



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

JORGE SANCHEZ VICENTE, Secretario del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, 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 número 26/11 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, celebrada el día 28 de julio de 2011, se ha adoptado el siguiente

ACUERDO

Por el cual se aprueba la

RESOLUCIÓN RELATIVA A LA CONSULTA DE LA AGRUPACIÓN DE OPERADORES DE CABLE SOBRE LA REALIZACIÓN DEL TEST DE REPLICABILIDAD SOBRE OFERTAS PRESENTADAS A GRANDES CLIENTES POR PARTE DE LOS OPERADORES CON PODER SIGNIFICATIVO EN EL MERCADO DE SERVICIOS DE ACCESO Y ORIGINACIÓN MÓVIL (AEM 2011/1311).

I ANTECEDENTES DE HECHO

ÚNICO.- Con fecha 27 de mayo de 2001, tuvo entrada en el registro de esta Comisión un escrito de la Agrupación de Operadores de Cable (en adelante, AOC) en relación con la aplicación de un *“test de replicabilidad sobre ofertas de servicios de comunicaciones electrónicas presentadas en concursos públicos o en grandes empresas por operadores con poder significativo en el mercado de acceso y originación de llamadas en las redes públicas de telefonía móvil, a fin de determinar en su caso la existencia de prácticas contrarias a la regulación establecida para dicho mercado”*.

La AOC señala que esta Comisión aprobó, mediante Resolución de 2 de febrero de 2006, la definición y el análisis del mercado de acceso y originación de llamadas en redes públicas de telefonía móvil (en adelante, mercado 15), designando como operadores con poder significativo de mercado (en adelante, PSM) a Telefónica Móviles, Vodafone y Orange. Como consecuencia de esta Resolución, estos operadores están obligados a garantizar el acceso razonable a operadores móviles virtuales (en adelante, OMV) en condiciones reguladas, incluyendo que los precios mayoristas sean razonables.

En relación con el análisis de replicabilidad, la AOC señala las diferentes Resoluciones en las que esta Comisión ha venido analizando las ofertas minoristas de los operadores designados con PSM. En particular, por su interés en el marco de la presente consulta, se señala la Resolución de 25 de noviembre de 2010, relativa a la denuncia interpuesta por Cableuropa, S.A.U. en el marco del concurso convocado por ICM¹, y la Resolución de 3 de marzo de 2011, relativa al análisis de determinadas ofertas lanzadas al mercado por Vodafone².

¹ Resolución relativa a la denuncia interpuesta por Cableuropa, S.A.U. contra Telefónica de España, S.A.U. en relación con la oferta presentada por este último operador en el concurso convocado por la Agencia de Informática y Comunicaciones de la Comunidad de Madrid (MTZ 2010/1614).

² Resolución relativa a la denuncia interpuesta por Jazztel contra Vodafone por el lanzamiento de su oferta “Vodafone ADSL 6 Mb + tarifa plana + router Wifi + Módem USB” (AEM 2010/1191)



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Dados los anteriores precedentes, la AOC pregunta sobre la aplicabilidad de un test de replicabilidad a las ofertas personalizadas que los operadores con PSM en el mercado 15 están presentando a concursos públicos convocados por las Administraciones Públicas (en adelante, AAPP) y, en concreto, para los servicios de voz y datos móviles.

En este contexto, la AOC consulta a esta Comisión sobre:

1. Pertinencia de la aplicación del test de replicabilidad a las ofertas presentadas en concursos públicos y para grandes empresas en telefonía y datos móviles.
2. Parámetros de cálculo para la realización del test de replicabilidad a las ofertas de telefonía y datos móviles.
3. Efectos de una oferta no emulable constitutiva de una práctica anticompetitiva.
4. Consecuencias de la determinación de la existencia de una práctica de estrechamiento de márgenes contraria a las obligaciones del mercado 15.

La AOC aporta en su escrito el razonamiento que, a su juicio, sería de aplicación a cada uno de las preguntas anteriores, así como ejemplos concretos de ofertas presentadas por los operadores con PSM en el mercado 15 en el marco de concursos públicos que incluían servicios móviles, tanto de voz como de datos.

II HABILITACIÓN COMPETENCIAL

Según lo establecido en el artículo 48.3 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones (en adelante, LGTel), la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones tiene por objeto *“el establecimiento y supervisión de las obligaciones específicas que hayan de cumplir los operadores en los mercados de telecomunicaciones y el fomento de la competencia en los mercados de los servicios audiovisuales, conforme a lo previsto por su normativa reguladora, la resolución de los conflictos entre los operadores y, en su caso, el ejercicio como órgano arbitral de las controversias entre los mismos”*. Para el cumplimiento de este objeto, la Ley atribuye a esta Comisión determinadas funciones, además de cualesquiera otras que legal o reglamentariamente se le atribuyan o le encomienden el Gobierno o el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Por su parte, el Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, aprobado por el Real Decreto 1994/1996, de 6 de septiembre, atribuye a esta Comisión, en el artículo 29.2 a) la competencia para *“resolver las consultas que puedan formularle los operadores de redes y servicios de telecomunicación y las asociaciones de consumidores y usuarios de estos servicios”*.

Con carácter general, y conforme a lo señalado por esta Comisión en distintos acuerdos contestando consultas que le han sido planteadas, ha de entenderse que las consultas a las que se refiere el artículo 29.2 a) del Reglamento de la CMT pueden referirse a los siguientes ámbitos:

- Las normas que han de ser aplicadas por la Comisión;
- Los actos y disposiciones dictados por la Comisión;
- Y las situaciones y relaciones jurídicas sobre las cuales ha de ejercer sus competencias la Comisión.

La consulta que la AOC plantea a esta Comisión se refiere a la interpretación de las obligaciones *ex ante* impuestas a los operadores con PSM en el marco del mercado 15.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Teniendo en cuenta los criterios mantenidos hasta el momento, puede entenderse que la consulta formulada se encuentra en el ámbito previsto en el citado artículo 29.2 a).

III CUESTIONES PLANTEADAS POR LA AOC

III.1 SOBRE LA PERTINENCIA DE LA APLICACIÓN DE UN TEST DE REPLICABILIDAD A LAS OFERTAS PRESENTADAS EN CONCURSOS PÚBLICOS EN TELEFONÍA Y DATOS MÓVILES

La primera pregunta de la AOC se refiere a la aplicación de un test de replicabilidad en el contexto de ofertas realizadas a grandes clientes y AAPP. Considera esta asociación que, si bien no existen obligaciones minoristas en los mercados de telefonía móvil, *“sí se encuentran regulados los servicios mayoristas estando prohibida expresamente la realización de prácticas de compresión de márgenes”*. En este contexto, la AOC solicita a esta Comisión que conteste *“sobre la pertinencia de realizar el test de replicabilidad prevista en la Resolución de análisis ex ante, sobre este tipo de ofertas a concursos públicos y grandes empresas a fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el mercado 15, teniendo en cuenta cada una de las ofertas consideradas y no la oferta global que el operador en cuestión pueda tener en el mercado”*.

III.1.1 Regulación aplicable a los servicios mayoristas de acceso y originación móvil

De forma preliminar al análisis concreto de las obligaciones aplicables a los grandes clientes y AAPP, cabe recordar el alcance de las obligaciones impuestas por esta Comisión en el seno del mercado 15 en relación tanto con la regulación de los precios mayoristas como con el análisis de replicabilidad de las ofertas. Esta Comisión estableció, en la citada Resolución de 3 de marzo de 2011, a este respecto lo siguiente:

- En primer lugar, como bien cita la AOC, de acuerdo con el mercado 15, los operadores móviles designados con PSM están obligados a ofrecer sus servicios mayoristas a precios razonables, esto es, *“[E]n ningún caso los precios ofrecidos a terceros por los operadores declarados con PSM podrán ser excesivos ni comportar una compresión de márgenes operativos del operador solicitante que impida la entrada de un operador eficiente. La CMT tendrá en cuenta a estos efectos, entre otras referencias, los precios existentes en mercados competitivos comparables”*. Por tanto, en términos de la Resolución de 3 de marzo de 2011, *“la propia Resolución del mercado 15 – de obligada observancia para Vodafone – prohíbe de manera expresa la realización de prácticas de compresión de márgenes que puedan impedir la entrada de un operador eficiente al asumirse en este caso que los precios mayoristas ofrecidos no serían razonables”*.

Dada esta obligación, el control de las situaciones de estrechamiento de márgenes no supondrán ni una aplicación indebida de las Ley de 15/2007³, de Defensa de la Competencia, ni la obligación de ofrecer precios razonables a nivel mayorista se estaría configurando como una obligación de control de precios minoristas⁴.

³ *“La intervención de la CMT con el objeto de comprobar el debido cumplimiento de esta obligación no supone – como parece afirmar Vodafone – una aplicación indebida por parte de la CMT de la normativa de competencia – como podría ser la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia sino la aplicación de la regulación que le es propia, y en particular de las Resoluciones que en relación con mercados sometidos a regulación ex ante esta Comisión puede dictar al amparo de la LGTel y su normativa de desarrollo”*.

⁴ El control de la obligación de precios razonables requiere, entre otras situaciones, asegurar que el operador mayorista no impone una compresión de márgenes entre los precios existentes aguas arriba y los precios



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Efectivamente, en caso de que se considere probada la compresión de márgenes, la CMT podrá intervenir en el mercado sometido a regulación – el mercado mayorista de acceso y originación móvil – efectuando los necesarios ajustes sobre la oferta mayorista del operador/operadores con PSM que permitan la emulabilidad por parte de terceros agentes de la oferta minorista analizada.

- En relación con el análisis del estrechamiento de márgenes, oferta por oferta o en sobre la totalidad de la oferta del operador/operadores con PSM, como se establece en dicha Resolución *“no deja de ser la implementación práctica de la citada obligación de ofrecer precios razonables ya impuesta a Vodafone. (...) la Comisión Europea, en el caso Telefónica, señaló que el análisis de una práctica de estrechamiento de márgenes podría ser enfocado bien a partir de un análisis oferta por oferta o bien de forma global⁵. La Comisión Europea considera que el análisis oferta por oferta podría resultar adecuado en determinadas circunstancias para el control de la obligación de ofrecer precios mayoristas razonables”*. En el caso de la Resolución de 3 de marzo de 2011, esta Comisión justificó que en relación con los servicios móviles, el análisis oferta por oferta resultaba el más apropiado.

En definitiva, esta Comisión considera, de forma coherente con Resoluciones anteriores, que las obligaciones impuestas en el mercado 15 posibilitan el análisis de situaciones de estrechamiento de márgenes al objeto de determinar si los precios de los servicios mayoristas son razonables. Esto no supone en ningún caso la regulación de los servicios minoristas móviles. El análisis oferta por oferta o en relación a la globalidad de la oferta minorista del operador con PSM es un elemento a considerar en el marco del test a aplicar, siendo ambas posibles.

III.1.2 Aplicación de la regulación del mercado 15 a los grandes clientes y AAPP

Dados los precedentes anteriores, cabe ahora establecer su aplicación a la situación particular a que se refiere la AOC, esto es, a la emulabilidad de las ofertas dirigidas a los grandes clientes y AAPP.

En primer lugar cabe recordar la importancia de los servicios móviles en el segmento empresarial. De acuerdo con el Informe publicado por los Servicios de la CMT⁶, más del 45% de la facturación de este segmento correspondía a la voz móvil. Dado el peso de estos servicios, los OMV deben contar con servicios mayoristas a precios adecuados para poder ser competitivos en el segmento empresarial.

En segundo lugar, ni la definición ni las obligaciones del mercado 15 hacen distinción entre los clientes empresariales o residenciales. Por tanto, los OMV pueden solicitar un acceso mayorista a precios razonables al objeto de prestar servicios minoristas móviles de telefonía

minoristas. Por tanto, para velar por el cumplimiento de esta obligación esta Comisión debe estar habilitada para analizar la oferta a nivel minorista de los operadores con PSM, si bien esto no supone en ningún caso la imposición de nuevas obligaciones a nivel minorista. Efectivamente, de acuerdo con la Nota Explicativa de la Recomendación de mercados de la Comisión Europea, la existencia de una práctica de estrechamiento de márgenes puede dar lugar a una intervención regulatoria, por lo que las Autoridades Nacionales de Reglamentación deben poder actuar con independencia de que el mercado esté o no identificado como un mercado susceptible de regulación ex ante. Además, estas posibilidades de intervención no se limitan al control de los costes sino también a las prácticas de precios minoristas con el objeto de establecer las obligaciones reglamentarias apropiadas.

⁵ Decisión de 4 de julio de 2007 en el asunto COMP 37.784, párrafos 386-388.

⁶ Informe sobre la situación competitiva en la prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas en el segmento empresarial y propuestas de actuación de la CMT, (marzo 2011) (en adelante, Informe sobre empresas).



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

y datos a los clientes empresariales. Es más, el Informe de empresas incluyó los servicios mayoristas móviles en su evaluación de la situación competitiva en este segmento.

Por tanto, las obligaciones impuestas a los operadores móviles designados con PSM no diferencian entre el segmento al que se dirigen las ofertas de los OMV, por lo que los precios mayoristas deben ser razonables, esto es, no comportar una compresión de márgenes.

III.1.3 Nivel de agregación del análisis de estrechamiento de márgenes para los grandes clientes y las AAPP

Finalmente, en relación con el nivel de agregación del análisis, cabe de nuevo señalar que esta Comisión ya se ha pronunciado al respecto en la citada Resolución de 3 de marzo de 2011 cuando estimó que *“la asimetría existente entre los operadores móviles de red y los OMV, tanto revendedores como completos, podría tener un impacto relevante en las posibilidades de competir de unos y otros. (...) un análisis global de la oferta de Vodafone podría esconder ofertas no replicables a partir de las condiciones mayoristas vigentes dirigidas a aquellos segmentos de la demanda con mayor sensibilidad precio y, por tanto, con mayor disponibilidad al cambio, que en general corresponden el principal mercado potencial de los OMV que han entrado en este mercado. Este aspecto aconsejaría un análisis oferta por oferta”*.

Además, se señaló que el hecho que la oferta analizada fuera convergente era un aspecto crítico dado que *“como se señalaba en el análisis del mercado 15, “las ofertas integradas de tráfico fijo y móvil; la provisión de servicios SMS Premium desde redes fijas con destino a redes móviles o la conversión de accesos móviles en fijos para el usuario final, evidencian la capacidad de estos operadores [operadores móviles con red] de configurar ofertas capaces de satisfacer el conjunto de necesidades de comunicación de los usuarios finales difuminando la separación entre las tecnologías fija y móvil y la disponibilidad de los factores necesarios para ello en forma de recursos de red fija (acceso y tráfico)”*

Por todo lo anterior, se concluyó *“que la forma apropiada de realizar el test de replicabilidad, al objeto de determinar la adecuación de las condiciones mayoristas, es el análisis oferta por oferta”*.

A este respecto, esta Comisión considera que existen importantes elementos en común entre el análisis anterior y las ofertas a grandes clientes y AAPP que predicarían a favor de un análisis oferta por oferta:

- Así, por una parte, las cuotas de mercado para el segmento de grandes clientes y AAPP indican la gran asimetría, como en este precedente, existente entre los operadores designados con PSM y los OMV, como lo muestra la tabla siguiente (ver Informe sobre empresas, tabla 17):

Tabla 1. Cuotas de mercado de los servicios móviles por operador y rango de facturación del cliente

Facturación anual (€)	R Cable	Verizon	Vodafone	ONO	BT	Euskaltel	COLT	Telecable	Orange	Grupo Telefónica	Total
Menos de 600	<1%	<1%	15-25%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	25-35%	45-60%	100%
Entre 600 y 1.500	<1%	<1%	15-25%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	15-25%	45-60%	100%
Entre 1.500 y 6.000	<1%	<1%	25-35%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	15-25%	45-60%	100%
Entre 6.000 y 12.000	<1%	<1%	25-35%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	5-15%	45-60%	100%
Entre 12.000 y 30.000	<1%	<1%	25-35%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	5-15%	60-75%	100%
Entre 30.000 y 100.000	<1%	<1%	25-35%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	1-5%	60-75%	100%
Entre 100.000 y 300.000	<1%	<1%	25-35%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	1-5%	60-75%	100%
Más de 300.000	<1%	<1%	15-25%	<1%	1-5%	<1%	<1%	<1%	5-15%	60-75%	100%
Total	<1%	<1%	25-35%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	5-15%	45-60%	100%

Fuente. CMT. Informe de empresas.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En la tabla anterior se observa que ningún OMV había conseguido en ninguno de los segmentos de la demanda empresarial más del 1% de cuota de mercado.

- Por otra parte, en relación con las ofertas integradas, el Informe de empresas establecía que “las ventas a los clientes empresariales de los servicios fijos, ya sea mediante ofertas personalizadas o estándares, se realizan de forma conjunta por parte de un único operador. Sin embargo, esta tendencia parece no estar tan clara en el caso de los servicios fijos y móviles, donde el tamaño de la empresa juega un papel relevante. Así, los clientes de menor tamaño con necesidades de comunicaciones en movilidad parecen requerir de un único operador tanto para los servicios fijos como móviles, mientras que las empresas de mayor tamaño optarían, en una mayor medida, por la contratación individualizada de los mismos”. Por tanto, al menos para un grupo de clientes empresariales, la integración de los servicios fijos y móviles, al igual que en la Resolución de 3 de marzo de 2011, es un elemento relevante para su decisión de compra.

En definitiva, esta Comisión considera que existen importantes similitudes entre la situación de mercado y el tipo de ofertas analizadas en la Resolución de 3 de marzo de 2011 y las de los grandes clientes y AAPP. Por tanto, no existen elementos que aconsejen modificar, en este caso, la agregación del análisis de replicabilidad al objeto de determinar el cumplimiento, por parte de los operadores móviles designados con PSM, de las obligaciones que tienen impuestas de acuerdo con en el mercado 15. Por otra parte, este nivel de agregación ya fue utilizado por esta Comisión en la citada Resolución de 25 de noviembre de 2010 en el contexto de una oferta dirigida a una Administración Pública, donde se analizó la replicabilidad de la oferta realizada por Telefónica en el contexto de un concurso público.

III.1.4 Conclusiones

En conclusión, en relación con la primera cuestión planteada por la AOC, esta Comisión estima que las obligaciones mayoristas del mercado 15 aplican a los servicios móviles dirigidos al segmento empresarial. Esta Comisión podrá, en su caso, realizar un análisis de replicabilidad al objeto de determinar la razonabilidad de los precios mayoristas ofrecidos por los operadores designados con PSM en este mercado. Por otra parte, este análisis se realizará oferta por oferta, de forma consistente con otras Resoluciones de esta Comisión.

III.2 PARÁMETROS DE CÁLCULO PARA LA REALIZACIÓN DEL TEST DE REPLICABILIDAD A LAS OFERTAS DE TELEFONÍA MÓVIL Y DATOS

La segunda cuestión planteada por la AOC se refiere a los parámetros concretos del análisis de estrechamiento que esta Comisión deberá realizar para determinar el adecuado cumplimiento de las obligaciones impuestas en el mercado 15. En particular, la AOC pregunta a esta Comisión sobre el servicio mayorista de referencia, la determinación de los costes de red propia para prestar el servicio mayoristas y los costes derivados de la actividad comercial, el periodo de recuperación de las inversiones iniciales y la consideración de los flujos de ingresos y costes.

Estos aspectos son analizados a continuación:

- Servicio mayorista de referencia. En relación con este elemento del test de replicabilidad cabe decir, en primer lugar, que las obligaciones del mercado 15 no imponen la publicación de una oferta de referencia, por lo que existen diferentes precios mayoristas que podrían considerarse. Como se describió en la Resolución de 3 de marzo de 2011, las diferencias son, en primer lugar, por el tipo de operador que haya solicitado el acceso: OMV completo (OMVC) u OMV revendedor (OMVR). Ambos se diferencian por los elementos de red propia con los que cuenta el



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

operador que solicita el acceso. Mientras que el OMVC cuenta con infraestructuras propias para concluir sus llamadas, los OMVR requieren completamente del operador con PSM para realizar las comunicaciones de sus clientes finales.

En el caso de la citada Resolución, se optó por considerar los precios mayoristas de los OMVC a los que el operador designado con PSM presta sus servicios mayoristas, dado que los OMVC son los únicos capaces de ofrecer servicios integrados de banda ancha fija y telefonía móvil.

De forma consistente con este análisis, en la medida en que, como se ha visto, los clientes empresariales estén demandando servicios integrados, éste debería ser también el servicio mayorista de referencia en el supuesto presentado por la AOC. De hecho, esta asociación reconoce que los OMVC son los únicos que acuden al segmento de grandes clientes y AAPP.

- Determinación de los costes de red propia y minoristas. En relación con los costes adicionales a los servicios mayoristas que los OMVC deben asumir para completar el servicio minorista, esta Comisión considera aplicable el estándar de operador igualmente eficiente ya utilizado en la Resolución de 3 de marzo de 2010. Por tanto, se considerarán los costes del operador designado con PSM cuya oferta minorista esté siendo analizada.
- Periodo de referencia para el análisis. En relación con el periodo de análisis, esta Comisión considera que, en este caso, no es aplicable la vida media del cliente utilizada en la Resolución de 3 de marzo dado que los contratos de los grandes clientes y las AAPP incluyen la duración del contrato. En el caso del concurso de ICM, esta Comisión incorporó en su análisis la opción más conservadora para Telefónica que suponía asumir que, en caso de prórroga, sería este operador el que continuaría prestando los servicios. Por tanto, también en el marco de los servicios móviles prestados a grandes clientes y AAPP, será el periodo establecido en el contrato, incluyendo sus prórrogas, el horizonte temporal que se tomará de referencia.

Este periodo debe tomarse también para la recuperación de las inversiones iniciales que requiera la prestación de los servicios contratados por el cliente final tales como equipos y terminales, los costes de migración, etc.

- Consideración de los flujos de ingresos y costes. Finalmente, como esta Comisión ha venido haciendo en otros casos de estrechamiento de márgenes, los flujos de ingresos y costes se actualizan en función de una tasa de descuento (la WACC del operador en cuestión) para obtener el Valor Actual Neto (VAN) de prestación de los servicios móviles por un operador tan eficiente como el operador con PSM que utilizara los servicios mayoristas incluidos en el mercado 15.

Los elementos anteriores configuran las grandes líneas del test de estrechamiento de márgenes que esta Comisión aplicaría para comprobar el cumplimiento de las obligaciones mayoristas por un operador móvil designado con PSM, si bien, algunos elementos podrían ser ajustados en función del caso concreto.

III.3 EFECTOS DE UNA OFERTA NO EMULABLE CONSTITUTIVA DE UNA PRÁCTICA ANTICOMPETITIVA

La tercera pregunta de la AOC se refiere a los efectos de un eventual incumplimiento por parte de los operadores móviles designados con PSM de su obligación de ofrecer precios razonables en el marco del mercado 15. En este sentido, es importante tener en cuenta lo



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

establecido por esta Comisión en su Resolución de 26 de julio de 2007⁷ en relación con las particularidades de los mercados sujetos a regulación *ex ante*.

Efectivamente, estos mercados, en tanto que se encuentran incluidos en la Recomendación de la Comisión Europea sobre mercados relevantes, han cumplido tres criterios: existencia de elevadas barreras a la entrada, ausencia de elementos dinámicos hacia la competencia efectiva e insuficiencia del Derecho de la competencia. Este último criterio indica que la realización de prácticas anticompetitivas por parte de operadores designados con PSM en estos mercados tiene efectos irreversibles en la competencia.

Por tanto, los efectos de un incumplimiento por parte de los operadores designados con PSM de las obligaciones impuestas en mercados susceptibles de regulación *ex ante* son elevados para la competencia, siendo, asimismo, difícil la restitución de la situación competitiva prevalente.

III.4 CONSECUENCIAS DE LA DETERMINACIÓN DE LA EXISTENCIA DE UNA PRÁCTICA DE ESTRECHAMIENTO DE MÁRGENES CONTRARIA A LAS OBLIGACIONES DEL MERCADO 15

Finalmente, la AOC considera que esta Comisión debería determinar las consecuencias que supondría la apreciación de la existencia de una práctica contraria a las obligaciones del mercado 15.

En este sentido, en primer lugar, es preciso diferenciar las obligaciones que esta Comisión impuso en el marco de los mercados 5⁸ y 6⁹ de la Recomendación de Mercados de las anteriormente descritas en el seno del mercado 15. Así, para los primeros, se impuso la prohibición expresa de *“comercialización de ofertas minoristas que impliquen una extensión de su posición y, por tanto, riesgos para la libre competencia en el mercado minorista”*, incluyendo específicamente el estrechamiento de márgenes.

Por el contrario, como se ha establecido en el punto III.1 anterior, el test de estrechamiento de márgenes en el marco del mercado 15 es un instrumento para determinar la razonabilidad de los precios mayoristas ofrecidos por los operadores móviles designados con PSM. Por tanto, esta Comisión considera que en caso de incumplimiento de las obligaciones mayoristas de acceso y originación móviles, sobre la base de la citada regulación no podría en principio instarse al cese de la prestación de la oferta minorista analizada.

Por otra parte, los operadores móviles deben ofrecer precios razonables para estos servicios de acuerdo con las obligaciones impuestas mediante Resolución por esta Comisión. Por tanto, en caso que se produzca un incumplimiento de dicha obligación, la CMT podría adoptar las medidas necesarias para garantizar su cumplimiento.

IV CONCLUSIONES

⁷ Resolución por la que se aprueba la metodología para el análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U.

⁸ Resolución de 22 de enero de 2009 por la que se aprueba la definición y análisis del mercado de acceso (físico) al por mayor a infraestructura de red (incluido el acceso compartido o completamente desagregado) en una ubicación fija y el mercado de acceso de banda ancha al por mayor (MTZ 2008/626)

⁹ Resolución de 23 de julio de 2009 por la que se aprueba la definición y análisis del mercado del conjunto mínimo de líneas alquiladas y del mercado de segmentos de terminación de líneas arrendadas al por mayor (MTZ 2008/1944)



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En definitiva, esta Comisión considera que las obligaciones del mercado 15 aplican a las ofertas presentadas por los operadores designados con PSM a los grandes clientes y AAPP.

El estándar que debe aplicarse a la hora de determinar si los precios mayoristas son razonables se basará en las condiciones minoristas de cada oferta lanzada al mercado por estos operadores, considerando los precios mayoristas de un OMVC.

En relación con los costes a considerar, de forma consistente con otras Resoluciones de esta Comisión, se tomará el estándar de operador igualmente eficiente, esto es, los costes del operador con PSM. A partir de los precios mayoristas y minoristas así como de los costes en que incurre este operador, esta Comisión determinará el VAN que obtendría un operador alternativo que accediera al mercado mediante los servicios incluidos en el mercado 15. El VAN obtenido deberá ser positivo al objeto de concluir que los precios mayoristas vigentes son razonables.

Finalmente, en relación con las consecuencias que tendría la detección de este tipo de prácticas, esta Comisión podrá adoptar las medidas que aseguren que los operadores ofrezcan, de acuerdo con las obligaciones vigentes, unos precios mayoristas razonables a los OMV.

El presente certificado se expide al amparo de lo previsto en el artículo 27.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y del artículo 23.2 del texto consolidado del Reglamento de Régimen Interior de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, aprobado por la Resolución de su Consejo de 20 de diciembre de 2007, con anterioridad a la aprobación del Acta de la sesión correspondiente.

El presente documento está firmado electrónicamente por el Secretario, Jorge Sánchez Vicente, con el Visto Bueno del Presidente, Bernardo Lorenzo Almendros.