios de ADSL, el servicio telefónico fijo e Imagenio***

#### ***Test de replicabilidad conjunta***

Para analizar la replicabilidad económica de la oferta se realizará un test de imputación. La implementación de este test es análoga a la implementación del test de pinzamiento de márgenes explicado en el apartado III. La diferencia es que en este caso, en lugar de analizar un único servicio, se consideran varios servicios a la vez. Esto tendrá implicaciones a la hora de considerar los costes, pues se deberán tener en cuenta los precios mayoristas y minoristas derivados de la oferta conjunta de varios servicios.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En el Anexo 4 se muestran los resultados correspondientes a los paquetes doble y triple oferta a partir de los servicios de ADSL, el servicio telefónico fijo e Imagenio. En el Anexo 5 confidencial se muestra el detalle de los cálculos anteriores.

### **Tipo de competencia**

El empaquetamiento constituye una forma habitual de comercializar estos servicios, tal y como se expone en el Informe Anual de 2005. Concretamente, se señala que *“Los empaquetamientos han sido la variable comercial más novedosa dado que, aunque aparecidos ya en el último trimestre de 2004, se han convertido en la estrategia comercial generalizada en el curso 2005, especialmente en el segundo semestre del año [...] Al final de 2005, el 76% de clientes residenciales de banda ancha contrataban junto al acceso a Internet bien los servicios de voz, o bien alguna oferta de contenidos de televisión conjuntamente”*.

Como se explica en el Anexo 1, la competencia basada en paquetes de doble y triple oferta compuestos por los servicios de telefonía fija, acceso de banda ancha y televisión está suficientemente desarrollada

Por tanto, TESAU no podrá comercializar paquetes de doble y triple oferta, que incluyan el servicio telefónico fijo, el acceso a Internet de banda ancha y la televisión sobre ADSL, de acuerdo con las obligaciones impuestas a dicho operador en el marco del análisis de los mercados 3-6, cuyo margen sea inferior al descrito en el Anexo 4 de la presente Resolución.

### **IV.5.2 Paquete de doble y triple oferta a partir del servicio de acceso a la red fija de telefonía**

#### **Test de replicabilidad conjunta**

En ausencia de una oferta de acceso mayorista a la línea telefónica (en adelante AMLT), TESAU no puede comercializar una oferta que empaquete el servicio de acceso con cualquiera de los servicios anteriores y, concretamente, con el servicio telefónico fijo. En todo caso, se debería realizar el mismo el test de replicabilidad conjunta que se ha explicado para los paquetes de doble y triple oferta anteriores.

### **Tipo de competencia**

En la actualidad, la comercialización de paquetes de acceso y tráfico (así como del servicio de acceso de banda ancha y televisión) no se ha desarrollado en la misma medida que en el caso anterior<sup>45, 46</sup>. Por esta razón, como se explica en





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

el Anexo 1, la competencia basada en este tipo de paquetes no está generalizada, siendo necesario aplicar el test de precio implícito sobre el servicio telefónico fijo<sup>47</sup>,

### **Test de replicabilidad individual**

Para el caso de un paquete de doble oferta que incluya el servicio acceso y el servicio telefónico fijo, el test de precio implícito, se debería aplicar sobre este último ya que presenta un nivel de competencia mayor que el mercado minorista de acceso a la red telefónica fija.

Si no se supera el test de precio implícito sobre el servicio telefónico fijo se debe prohibir la comercialización de esta oferta empaquetada ya que la capacidad de expulsión/debilitamiento de la competencia es máxima, tal y como se explica en el Anexo 1.

Por tanto, TESAU no podrá comercializar paquetes que incluyan el servicio de acceso, de acuerdo con las obligaciones impuestas a dicho operador en el marco del análisis de los mercados 1 - 6 citadas anteriormente, que no superen el test de emulabilidad conjunto así como el test de precio implícito sobre el servicio donde el nivel de competencia es mayor. Concretamente, el paquete de doble oferta compuesto por el servicio de acceso y el servicio telefónico fijo deberá superar el test de precio implícito con respecto a este último. En caso contrario, no se permitirá su comercialización ya que su efecto negativo sobre la competencia es claro debido a su elevado grado de vinculación y alcance.

## **V PROMOCIONES**

Una vez analizados todos los servicios que TESAU comercializa de forma indefinida, cabe analizar el tratamiento que debe darse a las ofertas promocionales. Este tipo de ofertas, como se ha descrito en el apartado III.8, dado su horizonte temporal, suponen unos riesgos menores para la situación competitiva en el mercado. Por este motivo, se propone un tratamiento menos restrictivo, dado el menor impacto potencial de dichas ofertas.

---

<sup>45</sup> Por medio del nuevo procedimiento de acceso desagregado compartido aprobado en la última modificación de la OBA (MTZ 2005/1054), se permite la baja en el servicio telefónico en un bucle en acceso compartido, manteniendo el operador alternativo el servicio sobre las bandas no vocales del bucle, y procediendo TESAU a facturarle la cuota correspondiente a la modalidad de acceso completamente desagregado. De esta forma, los operadores alternativos podrían diseñar estas ofertas gracias a la capacidad de prestar el servicio de voz sobre IP.

<sup>46</sup> La CMT ha prohibido la comercialización de ofertas con estas características (ver Resolución de 21 de diciembre de 2005 sobre la existencia de prácticas contrarias a la libre competencia en la comercialización de los productos Línea Prepago, Línea Libre y Línea Internet por parte de TESAU).

<sup>47</sup> En su defecto, sobre el servicio de ADSL o el de televisión de pago, dependiendo de la oferta comercial.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En términos generales, los operadores incurren en la mayor parte de los costes de captación del cliente a través de ofertas promocionales que pueden adoptar diversas formas tal y como se enumeraban en la Resolución de 15 de julio de 2004: *“todo tipo de descuentos (pudiendo llegarse a la gratuidad) y regalos, como pueden ser: descuentos en cuotas de alta, descuentos en cuotas mensuales de abonado, regalos de módem o módem/router, otros regalos relacionados con el servicio de acceso a Internet sobre ADSL, otros regalos relacionados con servicios de comunicaciones electrónicas (minutos de tráfico, etc.), otros regalos ajenos al sector (reproductores DVD, cámaras fotográficas, etc.)”*

Estos costes no han sido considerados en el análisis general de los servicios de acceso, tráfico telefónico, banda ancha y servicios empaquetados de TESAU dado que sus importes varían en función de la promoción concreta. Por tanto, estos costes deben valorarse caso a caso en función del descuento efectivo realizado por este operador<sup>48</sup>.

En cualquier caso, estos elementos deben formar parte del test de imputación para la detección de estrechamiento de márgenes, en tanto que son costes que afronta el operador alternativo para poder competir con TESAU. El margen efectivo de cada uno de los servicios analizados en la presente consulta pública se obtendría detrayendo del VAN calculado y detallado en el Anexo 4, los costes de captación de cada una de las promociones comunicadas por TESAU.

A la hora de realizar este análisis, esta Comisión consideran que un análisis ex post es más apropiado dado que otorga a este operador una mayor libertad para ajustar su oferta a las necesidades de sus clientes implementando a su vez un mecanismo de detección de prácticas anticompetitivas.

Esta Comisión revisará el coste de captación medio ponderado por el número de altas para cada uno de los servicios incluidos en el Anexo 4 comprobándose que en media, el VAN de cada uno de ellos ha sido positivo. Durante el periodo de análisis, TESAU podría configurar libremente sus promociones siempre y cuando al final del periodo se cumpliera la siguiente condición para todos los servicios:

$$VAN_{servicio} - \sum \text{coste captación}_j \times \frac{n^{\circ} \text{ usuarios captados promoción } j}{n^{\circ} \text{ usuarios totales}} \geq 0$$

---

<sup>48</sup> TESAU tiene impuesta, en virtud de los análisis de mercados relevantes, la obligación de comunicación ex ante de las ofertas minoristas que pretende comercializar.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Como en los casos anteriores, y de forma coherente con la citada Resolución de 15 de julio de 2004, los costes de captación serán aquéllos en que incurre TESAU en las diferentes promociones.

De esta forma, TESAU podría realizar promociones que individualmente supusieran un VAN del servicio negativo siempre y cuando, en promedio, el VAN del servicio fuera positivo. Esta Comisión considera que de esta forma se introduce en el análisis los elementos adicionales apuntados en el apartado III.8 en tanto que las promociones con menor impacto en términos de altas, esto es, las que tendrían menor riesgo para la competencia, contarían con exigencias *ex ante* menores a las de mayor impacto.

Esta Comisión realizará evaluaciones semestrales en relación con las promociones de TESAU y con respecto a la información necesaria para realizar este análisis semestral, TESAU, en la página 27 del Anexo I de su escrito manifiesta que *“está en disposición de poder valorar las altas implicadas en las promociones que se realicen a nivel semestral, de tal forma que puede garantizarse un control ex post de las mismas, y su posible impacto en el mercado. Esta situación llevaría a que no existiese la necesidad de tener que realizar un seguimiento ex ante de forma individual y por debajo del VAN establecido”*.

Sin embargo, las características especiales de los mercados afectados aconsejan imponer determinados criterios *ex ante* con el fin de asegurar el cumplimiento de la condición anterior. Es necesario recordar que en estos mercados, las actuaciones anticompetitivas de TESAU podrían tener efectos de difícil reparación en el mercado de referencia dada la insuficiencia de la actuación *ex post*.

Así, para asegurar que los costes de captación no superen los márgenes con que cuenta TESAU en cada uno de los servicios que comercializa, esta Comisión considera necesario analizar los siguientes criterios *ex ante* que podrían justificar la prohibición cautelar de una promoción individual (estos criterios se analizarán de forma conjunta):

- Existencia de ofertas similares en el mercado. Como se ha descrito en el Anexo 1, este aspecto es importante dado que las autoridades de competencia consideran que el hecho que un operador dominante lidere reducciones de precios no es equivalente a que iguallen las ofertas ofrecidas por los competidores<sup>49</sup>.

---

<sup>49</sup> Caso T-228/97 Irish Sugar vs Comisión.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- Duración máxima de 3 meses. Dado que el periodo de análisis es de 6 meses, promociones individuales con VAN negativo que, de forma individual o concatenada, duren más de 3 meses podrían poner en cuestión el cumplimiento final de la obligación.
- Máximo importe de cualquier promoción individual. Con el fin de asegurar que al final del periodo el VAN de todos los servicios sea positivo, se limita el importe que TESAU puede promocionar siendo este límite un 30% superior al VAN del servicio detallado en el Anexo 4 (importe máximo para cualquier promoción es 1,3 x VAN del servicio).
- No afecte al servicio de acceso. Dadas las particulares condiciones del mercado de acceso y la posición que TESAU ocupa en el mismo, se considera que las promociones que afecten a dicho mercado deben ser consideradas individualmente, debiendo ser su VAN positivo.

Por otra parte, se han de contemplar las posibles consecuencias que se derivarían de la constatación del incumplimiento por parte de TESAU de los parámetros fijados para el control de los efectos de sus promociones. En este sentido, el control de las promociones tendrá carácter ex post y se realizará mediante evaluaciones semestrales, lo cual concederá una mayor libertad de actuación a este operador en el marco de promociones individuales pero también un riesgo mayor de que se produzcan, como ya se ha mencionado, perjuicios en la competencia de difícil reparación. Por esta razón, se considera necesario que se contemplen mecanismos lo suficientemente disuasorios, que garanticen el cumplimiento por parte de TESAU de los límites aquí establecidos.

TESAU considera necesario que el tratamiento de las promociones sea tal que no genere incertidumbre para los operadores. Así, el nuevo marco debe promover un mercado más dinámico permitiendo que TESAU maneje con mayor flexibilidad sus herramientas de marketing. Para ello, considera este operador que deberían conocerse *“de antemano los plazos de los requerimientos de información, fechas de envíos y cuándo van a computarse, p.e., si CMT va a acordar semestralmente mediante resolución los márgenes del semestre siguiente y cómo se considerarán las promociones que estén en pleno proceso de desarrollo, si se prorratean o se consideran incorporados en su totalidad al semestre precedente. Es necesario aclarar estas circunstancias para poder determinar el cierre de la información en los plazos que requieren para su correcta extracción”*.

Esta Comisión coincide con TESAU en la necesidad de clarificar el proceso de revisión de las promociones realizadas por TESAU en los diferentes semestres. Dicho proceso contará con las siguientes etapas:



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

1. Los periodos semestrales se iniciarán cada 1 de mayo y 1 de noviembre. Al menos un mes y medio antes del inicio de cada periodo, esta Comisión adoptará una Resolución aprobando los nuevos VAN de cada uno de los productos obtenidos a partir de la actualización de los parámetros relevantes de la metodología (ponderación de los servicios mayoristas de acceso, tráficos cursados, modificación de los precios mayoristas,...);
2. En el caso que durante el periodo semestral TESAU comunicara un nuevo servicio incluido en los servicios objeto de análisis en la presente metodología, esta Comisión adoptaría una Resolución analizando dicho servicio aprobando el VAN correspondiente. En la Resolución de la siguiente revisión semestral, esta Comisión incorporará este nuevo servicio;
3. Una vez concluido el periodo semestral, TESAU comunicará a esta Comisión en el plazo máximo de 10 días naturales la información a que se refiere el Anexo 2. La información correspondiente a las altas en las diferentes promociones y las totales se deberán aportar mediante formato electrónico que se adjunta a la dirección [empaquetamientos@cmt.es](mailto:empaquetamientos@cmt.es);
4. Esta Comisión, en el plazo de un mes, revisará los márgenes de cada uno de los productos incluidos en el Anexo 4 de la presente Resolución incluyendo los costes de cada una de las promociones ponderadas en función de las altas, de acuerdo con la condición expresada en la ecuación anterior. Trascurrido el plazo anterior se entenderá que el resultado del VAN para cada uno de los servicios es positivo;
5. En caso que el resultado de la ecuación anterior fuera negativo para alguno de los servicios minoristas comercializados por TESAU, esta Comisión adoptará una Resolución modificando la presente metodología de tratamiento de promociones y el VAN del correspondiente producto de forma que los márgenes negativos se compensen en el semestre en curso. Para ello, a partir de la citada Resolución, esta Comisión revisará cada una de las promociones de forma individual asegurando que el VAN de cada una de ellas sea positivo. Adicionalmente, al VAN total del producto para el semestre posterior al del incumplimiento se le restará el importe negativo correspondiente al semestre anterior. De forma combinada, las medidas anteriores aseguran que en el VAN de todos los productos sea positivo en el plazo de un año;
6. En el caso que en el momento de adoptarse la Resolución a que se refiere el párrafo anterior TESAU contara con promociones incompatibles con los nuevos VAN adoptados, esta Comisión paralizaría, de forma cautelar, las promociones no acordes con los nuevos criterios.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

El procedimiento anterior es coherente con las obligaciones impuestas a TESAU en el marco de los análisis de mercados dado que la comercialización de productos minoristas, tanto de acceso como de tráfico telefónico fijo o banda ancha con VAN negativos son incompatibles con las obligaciones impuestas a TESAU y las empresas de su grupo en el marco del análisis de los mercados 1-6 y 12. En el caso concreto de este último mercado, TESAU podría proponer una modificación de las condiciones mayoristas que permitieran la emulabilidad de los servicios minoristas que pretende comercializar.

El análisis anterior respecto de las ofertas promocionales de TESAU, dada la complejidad del cálculo ponderado de los costes de captación para el presente semestre ya comenzado, será de aplicación a partir del 1 de noviembre de 2007. Hasta entonces se procederá, como hasta la fecha, a realizar un análisis individual.

### TERCERO. NOTIFICACIÓN Y PUBLICACIÓN DE LA MEDIDA

Según lo dispuesto en el artículo 7.5 de la Directiva Marco y el artículo 5.4 del Reglamento de Mercados, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, tendrá en cuenta en la mayor medida posible las observaciones efectuadas por la Comisión Europea y por las Autoridades Nacionales de Reglamentación, y podrá adoptar el proyecto de medida resultante, en cuyo caso, lo comunicará a la Comisión Europea.

Por su parte, el artículo 10.1 de la LGTel establece que la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, definirá *“mediante resolución publicada en el “Boletín Oficial del Estado”, los mercados de referencia relativos a redes y servicios de comunicaciones electrónicas (...) y el ámbito geográfico de los mismos, cuyas características pueden justificar la imposición de obligaciones específicas”*.

En virtud de las consideraciones de Hecho y de Derecho expuestas, esta Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

### RESUELVE



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

**Primero.** Aprobar la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U. especificada en el Fundamento de Derecho Tercero y en Anexo 1 que se adjunta a la presente Resolución.

**Segundo.** Imponer a TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U la obligación de comunicar cualquier modificación, nueva tarifa o promoción sobre las mismas de acuerdo con los parámetros incluidos en el Anexo 3.

**Tercero.** Imponer a TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U la obligación de responder, cada seis meses, al requerimiento de información adjuntado como Anexo 2.

**Cuarto.** Comunicar a la Comisión Europea la metodología de análisis ex-ante que esta Comisión utilizará respecto de las ofertas comerciales de TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U.

**Quinto.** Acordar la publicación del presente acto en el Boletín Oficial del Estado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 10.1 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

**Sexto.** La presente Resolución entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial del Estado.

El presente certificado se expide al amparo de lo previsto en el artículo 27.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, y el Artículo 23.2 de la Orden de 9 de abril de 1997, por la que se aprueba el Reglamento de Régimen Interior de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, con anterioridad a la aprobación del Acta de la sesión correspondiente.

Asimismo, se pone de manifiesto que contra la resolución a la que se refiere el presente certificado, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse, con carácter potestativo, recurso de reposición ante esta Comisión en el plazo de un mes desde el día siguiente al de su notificación o, directamente, recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a su notificación, de acuerdo con lo establecido en el artículo 48.17 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones, la Disposición adicional cuarta, apartado 5 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa y el artículo 116 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y sin perjuicio de lo previsto en el número dos del artículo 58 de la misma Ley.



**COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES**

Vº Bº EL PRESIDENTE

EL SECRETARIO

Reinaldo Rodríguez Illera

Jaime Almenar Belenguer





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### ANEXO 1

#### METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS EX ANTE DE LAS OFERTAS COMERCIALES DEL OPERADOR INCUMBENTE

##### I INTRODUCCIÓN

En el presente Anexo, esta Comisión analiza los fundamentos teóricos de la metodología para el análisis de las prácticas de estrechamiento de márgenes y el empaquetamiento de servicios así como el modo en que se ha implementado dicha metodología.

Para el desarrollo teórico de la metodología, se han empleado tres principales fuentes de información y conocimiento. De un lado la doctrina y jurisprudencia de los tribunales de competencia comunitarios en tanto que la misma es fundamental, desde un punto de vista jurídico, para poder adoptar decisiones en un contexto regulatorio fuertemente influenciado y determinado por el derecho comunitario de la competencia (artículo 82 del Tratado fundamentalmente). De otro, la experiencia de reguladores de telecomunicaciones y autoridades de competencia de países del nuestro entorno, concretamente; Reino Unido, Italia, Francia, Portugal y EE.UU. Esta experiencia constituye una buena base para conocer el tratamiento que a las ofertas del incumbente se da en otras legislaciones y cómo se resuelven los problemas que las mismas plantean. Asimismo se han analizado los argumentos de la teoría económica para una mejor evaluación de los casos de pinzamiento.

Se estructura de la siguiente forma. Por un lado, en los apartados II y III se explican los aspectos teóricos y prácticos de los análisis de estrechamiento de márgenes y de empaquetamiento, respectivamente. Por otro lado, en el apartado IV se completa el análisis anterior con el análisis del grado de competencia en paquetes que hay en los mercados de comunicaciones electrónicas relevantes y de la capacidad de debilitamiento de la competencia de las ofertas que empaquetaran el servicio de acceso a la red telefónica fija y el servicio telefónico fijo.

##### II ANÁLISIS DE ESTRECHAMIENTO DE MÁRGENES

###### II.1 *Test de Imputación*

En su formulación más básica, un test de imputación compara el precio minorista con el precio mayorista regulado y el coste de las actividades necesarias para la provisión del servicio al cliente final distintas del servicio mayorista<sup>50</sup>.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

$$P \geq a + C_{red} + C_{min}$$

Donde (i) “a” es el precio de los servicios mayoristas de referencia, (ii)  $C_{red}$  son los costes de red propia (o ajena) distintos a los generados por el uso de servicios mayoristas del operador incumbente y (iii)  $C_{min}$  son los costes minoristas entendiendo por tales los costes distintos a los de red “ $C_{red}$ ” en que incurre el operador alternativo para completar el servicio minorista prestado a sus clientes.

A partir de la formulación anterior, es necesario definir qué categorías de costes se encuadrarían dentro de los costes mayoristas y minoristas a tener en cuenta en la aplicación del test de imputación.

### **Costes mayoristas**

En esta categoría de costes, en su formulación básica el test de imputación incluye los pagos de los operadores alternativos por los servicios mayoristas, es decir, estos costes se corresponderían con lo pagado por servicios recibidos en los mercados ascendentes regulados.

En principio, la prestación de servicio mayorista puede facturarse por consumo (por ejemplo, cuando se trata de voz) o por cliente (en el caso de acceso a Internet de banda ancha) o grupos de ellos. Incluso en el caso de facturación por consumo, ésta puede suponer pagos fijos por módulos o por tiempo (en el caso de la interconexión de voz por capacidad y por tiempo respectivamente).<sup>51</sup>

En el caso de servicios mayoristas de acceso directo o indirecto al bucle de abonado (mercados mayoristas 11 y 12), será necesario tener en cuenta la cuota de alta por cliente, con independencia de si el operador la traslada al cliente final o no, puesto que es un coste en el que el operador incurre y que, por tanto, debería recuperarse en la oferta.

En los casos en los que el pago por el servicio mayorista dependa del consumo, este se calculará utilizando un patrón de consumo para el cliente que previsiblemente contrate esa oferta o, en su caso, siempre que dicha información no esté disponible, se utilizará la de un usuario medio de alto

---

<sup>50</sup> Generalmente se denomina costes minoristas si bien pueden implicar servicios de red distintos del mayorista regulado.

<sup>51</sup> En el caso de la interconexión por capacidad es necesario asumir un porcentaje de llenado de los enlaces. Es importante destacar que aún cuando exista capacidad vacante, a menos que exista un exceso evidente de capacidad en el largo plazo, el coste incremental no es cero ya que el uso de la capacidad del enlace que realiza ese servicio es capacidad que no puede usarse para un servicio alternativo. Representa pues, un auténtico coste de oportunidad que debe incluirse en el test de replicabilidad.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

consumo ya que serán estos los que, con mayor probabilidad, se adhieran al plan, dando lugar asimismo a un análisis más conservador.

En los casos en que existan varias opciones mayoristas (reguladas) para prestar un mismo acceso minorista, se podrá usar como referencia para los costes mayoristas el resultado de aplicar el precio medio ponderado (a su grado de utilización) de las distintas opciones mayoristas, ya que es el que se corresponde con el servicio mayorista que demandaría un competidor tan eficiente como el mercado.

### **Costes minoristas**

En primer lugar, hay que poner de manifiesto que, a pesar de que la denominación se refiera a la actividad minorista, esta notación es por convención ya que en realidad comprende todas las actividades, distintas de la mayorista regulada, y de los costes de red propia en la que incurriría un operador tan eficiente como TESAU.

La consideración de los costes de TESAU como referencia se considera coherente con la práctica de las autoridades de competencia (ver casos Deutsche Telekom<sup>52</sup> y Wanadoo<sup>53</sup>). En el marco de la regulación ex ante, la Posición Común del ERG sobre imposición de obligaciones<sup>54</sup> establece que deben considerarse los costes del operador dominante realizándose determinados ajustes. En este sentido, esta Comisión considera que los cálculos de costes realizados en el marco de la presente consulta ya tienen en cuenta los objetivos perseguidos en la Posición Común con la realización de los ajustes en los costes minoristas que soporta el operador incumbente frente a los operadores alternativos.

Así, la regla teórica de imputación establecería un suelo de precios para los servicios minoristas prestados por el operador tradicional. Para que este suelo de precios se defina de una manera económicamente apropiada, la referencia para los servicios mayoristas que no son esenciales son los *costes incrementales prospectivos* de ofrecer el servicio<sup>55</sup>.

---

<sup>52</sup> Decisión de la Comisión de 21 de Mayo de 2003 (Caso No. COMP/C-1/37.451, 37.578, 37.579).

<sup>53</sup> Decisión de la Comisión de 16 de julio de 2003, (Caso No. COMP/38.233 *Wanadoo Interactive*).

<sup>54</sup> Revised ERG Common position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework. Mayo 2006.

<sup>55</sup> Si no existe información sobre los costes incrementales, se debe usar el precio de mercado como una cota superior del coste incremental. En este sentido nótese que si la facilidad no es esencial, en principio, puede observarse un precio de mercado y que este precio es un techo, ya que los costes comunes y compartidos no deben incluirse en la prueba pero es probable que los precios de mercado incluyan un margen para su recuperación.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Ahora bien, los costes aportados por TESAU, y que son tomados como referencia en el test de imputación, son costes medios por lo que, dichos costes estarían incluyendo un margen suficientemente razonable para permitir la competencia de los operadores alternativos.

Adicionalmente, cabe destacar que, el coste incremental de facturación del operador tradicional del servicio de banda ancha estaría muy cercano a cero en tanto que ya está facturando el servicio de acceso al mismo cliente. Con el fin de tener en cuenta el objetivo perseguido por los ajustes apuntados por la Posición Común, la presente metodología incluye dichos costes en los test de imputación de todos los servicios minoristas de TESAU, al objeto de aproximar la cuantía de los mismos a la situación que afrontaría un operador alternativo para la provisión de los mismos servicios que TESAU, que fuera igualmente eficiente, pero que debido a la menor demanda que debe atender, obtiene un menor aprovechamiento de las economías de escala y alcance que el operador tradicional.

Es por eso que, antes de realizar cualquier cálculo, es necesario comprender claramente las actividades en que incurre TESAU para prestar el servicio final distintas a las del servicio mayorista regulado y los costes de red adicionales necesarios para prestar la oferta comercial.

En el caso de TESAU, la lista de las categorías de costes minoristas a tener en cuenta en la aplicación del test sería la siguiente<sup>56</sup>:

- Coste de ventas, que incluye los costes incurridos al llevar a cabo la venta al cliente final como, por ejemplo, procesamiento de órdenes, gastos de distribución –incluyendo las comisiones al canal de distribución.
- Costes de facturación que, generalmente, incluyen los costes incurridos para emitir y enviar la factura a los clientes, conllevando también la creación y mantenimiento de los registros de clientes, el procesamiento y tarificación de las llamadas, la impresión de la factura, etc.
- Costes de incobrables.
- Costes de gestión de cobro, incluyendo incobrables, esto es, los costes derivados de impagos y de su gestión.
- Costes de marketing y publicidad.
- Costes de desarrollo de productos, que incluye los costes asociados con el desarrollo de los productos y servicios de TESAU tales como predicción de

---

<sup>56</sup> Al objeto de recoger la totalidad de las actividades en que incurre TESAU para prestar los servicios finales, se debería imputar en los siguientes costes minoristas la parte correspondiente a los costes comunes y de estructura.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

demanda, fijación de tarifas, identificación de los atributos del servicio y, en resumen, todas aquellas actividades que son necesarias para el desarrollo y el mantenimiento comercial de los productos y servicios en el mercado.

- Costes de atención al cliente, que incluye las actividades de soporte al producto tales como información, resolución de preguntas o gestión de reclamaciones.
- Costes de los equipos de usuario.
- Costes de otros servicios añadidos.
- Impuestos.

En el caso de los servicios minoristas de comunicaciones electrónicas sujetos a regulación ex ante se han agrupado los conceptos de costes minoristas anteriores en tres grupos:

- Costes mensuales por cliente independientes del servicio. Se ha considerado que existen determinadas categorías de costes cuyo importe no debería variar en función del servicio prestado. En esta categoría se englobarían los costes de la facturación, desarrollo de producto, atención al cliente y gestión de cobro, costes en los que un operador incurriría por cliente con independencia del servicio que se le preste al usuario final así como del número de servicios que contrate (bien uno sólo o un conjunto de ellos).
- Costes mensuales por cliente específicos de cada servicios. En esta otra categoría se han estimado los costes que, si bien los operadores deben sufragar en cualquier caso, podrían variar en función de las características concretas del servicio prestado. Así, en el requerimiento realizado a TESAÚ se han analizado los costes de ventas, incobrables, marketing y publicidad e impuestos de forma diferenciada para los servicios de acceso, tráfico telefónico y banda ancha.
- Costes de adquisición de clientes (SAC). Finalmente, se han considerado de forma separada los costes de adquisición de clientes. Cabe destacar que generalmente dichos costes toman formas diversas en forma de regalos de equipos y otros servicios o exenciones de determinadas cuotas. Estos costes son dependientes del servicio y del cliente y normalmente no son recurrentes. Sin embargo, serán considerados para cada caso como mejor aproximación, dadas las múltiples formas que pueden tomar.

La no superación del test de imputación presume, pero no es condición suficiente para determinar la existencia de una práctica anticompetitiva. Por tanto, deben analizarse otros factores para establecer la capacidad de debilitar



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

la competencia y existencia de racionalidades alternativas. En los siguientes apartados se procede al análisis de los mencionados factores.

### **Cálculo del precio mayorista ponderado en el test de imputación**

Como se ha explicado anteriormente, en los casos en los que se utilice un referente mayorista mixto (ponderado en función del uso), se deben identificar los costes de red necesarios para prestar el servicio minorista ( $C_{red}$ ), descritos en el test de imputación (apartado II.1 del presente Anexo). Y esto es así porque la ponderación debe realizarse no sólo con respecto al precio de los servicios mayoristas sino también incluyendo dichos costes. Así, la ponderación debe realizarse sobre  $(a+C_{red})$  de manera que la fórmula del test de imputación resultante sería la siguiente:

$$p \geq \sum_{i=1}^I [(a_i + C_{red}^i) \times cuota_i] + C_{min}$$

Donde (i) i denota cada una de las modalidades mayoristas consideradas en la promediación, (ii)  $a_i$  es el precio del servicio mayorista regulado asociado a la modalidad mayorista anterior, (iii)  $C_{red}^i$  es el coste de red adicional al servicio mayorista regulado necesario para prestar el servicio minorista, (iv)  $cuota_i$  es el porcentaje de uso de cada una de las modalidades mayoristas.

### **II.2 Racionalidades alternativas**

Adicionalmente al test de imputación, es necesario preguntarse por las motivaciones empresariales objetivas que pueden llevar a una empresa a adoptar una determinada estrategia. La observación de un pinzamiento de precios, no tiene por qué responder a una motivación u objetivo anticompetitivo, siendo necesario analizar las causas que pueden haber llevado a tal resultado.

Además de posibles errores de cálculo motivados por falta de información o por errores en la especificación de los supuestos, un resultado negativo en el test de imputación puede venir motivado por alguna de las siguientes causas:

### **Carácter promocional de las ofertas**

En determinados sectores económicos, las promociones constituyen una estrategia comercial ampliamente utilizada como medio para impulsar la demanda de determinados bienes o servicios. En particular, en el sector de las comunicaciones electrónicas, que se ha caracterizado en los últimos tiempos por el uso extenso de promociones para la comercialización de los servicios minoristas por parte de todos los operadores.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En el contexto de la presente metodología las promociones pueden constituir una explicación racional alternativa a la existencia de una conducta anticompetitiva. Para ello será necesario comprobar que la misma persigue la creación de condiciones favorables a la demanda de servicios nuevos o impulsar la demanda de servicios ya existentes durante un periodo de tiempo limitado.

Dos son los rasgos definitorios de las promociones; por un lado, la concesión de ventajas en forma de descuentos, rebajas, regalos, primas o cualquier otro tipo de beneficio que hace el bien más atractivo para el usuario y, de otro, su carácter temporal, esto es, la limitación en el tiempo de las condiciones favorables para la compra del bien.

La temporalidad es un elemento clave para que las promociones resulten aceptables como factor explicativo de un supuesto incumplimiento del test de imputación. Y ello porque, si bien podría resultar admisible una política de precios que deje escaso margen a los competidores del incumbente si tiene corta duración y crea demanda favorece al mercado en su conjunto, ello no sería aceptable si dicha política se mantuviese de forma prolongada en el tiempo.

La fijación de unos precios que den lugar a un pinzamiento en ocasiones no es más que parte del esfuerzo para introducir en el mercado un nuevo servicio, y será legítima siempre que se limite en el tiempo y no se convierta en recurrente, no ocasionando efectos anticompetitivos en el conjunto del mercado.

Por otro lado, las promociones también pueden tener sentido para impulsar la demanda de servicios existentes. Ello puede ocurrir, por ejemplo, en mercados en los que una vez se ha logrado alcanzar a un determinado segmento de la población se quiere atraer a nuevos clientes, o relanzar un determinado servicio, o aprovechar determinadas fechas del año en las que el tirón de la demanda es mayor, al existir una mayor propensión al consumo (Navidades).

Por tanto, algunos de los factores que habrán de tenerse en cuenta a la hora de juzgar una promoción como justificativa de unos precios que incumplen el test de imputación serán:

- Su duración; cuanto menor sea la duración de los precios promocionales menores riesgos de que los mismos debiliten a los competidores igualmente eficientes y viceversa
- El carácter habitual (o no) de promociones similares



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- Su contribución a impulsar la demanda de nuevos servicios, o a la creación de mercado que favorezca a todos los operadores, y en general cualquier otra justificación que resulte racional desde el punto de vista del correcto funcionamiento del mercado

### **Respuesta a la competencia**

La justificación pro-competitiva más obvia para la política de precios de un operador es que ésta responda a las acciones previamente adoptadas por sus competidores. Este tipo de comportamiento es consistente con lo que cabría esperar en mercados competitivos.

Por lo general, las autoridades de competencia consideran legítimo que un operador, incluso si es considerado dominante, implemente una determinada política de precios en respuesta a la competencia, siempre que la misma no suponga fijación de precios por debajo de costes. Ello significa que los Tribunales comunitarios han permitido la respuesta del incumbente a las acciones de sus competidores como medio para minimizar las pérdidas a corto plazo que se deriven de dichas acciones.

Sin embargo, dicha respuesta ha de resultar proporcionada. Ello significa que ha de ser apropiada, indispensable y equilibrada, ponderando adecuadamente el interés legítimo del incumbente de minimizar sus pérdidas como reacción a estrategias de entrada o expansión en el mercado de sus competidores.

A la luz de lo anterior, la respuesta a la competencia no siempre resultará, por tanto, una justificación válida, pudiendo tomarse en cuenta los siguientes elementos a la hora de considerar dicho argumento.

- Entidad del operador al que responde la oferta del incumbente.
- Carácter predatorio de la respuesta.

El nivel de precios admisible al operador incumbente en función del argumento de “meeting competition” deberá tener un límite (*price floor*). Así, el incumbente nunca deberá llevar sus precios a un nivel que le impida cubrir sus costes incrementales.

En el caso en que los competidores utilicen servicios mayoristas cuyos precios sean superiores a dichos costes incrementales, caso típico de mercados en los que dichos servicios pueden competir con otros basados en infraestructuras independientes cuyo desarrollo es necesario proteger para promover una evolución hacia una competencia más auto-sostenible. Objetivo este básico de la regulación sectorial. Los anteriores costes incrementales deberán ser





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

calculados no sobre los costes reales del operador dominante sino sobre los precios mayoristas de referencia. De esa forma se evitará una situación de perdidas en la actividad minorista sostenidas por márgenes positivos en las actividades mayoristas.

De este modo, en caso de que la reacción del incumbente a una caída de precios del competidor conlleve pérdidas para éste, la respuesta a la competencia carecerá de validez para justificar dicha política de precios. Y ello porque unos precios por debajo de costes no son ni apropiados ni indispensables para justificar una supuesta minimización de pérdidas del dominante.

### III ANÁLISIS DEL EMPAQUETAMIENTO DE SERVICIOS

#### III.1 Mercados afectados

Para que se produzca un empaquetamiento se precisa que los servicios incluidos en el paquete pertenezcan a mercados diferentes.<sup>57</sup> Por tanto, se debe realizar un análisis de los mercados implicados por la oferta empaquetada.

El objetivo del análisis de los mercados es determinar la existencia (o no) de posición de dominio en uno o más de ellos. Si se observa que el operador ostenta posición de dominio en, al menos, uno de los mercados incluidos en el paquete se procede al análisis de la oferta.

En este sentido, en el caso de que el incumbente sea dominante en uno pero no en el resto de los mercados de los servicios que integran el paquete, dicho dominio puede servir para afectar las condiciones de competencia en el resto de los mercados. Así ocurriría cuando la entrada en el mercado en competencia favorece la entrada en el mercado donde la empresa en cuestión es dominante.<sup>58</sup>

En el caso de que el incumbente goce de posición de dominio en más de uno de los servicios que forman parte del paquete, se debe tener en cuenta la posición de dominio relativa del incumbente en cada uno de los mercados, siendo el mercado relativamente más competitivo el que debe preocupar a efectos de análisis. Por tanto, la atención se debe centrar en el mercado en el que existe mayor competencia relativa.

---

<sup>57</sup> Si los servicios empaquetados pertenecieran al mismo mercado sería, o bien porque la competencia efectiva es entre paquetes, o bien porque se trata de un único bien sobre el que se realizan descuentos por volumen de compras. En ninguno de estos dos escenarios el empaquetamiento es *per se* conflictivo.

<sup>58</sup> Véase Carlton y Waldman (2002).



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### ***III.2 Empaquetamiento mixto***

#### ***III.2.1 Replicabilidad económica conjunta***

Se debe analizar la replicabilidad económica de la oferta en su conjunto. En el caso en que no se cumpla este requisito, se prohibirá la comercialización de la oferta; de lo contrario, se impedirá a los rivales igualmente eficientes competir en el mercado.

Si la oferta resulta económicamente replicable en su conjunto, es preciso analizar el tipo de competencia que se da en el mercado, esto es, si en el mercado hay competencia basada en paquetes, en un grado suficiente.

#### ***III.2.2 Tipo de competencia en el mercado***

Si se compite con paquetes de manera generalizada, esto es, si se observan paquetes similares a la oferta propuesta y se ha pasado el test de replicabilidad conjunta, se recomienda la aprobación de la misma. Las dos condiciones aseguran que no se deberían plantear problemas de competencia; es más, si se prohibiera dicha oferta, el operador incumbente podría encontrarse en una situación de desventaja con respecto a sus competidores al no poder competir en iguales términos.

Por el contrario, si las ofertas empaquetadas no son la forma habitual de competencia en el mercado se debe analizar la replicabilidad económica individual de la oferta.

#### ***III.2.3 Replicabilidad económica individual***

Este análisis se debe realizar por medio de un test de precio implícito sobre el producto en el que exista mayor competencia relativa (por ejemplo, el producto B). Debe tenerse presente que la lógica anticompetitiva del empaquetamiento de servicios dominados y no dominados es poder distorsionar la competencia en los últimos como medio para mantener la posición de dominio en los primeros o extenderla a los segundos.

Este test permite investigar si la existencia del paquete puede poner en peligro la permanencia en el mercado de aquellos operadores que tan sólo se dedican a la comercialización de B. En otras palabras, la realización de un test de precio implícito sobre un determinado servicio (el servicio B) tiene como objetivo el analizar si, dado el precio al que los consumidores podrían adquirir el otro servicio (el servicio A) de forma separada –no necesariamente a través del incumbente–, es posible por parte de las empresas rivales ofrecer un precio para B que cubra costes y permita competir con el paquete.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

La fórmula de este test es la siguiente:

$$p_{B^*} = p_{AB} - p_A > c_B$$

Donde (i)  $p_{B^*}$  es el precio implícito del servicio B, que se calcula como la diferencia entre el precio del paquete y el precio del servicio donde el nivel de competencia es menor y (ii)  $c_B$  es el coste de prestar el servicio B de manera individual.

La regla de decisión es la siguiente:

- Si se supera el test de precio implícito aplicado sobre B, se acepta la oferta empaquetada. El hecho de que se pase este test para un producto determinado, garantiza que el bien pueda ser ofrecido de forma separada en condiciones competitivas, dado el paquete ofrecido por el incumbente.
- En caso contrario, si el test de precio implícito no se supera se analiza si la expulsión de los competidores es posible. Para ello, es preciso estudiar (i) el grado de vinculación de la oferta, (ii) el alcance de la oferta y la cuota de mercado del operador incumbente y (iii) barreras de entrada.

### **Grado de vinculación de la oferta**

El grado de vinculación de la oferta empaquetada depende de los siguientes factores:

- Relación existente entre los productos A y B incluidos en el paquete. En la medida que estos productos sean complementarios y/o correlación existente entre las valoraciones de ellos sea positiva, el grado de vinculación será alto.
- Grado de diferenciación del producto, donde el nivel de competencia es mayor (en el ejemplo, el producto B). En la medida que el producto B esté muy diferenciado, los consumidores con fuerte preferencia por el producto B ofrecido por las empresas rivales no serán fácilmente capturados por la oferta empaquetada del incumbente o, equivalentemente, el grado de vinculación será menor.

Si se concluye que el grado de vinculación de la oferta de empaquetamiento es bajo, la oferta no plantea problemas de expulsión o debilitamiento de la competencia ya que las empresas productoras de B no van a ver amenazadas su existencia por el lanzamiento de este paquete. En este caso, se acepta la oferta empaquetada.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Si, por el contrario, el grado de vinculación fuera elevado se debe continuar con el análisis ya que se deberían cumplir condiciones adicionales.

### **Alcance de la oferta y cuota de mercado del operador incumbente**

En la medida que la oferta (i) tenga un alcance amplio, esto es, vaya dirigida a un grupo amplio de consumidores o bien, si dirigida a un nicho específico, tenga como objetivo a consumidores claves para las empresas rivales y (ii) la cuota de mercado del incumbente con respecto al producto A sea muy alta, es factible que se dé un debilitamiento de la competencia.

Si se concluye que el alcance de la oferta es bajo (p.e. si va a un grupo concreto, poco relevante para los competidores) se acepta la oferta empaquetada. En caso contrario se debe continuar el análisis.

### **Barreras de mercado**

Para que una oferta que captura a una fracción significativa de los consumidores resulte en la expulsión de las empresas rivales existentes, se requiere que la salida del mercado sea una opción factible. Es por ello que la existencia de barreras a la salida dificultará la posibilidad de que la oferta en cuestión dé lugar a la expulsión.

Además de las barreras a la salida, se debe considerar la posible existencia de barreras a la entrada en el mercado del producto B porque, si bien la oferta de empaquetamiento puede no expulsar a los competidores efectivos, sí puede obstaculizar la entrada de los rivales potenciales. Ello podrá ocurrir si existen barreras a la entrada relacionadas con la escala, tales como economías de escala, costes fijos de entrada y economías de red.

En el caso de ausencia de barreras a la salida (que faciliten la expulsión) y presencia de barreras de entrada (que desincentiven la entrada) en el mercado del producto B, se prohíbe la oferta empaquetada. En caso contrario, se acepta la oferta empaquetada.

### **III.3 Empaquetamiento puro**

Cuando los servicios incluidos en el paquete no están disponibles por separado los consumidores no tienen libertad para formar aquellos paquetes de servicios que más les interesan. Ello implica que se pueden ver obligados a adquirir ciertos servicios para poder tener acceso a otros que de otra manera no están



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

disponibles o resultan más caros. Esto puede llevar a que los fabricantes de un solo bien se puedan ver expulsados del mercado en el caso de que una cantidad suficiente de consumidores decida adquirir el paquete.

Teniendo en cuenta el mayor riesgo asociado a este tipo de empaquetamiento, deberían analizarse las razones por las que el operador incumbente lanza una oferta de esta tipología y no contempla la venta separada de los servicios. En caso de no contar con argumentos de carácter técnico que justifiquen este tipo de empaquetamiento se prohíbe la oferta.

### **IV ANALISIS DEL TIPO DE COMPETENCIA EN LOS MERCADOS CON OFERTAS EMPAQUETADAS**

#### ***IV.1 Paquetes de doble y triple oferta a partir de los servicios de ADSL, el servicio telefónico fijo e Imagenio***

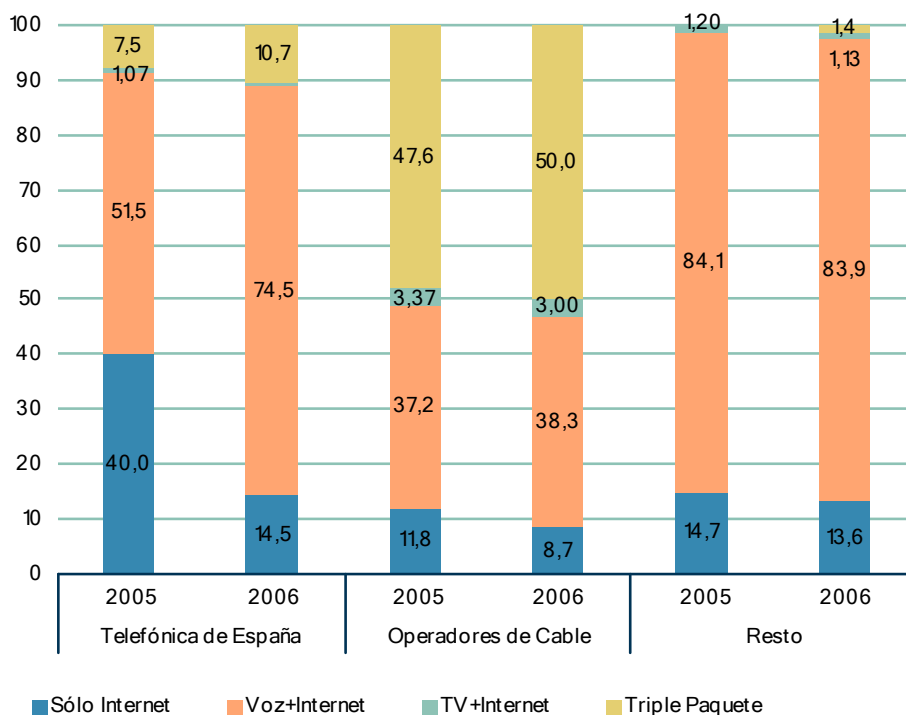
A la vista del Gráfico IV.1, queda claro que los operadores compiten por medio de ofertas empaquetadas con el objeto de captar clientes de banda ancha y que el grado de aceptación de las mismas es creciente. Ahora bien, la importancia relativa de las diferentes ofertas empaquetadas difiere. Se observa que los paquetes de doble oferta de ADSL y servicio telefónico fijo son la principal forma de empaquetar el servicio de acceso a Internet de banda ancha para TESAU y los operadores alternativos que dependen de los servicios mayoristas de la primera (acceso indirecto y/o acceso desagregado al bucle). La mayoría de sus clientes de Internet (por encima del 70%) contratan estos dos servicios de forma empaquetada.

En el caso de los operadores de cable, ésta no es la principal forma de comercializar las ofertas empaquetadas, siendo el paquete de triple oferta (compuesto por los servicios anteriores más el servicio de televisión) el de mayor aceptación por parte de sus clientes. Así, el 50% de ellos han contratado esta oferta empaquetada frente al 11% y 2% de los clientes de Internet de TESAU y de los operadores alternativos, respectivamente.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Gráfico IV.1: Distribución de clientes residenciales de Internet por tipo de empaquetamiento



Se concluye que la competencia basada en paquetes de doble oferta compuestos por los servicios acceso de banda ancha y telefonía fija esta suficientemente desarrollada. De hecho, los operadores disponen de servicios mayoristas que les permiten competir con TESAU en todo el territorio nacional: la oferta de interconexión de referencia y los servicios de acceso mayorista de banda ancha para la prestación de los servicios minoristas de telefonía fija y de acceso a Internet de banda ancha, respectivamente. Por tanto, de acuerdo con la metodología, el test de replicabilidad conjunto sería suficiente para analizar el posible carácter anticompetitivo de estas ofertas.

Por el contrario, en vista de la menor implantación de los paquetes de doble y triple oferta que incluyen televisión es preciso completar el análisis anterior con información relativa a las ofertas comerciales actuales y, sobre todo, el alcance de las mismas. Este último debe estimarse a partir del peso relativo en el mercado de los operadores que las lanzan y el mercado potencial que pueden alcanzar. En este sentido, el desarrollo del servicio mayorista de acceso



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

desagregado al bucle y el despliegue de red de acceso propia por parte de los operadores de cable determinan el alcance de estas ofertas y, en consecuencia, el grado de competencia en paquetes con televisión de pago. Por medio de estos indicadores es factible aplicar un enfoque prospectivo y valorar la capacidad de los operadores alternativos de lanzar ofertas diferenciadas y de mayor valor añadido, precisamente en un entorno caracterizado por el lanzamiento continuo de nuevas ofertas empaquetadas.

A la vista del Gráfico IV.2, no sólo TESAU y los operadores de cable (ONO, R Cable y Telecable)<sup>59</sup> sino también Orange y Jazztel ofrecen paquetes que incluyen el servicio de televisión de pago. Asimismo, en mayo de 2007, Ya.com inició su comercialización. Resulta evidente que estos operadores no juegan un papel marginal en el mercado de acceso a Internet de banda ancha si atendemos a sus cuotas de mercado (ver Tabla IV.1). En definitiva, se constata que operadores con una base importante de clientes en el mercado comercializan paquetes de características similares a los del TESAU.

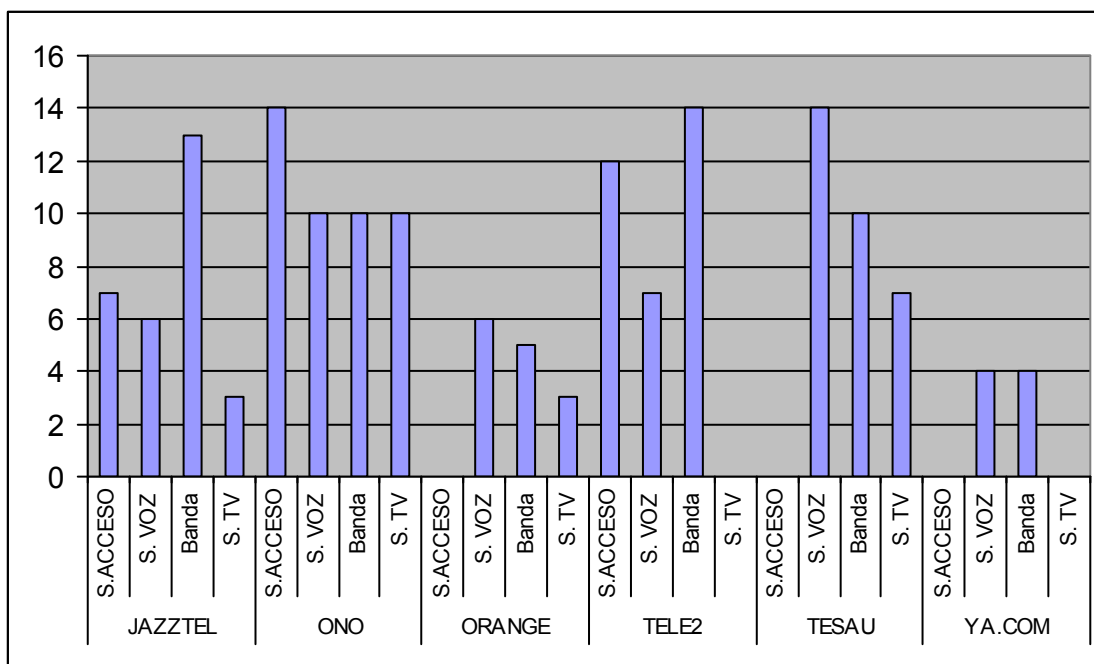
---

<sup>59</sup> Euskaltel también ofrece los tres servicios pero los paquetes no llevan asociado ningún descuento con respecto a la oferta por separado de ellos. Únicamente, existe una oferta de acceso de banda ancha 24 horas y tarifa plan de voz con un precio mensual de 1€ durante los tres primeros meses (la contratación adicional de la TV se comercializaría a 10€ durante esos meses); finalizado ese plazo, se comercializan al precio convencional de cada uno de ellos por separado.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Gráfico IV.2: Caracterización de la ofertas empaquetadas (Febrero 2007)<sup>60</sup>



En lo que respecta al mercado potencial, TESAU está en disposición de prestar el servicio Imagenio en menos del [CONFIDENCIAL]% de los bucles de abonado desagregables<sup>61</sup>. Por su parte, los operadores de cable disponen de una cobertura similar ya que el número total de accesos instalados ascendía a 7,4 millones en diciembre de 2006, que representaba más el 40% de los accesos de TESAU<sup>62</sup>. A medio plazo, Jazztel, Orange y Ya.com estarán en disposición de ofrecer el servicio de televisión con una cobertura similar. A 31 de enero de 2007, el número de centrales donde estos operadores alternativos se han ubicado y se han desagregado bucles de abonado ascendía a [CONFIDENCIAL], respectivamente. El número de bucles asociados a estas centrales supone una cobertura respectiva de [CONFIDENCIAL].

<sup>60</sup> En el gráfico se muestra, para cada operador, el número de paquetes que incluyen los diferentes servicios: acceso, servicio telefónico, acceso de banda ancha y televisión. Por tanto, el número de paquetes es inferior a la suma de los paquetes considerados para cada operador en este gráfico.

<sup>61</sup> Si bien el número de bucles asociados a las centrales donde Imagenio está disponible (o va a estar disponible a partir de [CONFIDENCIAL]) asciende a [CONFIDENCIAL], no es posible prestar el servicio de Imagenio sobre todos ellos. Se estima que sólo el [CONFIDENCIAL]% es capaz de soportar la prestación de Imagenio, representando el [CONFIDENCIAL]% de la planta total de bucles desagregables.

<sup>62</sup> Ver Informe Anual 2006, Pág. 188, Tabla 15. En el caso de los operadores de cable, un acceso instalado equivale a un acceso comercializable, entendiendo como tal los hogares y/o empresas en los cuales el servicio se puede proveer en un plazo razonable y corto de tiempo.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En consecuencia, dado que competidores relevantes de TESAU comercializan estas ofertas de triple oferta y no hay diferencias significativas con respecto al tamaño del mercado potencial al que van destinadas, se concluye que la competencia en términos de paquetes de estas características está suficientemente desarrollada. Por tanto, de acuerdo con la metodología, el test de replicabilidad conjunto es suficiente para analizar el posible carácter anticompetitivo de estas ofertas.

**Tabla IV.1: Distribución de líneas e ingresos por operador (Enero-Marzo 2007)**

Operador	Líneas	Cuota	Ingresos (millones de euros)	Cuota
TESAU	3.962.070	55,7%	411,81	59,9%
Ono	1.238.120	17,4%	109,91	16,0%
Orange	667.102	9,4%	41,15	6,0%
Yacom	389.710	5,5%	28,19	4,1%
Jazztel	238.468	3,4%	27,83	4,0%
Comunitel	176.164	2,5%	19,83	2,9%
Euskaltel	158.201	2,2%	11,49	1,7%
R Cable	103.577	1,5%	9,04	1,3%
Resto	175.654	2,5%	28,44	4,1%
Total	7.109.066		687,7	

### ***IV.2 Paquete de doble y triple oferta a partir del servicio de acceso a la red fija de telefonía***

Si bien los operadores de cable, Tele2 y Jazztel han lanzado al mercado este tipo de ofertas (ver Gráfico IV.2), su capacidad competitiva en la prestación de estas ofertas empaquetadas es significativamente inferior a la de TESAU. Esta última sigue siendo el único operador con una red de acceso de cobertura nacional y ostenta una clara posición de dominio de TESAU en el mercado de acceso (82%, en términos de clientes de acceso directo<sup>63</sup>). Por el contrario, sus



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

competidores (a pesar de la creciente implantación del acceso desagregado al bucle) no están en disposición de comercializar estas ofertas empaquetadas con el mismo alcance geográfico. Por esta razón, la competencia basada en este tipo de paquetes no está generalizada.

La introducción del Acceso Mayorista a la Línea Telefónica supondrá un cambio importante ya que permitirá a los competidores replicar estas ofertas con independencia de la ubicación geográfica del cliente. De todas formas, se mantendrá el análisis propuesto basado en un test de precio implícito hasta que la implantación de este servicio mayorista sea efectiva y haya transcurrido un periodo de tiempo razonable que haya permitido a los operadores alternativos diseñar nuevas ofertas en el nuevo contexto y que éstas hayan tenido un suficiente grado de implantación en el mercado. Será pues preciso esperar para poder valorar el efecto de este nuevo servicio mayorista sobre el desarrollo de una competencia en paquetes que incluyan el servicio de acceso.

### IV.2.1 Capacidad de expulsión o debilitamiento de la competencia

La capacidad de expulsión/debilitamiento de la competencia de oferta de doble oferta compuesta por el servicio de acceso a la red telefónica fija y el servicio telefónico fijo es máxima ya que:

- El grado de vinculación es muy alto.
  - o El servicio de acceso a la red telefónica fija y el servicio telefónico fijo son complementarios y el descuento sería importante en el caso de que no se hubiera superado el test de precio implícito<sup>64</sup>.
  - o El nivel de diferenciación en el mercado del servicio telefónico fijo es bajo. Por un lado, es un servicio maduro, que se ha convertido prácticamente en una “commodity”<sup>65</sup>, debido al mayor desarrollo de la competencia como consecuencia de la regulación en materia de preselección, portabilidad y el establecimiento de una Oferta de Interconexión de Referencia desde el año 1998<sup>66</sup>. Por otro lado, la

---

<sup>63</sup> III Informe Trimestral 2006, Pág. 22, Tabla 25.

<sup>64</sup> Cuando los bienes A y B son complementarios, en caso de empaquetamiento mixto, el grado de vinculación de la oferta será creciente con el descuento que suponga la compra conjunta con respecto a la adquisición de los bienes por separado.

<sup>65</sup> En este caso, se considera que un bien o servicio es una “commodity” en la medida que no es diferenciable, esto es, no hay características del mismo (bien objetivas –calidad del servicio-, bien subjetivas -la imagen de marca) que permitan al usuario final tomar una decisión bajo criterios distintos al precio.

<sup>66</sup> Este hecho se ha visto reforzado por la generalización de su empaquetamiento con el servicio de acceso de banda ancha, que ha supuesto una reducción implícita del precio que están dispuestos a pagar por el mismo un segmento importante de consumidores.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

capacidad de diferenciación de los operadores alternativos en la prestación de este servicio es prácticamente nula en comparación con TESAU. Esta última sí está en disposición de diferenciarse por su condición de único operador con red de acceso nacional capaz de ofrecer todos los servicios de comunicaciones electrónicas, con un único servicio de facturación y atención al cliente (además de la inercia del consumidor, derivada de su condición de ex-monopolio, y una imagen de marca fuerte y consolidada).

- El alcance de la oferta es muy alto debido a la elevada cuota de mercado de TESAU en el mercado de acceso fijo (superior al 80%)<sup>67</sup>. Una oferta empaquetada dirigida al mercado residencial en su conjunto tendría un gran alcance debido a la posición de TESAU en los mercados relevantes. Asimismo, ofertas dirigidas a nichos concretos serían también relevantes ya que TESAU puede discriminar e identificar aquellos grupos más sensibles al precio (más susceptibles de ser captados por los competidores) y lanzar ofertas empaquetadas que redujeran significativamente la demanda potencial de los competidores.
- Las barreras de entrada en el mercado del servicio telefónico son elevadas. De acuerdo con la Resolución de 9 de febrero de 2006 sobre los mercados 3-6, en ausencia de regulación, los operadores alternativos tendrían que desplegar su propia red de acceso, afrontando unas importantes barreras de entrada debido a la magnitud de los costes hundidos y de las economías de escala y alcance asociadas a una red de acceso<sup>68</sup>.

Ahora bien, la regulación vigente reduce significativamente la magnitud de estas barreras de entrada para la prestación exclusivamente del servicio telefónico fijo<sup>69</sup> y, en menor medida, para la prestación conjunta del servicio telefónico fijo y el servicio de acceso a la red fija<sup>70</sup>. Más aún, la introducción del servicio de Acceso Mayorista a la Línea Telefónica eliminará completamente la principal barrera de entrada para la prestación de todos los servicios que ofrece TESAU como es el despliegue de una red de acceso alternativa<sup>71</sup>.

---

<sup>67</sup> Ver nota al pie 63

<sup>68</sup> Ver páginas 35 y 36.

<sup>69</sup> Mercado 8.

<sup>70</sup> Mercado 11.

<sup>71</sup> Probablemente, la implantación efectiva del servicio de alquiler de bucle virtual requiera un periodo de tiempo no inferior a un año desde su aprobación. Durante este periodo de tiempo, la estrategia de empaquetamiento abusivo es perfectamente racional como medio para debilitar la competencia en el mercado del servicio telefónico fijo (y/o acceso de banda ancha) y, sobre todo, reforzar la posición de TESAU en el mercado de acceso al reducir los incentivos a subir en la escalera de inversión.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Sin embargo, la regulación ex-ante no elimina todos los costes fijos que un operador debe afrontar para prestar este servicio minorista. En la medida que hay costes de red adicionales a los considerados en los servicios de interconexión<sup>72</sup> y costes de publicidad significativos, la entrada en este mercado requiere de un número mínimo de clientes para que sea rentable. Con respecto al gasto en publicidad, la CMT ha destacado su relevancia como variable competitiva en el mercado del servicio telefónico fijo:

*“los gastos en publicidad de los operadores son elevados y, en especial y en términos relativos, lo son para las empresas entrantes, cuyo gasto guarda una relación de 1 a 10 con respecto al de TESAU, pero cuyo impacto en sus ingresos representa el doble que para esta operadora. Este hecho indica que estos operadores observan la publicidad como un elemento determinante para competir en el mercado”.*<sup>73</sup>

Por tanto, en términos de costes fijos de entrada se dan las características estructurales para que un paquete que incluya el servicio de acceso tenga el efecto de debilitar de la competencia y expulsar a los competidores<sup>74</sup>.

---

<sup>72</sup> En función del despliegue de red de cada operador (en concreto del número de puntos de interconexión –PdI- con TESAU) los operadores tienen diferentes proporciones de tráfico en los niveles disponibles. Cuanto mayor sea el número de PdIs con TESAU, el operador cursará una mayor proporción de tráfico a nivel local. Por tanto, como consecuencia del creciente despliegue de red propia por parte de los operadores alternativos (con el consiguiente incremento del peso de los costes fijos), la interconexión se produce, de manera creciente, en niveles jerárquicos de red inferiores.

<sup>73</sup> Ver Resolución de 9 de febrero de 2006 relativa al análisis de competencia efectiva en los mercados 3-6, Pág. 35.

<sup>74</sup> Además, dado que cada vez más la competencia se establece en términos de paquetes, la entrada en el mercado del servicio telefónico fijo o del acceso de banda ancha por medio de la preselección o el acceso indirecto es menos atractiva, adquiriendo más importancia el despliegue de red propia y/o el acceso desagregado al bucle para competir de manera efectiva. Con estas prácticas, la demanda potencial de los operadores alternativos se puede reducir de tal modo que no es rentable acometer nuevas inversiones en redes o rentabilizar las ya realizadas.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### ANEXO 2

#### REQUERIMIENTO DE INFORMACIÓN SEMESTRAL

##### Ingresos

1. Volumen de altas brutas (sin incluir migraciones), desglosando por altas brutas derivadas de la oferta habitual (sin promoción) y altas brutas derivadas de las promociones iniciadas durante el semestre de referencia y comunicadas a la CMT. Los servicios a considerar son:
  - Línea individual
  - Línea básica
  - Todos aquellos planes de precios de tráfico de voz dirigidos a un cliente residencial (incluyendo bonos, tarifas planas y semi-planas) cuyo número de clientes sea como mínimo igual a 5000 usuarios.
  - ADSL hasta 1 Mbps
  - ADSL 1 MB
    - o Básico
    - o Mini
    - o A tu medida: (i) noche, (ii) fin de semana y (iii) combinado.
    - o Tiempo libre
  - ADSL 3 MB
  - Paquetes de servicios de doble oferta: ADSL y plan de voz (en sus diferentes modalidades) e Imagenio y plan de voz.
  - Paquetes de servicios de triple oferta: ADSL, plan de tráfico de voz e Imagenio (en sus diferentes modalidades).
2. Servicio telefónico fijo
  - Volumen de tráfico cursado por los clientes de cada servicio por ámbito (metropolitano, provincial, interprovincial, fijo a móvil e internacional) durante el semestre de referencia<sup>75</sup>.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- Número medio de clientes<sup>76</sup> del servicio en concreto para el semestre de referencia.
  - Tráfico total no franquiciado por ámbito en el semestre de referencia (metropolitano, provincial, interprovincial, fijo a móvil e internacional), y la planta media de los clientes de TESAU que generan ese tráfico, también por ámbito.
  - Número medio del total de clientes de TESAU de servicios telefónicos fijos.
3. Acceso de banda ancha sobre tecnología ADSL
- Número medio de clientes de los paquetes de servicios de doble oferta con ADSL y servicio telefónico fijo.
  - Ingresos por consumos adicionales
    - o En el caso de ADSL mini, estimación de la media por cliente de exceso de consumo sobre capacidad contratada.
    - o En el caso de servicios que incluyan televisión: estimación del número medio de servicios pay per view descargados por mes y cliente, indicar número medio de películas por mes y de partidos de fútbol por mes.
4. Los datos correspondientes a las altas, tanto mediante promociones como mediante la oferta nominal, a que se refieren los puntos anteriores serán remitidos a esta Comisión mediante formato electrónico que se adjunta a la dirección [empaquetamientos@cmt.es](mailto:empaquetamientos@cmt.es).

### Costes minoristas

1. Coste mensual por cliente con acceso para la prestación del servicio telefónico fijo correspondiente a las siguientes actividades minoristas<sup>77</sup>:

---

<sup>75</sup> Si bien un plan de precios puede estar referido sólo a un tipo de llamadas (p.e. metropolitanas), los clientes que lo contratan también realizan llamadas correspondientes a los restantes ámbitos (provincial, interprovincial, etc). Por esta razón, se solicita el consumo de todos los tipos de llamadas que realizan los clientes de un determinado plan.

<sup>76</sup>  $(N^{\circ} \text{ clientes Inicio Periodo} + N^{\circ} \text{ clientes Final Periodo})/2$

<sup>77</sup> Al objeto de recoger la totalidad de las actividades en que incurre TESAU para prestar los servicios



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- Facturación. Incluye los costes incurridos para emitir y enviar la factura a los clientes, conllevando también la creación y mantenimiento de los registros de clientes, el procesamiento y tarificación de las llamadas, la impresión de la factura, etc.
  - Desarrollo de producto. Incluye los costes asociados con el desarrollo de los productos y servicios de TESAU, tales como predicción de demanda, fijación de tarifas, identificación de los atributos del servicio y, en resumen, todas aquellas actividades que son necesarias para el desarrollo y el mantenimiento comercial de los productos y servicios en el mercado.
  - Atención al cliente. Incluye las actividades de soporte al producto tales como información o resolución de preguntas.
  - Gestión de cobro y costes de incobrables.
2. Coste mensual por cliente (diferenciando en función del tipo de cliente - cliente del servicio acceso para la prestación del servicio telefónico fijo, cliente del servicio de tráfico de voz y cliente de acceso de banda ancha correspondiente a las siguientes actividades minoristas:
- Costes de ventas: porcentaje sobre el ingreso por cliente del servicio final.
  - Costes de incobrables: porcentaje sobre el ingreso por cliente del servicio final.
  - Marketing y publicidad
  - Impuestos: porcentaje sobre el ingreso del servicio final imputable al pago de tasas, esto es, sin tomar en consideración impuestos sobre beneficios y el IVA.
  - Costes de los equipos asociados a los servicios citados
  - Costes de otros servicios incluidos (p.e. antivirus).
3. Costes por minuto correspondientes a la remuneración del tráfico internacional.
4. Oferta mayorista vigente y completa de carrier internacional de TESAU.

---

finales, se debería imputar en los siguientes costes minoristas la parte correspondiente a los costes comunes y de estructura.



## **COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES**

A partir del año 2008, TESAU deberá remitir esta información antes del 15 de febrero y 15 de agosto respectivamente incorporando los datos más actualizados que tenga disponibles.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### ANEXO 3

#### INFORMACIÓN A SUMINISTRAR EN LA COMUNICACIÓN DE SERVICIOS Y ESTRUCTURAS TARIFARIAS NUEVAS

1. Breve descripción del servicio.
2. Indicar que consumidores pueden abonarse al nuevo servicio y las incompatibilidades con otros servicios.
3. Precios nominales (sin IVA) previstos para el semestre de referencia de los siguientes conceptos facturables que se puedan asociar al nuevo servicio:
  - No recurrentes
    - Cuota de instalación del nuevo servicio
    - Cuota alta del nuevo servicio
    - Equipos terminales asociados al nuevo servicio
  - Recurrentes
    - En el caso de que se trate de un servicio de tarifa plana, indicar la cuota mensual.
    - En el caso de que se trate de un servicio que se tarifique por tiempo, o de un servicio para el cual una de sus componentes se tarifique por tiempo, indicar estos precios nominales (medidos por euros/minuto).
    - En el caso de que se trate de un servicio que se tarifique por capacidad, o de un servicio para el cual una de sus componentes se tarifique por capacidad, indicar estos precios nominales.
    - Pago mensual por el alquiler de equipos asociados al nuevo servicio.
    - Pago mensual por las facilidades adicionales asociadas al nuevo servicio.
    - Precios de los consumos adicionales derivados del nuevo servicio (Por ejemplo, Pay Per View, Video bajo demanda u otros).
4. Información sobre consumos previstos.
  - Servicios telefónicos



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- En el caso de nuevas tarifas planas de voz o nuevos planes de precios o de cualquier paquete nuevo que incluya servicios de voz, indicar la previsión de volumen de tráfico medio cursado por cliente y ámbito en minutos/mes (metropolitano, provincial, interprovincial, fijo a móvil e internacional).
- Servicios de ADSL
  - En el caso de tratarse de servicios (tanto servicios de ADSL como empaquetamientos) que incluyan la contratación de un servicio de ADSL por capacidad, indicar la previsión de la media del exceso de consumo sobre capacidad contratada por cliente.
- Servicios de televisión
  - En el caso de tratarse de un servicios que incluyan la contratación de un servicio de TV, indicar una estimación prevista del número medio de servicios pay per view descargados por mes y cliente, número medio de películas por mes y de partidos de fútbol por mes.
- Información específica para los servicios telefónicos fijos internacionales
  - Oferta mayorista vigente de carrier de TESAU
  - Distribución del tráfico internacional por destinos (tipo de red y país) incluidos en la oferta

## INFORMACIÓN A SUMINISTRAR EN LA COMUNICACIÓN DE PROMOCIONES

1. Condiciones económicas
  - Precio del servicio promocionado: cuotas de alta y precios recurrentes. Indicar la duración de los descuentos en esos precios.
  - Precios de bienes y servicios adicionales incluidos en la promoción. Indicar si hay bienes o servicios regalados.
  - Fechas en las que la promoción esta vigente.
  - Indicar si existe una penalización para el cliente en el caso de no cumplir con un periodo mínimo de permanencia. En el caso que exista, explicar cuál es esa penalización.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- Indicar qué consumidores pueden abonarse a la promoción.
- 2. Indicar las promociones compatibles que estén en vigencia durante el periodo de promoción.
- 3. Costes de adquisición del cliente de la oferta promocionada- incluir los costes de los bienes y servicios adicionales incluidos en la promoción (en el caso de que para esos bienes y servicios no exista regulación mayorista), tanto si son equipos necesarios para el servicio, como bienes o servicios que no son necesarios para el servicio.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### ANEXO 4

#### VALOR ACTUAL NETO DE LOS SERVICIOS ANALIZADOS

	VAN (euros)
<b>Acceso telefónico fijo</b>	
Servicio de acceso telefónico fijo	95,5
<b>Servicio Telefónico Fijo</b>	
Tarifa Plana Autonómica (Plan de precios 8)	150,9
Tarifa Plana Nacional (Plan de precios 10)	356,4
Tarifa Mini Horario Reducido (Plan de precios 5)	78,2
Tarifa Mini Plus (Plan de precios 6)	176,6
Tarifa Mini Plus con Fijo-Móvil (Plan de precios 13)	162,6
Tarifa Plana Nacional a 10 Números, (Plan de precios 13)	375,9
Tarifa Plana Nacional con fijo-Movil (Plan de precios 12)	422,1
Bono Ciudad	280,2
Bono Ciudad Plus	219,4
Tarifa Plana Metropolitana (Plan de precios 9)	91,4
Combinado ciudad	73,7
Bono Fijo-Móvil 20 minutos, horario reducido	51,0
Bono Fijo-Móvil 60 minutos horario reducido	98,8
Bono Fijo-Móvil 60 minutos horario total	208,6
Bono Fijo-Móvil 60 minutos a 3 destinos	164,0
Bono Fijo-Móvil 100 minutos a 3 destinos	258,9
Uno Familiar	59,5
Bono Fijo-Móvil 300 minutos, 5 destinos	90,9
Bono Fijo-Móvil 350 minutos, 1 destino	27,0
<b>Servicio acceso de banda ancha</b>	
1 Mbps / hasta 1 Mbps	202,5
3 Mbps	408,7
Tiempo libre	262,0
A tu medida noche	246,6
A tu medida FS	219,5
A tu medida noche + FS	369,0
ADSL mini	367,1



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

<b>Paquetes de doble y triple oferta</b>	<b>VAN</b>
Plan Precios 8 + Imagenio Familiar	64,2
Plan Precios 10 + Imagenio Básico	138,0
Plan Precios 10 + Imagenio Familiar	117,6
ADSL hasta 1 Mb ó ADSL 1 Mb + TPN (Plan Precios 10 ó 19)	177,9
ADSL Mini 1Mb + Plan Precios 10	429,8
ADSL 3M + TPN (Plan Precios 10 ó 19)	392,7
ADSL 3M + TPN (Plan Precios 10 ó 19) + Antivirus.	415,1
ADSL 3M + Plan Precios 10 + Bono F-M 60 Min	330,2
ADSL hasta 1 Mb ó ADSL 1 Mb + Plan Precios 10 + Imagenio Básico	240,2
ADSL hasta 1 Mb ó ADSL 1 Mb + Plan Precios 10 + Imagenio Familiar	219,8
ADSL 24h 1 Mb + Plan Precios 8 + Imagenio Familiar	484,9
ADSL Mini 1Mb + Plan Precios 10 + Imagenio Familiar	471,8
ADSL 3M + Plan Precios 10 + Imagenio Básico	455,0
ADSL 3M + Plan Precios 10 + Imagenio Familiar	434,7
ADSL 3M + Plan Precios 10 + Imagenio Básico + Antivirus	477,5
ADSL 3M + Plan Precios 10 + Imagenio Familiar + Antivirus	457,1
ADSL 3 Mb + Plan Precios 10 + Bono F-M 60 Min + Imagenio Básico	392,5
ADSL 3 Mb + Plan Precios 10 + Bono F-M 60 Min + Imagenio Familiar	372,2
ADSL 3 Mb + Plan Precios 10 + Bono F-M 60 Min + Imagenio Básico + Antivirus	415,0
ADSL 3 Mb + Plan Precios 10 + Bono F-M 60 Min + Imagenio Familiar + Antivirus	394,6
ADSL 3 Mb + Plan Precios 8 + Imagenio Familiar	412,8



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### ANEXO 6

#### COSTES DE INTERCONEXIÓN DE LOS SERVICIOS DE TRÁFICO

##### 1. Servicios de interconexión y tráfico conmutado

Los operadores alternativos, para competir con TESAU en los mercados de tráfico telefónico, tienen a su disposición los servicios mayoristas de tráfico conmutado regulados en la Oferta de Interconexión de Referencia<sup>78</sup> (en adelante, OIR). A grandes rasgos, estos servicios mayoristas se pueden dividir en tres grupos, que a su vez se corresponden con tres de los mercados relevantes de la Recomendación.

- Servicio de Interconexión de Terminación: se define como aquel servicio por el cual TESAU finaliza en su propia red una llamada que le ha sido entregada previamente por el operador que se interconecta. Este servicio se corresponde con el mercado 9 de la Recomendación.
- Servicio de Interconexión de Acceso: mediante este servicio TESAU entrega al operador interconectado una llamada de un cliente conectado físicamente a la red de TESAU que haya seleccionado a dicho operador, por alguno de los mecanismos de selección previstos por la legislación vigente, para que éste último trate la llamada. TESAU no se encargará de la facturación ni de la tarificación de dicha llamada al usuario origen de la misma. Este servicio está incluido en el mercado 8 de la Recomendación, denominado "*originación de llamadas en la red telefónica pública facilitada en una ubicación fija*". En el presente Anexo se utilizarán las denominaciones acceso y originación indistintamente.
- Servicio de Interconexión de Tránsito: es el servicio que presta TESAU cuando un operador interconectado solicita que una llamada sea transportada a través de la red de TESAU para que sea posteriormente entregada a un tercer operador. Este servicio se corresponde con el mercado 10 de la Recomendación.

A través de estos servicios (junto con la terminación en otros operadores fijos) los operadores alternativos pueden ofrecer servicios de tráfico telefónico de acceso indirecto desde cualquier acceso de TESAU hasta cualquier acceso fijo nacional. Incluyendo servicios de terminación móvil, cuyos precios están regulados por esta Comisión<sup>79</sup>, los operadores alternativos pueden ofrecer

---

<sup>78</sup> La última revisión de la OIR fue en la Resolución de 23 de noviembre de 2005 sobre la modificación de la OIR de TESAU. La OIR vigente es, por tanto, la OIR 2005.

<sup>79</sup> Resoluciones del 28 de septiembre de 2006 AEM 2006/724, AEM 2006/725 y AEM 2006/726.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

servicios de acceso indirecto de tráfico telefónico de fijo a móvil. Incorporando servicios de terminación internacional, ofrecidos por TESAU u otro *carrier* internacional, pueden ofrecerse servicios de tráfico telefónico internacional.

Los operadores alternativos tienen la opción de contratar a TESAU el acceso y la terminación mediante servicios de interconexión por tiempo o por capacidad. Estos servicios son provistos a distintos niveles según el tipo de central en el que se produce el intercambio de tráfico entre el operador interconectado y TESAU en los servicios de acceso y terminación. Los niveles disponibles son: local, tránsito metropolitano, tránsito simple y tránsito doble. En función del despliegue de red de cada operador [en concreto del número de puntos de interconexión (en adelante, Pdl) con TESAU] los operadores tienen diferentes proporciones de tráfico en los niveles disponibles. Cuanto mayor sea el número de Pdl con TESAU, el operador cursará una mayor proporción de tráfico a nivel local. Los operadores utilizan ambos modelos de interconexión de forma combinada, escogiendo una modalidad concreta en función del volumen y perfil del tráfico que se cursa por cada Pdl.

### Interconexión por tiempo

El modelo de interconexión por tiempo consiste en aplicar un precio por minuto diferenciado por franja horaria. Los precios se recogen en la OIR, y los tramos horarios coinciden con los de los servicios finales ofrecidos por TESAU.

### Interconexión por capacidad

Con la introducción de la Interconexión por Capacidad en la OIR 2001, se puso a disposición de los operadores alternativos un modelo alternativo de interconexión que les permitía: i) aprovechar las economías de escala de TESAU y conseguir precios unitarios inferiores a los fijados en la OIR para el modelo tradicional por tiempo y ii) herramientas suficientes para diferenciar su oferta comercial de la política tarifaria de TESAU, así como lanzar ofertas comerciales, planes de precios o de descuento ajustados a sus demandas por tramos horarios.

La interconexión por capacidad convierte en costes fijos los conceptos que mediante la interconexión por tiempo son variables. Así, un operador que se interconecta mediante interconexión por tiempo afronta costes crecientes según cursa más tráfico. Los costes unitarios (por minuto) se mantienen constantes y dependen exclusivamente de la distribución del tráfico por franja horaria. Por el contrario, el operador que contrata interconexión por capacidad es capaz de obtener, en cierta medida, las economías de escala de un operador de las dimensiones de TESAU. Con este modelo, los operadores dimensionan la red mediante circuitos que tienen un coste fijo. En función del

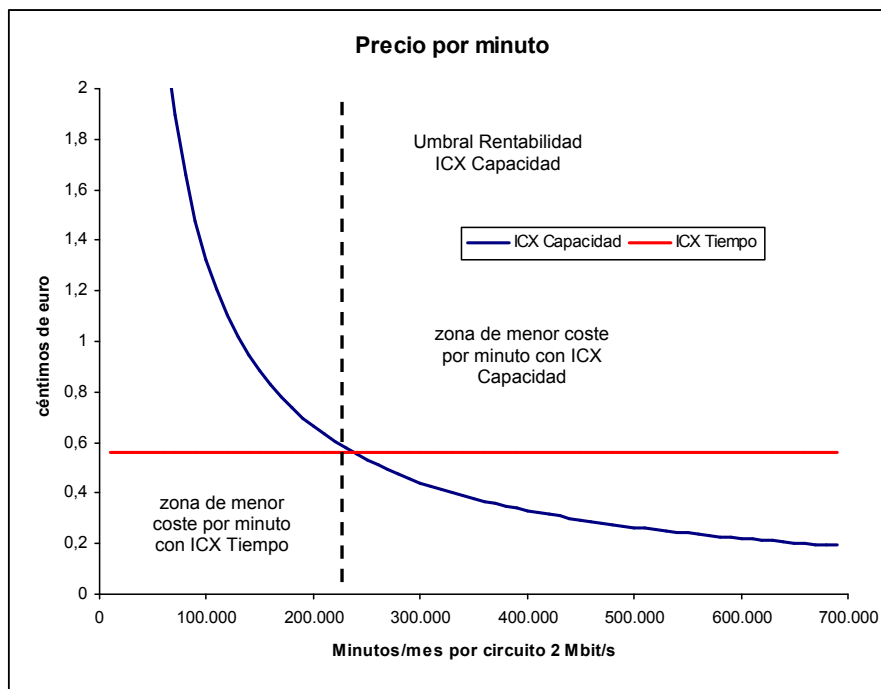


## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

tráfico cursado por dichos circuitos, el coste por minuto decrece conforme aumenta el volumen de tráfico.

El gráfico siguiente muestra las diferencias entre ambos modelos de interconexión. Se compara el precio por minuto de la interconexión por tiempo con el precio por minuto en función de los minutos mensuales cursados por circuito de 2 Mbit/s (E1 en la estructura de la Jerarquía Digital Plesiócrona) contratado por capacidad. El nivel de interconexión utilizado en este caso es el local.

**Gráfica 1. Modelos de interconexión por tiempo y capacidad**



Fuente: Elaboración propia, CMT.

Es necesario realizar una ocupación eficiente de la interconexión por capacidad para obtener ahorros respecto a la interconexión por tiempo. Así, hasta llegar a un determinado umbral de minutos por mes, resulta más beneficioso desde el punto de vista de la eficiencia la interconexión por tiempo. Rebasado dicho umbral se consigue disminuir los costes de interconexión contratando interconexión por capacidad. Cuanto más plano sea el perfil del tráfico y más se ajuste la previsión de tráfico a la realidad, se conseguirán mayores eficiencias. Adicionalmente, debido al comportamiento de la ley de Erlang (utilizada para modelar el tráfico telefónico), conforme aumenta el volumen de tráfico cursado por un Pdl contratado bajo capacidad también lo hace la eficiencia.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### 2. Propuesta

#### Niveles a utilizar para los diferentes tipos de llamadas

Es preciso aclarar que para un cliente de acceso directo de TESAU determinado, un operador alternativo de acceso indirecto retribuirá siempre a TESAU el mismo nivel en originación independientemente del destino de la llamada. Este nivel dependerá de dónde se encuentre el Pdl más cercano al abonado. Si es en la propia central local del abonado, el operador alternativo siempre pagara la originación a nivel local. No obstante, se consumen más recursos de red propia en una llamada interprovincial que en una llamada metropolitana. Un operador con mayor número de Pdl con TESAU utilizará más recursos de red propia que otro con menor despliegue de red. A cambio, soportará menores costes de interconexión.

Debido a lo anterior, es conveniente utilizar una aproximación que permita realizar el mismo estudio de emulabilidad con independencia de la topología de la red de interconexión del operador alternativo. Para ello, se analizarán los recursos que utiliza TESAU para cursar los diferentes tipos de llamadas. Así, de forma adicional a los costes de interconexión que deben afrontar los operadores, en cierta medida también se contemplan los costes de la red de transporte.

En síntesis, se analizarán para los diferentes tipos de llamada los recursos de red utilizados por TESAU y se asimilarn a los servicios de interconexión equivalentes.

La estructura de la red conmutación de circuitos de TESAU puede considerarse (simplificando) que está estructurada en dos niveles: la red de tránsito que solo interconecta centrales y la red local que conecta a los abonados entre ellos y con la red de tránsito. La red de tránsito consta de 19 parejas de centrales nodales situadas en otras tantas provincias. Adicionalmente en Madrid existe una quíntupla de centrales nodales y en Barcelona una séxtupla. Cada una de estas agrupaciones de centrales cubre lo que se denomina un área nodal. Por tanto, existen 21 áreas nodales. Por debajo existen centrales primarias (CP), centrales secundarias digitales (CSD), centrales metropolitanas y centrales locales. Interconectándose con al menos una central nodal de cada área nodal un operador tiene acceso a toda la numeración de TESAU en tránsito simple. Interconectándose con las centrales que se encuentran por debajo, el operador incrementará el porcentaje de tráfico que intercambiara a nivel local.

#### *Llamadas de ámbito metropolitano*



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Estas llamadas mayoritariamente se resuelven mediante un acceso y una terminación de ámbito local. Prueba de ello es que en España hay más de 500 distritos telefónicos y hay alrededor de 700 centrales locales abiertas a la interconexión. Por tanto, para las llamadas metropolitanas se considerará una originación y una terminación a nivel local.

### *Llamadas de acceso a Internet*

En este caso se utiliza un acceso fijo para posteriormente enrutar la llamada a la salida de Internet. Por tanto, en el análisis de la emulabilidad deberían contemplarse los costes del acceso y los costes de esta salida a Internet. No obstante, tradicionalmente en interconexión la terminación en Internet (numeración 908) se ha remunerado al nivel local. Por este motivo se considera adecuado utilizar, al igual que en las llamadas de ámbito metropolitano, un acceso y una terminación a nivel local, con la salvedad de que la distribución entre tiempo y capacidad se corresponderá con la de los servicios de acceso.

### *Llamadas de ámbito provincial*

Ciertas llamadas provinciales se resuelven mediante una central nodal, mientras que otras los hacen mediante una CSD. No obstante, ambos niveles se corresponden con el nivel de tránsito simple en interconexión. Por tanto, para estas llamadas se considerará el uso de un acceso y una terminación de tránsito simple.

### *Llamadas de ámbito interprovincial*

Las centrales nodales proporcionan cobertura a nivel de tránsito simple de todas las provincias cubiertas por el área nodal. Por ejemplo, el área nodal de Barcelona cubre las provincias de Barcelona y Lérida. Así pues, existirán llamadas interprovinciales que se resolverán mediante una originación y una terminación en tránsito simple (por ejemplo una llamada de Barcelona a Lérida) y otras en las que se resolverán mediante un acceso en tránsito simple y una terminación en tránsito doble o viceversa (por ejemplo una llamada de Madrid a Barcelona). Puesto que existen 50 provincias telefónicas y 21 áreas nodales, para este tipo de llamadas se considerará un acceso promediado entre el nivel de tránsito simple y tránsito doble y una terminación en tránsito simple (o viceversa).

### *Llamadas de fijo a móvil*

TESAU entrega en interconexión estas llamadas al operador móvil lo más cerca posible del origen. De los datos de los que dispone la Comisión (sobre el número de Pdl de los operadores móviles con TESAU), se infiere que los



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

operadores móviles intercambian el tráfico con TESAU mayoritariamente en tránsito simple. Por tanto, para las llamadas de fijo a móvil se utilizará un acceso fijo a nivel de tránsito simple más la terminación móvil.

### *Llamadas internacionales*

TESAU tiene centrales internacionales en Madrid y Barcelona, así que debe transportar las llamadas desde cualquier punto de España hasta Madrid o Barcelona. Por tanto, se considera adecuado en este caso utilizar el acceso en el nivel de tránsito doble. Para la terminación internacional se utilizará la información facilitada por TESAU.

### Actualización de parámetros

Una vez determinados los niveles de interconexión a utilizar para los diferentes tipos de llamadas, deben establecerse los valores concretos de parámetros a utilizar para evaluar las ofertas de TESAU.

### *Distribución entre interconexión por tiempo y capacidad*

En la tabla siguiente aparecen los datos del Informe Anual 2005 relativos al tráfico de acceso y terminación en redes fijas, tanto cursados en por tiempo como por capacidad.

**Tabla 2. Distribución tráfico de interconexión fija**

	Millones de minutos
<i>Acceso por Capacidad</i>	23.143
Terminación por Capacidad	7.142
<b>Total Capacidad</b>	<b>30.284</b>
<i>Acceso por Tiempo</i>	6.252
Terminación por Tiempo	18.738
<b>Total Tiempo</b>	<b>24.990</b>
Total	55.275

Fuente: Informe Anual 2005.

Para calcular una distribución realista entre la interconexión por tiempo y capacidad debe considerarse que en la tabla anterior la terminación incluye los minutos originados en las redes móviles. El objeto del presente anexo es establecer los parámetros razonables que permitan calcular si los servicios de tráfico telefónico son replicables por parte **de otros operadores fijos**. Esta Comisión atiende, por tanto, las alegaciones de TESAU al respecto y considera que los minutos originados en redes móviles no deben computar para el cálculo de la distribución entre tiempo y capacidad.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Adicionalmente, la propia TESAU no puede contratar la terminación mediante interconexión por capacidad en otros operadores fijos, por lo que incluir los datos de la terminación en redes fijas originadas en TESAU distorsiona la distribución en favor de la interconexión por tiempo. Por tanto, para obtener datos razonables sobre el uso de la interconexión por capacidad por parte de los operadores fijos, los minutos de terminación originados en TESAU tampoco deben ser incluidos en el cálculo. Lo mismo sucede con el tráfico de acceso que TESAU debe abonar por tiempo al resto de operadores fijos, si bien en este caso el efecto no es significativo, ya que el grueso de los minutos corresponde a servicios de acceso indirecto.

Sustrayendo los tráficos de terminación mencionados, se obtiene la siguiente distribución:

**Tabla 3. Distribución tráfico de interconexión fija**

	Millones de minutos	%
<i>Acceso por Capacidad</i>	23.143	78,7%
Terminación por Capacidad	7.142	
<b>Total Capacidad</b>	30.285	<b>70,4%</b>
<i>Acceso por Tiempo</i>	6.252	21,3%
Terminación por Tiempo	6.465	
<b>Total Tiempo</b>	12.717	<b>29,6%</b>
Total	43.002	

Fuente: Informe Anual 2005.

De acuerdo con los datos anteriores, **para las llamadas metropolitanas, provinciales e interprovinciales incluidas en las ofertas minoristas de TESAU se considerará un 70,4% del tráfico cursado en interconexión por capacidad y un 29,6% por tiempo.**

Las llamadas internacionales y las de fijo a móvil incluyen un acceso fijo más la terminación internacional o móvil correspondiente. Por su parte, las llamadas de acceso a Internet se componen de un acceso fijo más los costes de la salida a Internet. Por tanto, para este tipo de llamadas es necesario utilizar la distribución por tiempo y por capacidad del tráfico de acceso exclusivamente.

Así pues, **para las llamadas de acceso a Internet, las internacionales y las de fijo a móvil incluidas en las ofertas minoristas de TESAU se considerará un 78,7% del tráfico cursado mediante interconexión por capacidad y un 21,3% por tiempo.**

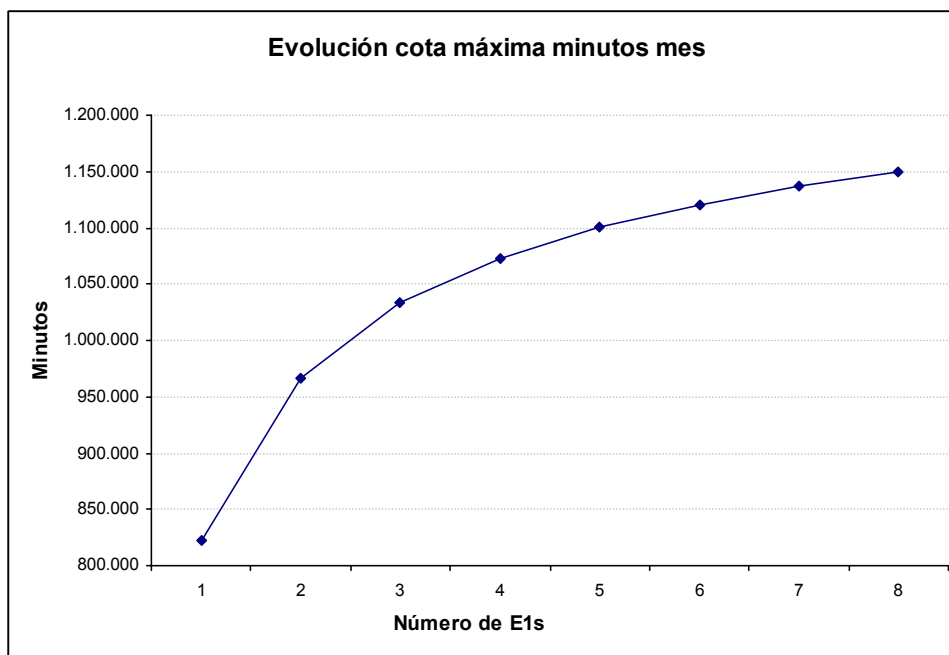
*Ocupación de los enlaces contratados por capacidad*



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En cuanto a la ocupación media de los enlaces, es conveniente comenzar con una breve explicación teórica del comportamiento del tráfico telefónico. El tráfico conmutado, como todo fenómeno aleatorio, se mide y describe mediante leyes y procesos estadísticos. El tráfico máximo soportado por un número de canales determinado con una probabilidad de pérdida determinada se modela mediante la ley de Erlang-B. A medida que aumenta el número de canales, la eficiencia del sistema aumenta. Es decir, la cantidad de tráfico que se puede prestar por un canal de comunicación con una probabilidad de pérdida determinada crece a medida que se agrupan los canales de forma cooperativa (en haces). Por ejemplo, un Pdl de una dimensión de 8 E1s puede cursar un 40% más de tráfico por circuito de 2 Mbit/s que un Pdl constituido por un único E1. En la siguiente figura puede observarse el comportamiento de la Ley de Erlang-B de forma gráfica.

Gráfica 4. Evolución cota máxima en función tamaño Pdl



Fuente: Elaboración propia, CMT.

La serie anterior tiende hacia el siguiente límite absoluto, que no es otro que la capacidad total en minutos al mes de un circuito de 2 Mbit/s.

$$30 \text{ canales} \times 60 \text{ minutos} \times 24 \text{ horas} \times 30 \text{ días} = 1.296.000 \text{ minutos}$$

No obstante, no es razonable asumir que los operadores podrán conseguir la ocupación establecida por los máximos teóricos anteriores debido a los siguientes motivos:



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- No es factible que los operadores consigan perfiles de tráfico a lo largo de todo el día con horas igualmente cargadas y ajustadas al 100% de la capacidad.
- Los máximos teóricos corresponderían al denominado tráfico ocupacional (siempre que se estén ocupando recursos de red) mientras que el tráfico facturable (desde el descuelgue del llamado) es el conversacional, que siempre es inferior.
- La estacionalidad: en los meses de verano, principalmente agosto, se cursa menos tráfico fijo que en el resto del año.

Todos estos factores desaconsejan la utilización de una ocupación media de los circuitos de 2 Mbit/s en base a un modelo teórico. Por ello, se usarán los datos disponibles para la CMT sobre la ocupación real de los enlaces por capacidad contratados con TESAU. Los operadores alternativos tienen incentivos a realizar una ocupación lo más eficiente posible de los enlaces por capacidad, ya que de esta forma disminuyen su coste equivalente por minuto. Se considera que la ocupación real de los enlaces por capacidad es un buen indicador de la ocupación máxima en la práctica.

TESAU facilita, en el marco del Informe Anual, el número de minutos cursados por interconexión por capacidad. Por otro lado, de acuerdo a lo establecido en la OIR vigente, TESAU envía cada trimestre a esta Comisión, entre otros datos, el número de enlaces por capacidad contratados por los operadores alternativos. Así pues, es posible estimar la ocupación media de los enlaces por capacidad correspondiente al año 2005.

De acuerdo con el Informe Anual, en el 2005 se cursaron 30.284 millones de minutos mediante interconexión por capacidad. Adicionalmente, a partir de la información trimestral de TESAU se obtiene el número medio de circuitos de 2 Mbit/s (E1s) contratados con esta modalidad de facturación: 5.454,6 E1s. Dividiendo los minutos entre el número promedio de enlaces y los doce meses del año **se obtiene una ocupación de la interconexión por capacidad de 462.270 minutos al mes y por circuito de 2 Mbit/s.**

### *Interconexión por tiempo*

Para la interconexión por tiempo se propone utilizar la distribución por franja horaria para los diferentes tipos de llamadas y segmentos de mercado de acuerdo a la información facilitada por los operadores fijos en el marco del Informe Anual 2005.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Aparte de la distribución por franjas horarias, en el modelo de interconexión por tiempo existe un descuento por volumen para el tráfico cursado en horario reducido. A partir del tráfico cursado en horario reducido por un Pdl medio contratado por tiempo se obtiene un descuento del 1%<sup>80</sup>, valor cuyo efecto en los precios medios totales es despreciable.

### *Costes de terminación móvil*

De la información facilitada por los operadores en el marco del Informe Anual 2005, se obtiene la siguiente distribución en minutos de todo el tráfico de fijo a móvil.

**Tabla 5. Tráfico por servicios de terminación móvil (origen redes fijas)**

Operador	Millones de minutos	%
Telefónica Móviles	4.401,41	53,1%
Vodafone	2.309,67	27,9%
Orange	1.574,77	19,0%
<b>Total</b>	<b>8.285,85</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Informe Anual 2005.

En el resumen de parámetros se recogen los precios medios aplicando la distribución anterior a los precios de terminación establecidos en las resoluciones de 28 de septiembre de 2006. La CMT actualizará automáticamente el precio medio de terminación de acuerdo a los periodos semestrales establecidos en dichas resoluciones.

La reciente aparición de operadores móviles como Yoigo y Euskaltel con precios de terminación diferenciados podría afectar al precio medio de terminación móvil. Por este motivo, la CMT seguirá de cerca la evolución de estos operadores para, si es necesario, tenerlos en cuenta en el cálculo del precio medio.

### *Costes de terminación internacional*

**En el marco del presente expediente se ha solicitado a TESAU datos del coste de su terminación internacional. TESAU ha facilitado un valor de [CONFIDENCIAL] €/min.** No obstante, los precios de terminación internacional varían de forma considerable en periodos de tiempo reducidos. Por otro lado, existen planes de precio que afectan a subconjuntos de todo el tráfico internacional (a móviles internacionales, a Europa, a Sudamérica, etc.) Por

---

<sup>80</sup> De acuerdo a la información facilitada por TESAU en el marco del Informe Anual 2005 y envíos trimestrales de información de interconexión.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

estas razones, será necesario realizar requerimientos *ad hoc* para calcular la terminación internacional de los nuevos planes de TESAU.

### 3. Resumen de parámetros

#### *Niveles de interconexión y distribución entre tiempo y capacidad*

Tipo de tráfico	Interconexión acceso	Interconexión terminación	% Interconexión capacidad
Metropolitano	Local	Local	70,4%
Acceso a Internet	Local	Local	78,7%
Provincial	Tránsito simple	Tránsito simple	70,4%
Interprovincial	Tránsito simple	(Tránsito simple + Tránsito doble)/2	70,4%
Fijo – Móvil	Tránsito simple	Según regulación	78,7%
Internacional	Tránsito doble	Información TESAU	78,7%

Fuente: Elaboración propia, CMT.

#### *Ocupación de los enlaces contratados por capacidad*

**Minutos cursados por capacidad = 462.270 por mes y circuito de 2Mbit/s**

#### *Distribución entre franjas horarias por tipo de llamada y segmento*

Tipo de tráfico	% Horario Normal		
	Total mercado	Residencial	Empresarial
Metropolitano	52,5%	43,2%	65,7%
Acceso a Internet	40,2%	30,1%	53,8%
Provincial	56,9%	48,7%	63,4%
Interprovincial	64,5%	34,4%	81,9%
Fijo – Móvil	70,8%	55,2%	82,4%
Internacional	54,7%	30,9%	58,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Informe Anual 2005, CMT.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### Costes medios de terminación móvil

Operador	octubre 2006 - marzo 2007	abril 2007 - septiembre 2007	octubre 2007 - marzo 2008	abril 2008 - septiembre 2008	octubre 2008 - marzo 2009	abril 2009 - septiembre 2009
TME	0,1114	0,1031	0,0948	0,0866	0,0783	0,0700
Vodafone	0,1135	0,1048	0,0961	0,0874	0,0787	0,0700
Orange	0,1213	0,1110	0,1008	0,0905	0,0803	0,0700
<b>Precio medio</b>	<b>0,1139</b>	<b>0,1051</b>	<b>0,0963</b>	<b>0,0876</b>	<b>0,0788</b>	<b>0,0700</b>

Fuente: Elaboración propia, CMT.

### Costes medios por minuto interconexión por capacidad

Tipo llamada	Coste circuitos (eur/mes)	Coste por minuto (eur/min)
Metropolitano (local + local)	2.652,22	0,0057
Acceso a Internet (local + local)	2.652,22	0,0057
Provincial (tránsito simple + tránsito simple)	4.426,00	0,0096
Interprovincial (t simple + (t simple+ t doble)/2)	4.912,50	0,0106
Acceso fijo a móvil (tránsito simple)	2.213,00	0,0048
Acceso internacionales (tránsito doble)	3.186,00	0,0069

Fuente: Elaboración propia, CMT.

### Costes medios por minuto interconexión por tiempo

Tipo llamada	Total mercado (eur/min)	Residencial (eur/min)	Empresarial (eur/min)
Metropolitano (local + local)	0,0108	0,0103	0,0115
Acceso a Internet (local + local)	0,0102	0,0096	0,0109
Provincial (tránsito simple + tránsito simple)	0,0166	0,0159	0,0171
Interprovincial (t simple + (t simple+ t doble)/2)	0,0188	0,0133	0,0159
Acceso fijo a móvil (tránsito simple)	0,0088	0,0082	0,0093
Acceso internacionales (tránsito doble)	0,0114	0,0101	0,0116

Fuente: Elaboración propia, CMT.

### Costes medios por minuto interconexión totales (abril – septiembre 2007)

Tipo llamada	Total mercado	Residencial	Empresarial
Metropolitano (local + local)	0,0072	0,0071	0,0074
Acceso a Internet (local + local)	0,0067	0,0066	0,0068
Provincial (tránsito simple + tránsito simple)	0,0116	0,0114	0,0118
Interprovincial (t simple + (t simple+ t doble)/2)	0,0130	0,0123	0,0135
Fijo a móvil (tránsito simple + tem. móvil)	0,1107	0,1106	0,1108



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Internacionales (t doble + term. internacional) [CONFIDENCIAL] [CONFIDENCIAL] [CONFIDENCIAL]

Fuente: Elaboración propia, CMT.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### ANEXO 7

#### CONSULTA PÚBLICA NACIONAL

##### ***Pregunta 1. ¿Considera adecuada la estructura del árbol de decisión?***

##### **Contestación de los operadores**

TESAU: Las pruebas de imputación deben quedar para los casos en los que la infraestructura sea única y proveniente del operador incumbente. También afirma que debe analizarse el mercado minorista y que su posición de dominio o no en este mercado determine los pasos a seguir. Entiende que los mercados mayoristas son generados artificialmente por la regulación y, por la falta de interés de los operadores alternativos, es imposible que TESAU deje de tener posición de dominio. No está justificada la intervención regulatoria en los mercados minoristas por la posición de dominio en los mercados mayoristas. Es la dominancia en los mercados minoristas, no mayoristas, la que determina la regulación. Consideran positivo el que no cumplir el test de replicabilidad no implique rechazar una oferta. Finalmente, se comenta que cuando los costes eficientes sean más bajos que los de la empresa verticalmente integrada, el uso de los costes de esta última puede llevar a exagerar el suelo de precios apropiados y un análisis erróneo en la prueba de imputación.

ONO: La considera adecuada y se corresponde con la práctica decisoria de la Comisión Europea y Jurisprudencia. No obstante, considera que sería adecuado completarla con un análisis de los efectos del pinzamiento en los mercados adecuados.

Vodafone: Considera la estructura correcta pero comenta que debe incluirse una verificación adicional de la condición de no discriminación.

Orange: También se muestra de acuerdo con el árbol, tiene el mismo comentario que Vodafone en relación con la condición de no discriminación y, al igual que ONO, indica que el análisis cualitativo sobre el impacto de la competencia de la oferta debe aplicarse también si el resultado del test es positivo.

ASTEL: Se muestra de acuerdo con la estructura e indica que recoge las conclusiones presentadas por la DG de Competencia de la CE.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### Respuesta de la CMT

TESAU: Esta Comisión considera que la no dominancia en un mercado minorista no impide que un operador verticalmente integrado pueda extender su posición de dominio hacia ese mercado. Por esta razón el análisis en la metodología del mercado minorista se realiza para tener en cuenta los mercados mayoristas asociados y así identificar la existencia de posición de dominio en este último. En este sentido, es preciso destacar que desde el punto de vista del derecho de la competencia basta con que se detente posición de dominio en el mercado mayorista para que un pinzamiento de precios pueda distorsionar la competencia.

En relación con el comentario sobre los costes eficientes, esta CMT no piensa que éstos deban hacer que el test de imputación se modifique. La derivación del test que se hace es clara: la tarifa mayorista es la de los servicios mayoristas usados por los competidores y los costes minoristas son los del incumbente. El criterio de eficiencia que sigue esta Comisión para llevar a cabo el test es el de suponer que el competidor ha de ser tan eficiente o más que TESAU.

ONO: No se entiende bien el comentario de ONO ya que en la metodología se indica que si no se supera el test de imputación se analizará si la oferta puede distorsionar la competencia. Lógicamente es algo que no se analiza en el caso de superar el test de imputación porque la oferta es replicable y, por tanto, no distorsiona la competencia efectiva.

Vodafone: Véase lo comentado con respecto a la condición de no discriminación.

Orange: Véase lo comentado para ONO y Vodafone.

Esta Comisión mantiene la estructura del árbol de decisión para el análisis de estrechamiento de márgenes
---

***Pregunta 2: ¿Considera usted que están incluidos todos los costes minoristas relevantes?***

### Contestación de los operadores

TESAU: Indica que a nivel conceptual están incluidos todos los costes y que la referencia deberían ser costes incrementales prospectivos. Cuando se aportan costes medios hay que tener en cuenta que se está añadiendo un sobre coste al incorporar determinados niveles de costes superiores a los que tendrían los operadores alternativos con un volumen de costes comunes y de estructura



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

menores, disponiendo éstos de márgenes superiores para su actuación en el mercado y pudiendo provocar el incentivo de los operadores ineficientes. Por esta razón se deben incorporar datos cercanos a los costes incrementales.

Orange: En principio le parece correcta pero echa de menos los costes de provisión del servicio y de instalación, por ejemplo, equipamiento en casa del cliente.

ASTEL: Le parece una lista correcta

### **Respuesta de la CMT**

TESAU: Esta Comisión ha considerado el estándar de costes medios con el objeto de cumplir con la Posición Común sobre imposición de obligaciones, que establece que deben considerarse los costes del operador dominante realizándose determinados ajustes.

Orange: Esta Comisión considera que sí se han tenido en cuenta estos costes como se puede comprobar al revisar las categorías “costes de ventas” y “costes de los equipos de usuario”.

Esta Comisión mantiene la lista de costes minoristas.
---

***Pregunta 3: ¿Le parece a usted adecuada la clasificación de costes en fijos y variables propuesta por los Servicios de la Comisión?***

### **Contestación de los operadores**

Orange y ASTEL: No les resulta adecuada la nomenclatura propuesta de “Costes mensuales independientes del servicio” y “Costes mensuales específicos por servicio”, si con tales términos se pretenden diferenciar los costes variables y fijos de la prestación del servicio. Asimismo, sí les parece adecuada la consideración por separado de los costes de captación dada la relevancia que los mismos en la configuración de las ofertas del actual operador incumbente.

### **Respuesta de la CMT**

Esta Comisión reconoce la confusión que ha causado la manera en que se formulado la pregunta (costes fijos y costes variables) y la nomenclatura empleada para identificar las siguientes categorías de costes: costes mensuales independientes del servicio y costes mensuales específicos por servicios. Con esta clasificación se pretendían identificar aquellas actividades minoristas cuyo coste no depende del servicio para el que se requieran de aquéllas cuyo coste sí difiere. Así, esta Comisión entiende que, por ejemplo, el



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

coste de facturación es el mismo para un cliente del servicio acceso que para un cliente del servicio de ADSL sin embargo los costes de marketing y publicidad son superiores para el último caso. Por tanto, esta Comisión acepta que los costes considerados cada una de las categorías señaladas podrán tener naturaleza fija así como variable, tal y como manifiestan Orange y ASTEL.

La Comisión mantiene la clasificación de costes minoristas realizadas de acuerdo con las categorías de costes mensuales independientes del servicio, costes mensuales específicos por servicios y costes de captación.

***Pregunta 4: ¿Podría usted proporcionar información detallado sobre sus propios costes minoristas?***

Con la excepción de TESAU, los operadores no han proporcionado información detallada sobre sus propios costes minoristas.

***Pregunta 5. ¿Considera que deben tomarse en consideración estos factores adicionales también para ofertas no promocionales de TESAU?***

### **Contestación de los operadores**

ASTEL y Orange: Estiman que podrían “*considerarse también estos factores propuestos en el caso de las ofertas no promocionales de TESAU, ahora bien, en el caso de que la oferta sea una respuesta de TESAU a la competencia es imprescindible que ésta sea proporcionada*”. Se debería analizar la respuesta de TESAU en función de los siguientes criterios: inversiones necesarias, el propósito no se pueda conseguir por otros medios con el mínimo horizonte temporal y que sea una respuesta proporcionada de acuerdo con el artículo 82.

TESAU: Considera que no todas las ofertas que no superen el test de replicabilidad son anticompetitivas dado que acciones como las mismas pueden incrementar el excedente del consumidor sin riesgos excesivos dado que hay ofertas en el mercado que alcanzan descuentos sobre el precio de TESAU de hasta el 50%. En estos casos, considera TESAU que no debería restringirse la posibilidad de comercializar ofertas que no hayan superado el test de replicabilidad a ofertas promocionales.

ONO: Considera que la consideración de los factores adicionales debidamente ponderados es coherente con la aplicación del Derecho de la Competencia y es económicamente racional.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### Respuesta de la CMT

En la consulta pública se estimaba que productos de TESAU cuya comercialización fuera indefinida no deberían comercializarse si las condiciones mayoristas no fueran tales que permitieran a los operadores alternativos contar con un margen económico positivo. En primer lugar, este razonamiento es el único acorde con las obligaciones impuestas por esta Comisión a TESAU en la Resolución por la que se aprueba el mercado 12. En dicha obligación se estableció la necesidad de que la oferta mayorista fuera tal que permitiera la emulabilidad tanto técnica como económica de todas las ofertas minoristas de TESAU.

En segundo lugar, es importante tener en cuenta la capacidad con que contaría TESAU para excluir a operadores de nicho en caso que se permitiera la comercialización de ofertas minoristas (sin la consecuente modificación de las condiciones mayoristas) con márgenes negativos compensados con la base de clientes preexistente del operador tradicional. El riesgo para la competencia de este hecho es importante dado que TESAU es un operador global de telecomunicaciones, que comercializa sus servicios en todos los segmentos del mercado (al contrario de alguno de sus rivales) y cuenta con una cuota de mercado sustancialmente mayor a la de sus competidores.

Esta Comisión considera que la comercialización de un servicio minorista cuyo margen sea negativo conllevará, necesariamente, una modificación de las condiciones mayoristas con el fin de asegurar la replicabilidad tanto técnica como económica de dicho servicio.

***Pregunta 6. ¿Considera adecuado descontar los ingresos y costes asociados a la prestación de los servicios minoristas que se obtienen a lo largo de la vida económica del cliente?***

***Pregunta 7. ¿Estima adecuada la tasa de descuento considerada?***

### Contestación de los operadores

TESAU: Está muestra su acuerdo con la premisa de descontar los ingresos y costes asociados a la prestación de los servicios considerados en el test, ya que considera que cualquier servicio se desarrolla en función de un plan de negocio específico y que el análisis no se debería centrar en el corto plazo.

En cuanto a la tasa de descuento considerada, la operadora manifiesta su absoluto rechazo ya que argumenta que dado que el coste de capital ya está recogido en los costes aportados por TESAU, el posible descuento debería referirse a una medida que considerase la evolución del nivel de precios, bien



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

del propio sector (IPC del subgrupo Correos y Telecomunicaciones), o el IPC General. No obstante considera que, si la CMT decide seguir acudiendo a medidas financieras, éstas deberían ser similares a las referencias de los mercados financieros y, como tal, referirse por ejemplo al Euribor.

Orange: Está de acuerdo con descontar los ingresos y los costes asociados a la prestación de los servicios minoristas a lo largo de la vida económica del cliente pero considera que la tasa del 10% es representativa de tasas de retorno aprobadas a TESAU en los últimos años y no así de las tasas de retorno aplicables a operadores alternativos, que se enfrentan a un mayor riesgo empresarial. Por tanto en su opinión sería más razonable aplicar tasas de retorno en torno a un 14% que pueden ser representativas de operadores alternativos.

ENTER: Considera totalmente fuera de lugar plantear la adopción de una tasa de descuento para flujos y gastos futuros de un 10% por los siguientes motivos: (i) no se explica porque se ha elegido dicha tasa, (ii) en la medida en que la tasa se aplica para realizar una actualización financiera de unos ingresos futuros, debería utilizarse como referencia un tipo de interés oficial o de mercado, y no un concepto asociado a la rentabilidad esperada de una inversión (iii) porque constituye una tasa de descuento desproporcionada dados los tipos de interés actuales.

ONO: Expone que el enfoque realizado por los Servicios en la Consulta Pública sobre el descuento de flujos de ingresos y costes es perfectamente racional desde el punto de vista económico, así mismo considera adecuada la tasa de descuento aplicada ya que está en línea con el coste medio ponderado del capital aprobado a TESAU en marzo de 2007.

### **Respuesta de la CMT**

En referencia a las manifestaciones realizadas por los distintos operadores a las dos preguntas anteriores, esta Comisión manifiesta que, tal y como argumenta ONO en sus respuestas, de lo que se trata es de reproducir de la manera más adecuada posible la dinámica que siguen las compañías para valorar la viabilidad económica y comercial del lanzamiento de un producto o servicio concreto. Por tanto, se considera que la inversión intangible que supone un nuevo producto o servicio lanzado al mercado, básicamente constituye un proceso de acumulación de capital con la esperanza de obtener unos beneficios futuros. En consecuencia, la condición necesaria para realizar una inversión es la existencia de una demanda insatisfecha, mientras que la condición suficiente es que su rendimiento supere a los costes de acometerla<sup>81</sup>.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En este sentido, conviene realizar las siguientes consideraciones:

### **Tasa de descuento para la aplicación del test**

La tasa de descuento que debe utilizarse para la aplicación del test es el coste de capital medio ponderado (en inglés *Weighted Average Cost of Capital-WACC*), nominal y después de impuestos, adecuado al nivel de riesgo y a la composición de los capitales invertidos en la prestación del servicio:

$$WACC = \frac{D}{D+E} \cdot K_d \cdot (1-T) + \frac{E}{D+E} \cdot K_e$$

Donde (i) D es el valor de la deuda financiera, (ii) E es el valor de los recursos propios, (iii)  $K_d$  es el coste de la deuda (antes de impuestos), (iv)  $K_e$  es el coste de los recursos propios (después de impuestos) y (v) T es el tipo impositivo al que están gravados los beneficios en el Impuesto de Sociedades.

Para la demostración de que el WACC es la tasa de descuento correcta a aplicar en el test propuesto en la consulta resulta conveniente definir el VAN de una actividad económica como el valor actual de los flujos de caja incrementales proporcionados en cada periodo por la prestación de la actividad, neto del valor presente de la inversión necesaria para su prestación, descontados a una tasa que refleje tanto el riesgo incurrido como la composición de los capitales invertidos (conforme a la definición del test dicha tasa, así como todos sus componentes, se considerará constante):<sup>82</sup>

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+r)^t} - I_0 \geq 0$$

Donde (i)  $FC_t$  es el flujo de caja incremental<sup>83</sup> proporcionado por la prestación del servicio y  $I_0$  es el valor presente de la inversión necesaria para la prestación del servicio, financiada mediante deuda ( $D_0$ ) y recursos propios ( $E_0$ ), de manera que  $I_0 = E_0 + D_0$ .

---

<sup>81</sup> Véase SUAREZ SUAREZ, A.S.: Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa (1996)

<sup>82</sup> La consulta considera que el concepto de valor actual neto utilizado en el test no debe entenderse en términos estrictamente financieros, sino como una forma de actualizar flujos de ingresos y costes a lo largo de la vida económica de un cliente. En este apartado se utiliza el flujo de caja de la prestación de un servicio, que es el concepto económico y financiero correcto para realizar la actualización de los ingresos y costes proporcionados por su prestación, para la demostración de que el WACC nominal antes de impuestos es la tasa de descuento correcta para el test, tal y como éste ha sido definido en la consulta. Como se presenta en este apartado, la aplicación del test utilizando las funciones de ingresos y costes totales es equivalente a la aplicación del test utilizando el flujo de caja si se realiza de manera adecuada.

<sup>83</sup> En lo sucesivo se denomina de manera indistinta el flujo de caja incremental como flujo de caja del servicio.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### Flujos de caja de la prestación del servicio

El flujo de caja del servicio debe compensar a los inversores en recursos propios (por ej., accionistas) y en deuda financiera por los fondos comprometidos en su inversión. Si se define el flujo de caja para los accionistas (FCacc)<sup>84</sup> como aquella parte del flujo de caja proporcionado por el servicio que les compensa por su inversión, y se considera que los proveedores de deuda reciben el pago de intereses (I) y que estos son deducibles fiscalmente en el Impuesto de Sociedades, el flujo de caja del servicio puede escribirse como:

$$FC_t = FCacc_t + I_t \cdot (1 - T)$$

Puesto que  $K_d$  es la rentabilidad exigida por los prestamistas, los intereses resultan ser  $I = K_d \cdot D$ . En segundo lugar, considerando que  $K_e$  es la rentabilidad exigida por los proveedores de recursos propios, el flujo de caja para los accionistas deberá ser  $FCacc = K_e \cdot E$ . Por tanto, sustituyendo estas definiciones en la ecuación que proporciona el flujo de caja del servicio, y considerando la estructura de fondos (recursos propios y deuda) que financia la inversión, se obtiene la siguiente definición de la tasa de descuento en una situación de equilibrio dinámico:<sup>85</sup>

$$r = WACC = \frac{D}{D + E} \cdot K_d \cdot (1 - T) + \frac{E}{D + E} \cdot K_e$$

Puede comprobarse que la tasa de descuento que permite remunerar a los inversores por los fondos comprometidos es precisamente el coste del capital medio ponderado ( $r = WACC$ ), nominal y después de impuestos, que sea adecuado para el servicio.

Esta Comisión descontará los ingresos y costes mensuales asociados a la prestación de los servicios minoristas a lo largo de la vida económica del cliente

<sup>84</sup> El flujo de caja para los accionistas (FCacc) proporciona la remuneración a los accionistas después de atender los gastos operativos, los impuestos, y el pago de intereses.

<sup>85</sup> En esta situación la rentabilidad realizada por los proveedores de recursos financieros es exactamente la que éstos demandan por la inversión que realizan y es posible utilizar el supuesto habitual de tratar los flujos de fondos generados por una empresa en funcionamiento con un vencimiento perpetuo.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

a una tasa de descuento del 0,78%, que equivale a la WACC anual aprobada para TESAU.

**Pregunta 8. ¿Considera adecuado el VAN calculado para el servicio de acceso incluido en el Anexo 3?**

### **Contestación de los operadores**

Orange: Los costes calculados en la Consulta Pública no parecen ajustarse a la estructura de costes de los operadores dado que el precio actual del servicio de acceso no permite cubrir los costes de los diferentes servicios mayoristas de la OBA tales como la prolongación del par, alas diferentes cuotas de alta,...

TESAU: Estima que deberían considerarse los ingresos adicionales procedentes de la planta de terminales, que es superior a la de la Línea Básica considerada en la Consulta Pública.

ONO: Alega que no puede pronunciarse sobre el VAN en tanto que no ha tenido acceso a los cálculos contenidos en el Anexo 4 confidencial.

### **Respuesta de la CMT**

De acuerdo con la consulta pública, el coste mayorista relevante para los servicios de acceso no es el acceso desagregado al bucle sino el acceso mayorista a la línea telefónica fija, obligación aprobada por esta Comisión mediante Resolución de 22 de marzo de 2007<sup>86</sup>. Por tanto, los conceptos apuntados por Orange no son relevantes para el caso del servicio de acceso.

Esta Comisión ha asimilado la planta de terminales con la de la Línea Básica de forma que se estima que los ingresos adicionales ya han sido considerados.

Con respecto a la alegación de ONO, no se considera necesario acceder a los datos del Anexo 4 confidencial para opinar sobre la razonabilidad de la estimación publicada en la Consulta Pública dado que este operador debería contar con sus propios datos de costes e ingresos para realizar su propia estimación.

Esta Comisión no estima necesario modificar las estimaciones respecto al VAN del servicio de acceso contenidas en la Consulta Pública.

---

<sup>86</sup> Esta Comisión ha reconocido en diferentes ocasiones que el acceso desagregado al bucle no supone una alternativa real para el servicio de acceso a nivel nacional dados los bucles desagregados existentes y la cobertura sobre el total de pares que se prevé alcanzarán los operadores alternativos.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

**Pregunta 9. ¿Estima correcta la vida económica del cliente tomada en cuenta para el servicio de acceso?**

### **Contestación de los operadores**

Orange: Considera que 5 años es un horizonte temporal más adecuado para los servicios de acceso. En cualquier caso, apunta este operador que sería más adecuado considerar el churn rate de los operadores de cable.

TESAU: Las vidas medias reales son superiores a las consideradas por la Consulta Pública.

ONO: Considera que *“hubiese sido deseable que se explicara sobre qué bases se ha hecho esa estimación para poder pronunciarnos con racionalidad”*.

### **Respuesta de la CMT**

Esta Comisión considera que las vidas útiles de los operadores alternativos no deben ser el referente único y último de las vidas útiles del mercado. Los datos de churn de los operadores alternativos, dado el momento de su entrada en el mercado, no son todavía representativos para el cálculo las vidas medias de los clientes de acceso.

Con respecto a la alegación de TESAU, este operador debe tener en cuenta que sus datos de vidas medias incorporan un componente de su posición en el mercado que debe ser descontado para obtener una vida media más adecuada a la de un cliente representativo de este mercado.

Finalmente y al igual que en el caso anterior, esta Comisión considera que ONO dispone de información interna que le permitiría aportar su visión sobre la “racionalidad” de la estimación presentada, objetivo final éste de la Consulta Pública.

Esta Comisión no estima necesario modificar las estimaciones respecto las vidas económicas de los clientes relativos al servicio de acceso contenidas en la Consulta Pública.
---

**Pregunta 10. ¿Está usted de acuerdo con estos umbrales?**



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### Contestación de los operadores

ONO: Manifiesta su acuerdo con el establecimiento de un umbral, considerando razonable excluir del análisis aquellas ofertas dirigidas a grupos de usuarios que representan una proporción reducida del mercado.

ASTEL y Orange: Consideran que los umbrales son adecuados para los mercados residenciales, aunque demasiado elevados para el mercado empresarial. Además Orange solicita a la CMT que aclare que se aplique la metodología a todos los planes nuevos que pueda presentar TESAU después de su entrada en vigor.

TESAU: Se manifiesta en contra del umbral, sugiriendo que se aumente este valor considerando como referencia *“un 10% de la planta en servicio del segmento residencial y del que periódicamente tiene información la CMT”*. TESAU argumenta que en los tests de monopolista hipotético siempre se busca movimientos que impliquen al menos un 10%, y todo aquello que no alcance ese nivel tiene un impacto mínimo en el mercado.

### Respuesta de la CMT

ASTEL y Orange: El umbral de 5.000 clientes, que se refiere al ámbito residencial, únicamente delimita el ámbito de aplicación de la metodología y no exime a TESAU de sus obligaciones con respecto de los mercados 3, 4, 5 y 6. Así, TESAU continúa sujeta a la obligación de transparencia en relación con los precios minoristas, debiendo comunicar a la CMT todos los planes de precios, tanto tarifas generales como reducciones sobre las mismas y, en particular, también aquellos destinados al segmento empresarial.

En el caso de que la oferta comunicada constituya una franquicia/servicio nuevo (plan de precios, bono u otro tipo de tarifas), la CMT siempre utilizará los principios del test de emulabilidad que describe la metodología, e interrogará a TESAU sobre la previsión de tráfico medio por ámbito y cliente (ver Anexo 2).

TESAU: La CMT considera el razonamiento de TESAU erróneo y el umbral que se deriva excesivo. La finalidad de la aplicación de un test de estrechamiento de márgenes es impedir que el operador SMP cierre una parte sustancial del mercado final a sus competidores, mediante una reducción anticompetitiva de los márgenes de éstos. El umbral que se infiere de la argumentación de TESAU, considerando los datos de tercer trimestre de 2006 empleados por la CMT en el cálculo de los vanes, es de 990.989 clientes considerando como referencia los clientes de acceso directo del operador<sup>87</sup>. Este umbral excluiría



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

del análisis que se propone a la práctica totalidad de las ofertas residenciales de servicio telefónico de TESAU.

Esta Comisión mantiene el umbral de referencia en 5.000 clientes.

El umbral no exime a TESAU de su obligación de comunicación de las ofertas en los mercados de servicios telefónicos nacionales desde una ubicación fija a clientes residenciales y de empresa y en los mercados de servicios telefónicos internacionales desde una ubicación fija a clientes residenciales y de empresa.

Todas las ofertas de servicio telefónico fijo nuevas que TESAU comunique a la CMT con posterioridad a la entrada en vigor de esta Resolución se someterán a esta metodología.

La CMT examinará las ofertas de TESAU de servicios telefónicos internacionales individualmente. Estas ofertas no son objeto del procedimiento general que se describe en la sección sexta de esta Resolución.

***Pregunta 11. ¿Está usted de acuerdo con la consideración de los ingresos por el tráfico no incluido en el plan de precios objeto de análisis?***

### **Contestación de los operadores**

Orange: Manifiesta que incluir estos ingresos adicionales equivale a analizar un empaquetamiento, y que por tanto debería utilizarse el árbol de decisión que se describe en la sección de la Consulta Pública dedicada a los empaquetamientos. Orange añade que la superación del test conjunto no sería una condición suficiente para dictaminar que el servicio no afecta a la competencia si hubiera un efecto apalancamiento desde mercados no competitivos a mercados poco competitivos.

TESAU, ONO y Vodafone: Se muestran de acuerdo con la inclusión de ingresos por el tráfico no incluido en el plan de precios objeto de análisis. ONO añade que deberían incluso añadirse los ingresos asociados a los ingresos de interconexión por terminación.

### **Respuesta de la CMT**

---

<sup>87</sup> Según el tercer informe trimestral de 2006, TESAU tenía 9.909.894 clientes de acceso directo. El argumento no cambiaría si se utilizara como referencia en vez de los clientes de acceso directo, las líneas de acceso directo netas de las líneas preseleccionadas.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Orange: Primero, el análisis que describe la sección IV a emplear para analizar paquetes de servicios, solamente tiene sentido cuando dichos servicios pertenecen a mercados distintos. Así, en la Resolución del día 9 de febrero de 2006<sup>88</sup>, se consideró que existía sustitución por la vía de la oferta de los siguientes servicios de tráfico de voz: (i) llamadas locales, (ii) llamadas nacionales, (iii) llamadas de fijo a móvil, (iv) llamadas a numeraciones de centros de acceso al servicio Internet, (v) llamadas para acceso a contenidos de valor añadido, (vi) llamadas a servicios públicos y de emergencia, (vii) llamadas a números de información, y (viii) llamadas asistidas por operadora. Todos estos servicios se incluyeron en el mismo mercado, por lo que carece de sentido de hablar de “paquetes” de dichos servicios.

En lo que se refiere a la consideración conjunta de servicios de tráfico nacionales e internacionales, la preocupación que Orange manifiesta ante este tipo de propuesta sería que TESAU compensara reducciones de precio del tráfico en el mercado más competitivo con aumentos de precio en el mercado menos competitivo, de forma que la oferta analizada superara el test conjunto pero que aún así existieran efectos adversos a la competencia en el mercado más competitivo.

Pues bien, para que se produjeran tales efectos adversos debería cumplirse que existiera un número de operadores alternativos especializados en ofrecer servicios de tráfico internacional o servicios de tráfico nacional a clientes residenciales y que adicionalmente, si estos operadores existieran, resultará que no pudieran responder a la oferta conjunta de TESAU ofertando también otros tipos de tráficos. No obstante, el análisis de los datos de tráfico residenciales del mercado muestra que la mayoría de operadores ofertan todo tipo de tráficos, incluyendo tráfico internacional, y que no existe una especialización de éstos en uno u otro ámbito. Además, en diciembre de 2006 había 1.934.027 líneas preseleccionadas, representando el 10,73% de líneas en España, y éstas eran mayoritariamente líneas de preselección global, es decir incluían los tráficos: metropolitanos, nacionales, internacionales y fijo-móvil. La proporción que representaban las preselecciones “especialistas” de larga distancia y fijo móvil (que incluyen tráficos nacionales, internacionales y de fijo móvil) era un 0,23% del total de mercado.

---

<sup>88</sup> Resolución relativa a la definición de los mercados telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes residenciales, servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes residenciales, servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes no residenciales y servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes no residenciales, el análisis de los mismos, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la propuesta de obligaciones específicas.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Por último, dados el servicio de preselección global, la OIR y la posibilidad de contratar servicios mayoristas de terminación internacional de la misma TESAU u otros carriers, la posibilidad hipotética de que un operador con una fuerte especialización en un ámbito no pueda hacer frente a la oferta conjunta de TESAU ofertando también otros tipos de tráfico es a día de hoy irrazonable. Esto se manifiesta en que la gran mayoría de los operadores oferta todo tipo de tráficos.

En consideración de todo esto, la CMT considera que el razonamiento de Orange no es adecuado.

ONO: Sobre la posibilidad que apunta ONO de añadir al cálculo de márgenes de los servicios telefónicos los ingresos derivados del servicio de interconexión de terminación, debe mencionarse que estos ingresos no se deben ni se causan por la oferta de un tipo u otro de servicio telefónico sino como consecuencia del servicio de acceso. Por tanto, la CMT no considera que deban añadirse estos ingresos al test de imputación de los servicios telefónicos ofertados por TESAU.

En el caso de los servicios telefónicos ofertados por TESAU la unidad de análisis del test es todo el tráfico generado por el cliente medio del servicio que se este estudiando.

***Pregunta 12. ¿Considera adecuado el VAN calculado para los planes de precios del servicio telefónico fijo incluidos en el Anexo 3?***

### **Contestación de los operadores**

TESAU: En el cálculo de los costes de interconexión, TESAU muestra su desacuerdo con la distribución entre interconexión por capacidad y tiempo. La CMT ha incluido todos los minutos del mercado, tanto fijo-fijo como móvil-fijo. TESAU considera que estos últimos deberían eliminarse ya que la replicabilidad se va a estudiar sobre los operadores fijos alternativos. Adicionalmente, TESAU indica que sólo deberían utilizarse los minutos de interconexión en su red, y aporta datos de la distribución entre capacidad y tiempo utilizando este criterio.

TESAU señala que se han utilizado los costes de terminación móvil del periodo octubre de 2006 a marzo de 2007, cuando ya se debería estar utilizando el dato del periodo de abril a septiembre de 2007. TESAU entiende que el precio medio de terminación debe ser una aplicación dinámica de la senda fijada.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Orange: Alega que la CMT sólo considera la terminación fija nacional en la red de TESAU y no en la de las redes fijas de los operadores alternativos, que deberían incorporarse.

A juicio de Orange, para el tráfico metropolitano los niveles de referencia deberían ser el nivel de tránsito metropolitano en lugar del nivel local, tanto para el acceso como para la terminación.

ONO: Señala que en el tráfico de voz sólo se han tenido en cuenta los costes de interconexión y no una media ponderada de éstos y los costes del acceso desagregado al bucle al igual que ocurre con los servicios de banda ancha.

ASTEL: Señala que dada la presencia internacional de TESAU, es inaceptable utilizar los costes de terminación internacional que aporta TESAU como referente en el test de imputación.

### **Respuesta de la CMT**

TESAU: Los costes de interconexión calculados en el Anexo 5 hacen referencia a operadores fijos. Los minutos presentados en la consulta pública incluyen los minutos terminados en operadores fijos y origen en un operador móvil. Incluir estos minutos desvirtuaría el cálculo sobre el uso de la capacidad por parte de los operadores alternativos. Así pues, la CMT estima adecuado el comentario de TESAU y no incluye en los cálculos de ésta Resolución los minutos de terminación fija con origen móvil.

Por otra parte, cuando un operador alternativo ofrece servicios de tráfico telefónico fijo a sus clientes finales lo hace a cualquier operador, no sólo a TESAU. Por tanto, no se considera adecuado, tal como propone TESAU, utilizar exclusivamente sus datos de interconexión.

Por último, se considera conveniente eliminar las llamadas con origen en TESAU y terminadas en otros operadores fijos, pues éstos no tienen la obligación de ofrecer servicios de interconexión por capacidad. Incluir los minutos de terminación en otros operadores de TESAU incrementaría injustificadamente los minutos cursados mediante interconexión por tiempo.

Estas consideraciones afectan al total de minutos de terminación por tiempo. Se han calculado de nuevo los parámetros del Anexo 5 y el VAN de acuerdo a la distribución entre capacidad y tiempo obtenida aplicando estos nuevos criterios.

En relación con los costes de terminación móvil, tal como señala TESAU, se actualizarán automáticamente de acuerdo con la senda fijada en las



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Resoluciones sobre los precios de terminación de Orange, Vodafone y TME de 28 de septiembre de 2006 y así se hace constar expresamente en el Anexo 5.

Orange: En línea con lo indicado anteriormente, cabe contestar a Orange que los minutos terminados en los alternativos ya estaban incluidos en la propuesta sometida a consulta pública, y lo siguen estando en la presente Resolución.

En relación con la alegación de Orange sobre las llamadas locales y el tránsito metropolitano, en la propuesta ya se justificó la utilización de acceso y terminación a nivel local, utilizando la ratio entre distritos de tarificación y centrales locales de TESAU abiertas a la interconexión. Orange no aporta ningún tipo de argumento en contra de este razonamiento, por lo que se mantiene la propuesta inicial, esto es, para las llamadas metropolitanas se considerará un acceso y una terminación a nivel local.

ONO: Cabe responder a ONO que ya se indica en el Anexo que la metodología utilizada por la CMT permite realizar el mismo estudio de emulabilidad con independencia de la topología de la red del operador alternativo. Se han analizado para los diferentes tipos de llamada los recursos de red utilizados por TESAU y se han asimilado a los servicios de interconexión equivalentes. Los precios de estos servicios establecidos en la OIR están orientados a costes y adicionalmente los operadores pueden disfrutar de las mismas economías de escala de TESAU mediante la interconexión por capacidad. Con estas consideraciones no parece necesario introducir la variable de los costes del desagregado para los servicios de voz.

ASTEL: Por último, a pesar de su comentario, Astel no aporta ninguna evidencia que valide porqué es inaceptable utilizar los costes de terminación de TESAU, más que la afirmación de que TESAU tiene una fuerte presencia internacional, como otros tantos operadores en España.

Además, debe mencionarse que ese dato de coste medio de terminación proporcionado por TESAU no se va a emplear en el análisis individual de las ofertas de servicios telefónicos internacionales del operador, sino que se va a actualizar ese dato según sean los destinos incluidos y costes vigentes.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

El Anexo 5 aporta los nuevos costes de interconexión que se utilizan en el test después de revisar los cálculos excluyendo los minutos terminados en operadores fijos y origen en un operador móvil.

La CMT actualizará los costes de terminación móvil de acuerdo con la senda fijada en la Resoluciones sobre los precios de terminación de Orange, Vodafone y TME de 28 de septiembre de 2006. Adicionalmente, este dato de coste se actualizará con la aparición de nuevos operadores y a medida que aumenten los tráficos a estos operadores.

La CMT actualizará los costes de terminación internacional según los destinos y el tiempo, utilizando también la oferta carrier de TESAU cuando realice el análisis individual de un servicio telefónico internacional del operador.

***Pregunta 13. ¿Estima correcta la vida económica del cliente tomada en cuenta para el servicio telefónico fijo?***

### **Contestación de los operadores**

La CMT empleó una vida económica para el cliente de servicio telefónico fijo de 3 años.

ONO: Pregunta cuál ha sido el método de estimación de esta vida media.

ASTEL: Señala que éste es un dato que debe revisarse frecuentemente, con tendencia a reducirse.

Orange: Considera que dicha vida no debería superar los 3 años.

TESAU: Menciona que no existen grandes diferencias entre la vida media de un cliente de acceso y la vida media de un cliente de servicios telefónicos fijos. Argumenta que las cifras de portabilidad y sus bajas son muy estables, y con crecimientos negativos y que estas deberían usarse para el cálculo de la vida media.

### **Respuesta de la CMT**

La CMT ha comprobado que el churn del servicio telefónico fijo se asemeja al churn del servicio de banda ancha y es considerablemente más elevado que el churn del servicio de acceso, por lo que no considera correcta la alegación de TESAU.

Adicionalmente, tomando estos datos de churn como origen se han aproximado los rangos de las vidas medias de los clientes de cada tipo de servicio empleando distintas métodos habitualmente utilizados, ejercicio del que se



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

concluye que es razonable considerar que la vida media del cliente de tráfico es de 3 años.

La CMT revisará el valor de las vidas medias a medida que haya cambios en estos mercados que lo justifiquen.

La vida media del cliente de servicios telefónico fijo es de 3 años. La CMT revisará este valor en el futuro reflejando los cambios en los mercados.

***Pregunta 14. ¿Considera adecuado el VAN calculado para el servicio de banda ancha incluido en el Anexo 3?***

### **Contestación de los operadores**

Orange: Estima que los servicios mayoristas de acceso indirecto IP (nacional) deberían tenerse en cuenta a la hora de calcular la emulabilidad. Adicionalmente, consideran esencial el acceso al Anexo 4 confidencial.

TESAU: Considera que deberían considerarse los ingresos adicionales en determinadas modalidades del servicio ADSL (ADSL mini o ADSL a tu medida) y, en términos generales, añadir los servicios de valor añadido contratados por el cliente.

ONO: Se remite a la respuesta aportada en el marco de la pregunta 8 de la Consulta Pública.

### **Respuesta de la CMT**

Los márgenes calculados en la Consulta Pública ya incorporan el servicio mayorista de acceso indirecto nacional. Por otra parte, Orange cuenta con información interna para alegar sobre la razonabilidad de la estimación publicada respecto a los márgenes de los servicios de banda ancha.

Esta Comisión procede incorporar los datos sobre los ingresos adicionales aportados por TESAU como contestación a la presente pregunta.

***Pregunta 15. ¿Estima correcta la vida económica del cliente tomada en cuenta para el servicio de acceso de banda ancha?***

### **Contestación de los operadores**

ASTEL: Estima que en el caso del servicio de banda ancha, la vida media del cliente decrece a un ritmo superior a la del cliente de acceso.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Orange: Estima adecuado el nivel de 3 años para la vida media del cliente.

TESAU: Considera que las vidas medias de los clientes de banda ancha son superiores a los apuntados por la Consulta Pública.

ONO: Se remite a la respuesta aportada en el marco de la pregunta 9 de la Consulta Pública.

### **Respuesta de la CMT**

Las vidas medias de los usuarios de los diferentes servicios considerados en la presente metodología pueden ser objeto de revisión periódica en el marco de las revisiones semestrales. Por tanto, y en respuesta a ASTEL, el dinamismo de los servicios de banda ancha puede incorporarse.

Las alegaciones planteadas por ONO y TESAU ya han sido analizadas en respuestas anteriores.

Esta Comisión no estima necesario modificar las estimaciones respecto las vidas económicas de los clientes relativos al servicio de acceso de banda ancha contenidas en la Consulta Pública, siendo éstas de 3 años.

***Pregunta 16. ¿Considera adecuada la estructura del árbol de decisión para el análisis de empaquetamiento?***

### **Contestación de los operadores**

TESAU: Es partidaria de basar el análisis de las ofertas de empaquetamiento únicamente en el test de replicabilidad conjunta. Según este operador la superación de dicho test permitiría garantizar la “bondad” de cualquier empaquetamiento. No obstante, TESAU solicita que en caso de que la CMT continúe el análisis de los empaquetamientos más allá del análisis de replicabilidad conjunta, se tengan en cuenta las siguientes matizaciones<sup>89</sup>:

- No referencia a la doctrina Microsoft

La nueva metodología que se propone para examinar esas mismas conductas no se refiere a la decisión sobre el caso Microsoft y sólo se refiere parcialmente a los criterios que ahí se utilizan. TESAU también entiende que en realidad la “vinculación”, que es la práctica detrás del caso

---

<sup>89</sup> Contenidas en la manifestación TERCERA del documento con los comentarios generales.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Microsoft, no es más que una modalidad de “empaquetamiento mixto” y por ello las ofertas vinculadas deberían seguir el árbol de decisión propuesto para los empaquetamientos mixtos.

- El criterio del cierre de mercado

Por lo que respecta al análisis de la expulsión y debilitamiento de la competencia contenido en árbol de decisión propuesto por la CMT, TESAU considera que debería también tenerse en cuenta la forma y naturaleza de la conducta. Esto es, no debería presumirse ex-ante el carácter anticompetitivo de las ofertas empaquetadas.

TESAU pide a la CMT que aclare cómo va a utilizar este criterio relativo a las barreras de mercado.

- Justificaciones objetivas y eficiencias

Primero, TESAU considera que las justificaciones de carácter técnico habría que considerar otras motivaciones de carácter económico, poniendo como ejemplo que la política de empaquetamiento tenga por objetivo responder a acciones de empaquetamientos previamente adoptadas por los competidores.

Segundo, considera que estas motivaciones de carácter objetivo habrían de tenerse también en cuenta en el caso de empaquetamientos mixtos. Según el árbol propuesto por ese operador en su anexo 2 deberían admitirse todos los empaquetamientos, ya sean de tipo mixto o puro, que habiendo pasado el test de replicabilidad conjunta admitan una justificación objetiva, incluso si la oferta en cuestión puede dar lugar a un debilitamiento de la competencia.

En tercer lugar, TESAU señala que en el test de precio implícito no se tienen en cuenta las posibles eficiencias de carácter económico derivadas del empaquetamiento. De acuerdo con este operador, sería conveniente que se tomaran en cuenta suficientemente las eficiencias que genera un empaquetamiento de productos antes de concluir si el mismo es anticompetitivo o no.

Finalmente, TESAU opina que debería realizarse una aplicación de la metodología diferenciada según el ámbito geográfico, habida cuenta de las distintas condiciones competitivas existentes.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ONO: Este operador propone los siguientes cambios en el análisis:

- Partir con un análisis de los mercados: delimitación de los mercados relevantes y análisis de la posición de dominio.
- Evaluar si la competencia en paquetes está lo suficientemente desarrollada antes de aplicar el test de replicabilidad conjunta.
- En el caso de los empaquetamientos mixtos, complementar el test de precio implícito con un análisis cualitativo, incluso en los casos en los que la oferta ha superado dicho test.

Finalmente, ONO señala que la sistemática adoptada a partir de la sección V.3 del informe no parece corresponderse con el árbol del gráfico V.1.

Vodafone: Considera adecuado añadir en el árbol la condición relativa al cumplimiento de la obligación de no discriminación en las llamadas de fijo a móvil.

Orange: Considera necesario complementar los tests (tanto de replicabilidad individual como conjunta) con un análisis cualitativo para analizar las posibilidades de expulsión incluso en el escenario en el que se superan los tests realizados.

ASTEL: Consideran que en el caso de competencia en paquetes debería analizarse si la oferta empaquetada supera el test de pinzamiento.

### **Respuesta de la CMT**

TESAU: La CMT no está de acuerdo en basar la evaluación de las ofertas empaquetadas en el test de replicabilidad conjunta. Ello debido a que ésta no es una condición suficiente para garantizar la bondad de los empaquetamientos, esto es, puede haber empaquetamientos anticompetitivos que superan el test de replicabilidad conjunta. En cuanto a las matizaciones realizadas por TESAU, cabe argumentar lo siguiente:

- No referencia a la doctrina Microsoft.

El tying, que es la práctica comercial en la que se centra la doctrina Microsoft, no es exactamente un empaquetamiento mixto porque uno de los dos bienes (el bien vinculante) no está disponible a menos que se



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

compre el bien vinculado (B). De esta forma el producto B se vende por separado pero no el A. Si se incorporaran las vinculaciones a los empaquetamientos mixtos como sugiere TESAU, el siguiente paso sería realizar un análisis de replicabilidad individual sobre el bien B. En caso de pasarse este test, la oferta debería aprobarse.

Sin embargo, un análisis de este tipo obviaría que con el tying la vinculación no se realiza a través del precio del paquete en relación con el precio de los bienes separados, sino con el vínculo contractual que impide la venta de uno de los bienes a menos que se compre el otro. Por este motivo, en el caso del tying, el análisis a realizar sería similar al del empaquetamiento puro. Este es el enfoque adoptado por la Comisión Europea; agrupar vinculación y empaquetamiento puro por un lado y empaquetamiento mixto por otro.<sup>90</sup>

Por tanto, el tying se prohibirá ex-ante, salvo que se cumplan las mismas circunstancias excepcionales consideradas para el empaquetamiento puro.

– El criterio del cierre de mercado

La metodología de la CMT no presupone el carácter anticompetitivo de las ofertas de paquetes. Por el contrario, la metodología se ha elaborado para poder discernir entre las ofertas pro y anticompetitivas, implicando un análisis de tipo cualitativo y cuantitativo.

En cuanto a las barreras de entrada y de salida, la CMT considera apropiado adoptar un enfoque en el que se analicen los dos tipos de barreras, teniendo en cuenta que cuanto mayores sean las barreras a la entrada y menores las barreras a la salida, mayores los posibles efectos nocivos del empaquetamiento; sobre todo, si se conjugan con los otros factores que inciden en la expulsión/debilitamiento de la competencia como el grado de vinculación de la oferta y las cuotas de mercado (tal y como se explica en el apartado V.4.2).

– Justificaciones objetivas y eficiencias

No resulta adecuado alterar el árbol de decisión admitiendo todas las ofertas empaquetadas que, pasando el test de replicabilidad conjunta, se puedan justificar en base a razones objetivas, incluso si pueden suponer un debilitamiento de la competencia. Esto se debe a que el tema de las

---

<sup>90</sup> Ver Párrafo 189 del proyecto de directrices Art.82: “In the case of tying and pure bundling, the individual customers in question clearly are foreclosed to the competitors - at least until the expiry of contracts in the case of contractual tying. In the case of mixed bundling this is less clear”





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

justificaciones objetivas es bastante controvertido. A día de hoy, no existe un acuerdo sobre qué factores podrían justificar de forma objetiva una oferta de empaquetamiento. Por lo que basar la aceptación/rechazo de las ofertas de empaquetamiento en este criterio aumenta la incertidumbre de la metodología propuesta, contraviniendo el principio de que una metodología debe ser administrable.

Finalmente, por lo que respecta al test de precio implícito, al compararse el precio (implícito) con los costes incrementales del servicio que se analiza si se están teniendo en cuenta las eficiencias de la producción conjunta.

Con respecto al análisis particularizado de las condiciones geográficas de competencia, conviene recordar que con la presente metodología la CMT presenta los instrumentos que va a emplear para el análisis de las ofertas de TESAU con el objetivo de cumplir con las obligaciones impuestas en los mercados citados en la habilitación competencial. En el marco de estos análisis, la CMT concluyó que la dimensión geográfica de dichos mercados era nacional. Por tanto, esta cuestión deberá ser abordada en los próximos análisis de mercados y no en el marco del presente expediente.

ONO: Por lo que respecta a las modificaciones sugeridas por este operador, esta Comisión cree que el primer punto es redundante, pues, aunque no aparezca de forma explícita en el árbol de decisión, el primer paso a la hora de evaluar los empaquetamientos, según la metodología de la CMT, consiste en analizar los mercados afectados (delimitación y dominancia).

En cuanto al segundo punto, no se considera adecuado necesario alterar el orden del árbol en el sentido propuesto, pues con independencia de si se compite en paquetes en el mercado es imprescindible analizar la replicabilidad conjunta de la oferta.

Por lo que concierne al tercer punto, al que también se refiere TESAU, el test de replicabilidad individual garantiza que las ofertas que lo superan son replicables por un operador al menos tan eficiente como TESAU. Por este motivo, la no admisión de ofertas empaquetadas que superan este requisito resultaría difícil de justificar, haciendo innecesario realizar un análisis cualitativo adicional para aquellas ofertas que lo superan.

Vodafone: La aplicación de la metodología no exime al operador incumbente de la obligación de no discriminación a la que se hace referencia, por lo que esta Comisión no cree necesario incorporar una rama adicional en el árbol de decisión.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Orange: El test de replicabilidad individual garantiza que las ofertas que lo superan son replicables por un operador al menos tan eficiente como TESAU. Por este motivo, la no admisión de ofertas empaquetadas que superan este requisito resultaría difícil de justificar, haciendo innecesario realizar un análisis cualitativo adicional para aquellas ofertas que lo superan.

ASTEL: El test de replicabilidad conjunta propuesto por esta Comisión es, en realidad, un test de imputación o pinzamiento, por lo que no es necesario incorporar otro test adicional.

Esta Comisión ha modificado el árbol de decisión, de tal forma que la primera rama de decisión consiste en determinar si el empaquetamiento es puro o mixto, manteniéndose el resto igual.

***Pregunta 17. ¿Está de acuerdo con la prohibición ex-ante de los empaquetamientos puros?***

### **Contestación de los operadores**

TESAU: No comparte la prohibición ex-ante de los empaquetamientos puros. Por el contrario, es partidaria de realizar un análisis caso a caso. En cuanto a la evaluación de este tipo de paquetes, el operador opina que la valoración no debe depender exclusivamente de razones técnicas sino que se deberían también considerar razones comerciales o económicas. Asimismo, haciendo referencia a la estructura del árbol propuesto por la CMT, TESAU considera que el análisis del efecto cierre de mercado debería preceder a las justificaciones objetivas del empaquetamiento y no al contrario (como propone la Comisión).

ONO: Este operador considera que la metodología sugerida en el árbol de decisión no equivale a una prohibición ex-ante de los empaquetamientos puros. Citando textualmente, más bien la metodología propuesta en dicho gráfico en principio parece permitir los empaquetamientos puros cuando obedecen a razones objetivas y no producen efectos exclusionarios, con lo que se muestra de acuerdo el operador.

Orange: Está de acuerdo con esta prohibición. Más aún, señala que el servicio Imagenio constituye un caso de empaquetamiento puro permitido ya que no es posible su venta disociada de un servicio de banda ancha que únicamente le puede proporcionar TESAU.

ASTEL: En principio se muestra de acuerdo con la prohibición ex-ante de los empaquetamientos puros, aunque no ha adoptado una postura definitiva.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### Respuesta de la CMT

TESAU: Con independencia de las prácticas comerciales permitidas en otros países de la Unión Europea, en vista (i) del nivel de dominancia (equivalentemente, de poder significativo de mercado) constatado por la CMT en los mercados minoristas citados en el antecedente segundo de la habilitación competencial y (ii) de que el grado de vinculación asociado a un empaquetamiento puro es máximo, resulta adecuado prohibir este tipo de prácticas comerciales, especialmente en una metodología concebida para el análisis ex-ante de las ofertas comerciales de TESAU. De esta forma, se proporciona un puerto seguro necesario (de mínimos) para el correcto desempeño de los mercados minoristas de referencia.

ONO: Como se ha explicado, la CMT ha modificado el árbol de decisión, de tal forma que la primera rama de decisión consiste en determinar si el empaquetamiento es puro o mixto.

Orange: TESAU comercializa individualmente el servicio Imagenio y no está ligado a la comercialización de su servicio de ADSL. En el caso de que Orange se refiera a la imposibilidad que tiene un operador de acceso indirecto de banda ancha de vender su conexión de banda ancha a un cliente que haya contratado Imagenio con TESAU, son razones de carácter técnico las que lo impiden y, por tanto, ya están contempladas en la presente metodología.

Esta Comisión prohibirá *ex-ante* el empaquetamiento puro, salvo que haya justificaciones técnicas que así lo requieren y ello no suponga un debilitamiento de la competencia.

***Pregunta 18. ¿Considera que la competencia en paquetes de doble oferta compuestos por los servicios de acceso de banda ancha y telefonía fija esta suficientemente desarrollada?***

### Contestación de los operadores

TESAU, ONO y Orange: Están de acuerdo. No obstante, esta última añade que, si bien, comparte la conclusión de la CMT de aplicar el test de replicabilidad, esto no es óbice para que no se realice un análisis cualitativo para prevenir comportamientos abusivos no basados en el precio sino en la forma de la oferta, como la discriminación.

ASTEL: No está de acuerdo, con la excepción de un operador asociado. En cualquier caso, si así fuera ASTEL considera que no debe partirse de una premisa como “*ya existe competencia suficientemente desarrollada*” sino que en todo caso el test ha de ser aplicado.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### Respuesta de la CMT

Orange: Como se ha explicado con anterioridad, la aplicación de la metodología no exime al operador incumbente de la obligación de no discriminación a la que se hace referencia y no es necesario incorporar una rama adicional en el árbol de decisión. En cualquier caso, un análisis específico sobre la no discriminación se realizaría si así lo requirieran las características de un nuevo producto o servicio.

ASTEL: El test de replicabilidad se aplicará siempre; sin embargo, una vez que se ha concluido que la competencia en paquetes de este tipo está generalizada el test a aplicar únicamente será el test de replicabilidad conjunta.

Esta Comisión mantiene la conclusión de que la competencia basada en paquetes de doble oferta compuestos por los servicios de acceso de banda ancha y telefonía fija está suficientemente desarrollada
--

***Pregunta 19. ¿Considera que la competencia en paquetes de doble y triple oferta que incluyen el servicio de televisión está suficientemente desarrollada?***

### Contestación de los operadores

TESAU: Está de acuerdo. Entre sus argumentos, señala que la mayoría de operadores ha comunicado su oferta de TV y la existencia de una plataforma digital con la cuota más elevada.

ONO: No está de acuerdo ya que la CMT no tiene en cuenta el grado de aceptación real de este tipo de paquetes. Considera irrelevantes la mera existencia de esas ofertas en el catálogo de las empresas y el análisis que realiza la CMT sobre la falta de restricciones por el lado de la oferta (es decir, la disponibilidad de bucles).

Según ONO cuando se dice que hay que tener en cuenta la extensión en que las ofertas empaquetadas están generalizadas en el mercado a efectos de evaluar su potencial anticompetitivo, de lo que se habla es de una realidad de demanda –la aceptación generalizada de los paquetes de los consumidores- y no de una mera posibilidad tecnológica basada en el despliegue de bucles desagregados o en el número de accesos instalados que permiten ofrecer este tipo de paquetes.

Orange: No está de acuerdo. La competencia en este tipo de paquetes está en un estado incipiente al ser necesario el despliegue de acceso desagregado al bucle por la insuficiencia del acceso indirecto. El test de replicabilidad conjunta



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

no es suficiente, siendo necesario el test de precio implícito sobre el servicio de televisión.

Orange considera que los VAN para estos paquetes son elevados y parece que no se han tomado en consideración los costes de set-top box y de decodificación, los costes de equipamiento en el hogar y los costes de los contenidos.

ASTEL: Misma respuesta que a la pregunta 18.

### **Respuesta de la CMT**

ONO: La CMT considera necesario recordar que en este nivel del árbol de decisión el objetivo es (una vez constatado que la oferta empaquetada en su conjunto es replicable) valorar en qué medida las empresas compiten por medio de este tipo de paquetes. Para dar respuesta a esta cuestión, y en contra de lo expresado por ONO, la CMT aborda el análisis desde el lado de la demanda y de la oferta.

Por el lado de la demanda, se constata que este tipo de empaquetamiento es una realidad en el mercado; sobre todo, teniendo en cuenta que fueron los operadores de cable quienes han hecho de esta ofertas uno de sus principales instrumentos para competir y captar clientes, siendo los primeros en lanzarlas al mercado. Este hecho se refleja en el mayor nivel de aceptación de los paquetes de triple oferta de los operadores de cable en comparación con sus competidores, incluido TESAU. Por tanto, sorprende que ONO solicite que el análisis se base en el nivel de aceptación, en vista de que han sido los operadores de cable los principales impulsores de estas ofertas comerciales.

Por el lado de la oferta, la CMT estudia en qué medida el alcance de las ofertas de los competidores es parecido con el objeto, precisamente, de no llegar a una conclusión simplemente atendiendo únicamente a la existencia de estas ofertas en el catálogo de las empresas competidoras sino también considerando el mercado potencial que pueden cubrir. De esta forma, la CMT ha elevado el nivel de exigencia para concluir que la competencia en paquetes de triple oferta está realmente generalizada.

De este análisis conjunto, se concluye que esta forma de empaquetamiento es habitual en el mercado y que el alcance de la misma, en términos de clientes potenciales, es similar para TESAU y los operadores de cable (y, en menor medida, para los operadores que han desagregado bucles de abonado). Por tanto, TESAU debe estar en disposición de lanzar estos paquetes de triple oferta que superen el test de replicabilidad conjunta; de lo contrario, se estaría



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

restringiendo de manera injustificada su capacidad de competir por atender un segmento de mercado concreto.

Orange: En consonancia con el argumento anterior, y de acuerdo con la metodología no es preciso realizar el test de replicabilidad implícito sobre el servicio de televisión. Se acepta el segundo comentario de Orange y se incorpora el coste del decodificador ya que sí se había considerado el ingreso mensual que obtiene TESAU por este concepto.

Esta Comisión mantiene la conclusión de que la competencia basada en paquetes de doble y triple oferta, que incluyen el servicio de televisión, está suficientemente desarrollada

***Pregunta 20. ¿Considera que la competencia en paquetes que incluyan el servicio de acceso a la red fija de telefonía no está suficientemente desarrollada?***

### **Contestación de los operadores**

TESAU: La competencia se está desarrollando a un nivel geográfico inferior al nacional (gracias a los operadores de cable). Por tanto, el análisis se debe realizar a un nivel inferior. Señala que la cuota de mercado de TESAU en el País Vasco, Asturias, Cantabria, Galicia, Comunidad Valenciana es inferior a la del operador de cable. Por último, para TESAU no es necesaria la existencia del AMLT para poder desarrollar estos paquetes ya que ya se pueden replicar con el acceso desagregado al bucle, ni tampoco el tiempo adicional señalado por la CMT.

Orange, ONO: Están de acuerdo. En relación con esto, ONO considera que aplican los mismos argumentos expuestos en la pregunta 19.

ASTEL: Misma respuesta que a la pregunta 18.

### **Respuesta de la CMT**

TESAU: Con respecto al nivel geográfico, la respuesta es la misma que se dio para la pregunta 16. En lo que respecta al AMLT, conviene precisar que:

- La aprobación del AMLT es imprescindible para la comercialización, por parte de TESAU, de paquetes que incluyan el servicio de acceso.
- Una vez aprobado el AMLT, es imprescindible que transcurra un periodo de tiempo razonable (hasta que la CMT constate que es un servicio mayorista realmente efectivo) para poder estar en disposición de concluir si la competencia en este tipo de paquetes está suficientemente generalizada.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

La falta de replicabilidad a escala nacional de este tipo de paquetes por medio del servicio mayorista de acceso desagregado al bucle junto con el elevado poder de mercado de TESAU en el mercado minorista del servicio de acceso telefónico fijo explican que la CMT imponga estos requisitos. En caso contrario, la capacidad de expulsión o debilitamiento de la competencia en los mercados minoristas adyacentes al mercado de acceso telefónico fijo así como la capacidad de reforzar la posición de dominio de TESAU en este último es muy alta.

Esta Comisión mantiene la conclusión de que la competencia en paquetes que incluyan el servicio de acceso a la red fija de telefonía no está suficientemente desarrollada.

***Pregunta 21. ¿Está de acuerdo con el enfoque propuesto para el análisis de las promociones?***

### **Contestación de los operadores**

ASTEL: Se muestra de acuerdo con la fórmula prevista para el cálculo del VAN en el caso de las promociones. Ahora bien, no se muestra de acuerdo con que el análisis de las promociones se haga a posteriori ya que en ese caso, el daño a la competencia ya se habría causado. Este efecto sería más perjudicial si se tiene en cuenta que este operador realiza frecuentemente ofertas concatenadas y en periodos puntuales de alta demanda.

Orange: No está de acuerdo con que TESAU pueda agotar el margen de los competidores a través de promociones dado que de esta forma TESAU podría beneficiarse de la base de clientes que ya tiene.

TESAU: Se muestra conforme con el tratamiento propuesto por la Consulta Pública. Ahora bien, estima TESAU que determinados cálculos son erróneos lo que sobrevalora los costes de provisión (como por ejemplo considerar los costes de toda la promoción y no del periodo medio en el caso de las promociones sobre las cuota de abono o no considerar la ventana de contratación).

TESAU considera que la revisión semestral podría no trasladar los menores costes mayoristas (derivados de modificaciones del mix, por ejemplo) al usuario final.

Finalmente, este operador estima que el impacto de determinadas promociones podría ser tal que le provocara cerrar el semestre con un VAN negativo. Por este motivo, se propone considerar el margen de forma acumulada pudiéndose compensar márgenes negativos por otros positivos en diferentes periodos.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

### **Respuesta de la CMT**

Esta Comisión considera que los criterios adicionales desarrollados en el punto IV aconsejan otorgar una mayor flexibilidad comercial al TESAU en el ámbito de las promociones dado su carácter temporal. En consecuencia, no cabe modificar el análisis a posteriori como propone ASTEL.

Con respecto a las alegaciones de Orange, cabe recordar que un VAN cero no implica que los operadores alternativos no cuenten con margen dado que los flujos futuros se están descontando y que los costes de referencia son costes medios que recogen un retorno razonable de la inversión. Por tanto, un VAN cero como consecuencia de las acciones promocionales de TESAU no implicaría en ningún caso un margen cero para los operadores alternativos.

Esta Comisión modificará los costes y demás condiciones mayoristas de forma semestral tal y como se ha descrito anteriormente. Este plazo parece suficiente para asegurar un traslado de las eficiencias económicas de TESAU a los consumidores. Ahora bien, no sería tampoco adecuado prolongar más de ese periodo la compensación de márgenes negativos dado que los costes de captación podrían suponer una barrera a la entrada.

Esta Comisión no considera necesario modificar la metodología para el tratamiento de las promociones ni el periodo semestral de revisión.

***Pregunta 22. ¿Está de acuerdo con los límites establecidos para cada uno de los servicios?***

### **Contestación de los operadores**

Orange: Estima que en lo que al servicio telefónico y la banda ancha se refieren, los criterios ex ante no se consideran suficientes para prevenir el ejercicio de prácticas anticompetitivas (propone modificar el límite máximo desde el 1,3 al 1,1). Con respecto al servicio de acceso, Orange considera que deberían prohibirse completamente las promociones de estos servicios.

### **Respuesta de la CMT**

Esta Comisión considera que un 30% adicional sobre el VAN establecido para los servicios no es desproporcionado y más teniendo en cuenta que el margen debe ser positivo en seis meses. Por tanto, la temporalidad es lo suficientemente reducida como para que el límite del 30% no pueda constituir en ningún caso una herramienta para aumentar las barreras a la entrada al mercado.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Por otra parte, una prohibición completa de hacer promociones sobre el servicio de acceso es desproporcionada en tanto que es una práctica habitual de los competidores (en general, los operadores de cable facilitan la entrada al mercado de sus usuarios) y se considera justificada dada la presión que afrontan los operadores de telefonía fija en general por parte de operadores con otras soluciones tecnológicas.

Esta Comisión no considera necesario modificar los criterios ex ante impuestos para controlar las promociones propuestas por TESAU.