



JORGE SÁNCHEZ 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 núm. 21/13 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones celebrada el día 30 de mayo de 2013, se ha adoptado el siguiente

**ACUERDO**

por el que se aprueba la

**Resolución por la que se actualizan determinados parámetros de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (AEM 2012/2061).**

**ANTECEDENTES DE HECHO**

**PRIMERO.-** Con fecha 26 de julio de 2007 esta Comisión dictó Resolución por la que se aprobaba la metodología para el análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica de España S.A.U. (en adelante, TESAU). Esta metodología establece el procedimiento que arbitra esta Comisión para el análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de TESAU, a fin de determinar la posible existencia de ofertas no replicables económicamente y evaluar las ofertas empaquetadas de este operador.

La citada Resolución prevé una revisión semestral del análisis de los productos y paquetes sujetos a la metodología, de acuerdo con una serie de parámetros actualizados periódicamente. La última revisión fue aprobada mediante Resolución de 26 de abril de 2012.

**SEGUNDO.-** Con fecha 26 de septiembre de 2012 tuvo entrada en el Registro de esta Comisión un escrito de Xfera Móviles, S.A. (en adelante, Xfera), a través del cual solicita, entre otras cuestiones, la adopción por la CMT de las medidas necesarias para que TESAU no pueda comercializar el producto *Movistar Fusión* sin un análisis previo por parte de la CMT que garantice que las citadas tarifas son conformes con la normativa vigente.

**TERCERO.-** Con fecha 28 de septiembre de 2012 esta Comisión acordó el inicio de oficio del procedimiento AEM 2012/2061, con el objeto de actualizar los parámetros usados en la



evaluación de los productos minoristas de TESAU de acuerdo a la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de este operador.

En el marco del citado procedimiento se valora la replicabilidad de los productos y empaquetamientos comercializados por TESAU que incluyen el servicio de banda ancha o el de acceso telefónico. Dado que *Movistar Fusión* empaqueta los servicios anteriores, su replicabilidad por parte de los operadores alternativos ha de ser objeto de evaluación conforme a los parámetros que se actualicen.

**CUARTO.-** El día 8 de octubre de 2012 tuvo entrada en el Registro de la CMT un oficio de Vodafone por el que solicita la paralización de la oferta *Movistar Fusión Fibra* y la imposición a TESAU de la obligación de proveer un servicio mayorista sobre fibra sin limitación de velocidad, mediante la adopción de una medida cautelar en el marco del procedimiento de definición y análisis de los mercados 4 y 5.

**QUINTO.-** El día 11 de octubre de 2012 se recibió un escrito de Jazz Telecom, S.A.U. (en adelante, Jazztel) que solicita que se prohíba la comercialización de *Movistar Fusión* a clientes precios de Movistar sujetos a un compromiso de permanencia. Asimismo, solicita la modificación del test de replicabilidad empleado por la CMT.

**SEXTO.-** Con fecha 16 de octubre de 2012 esta Comisión recibió cuatro escritos procedentes de Telecaravaca, S.L., Importevidio, S.A., Televisión Trujillo, S.L. y Teleporte, S.L., mediante los cuales estos operadores solicitan de la CMT la revisión de la oferta *Movistar Fusión*, así como la paralización de la citada oferta hasta que la CMT dictamine de nuevo sobre la replicabilidad del producto. Con posterioridad, se sumaron a la solicitud anterior los operadores Ilorci TV, S.L., TV Horalada Mar Menor, S.L., Teleast Digital, S.L.U., Internet Vega Baja, S.L., Televisión Horalada, S.L., Concisa Marketing y Comunicación, S.L., TV Horalada Multimedia, S.L., Tele Alhama, S.L., Teledistribución Totana, S.L., Antenas Moly, S.L, Virson Comunicaciones, S.L., Josefa Ruiz Bernal, y Suis Boga Telecom, S.L.

**SÉPTIMO.-** El día 19 de octubre de 2012 la CMT recibió un escrito de France Telecom España, S.A.U. (en adelante, FTES) que manifiesta la posición de este operador a propósito de *Movistar Fusión*. En opinión de FTES, el empaquetamiento *Movistar Fusión* es irreplicable de acuerdo a las condiciones mayoristas vigentes. En consecuencia, este operador insta a la CMT a que paralice la comercialización de *Movistar Fusión* y a que modifique las ofertas mayoristas vigentes. Asimismo, solicita que las ofertas *Movistar Fusión* sólo puedan tener asociado un contrato móvil y que se excluya la Liga de Campeones de la oferta *Movistar Fusión* con TV.

**OCTAVO.-** El 30 de octubre de 2012 tuvo entrada en el registro de esta Comisión un escrito de Vodafone España, S.A.U. por el que se solicita la paralización de la modalidad 10Mb de la oferta *Movistar Fusión*, por considerarla irreplicable.

De manera subsidiaria, solicita que la CMT acuerde de manera inmediata (i) la bajada del precio del servicio mayorista de acceso indirecto, eliminando el "mark up" que la CMT aplica sobre los costes de Telefónica para fijar el precio mayorista del servicio; (ii) el mantenimiento de los precios del servicio mayorista de acceso directo (actualmente) vigentes; (iii) una



bajada del recargo del servicio de acceso de banda ancha sin acceso telefónico (“naked”) orientándolo a costes y no aplicando *mark up* alguno.

**NOVENO.-** Mediante escrito de 13 de noviembre de 2012, FTES amplió el contenido de su denuncia, aportando información adicional sobre sus costes de comercialización minorista y sus cálculos de replicabilidad de *Movistar Fusión* a partir de sus propios costes. Además, FTES valoraba el efecto de *Movistar Fusión* en los mercados minoristas de banda ancha y voz móvil.

**DÉCIMO.-** Con fecha 20 de noviembre de 2012 esta Comisión requirió a TESAU determinada información sobre *Movistar Fusión*, relativa a su número de clientes, los perfiles de tráfico móvil de sus clientes y sus costes de comercialización minorista. Con posterioridad, mediante requerimientos adicionales de 21 de diciembre de 2012, y 18 de enero de 2013, 28 de febrero de 2013 y 24 de abril de 2013, se solicitó a TESAU que actualizara la información suministrada.

**UNDÉCIMO.-** Dada la existencia de una identidad sustancial e íntima conexión entre el contenido de las denuncias precitadas y la revisión semestral del análisis de replicabilidad de los productos y paquetes de TESAU, y de conformidad con lo previsto en el artículo 73 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (en adelante, LRJPAC), esta Comisión acordó tramitar las denuncias mencionadas anteriormente en el marco del presente procedimiento administrativo. Dicho acuerdo fue notificado a los operadores denunciados el día 21 de noviembre de 2012.

**DUODÉCIMO.-** Con fecha 4 de diciembre de 2012 Vodafone presentó un escrito en el registro de esta Comisión en el que actualizaba el ejercicio de replicabilidad que había presentado anteriormente.

**DECIMOTERCERO.-** El día 19 de diciembre de 2012 tuvo entrada en el registro de esta Comisión un oficio de TESAU en el que, entre otros aspectos, solicitaba que la CMT desestimase las medidas cautelares solicitadas por los diferentes operadores denunciados.

**DECIMOCUARTO.-** Dada la complejidad del procedimiento y la necesidad de que los datos acerca de *Movistar Fusión* cubrieran un arco temporal suficiente para poder extraer conclusiones sólidas, el 21 de diciembre de 2012 la CMT acordó la ampliación del plazo previsto para la resolución del expediente.

**DECIMOQUINTO.-** Con fecha 28 de marzo de 2013 se puso a disposición de los interesados en el proceso el informe de audiencia realizado por los Servicios de la CMT. En dicho informe se otorgó un plazo de 10 días para que éstos realizaran alegaciones.

**DECIMOSEXTO.-** Entre los días 12 y 25 de abril de 2013 tuvieron entrada en el registro de la CMT las alegaciones de los operadores Jazztel, TESAU, Vodafone y FTES.

**DECIMOSÉPTIMO.-** El día 6 de mayo de 2013 tuvo entrada en el Registro de la CMT un escrito que daba respuesta al requerimiento de información semestral correspondiente al periodo comprendido entre el 1 de mayo y el 31 de octubre de 2012.



A los anteriores Antecedentes de Hecho le son de aplicación los siguientes

## FUNDAMENTOS DE DERECHO

### I HABILITACIÓN COMPETENCIAL

El artículo 3 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones (LGTel) fija, entre otros, como objetivos de la Ley los siguientes:

*“a) Fomentar la competencia efectiva en los mercados de telecomunicaciones y, en particular, en la explotación de las redes y en la prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas y en el suministro de los recursos asociados a ellos, velando por que no exista falseamiento ni restricción de la competencia en la explotación de redes o en la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, incluida la transmisión de contenidos”.*

De conformidad con lo establecido en el artículo 48.3 de la LGTel, *“la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones tendrá 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 servicios audiovisuales, conforme a lo previsto en su normativa reguladora y en el apartado 1 del artículo 10 de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía sostenible, la resolución de los conflictos entre los operadores y, en su caso, el ejercicio como órgano arbitral de las controversias entre los mismos.”*

Entre las funciones que la LGTel otorga a esta Comisión está, en el artículo 48.4 e), la de *“adoptar las medidas necesarias para salvaguardar la pluralidad de la oferta del servicio, el acceso a las redes de comunicaciones electrónicas por los operadores, la interconexión de las redes y la explotación de red en condiciones de red abierta, y la política de precios y comercialización por los prestadores de los servicios...”*.

Asimismo, el artículo 48.4 de la LGTel establece que, en las materias de telecomunicaciones reguladas en esta Ley, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones ejercerá, entre otras, la siguiente función:

*“g) Definir los mercados pertinentes para establecer obligaciones específicas conforme a lo previsto en el capítulo II del título II y en el artículo 13 de esta ley.”*

La CMT, en las Resoluciones de 22 de enero de 2009 (mercados 4-5) y de 13 de diciembre de 2012 (mercado 1), impuso a TESAU la prohibición de comercializar ofertas minoristas que impliquen riesgos para la libre competencia, como pudieran ser reducciones de precios anticompetitivas, empaquetamientos abusivos o injustificados, prácticas discriminatorias o cláusulas contractuales abusivas.

A estos efectos, los citados análisis de mercado establecieron que la evaluación de las eventuales prácticas anticompetitivas anteriores se realizaría de acuerdo con los



procedimientos de valoración propios de intervención ex ante que las ANRs sectoriales tienen atribuidos. En particular, en el caso de los servicios afectados, se señalaba que “*serán de aplicación las disposiciones contenidas en la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (MTZ 2006/1486), así como sus sucesivas actualizaciones*”.

## **II ACTUALIZACIÓN DE LOS PARÁMETROS APLICABLES EN EL ANÁLISIS EX ANTE DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TESAU**

El objeto de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas minoristas de TESAU es clarificar los instrumentos que utiliza la CMT para analizar si las mismas son consistentes con las obligaciones impuestas a dicho operador en el análisis de los mercados pertinentes en lo que se refiere a la replicabilidad económica de las ofertas minoristas, aumentando de esta forma 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, en un análisis ex ante, como prácticas susceptibles de producir efectos anticompetitivos.

Dada la rápida evolución de los mercados de comunicaciones electrónicas y de la acción comercial de TESAU, la propia Resolución de 26 de julio de 2007 previó la necesidad de su revisión de forma periódica con el fin de adaptar los parámetros relevantes a los datos más actualizados posibles. Por tanto, en primer lugar, la presente Resolución viene a actualizar los flujos de costes e ingresos considerados para modificar, en su caso, el Valor Actual Neto (en adelante, VAN) correspondiente a los diferentes productos minoristas de TESAU.

En segundo lugar, se actualizan las ofertas minoristas incluidas en el Anexo 4 de la citada Resolución de 26 de julio, incluyendo, en caso de superar el umbral mínimo fijado en dicha Resolución, aquellas ofertas significativas que TESAU ha lanzado desde la aprobación de la primera Resolución.

En el Anexo I de la presente Resolución se encuentran los resultados de dichas actualizaciones.

## **III REVISIÓN DE LAS CUOTAS MENSUALES DE TESAU**

En la revisión de la metodología realizada en el marco del expediente AEM 2011/896 la CMT analizó la problemática identificada en el catálogo comercial de TESAU motivada por la concurrencia de modalidades de productos idénticas con diferentes precios. Un ejemplo representativo era el empaquetamiento de doble oferta con conectividad de 10Mb de velocidad, que se comercializaba bajo tres denominaciones con precios diferentes (*Dúo 10Mb económico, Dúo 10Mb y Dúo hasta 10Mb*). De entre estas tres modalidades era de esperar que un consumidor racional eligiera el producto que ofrecía las mismas prestaciones pero a un precio menor.

Con el objetivo de eliminar diferencias injustificadas en el análisis de productos equivalentes, adecuarlo a la realidad comercial y evitar comportamientos tácticos del operador de carácter



potencialmente perjudiciales para la competencia, la CMT optó por unificar el análisis de replicabilidad de los productos equivalentes, tomando como referencia aquél con menor precio. Como resultado, y siguiendo con el ejemplo anterior, los productos de doble oferta de 10Mb tienen un VAN único que se basa en la modalidad *hasta 10Mb*, que es la que presenta menor precio.

En esta misma Resolución se determinó que determinados productos o paquetes que ofrecían diferentes prestaciones por un mismo precio serían también objeto de un análisis conjunto, basado en este caso en el paquete que ofreciera mayores prestaciones. En particular, se acordó integrar el análisis de los paquetes con *Tarifa Plana Nacional y Tarifa Plana Nacional con fijo-móvil en fin de semana*. Un cliente no vería incrementado su precio en caso de optar por la tarifa plana de voz que añade mensualmente una franquicia de 500 minutos para llamadas a móviles en fin de semana, en vez de aquélla que no la incluye, por lo que se consideró justificado su análisis conjunto. Siguiendo el mismo criterio, se agrupó el análisis de las modalidades 1Mb, 3Mb y 6Mb, todas ellas con el mismo precio nominal, tomando como referencia el servicio de conectividad a 6Mb.

Esta integración de productos supuso una reducción del número total de productos analizados del 87,5%, pasando de 10.400 a 1.300. La integración, además, adecuó el análisis de la CMT a la realidad del mercado y previno que TESAU llevara a cabo determinados comportamientos estratégicos que fueran potencialmente perjudiciales para la competencia y que resultaran difícilmente detectables por la CMT.

Una vez expuesto el criterio de la CMT a partir del cual se lleva a cabo un análisis agrupado de ciertos productos, resulta preciso abordar el tratamiento del incremento de la cuota mensual de las modalidades *hasta 6Mb*, que pasan a tener el mismo precio que las modalidades *hasta 10Mb*.

De manera complementaria, cabe señalar que la estrategia actual de TESAU gira en torno a la conectividad *hasta 10Mb*, que tiene vocación de constituirse en el escalón más básico del catálogo comercial de este operador. Por ejemplo, en la web del operador no se ofrece ningún producto de velocidades inferiores a 10Mb. Atendiendo a las cifras de captación de clientes, se constata que las velocidades inferiores a 10Mb representan un porcentaje cada vez menor, que actualmente se sitúa en el **[CONFIDENCIAL]** del total. Esta tendencia también se ve reflejada en la cantidad de ofertas promocionales lanzadas al mercado de modalidades por debajo de los 10Mb, que ha pasado del **[CONFIDENCIAL]** en el año 2011 al **[CONFIDENCIAL]** en 2012. Por el contrario, las velocidades más elevadas han aumentado tanto su cuota de captación como la intensidad promocional de la que son objeto.

En atención a la caracterización del mercado minorista actual, esta Comisión considera apropiado extender la aplicación del criterio expresado en la Resolución adoptada en el marco del expediente AEM 2011/896 a las velocidades inferiores a 10Mb. En consecuencia se procederá a integrar el análisis de replicabilidad de las modalidades con velocidades *1Mb, 3Mb y 6Mb* dentro de la modalidad de *hasta 10Mb*.



## IV PROMOCIONES SOBRE LA LÍNEA DE ACCESO TELEFÓNICO

### *IV.1 Compatibilidad de las promociones de banda ancha y acceso.*

Considerando la situación competitiva del mercado minorista de banda ancha, en la resolución AEM 2011/896 la CMT concluyó que los operadores basan su estrategia comercial en ofertas que incluyen la línea de acceso y el servicio de banda ancha. Por esta razón, el análisis de replicabilidad se modificó a fin de considerar la totalidad de ingresos y los costes asociados a la comercialización conjunta de ambos servicios. Dicho en otros términos, el cálculo del VAN del servicio de banda ancha introdujo como novedad la consideración del margen aportado por el servicio de acceso, pues se presume que la conectividad de banda ancha siempre se provee a la vez que el acceso telefónico. Cuando el acceso se comercializa de manera independiente a la banda ancha, el servicio es también objeto de un análisis de replicabilidad separado, que se materializa en la determinación de un VAN específico.

Esta modificación tiene implicaciones a la hora de valorar las ofertas que recaen sobre la línea de acceso. De manera habitual, TESAU promociona el alta en la línea de acceso tanto a clientes que sólo tienen contratado el servicio de acceso como a aquellos otros que lo tienen contratado junto al servicio de acceso a Internet de banda ancha. Esta situación crea un problema de identificación a la CMT ya que no es posible analizar, a priori, si el cliente que se da de alta en un servicio de banda ancha contrata de manera simultánea el servicio de acceso a la RTB.

Así, siempre que está vigente una promoción sobre la línea de acceso RTB se realiza un análisis paralelo: por un lado, se contrasta su coste promocional con el VAN específico de la línea de acceso; por otro lado, el cálculo del coste de las ofertas promocionales que recaen sobre productos de banda ancha añade el coste correspondiente a la promoción sobre la línea de acceso. Es decir, en los análisis de promociones dirigidas a nuevos clientes de banda ancha se imputa, por defecto, y con una aproximación conservadora al objeto de evitar una situación de falta de replicabilidad, el coste del alta gratis del servicio de acceso, y el coste agregado se contrasta con el VAN del producto de banda ancha. Este mecanismo es el que se estableció en la Resolución adoptada en el marco del expediente AEM 2011/896.

Sin embargo, recientemente, TESAU ha comunicado promociones sobre la línea de acceso RTB diferentes a las que meramente eximen al cliente de la cuota de alta de línea. Por ejemplo, se están comercializando promociones de retención, dirigidas a clientes ya existentes, o también otras promociones que reducen a la mitad la cuota mensual de este servicio.

El aumento en la complejidad de las promociones sobre la línea de acceso dificulta el control por parte de la CMT a través del mecanismo anteriormente descrito, basado en comunicaciones generales. Por ello resulta preciso ajustar el criterio de comunicación para adecuarlo con el límite promocional específico respecto del cual debe ser contrastado, de la siguiente manera:



- Las promociones sobre la línea de acceso compatibles con el servicio de banda ancha se han de comunicar asociadas al servicio de banda ancha, y se analizarán conforme al VAN correspondiente (que, como se ha mencionado, incorpora el margen correspondiente al acceso telefónico).
- Las promociones sobre la línea de acceso que resulten incompatibles con el servicio de banda ancha seguirán siendo comunicadas de manera separada, y su replicabilidad tomará como referencia el VAN del servicio de acceso individualmente considerado. Cabe remarcar que, en este caso, el oficio remitido por el operador deberá indicar claramente la incompatibilidad de esta promoción con cualquier promoción realizada en los paquetes de banda ancha. Es decir, la promoción puede ser suscrita por aquellos clientes que tengan contratado únicamente el servicio de acceso -y tráfico de voz- con TESAU.

#### **IV.2 Promociones sobre acceso telefónico dirigidas a clientes en planta.**

En la Resolución adoptada en el marco del expediente AEM 2009/1106 se estableció un sistema de promociones máximas que tenía como objetivo establecer un límite en las promociones que puede realizar el operador a los clientes que tenga en su planta. Estas promociones son de dos tipos: promociones de retención y promociones de migración. Las primeras tienen por objeto evitar la baja del cliente o fidelizarlo y las segundas pretenden promover la migración de los clientes a servicios que generan mayor ARPU. Inicialmente, las únicas promociones que TESAU lanzaba al mercado eran las ofertas de captación para aumentar su planta de clientes, pero la situación competitiva ha conllevado que este operador tenga que realizar un esfuerzo mayor para mantener su cartera de clientes. Esta situación ha comportado que las promociones de retención y de migración sean una práctica generalizada que TESAU utiliza para hacer frente a sus competidores.

La citada Resolución adoptada en el marco del expediente AEM 2009/1106 abordaba el tratamiento de aquellas ofertas dirigidas a clientes en planta, atendiendo a circunstancias tales como la antigüedad del cliente y el tipo de producto sobre el que recae la migración. El planteamiento del sistema de promociones máximas establecido en la Resolución parte de considerar que el cliente al que se oferta una promoción de retención o de migración contó en su momento con una oferta de captación inicial. Esta promoción que el cliente tuvo inicialmente se identifica con la *promoción máxima*, que se calcula en base a un criterio conservador (es decir, restrictivo para TESAU), a fin de minimizar el riesgo de que la realización de ofertas a clientes en planta genere un resultado contrario a las obligaciones ex ante vigentes.

De acuerdo con la Resolución en el marco del expediente AEM 2009/1106, se entiende “promoción máxima” como aquella disfrutada por el 20% de los clientes adscritos a las promociones de mayor importe. Su cálculo se realiza con los datos obtenidos por esta Comisión en el marco de los requerimientos correspondientes al segundo y tercer semestre anteriores al semestre de referencia (se considera que los clientes adscritos en el semestre anterior estarán disfrutando todavía de la promoción de captación, por lo que no serán objeto de descuentos adicionales).





Promoción Máxima  $t = \text{Importe Medio}$  [20% de clientes con promociones mayores Semestres  $t-2$  y  $t-3$ ]

Una vez calculada la promoción máxima, se definen distintos mecanismos para tratar las ofertas dirigidas a clientes en planta.

En los últimos meses, TESAU ha comenzado a ofrecer a sus clientes en planta de la línea de acceso RTB promociones de retención, consistentes en la reducción de la cuota mensual al 50% durante 12 meses. Este tipo de ofertas constituyen una novedad con respecto a años anteriores, y se fundamentan en el incremento del VAN de la línea de acceso que tuvo lugar tras la Resolución AEM 2012/469. Anteriormente, el VAN de la línea de acceso RTB se situaba en valores muy cercanos al del coste de regalar el alta de este servicio, con lo que no había margen para realizar promociones posteriores. Sin embargo, la mencionada Resolución introdujo como novedad en el cálculo de replicabilidad del servicio de acceso la consideración de los ingresos generados por el tráfico de voz cursado por los clientes de la línea de acceso, así como sus correspondientes costes. De esta manera, el límite promocional – es decir, el VAN – se vio sensiblemente ampliado, posibilitando las promociones de retención.

Si bien los principios contenidos en la Resolución AEM 2009/1106 se fundamentaban en las promociones de retención de banda ancha, el análisis de las promociones de retención que han recaído sobre el servicio de acceso RTB ha aplicado estos mismos principios. No obstante, esta Comisión entiende conveniente clarificar cómo se trasladan los principios de la Resolución AEM 2009/1106 al análisis de las promociones sobre la línea de acceso – comercializada al margen del servicio de banda ancha – dirigidas a clientes en planta:

- a) Cuando se trate de promociones dirigidas a clientes que tienen una antigüedad superior a la permanencia media considerada en el análisis de replicabilidad<sup>1</sup>, a contar desde el momento en que el cliente recibió su última promoción, TESAU podrá agotar el VAN completo del producto, como si se tratara de un cliente nuevo. Esto no obsta para que TESAU tenga que identificar este tipo de promociones, especificando sus destinatarios, cuando sean comunicadas a la CMT.
- b) Las promociones dirigidas a clientes en planta con una antigüedad inferior a la permanencia establecida no podrán exceder la diferencia entre VAN del producto y la promoción máxima que se determine.

## V PROMOCIONES SOBRE EL SERVICIO DE BANDA ANCHA

La Resolución AEM 2009/1106 establecía una regla adicional para las promociones dirigidas a las ofertas de retención – no así para las de migración –, que limitaba el importe del descuento promocional mensual de acuerdo con la siguiente regla:

Promoción Mensual clientes en planta Sin migración  $< (\text{VAN}_{\text{Producto}} - \text{Promoción Máxima})/15$

Con esta limitación se obligaba a distribuir la capacidad de descuento disponible entre los 15 meses de periodo de permanencia restante (las promociones de captación suelen tener un

---

<sup>1</sup> Actualmente está fijada en 72 meses.



descuento durante los 12 primeros meses, y la vida media está fijada en 27). Sin embargo, el seguimiento de la comercialización de las ofertas de retención de TESAU muestra que el importe de las promociones máximas resulta ya un elemento limitativo suficiente de la capacidad promocional de este operador a clientes en planta.

Por tanto, y de cara a fomentar que el usuario final se pueda beneficiar de los mejores descuentos posibles sin alterar las condiciones competitivas del mercado, cabe suprimir esta regla complementaria en relación con las promociones a clientes en planta.

## VI VALORACIÓN DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN IMAGENIO

### VI.1 Comercialización del servicio Imagenio de TESAU

El servicio *Imagenio* ha ido evolucionando con el paso de los años. Inicialmente, TESAU únicamente comercializaba dos tipos de modalidades: *Imagenio Familiar* e *Imagenio Básico*. Esta oferta se ha ido ampliando y ha incorporado contenidos más atractivos para los consumidores. Por ejemplo, fue especialmente relevante la incorporación a la parrilla de contenidos del canal GoTV, posteriormente sustituido por *Canal Plus Liga*.

Además, en los dos últimos años, TESAU ha lanzado al mercado las modalidades *Imagenio Deportes* e *Imagenio Ocio*. La primera oferta incluye una selección de canales de temática deportiva – entre los cuales se incluye el *Canal Plus Liga* – y la segunda consiste en la comercialización conjunta de un paquete de canales de entretenimiento.

El servicio de televisión Imagenio se comercializa fundamentalmente de manera empaquetada con la banda ancha, y en esta circunstancia reside su consideración en el marco de la metodología. Así, el [CONFIDENCIAL] de los clientes de *Imagenio* lo tienen en forma de paquete *Trío*. Desde la perspectiva inversa, y según recoge el *Informe Anual 2011* publicado por la CMT, el 18,3% de las líneas de banda ancha de TESAU estaban empaquetadas con el servicio de televisión.

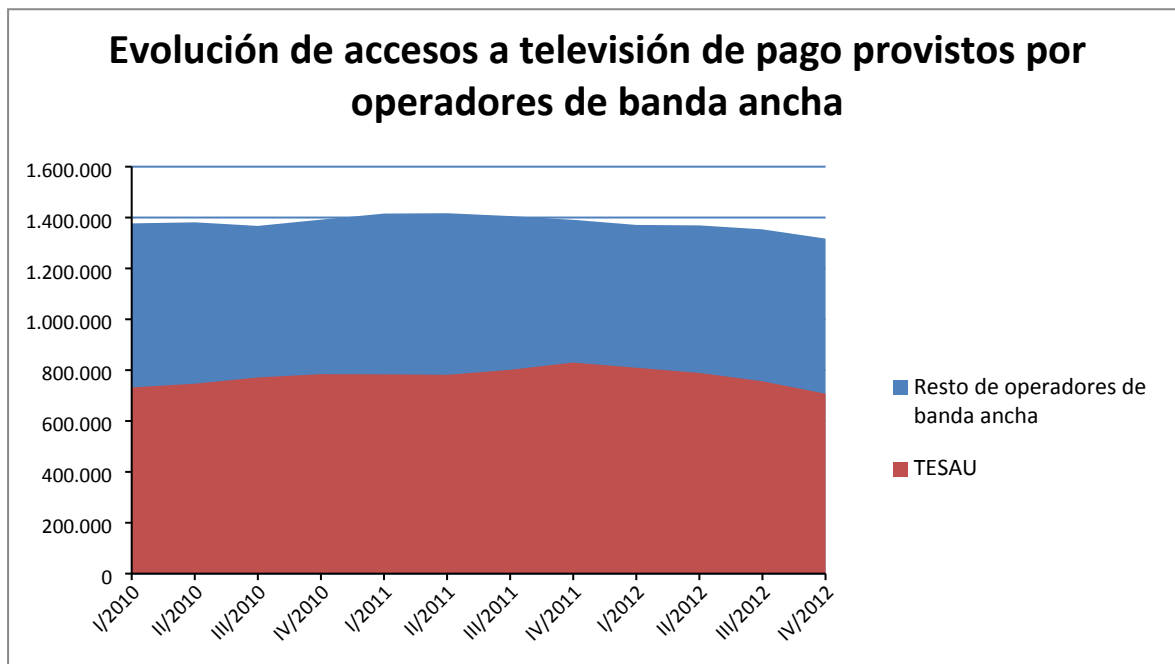
Sin embargo, conviene resaltar que los servicios de televisión de pago no se encuentran regulados, de acuerdo con el análisis de los mercados relevantes. Además, la posición de TESAU, como se verá posteriormente, dista de ser la misma que en la prestación de los servicios de banda ancha, por lo que el tratamiento del servicio Imagenio debe considerar estos aspectos.

En primer lugar cabe decir, en línea con lo señalado por esta Comisión en la Resolución de los mercados 4 y 5, que los servicios de televisión de pago tienen un impacto limitado en la comercialización de los servicios de banda ancha fija. Efectivamente, en el caso de TESAU, el número de altas nuevas – es decir, clientes no procedentes de migración – de paquetes Trío se ha ido reduciendo progresivamente a lo largo de los últimos años, lo que denota que el servicio de televisión tiene una incidencia reducida a la hora de captar nuevos clientes de banda ancha. A modo de ejemplo, entre mayo y octubre de 2012, sólo el [CONFIDENCIAL] de las nuevas captaciones de TESAU contrataron un paquete con *Imagenio*. En el siguiente gráfico, elaborado a partir de la información procedente de los requerimientos de información semestrales, se muestra dicha evolución.



**[CONFIDENCIAL]**

En segundo lugar, la situación económica entre otros factores hace que, a pesar de las actuaciones comerciales llevadas a cabo por los operadores en general, y TESAU en particular, el número total de clientes de televisión de pago prestados por los operadores de banda ancha haya decrecido. En esta tendencia, *Imagenio* no ha sido una excepción, y su planta de clientes se ha venido reduciendo desde 2011, como se observa en el gráfico siguiente.



En definitiva, puede comprobarse que el incremento general en el mercado del número de líneas de banda ancha no ha visto correspondencia en la evolución del servicio de televisión de pago que se presta sobre ellas.

Cabe también destacar que TESAU debe competir en este mercado con otras plataformas. De hecho, este operador no cuenta, en el mercado de televisión de pago, con la ventaja competitiva que tiene como proveedor de servicios de banda ancha. Además, existen otras plataformas que compiten con este operador, y que no son proveedores de servicios de banda ancha pero que tienen una posición relevante en el mercado de televisión de pago. De acuerdo a la información del *IV Informe Trimestral 2012* de la CMT, la cuota de mercado de TESAU en el mercado de televisión de pago es 17,38% (en términos de líneas), inferior a la de ONO (21,45%) o Digital + (42,61%).

Finalmente se ha de tener en cuenta que la competencia entre plataformas de televisión de pago – independientemente del medio de acceso – depende, en parte, de la capacidad de adquisición de contenidos atractivos para el usuario. Los costes que afrontan tanto TESAU como el resto de proveedores de servicios de televisión de pago dependerán de estos precios y que, en muchas ocasiones, en particular, en lo referente a los contenidos *Premium*, exigen importantes desembolsos de cuantía fija.



En estas condiciones es preciso destacar que los costes sobre los que se basó el Informe de audiencia de los Servicios de la CMT podrían estar sesgados al alza sobre los que cabría esperar en una situación de mercado en la que la demanda fuera suficiente para alcanzar la escala mínima eficiente y en la que la adquisición de estos contenidos resultara económicamente rentable.

Por tanto, esta Comisión considera que la valoración del servicio de televisión *Imagenio* que se realice en el marco de la metodología ha de tener en consideración los aspectos anteriores.

## **VI.2 Valoración del servicio de televisión *Imagenio***

Hasta ahora, el análisis de replicabilidad de los paquetes que incluían *Imagenio* imputaba a este servicio un coste igual al precio incremental de pasar de un paquete sin *Imagenio* a otro, de prestaciones equivalentes, pero que añadía este servicio. Es decir, la CMT ha valorado el servicio *Imagenio* considerando el precio que soporta un consumidor por añadir el servicio de televisión a su paquete *Dúo*.

Sin embargo, como se ha comentado anteriormente, la estructura de comercialización del servicio de televisión de TESAU se ha vuelto más compleja, y la valoración anterior conducía a resultados inconsistentes con posibles cambios de precio o modificaciones en la oferta de contenidos. Esta circunstancia impide continuar con el sistema que se ha seguido hasta el momento para aproximar el coste de *Imagenio* cuando se empaqueta con el servicio de banda ancha. , En el Informe de los Servicios sometido a audiencia, se proponía que los servicios de televisión *Imagenio* se valorasen de acuerdo a los costes subyacentes de prestación. Sin embargo, y en base a las consideraciones recogidas en el apartado anterior, esta Comisión considera que, la revisión de la valoración del servicio de televisión *Imagenio* que se realice en el marco de la metodología ha de atender a las particularidades del mercado de televisión de pago y a su contexto competitivo. Esta Comisión considera que las circunstancias anteriores hacen que los costes actuales pudieran no ser la mejor referencia para esta revisión, en la medida en que la situación económica y competitiva requiera de acciones comerciales más agresivas para recuperar cierta masa crítica que tanto TESAU como el resto de operadores están perdiendo, de acuerdo con los datos anteriores. Sin embargo, esta aproximación alternativa no puede tener como consecuencia la obtención de ventajas adicionales para TESAU, principalmente en forma de un mayor VAN, que pueda ser aprovechada a la hora de competir en el mercado de banda ancha.

Esta Comisión considera que tal equilibrio se obtiene si la incorporación del servicio de televisión a los paquetes de banda ancha tiene un efecto neutro sobre la capacidad de comercialización de estos servicios, de manera que los análisis de replicabilidad no se vea afectado por la incorporación o no del servicio de televisión. En consecuencia, el VAN de los empaquetamientos Trío se asimilará al de los empaquetamientos Dúo correspondientes.

Cabe precisar que la adopción de este criterio supondrá el establecimiento, por parte de esta Comisión, de determinadas salvaguardas con el objeto de garantizar el respeto a los principios de la metodología.



En primer lugar, todos aquellos regalos o descuentos promocionales que recaigan sobre empaquetamientos Trío serán contrastados con el VAN que corresponda, aunque éstos se presenten comercialmente como asociados al componente *Imagenio*.

En segundo lugar, las previsiones anteriores serán de aplicación en tanto que los precios de los Dúos y Tríos guarden cierta consistencia entre ellos, entendiéndose esta Comisión que las distintas modalidades del servicio *Imagenio* se deben incorporar sobre un paquete Dúo previamente comunicado a esta Comisión. Así, hasta el momento, los precios incrementales de cada una de las modalidades del servicio *Imagenio* – Familiar, Deportes, Ocio – han guardado cierta coherencia con respecto al precio de los paquetes de Dúo. Por ejemplo, añadir *Imagenio Familiar* a un paquete Dúo de banda ancha supone un incremento en el precio de 29,90 euros, con independencia del paquete Dúo de origen<sup>2</sup>. En el hipotético caso de que TESAU modificara los precios incrementales del servicio *Imagenio*, esta Comisión evaluará su consistencia con respecto a los servicios de banda ancha, determinando, en su caso, un VAN diferente.

Finalmente, esta Comisión también velará por que exista cierta proporcionalidad entre el precio de las diferentes modalidades de *Imagenio* y los contenidos ofrecidos.

## **VII REPLICABILIDAD DE MOVISTAR FUSIÓN**

### **VII.1 Denuncias de los operadores**

#### **VII.1.1 Replicabilidad de Movistar Fusión 10Mb**

Como se ha detallado en los Antecedentes de Hecho, diferentes operadores alternativos han denunciado la presunta falta de replicabilidad económica del producto de TESAU *Movistar Fusión* (en su modalidad general) y solicitan a la CMT que se paralice su comercialización. Dentro del grupo de operadores denunciadores, Vodafone y FTES aportan los cálculos a través de los cuales justifican sus argumentos.

En este sentido, Vodafone realiza un ejercicio de determinación de la emulabilidad de *Movistar Fusión* que se fundamenta en las especificaciones de la Metodología utilizada por la CMT y en sus datos internos. Según sus estimaciones, el VAN de *Movistar Fusión* es de - 82,94 euros<sup>3</sup>. Apoyándose en este resultado, Vodafone califica la comercialización de *Movistar Fusión* como una práctica contraria a la regulación sectorial.

No obstante, una vez realizado su análisis, Vodafone cree preciso destacar que el cálculo del VAN de *Movistar Fusión* presenta una enorme sensibilidad a los perfiles de uso utilizados para el tráfico móvil. Por este motivo, Vodafone considera fundamental que los análisis de replicabilidad que realice la CMT no se basen en información sobre consumos

---

<sup>2</sup> Como excepción, de escasa relevancia, cabría citar un cliente de *Movistar Fusión* que tiene un precio incremental por añadir el servicio *Imagenio* de 10 céntimos de euro superior que en el caso general.

<sup>3</sup> Según los cálculos actualizados en su segundo escrito de denuncia de 17 de diciembre.



previstos de tráfico móvil que aporte TESAU, sino en los tráficos reales de las tarifas de servicios móviles de prestaciones asimilables a las ofrecidas por *Movistar Fusión*. De manera adicional, Vodafone arguye que TESAU tiene una gran ventaja a la hora de lograr que sus ofertas minoristas superen el test de replicabilidad, pues es la única que conoce todas las variantes del mismo y la que aporta todos los datos de los que se nutre la metodología. A este respecto, Vodafone pone en duda la capacidad de la CMT para comprobar que la información aportada por TESAU sea correcta.

Con independencia de lo mencionado en el párrafo anterior, Vodafone sostiene que la CMT debería haber hecho públicos los datos e hipótesis que ha tenido en cuenta en la aplicación del test de replicabilidad así como los argumentos, datos y razones por los que considera que el empaquetamiento denunciado es replicable.

Por su parte, FTES también aporta el resultado del cálculo de replicabilidad de *Movistar Fusión* de acuerdo a una serie de hipótesis y utilizando su propia información, aunque en vez de concretar su cálculo en la determinación de un VAN, lo expresa a través de la determinación de un margen mensual del servicio. Considerando que la permanencia de un cliente es 27 meses – la utilizada en el marco de la metodología –, *Movistar Fusión* obtendría márgenes negativos, de diferente cuantía según se preste el servicio a través de bucle completamente desagregado, bucle compartido o acceso indirecto<sup>4</sup>.

FTES considera que la metodología ex ante podría estar infravalorando el impacto de determinados costes que forman parte del análisis de emulabilidad. Este denunciante opina que la metodología podría estar empleando unos costes no recurrentes incorrectos, pues éstos se consideran conforme a tasas de *churn* del operador incumbente, que son históricamente más reducidas que las de los operadores alternativos. Por otro lado, FTES añade que los costes minoristas recurrentes también pueden estar infravalorados en el análisis de replicabilidad, y lo argumenta señalando que el Sistema de Contabilidad de Costes de TESAU sobrepondera los costes medios de gestión de abonados atribuidos a la conectividad de banda estrecha en detrimento de los costes imputables a los servicios de banda ancha, que se ven reducidos. Para realizar sus cálculos, FTES se apoya en el Informe relativo a la determinación del coste neto del Servicio Universal para el año 2010.

Los diferentes operadores locales señalan que el análisis de *Movistar Fusión* sólo ha tenido en cuenta los operadores que utilizan el servicio mayorista de TESAU, pero que no se ha analizado el mercado de los operadores locales de telecomunicaciones con red propia. Según argumentan, el escaso margen de beneficio que obtienen por la prestación de sus servicios hace imposible igualar los precios de *Movistar Fusión*.

Por su parte, en su escrito de 20 de diciembre de 2012, TESAU alega que (i) *Movistar Fusión* se ajusta a las previsiones de la Metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de TESAU (ii) en lo que se refiere al carácter del empaquetamiento, se ha aplicado un test de replicabilidad conjunta para el análisis de los empaquetamientos de

---

<sup>4</sup> Según el escrito presentado el 13 de noviembre, los márgenes calculados por FTES son: -7,98 euros mensuales cuando el servicio se presta a través de ULL, -11,55 si se presta mediante bucle compartido y -15,97 cuando se recurre al servicio mayorista de acceso indirecto.



acceso y tráfico, conforme a lo establecido en las Resoluciones en el marco de los expedientes AEM 2009/1106 y AEM 2011/896. Sobre la solicitud de los operadores locales de cable, TESAU recuerda que el fin de la metodología es que los operadores alternativos puedan reproducir de manera rentable las ofertas minoristas con el operador con PSM empleando los servicios mayoristas que éste proporciona. Por tanto, los costes en los que incurren los operadores que despliegan sus propias redes de banda ancha son un elemento que queda al margen del análisis.

### **VII.1.2 Replicabilidad de Movistar Fusión Fibra**

En su escrito de 8 de octubre, Vodafone recuerda que el único servicio mayorista impuesto a TESAU para la provisión mayorista de servicios de banda ancha a través de redes de fibra óptica (NEBA) está limitado a 30Mbps, con lo cual no hay posibilidad técnica de replicar los 100Mbps de *Movistar Fusión Fibra*. Además, Vodafone considera que *Movistar Fusión Fibra* no puede ser replicado ni siquiera a partir de la modalidad 30Mbps del NEBA, en este caso debido a los precios de esta oferta mayorista<sup>5</sup>. La imposibilidad que tienen los operadores alternativos de replicar la modalidad sobre fibra de *Movistar Fusión* justifica, en opinión de Vodafone, que la CMT paralice la comercialización de esta oferta.

De manera adicional, Vodafone solicita la imposición a TESAU de una obligación consistente en la provisión de un servicio mayorista sobre fibra sin limitación de velocidad que permita la replicabilidad de las ofertas comercializadas por Telefónica mediante la adopción de una medida cautelar en el marco del procedimiento de definición y análisis de los mercados 4 y 5.

FTES también hace referencia a la ausencia de una modalidad mayorista que posibilite la replicabilidad de *Movistar Fusión Fibra*. Según sostiene este operador, en ausencia de funcionamiento efectivo de las medidas previstas en el mercado 4 para el desarrollo de redes de fibra alternativas a las del incumbente, el lanzamiento por TESAU de la oferta *Movistar Fusión Fibra*, a unos precios que se sitúan al nivel de los precios de las ofertas xDSL de los operadores alternativos, supone un incumplimiento de la obligación de no discriminación impuesta por la CMT en el ámbito de los mercados 4 y 5 de banda ancha tradicional. Más allá de lo anterior, FTES apunta que ni siquiera los precios mayoristas aprobados cautelarmente para NEBA serían suficientes para garantizar la emulabilidad económica de *Movistar Fusión* en el hipotético caso de que estuviera técnicamente disponible un servicio mayorista de fibra 100Mbps.

Amparándose en los argumentos expuestos, FTES también solicita a esta Comisión que paralice la comercialización de *Movistar Fusión Fibra*. Además, este operador exhorta a la CMT a que, con carácter cautelar, obligue a TESAU (i) a proporcionar el acceso inmediato a las verticales que tiene desplegadas en condiciones no discriminatorias y razonables,

---

<sup>5</sup> Vodafone sustrae a los 59,90 euros de cuota mensual de *Movistar Fusión Fibra* la cantidad de 20 euros, que identifica con el precio del componente móvil, de manera que determina un precio implícito de 39,90 euros para el servicio de fibra. Este operador estima que el precio mayorista NEBA de un servicio de banda ancha sobre fibra de 30Mbps es de [CONFIDENCIAL] euros mensuales, y esta cantidad no permite que haya margen suficiente como para prestar el servicio minorista de fibra de manera rentable.



estableciendo en su caso un precio de acceso a verticales, y (ii) a que, en el plazo de un año, disponga de un servicio NEBA con entrega local en las zonas donde no haya despliegues alternativos de fibra. Subsidiariamente, FTES propone la habilitación de un servicio mayorista de acceso indirecto de fibra a 100 Mbps entregado sobre el servicio ADSL IP actual a un precio razonable y no discriminatorio.

### **VII.1.3 Aspectos específicos relativos a la replicabilidad de Movistar Fusión**

Aparte de la replicabilidad general del empaquetamiento denunciado, ciertos operadores realizan apreciaciones específicas sobre el carácter presuntamente anticompetitivo de determinados aspectos conexos a la comercialización de *Movistar Fusión*, que pasan a exponerse a continuación.

#### **VII.1.3.1 Componente móvil de Movistar Fusión**

Xfera, Vodafone y FTES sostienen que la prestación del componente móvil de *Movistar Fusión* arroja márgenes negativos, aunque justifican esta afirmación de diferente manera.

En primer lugar, Xfera y Vodafone valoran el componente móvil de *Movistar Fusión* en 6 euros<sup>6</sup>. Esta cifra es el precio implícito que se obtiene tomando la cuota mensual de *Movistar Fusión* y restando a esta cantidad el precio minorista de la línea de acceso RTB y del *Dúo hasta 10Mb*. Ambos operadores sostienen que este precio implícito no permite cubrir los costes asociados a la prestación del servicio<sup>7</sup>.

A partir de ese precio implícito de 6 euros, Xfera concluye que los precios minoristas que TESAU ofrece a sus clientes son muy inferiores a los precios mayoristas que figuran en los contratos entre TME y los OMV que aloja en su red. Dicho en otros términos, los precios de los servicios mayoristas de datos, SMS y tráfico de voz que TME oferta a sus OMV no permiten igualar, de manera rentable, los precios minoristas ofrecidos por TME a sus clientes de *Fusión*. En consecuencia, sostiene Xfera, TME estaría incumpliendo la obligación de ofrecer precios razonables a la que está sujeta.

FTES manifiesta que las ofertas *Movistar Fusión* se configuran como las únicas en el mercado según las cuales un cliente de banda ancha puede contratar líneas adicionales móviles en condiciones más ventajosas que las tienen el resto de sus clientes. Por otro lado, este operador señala que la prestación del servicio móvil se hace por debajo de costes, cuando no existen elementos que permitan concluir que la prestación del componente móvil es menos costosa a los clientes de banda ancha que al resto de clientes. En concreto, FTES sostiene que el coste del componente móvil de *Movistar Fusión* no podría superar los 14,40 euros mensuales, pues en otro caso TESAU estaría incurriendo en márgenes negativos<sup>8</sup>. De

---

<sup>6</sup> Xfera valora en 9 euros el componente móvil de *Movistar Fusión 10Mb* y en 6 euros cuando éste se integra en la modalidad de fibra. La diferencia entre ambas cantidades se explica por un pequeño error de cálculo en las estimaciones que hace el operador del componente móvil de la modalidad *Movistar Fusión 10Mb*.

<sup>7</sup> Xfera identifica el servicio móvil incluido en *Movistar Fusión* con la tarifa *Habla y Navega 50*.

<sup>8</sup> A partir del VAN del *Dúo 10Mb* FTES deduce que el coste promediado de prestación del





acuerdo con este operador, el coste mensual del servicio móvil integrado en *Movistar Fusión* asciende a **[CONFIDENCIAL]** euros por cada línea vinculada, de manera que TESAU no obtiene la rentabilidad que se le exige al producto. Sostiene también FTES que el déficit se incrementa por cada contrato móvil añadido, pues el incremento de cuota de 20 euros por vincular a *Fusión* una línea móvil adicional es una cantidad inferior al coste por cada línea añadida. Por las razones expuestas, FTES solicita a la CMT la limitación de las ofertas *Movistar Fusión* a un solo contrato móvil.

#### VII.1.3.2 Aspectos relativos a la subvención de terminales

FTES destaca que los clientes de *Movistar Fusión* tienen acceso a unos precios reducidos en la adquisición de terminales móviles con respecto a la generalidad de clientes. Por ejemplo, los precios del *iPhone 5* y del *BlackBerry Curve 9300* ven reducido su precio en, respectivamente, 13 y 75 euros en relación al PVP general. FTES solicita que estos descuentos sean incluidos en el test de análisis de replicabilidad.

#### VII.1.3.3 Replicabilidad del servicio de televisión Imagenio

FTES se refiere también a las modalidades de *Movistar Fusión* que incluyen el servicio de televisión *Imagenio Familiar* por un precio adicional de 30 €/mes. Dicha oferta incluye 70 canales temáticos, *Canal+ Liga*, así como *Canal + Liga de Campeones*. Según este operador, este precio de 30 euros mensuales contrasta con el que ofrecen sus competidores por su servicio de televisión. Así, el precio del servicio de televisión de FTES es de 37 €/mes (promocionado a 30 €/mes durante 12 meses), mientras que en el caso de ONO la cuota del servicio de televisión se sitúan en los 32 €/mes. En ninguno de los casos se incluye la *Champions*.

Continúa FTES apuntando que la oferta de televisión de TESAU mejora incluso la oferta promocionada que la propia Prisa comercializa mediante satélite a 33,95 €/mes hasta septiembre de 2013 y a 47,85 €/mes a partir de dicha fecha (con 18 meses de compromiso de permanencia). A partir de la oferta minorista de Prisa, FTES valora *Canal + Liga* en 4,95 €/mes durante el período promocionado y después a 8,95 €/mes.

Por otro lado, y de acuerdo con este denunciante, el coste total mensualizado de los contenidos incluidos en el paquete asciende a **[CONFIDENCIAL]** euros mensuales, sin incluirse en esta cantidad el coste correspondiente a la *Liga de Campeones*.

Apoyándose tanto en la oferta de los competidores como en el coste estimado de los contenidos, FTES solicita a la CMT que excluya *Canal + Liga de Campeones* de las modalidades de *Movistar Fusión* que incluyen el servicio de televisión.

---

componente fijo de *Movistar Fusión* asciende a 35,6 euros al mes. En consecuencia, el coste máximo del componente móvil no podría superar la diferencia entre los 49,90 euros y los 35,6 señalados (es decir, 14,4 euros mensuales).



#### **VII.1.4 Afectación a la competencia de la comercialización de Movistar Fusión**

Vodafone y FTES realizan una valoración del impacto en el mercado de la comercialización de las diferentes modalidades de *Movistar Fusión*.

De acuerdo con FTES, las nuevas ofertas *Movistar Fusión* obstaculizan de manera seria la competencia. FTES hace notar que las contraofertas de los operadores alternativos entrañan importantes sacrificios económicos, que dichos operadores no pueden igualar las condiciones de *Movistar Fusión* y que sus ofertas no son “ad eternum” como los productos de *Movistar Fusión*, sino que únicamente podrán ser contratadas dentro de una ventana de contratación cerrada.

En cuanto a la oferta de fibra, FTES sostiene que la consecuencia de la comercialización de *Movistar Fusión* es una remonopolización del mercado por parte de TESAU.

FTES considera que la comercialización de *Movistar Fusión* ha supuesto un cambio de tendencia en los indicadores de portabilidad fija dado que ha aumentado la ganancia neta de TESAU de manera muy significativa. Del mismo modo, en cuanto a la portabilidad móvil, las cuotas de donación de Movistar se han reducido, mientras que por otro lado la captación de nuevos clientes ha aumentado. Según FTES, los operadores alternativos podrían perder más de un millón de líneas móviles, que serían asociadas a *Movistar Fusión*.

Vodafone aporta asimismo información sobre el flujo de portabilidades – fijas y móviles – de Vodafone, especificando cuántas de ellas han tenido como destino Movistar, y remarcando un cambio de tendencia que se inicia en el momento de la comercialización de *Movistar Fusión*. Vodafone aporta sus estimaciones acerca de qué proporción de los clientes móviles exportados se dirigen a *Movistar Fusión*, poniendo de manifiesto lo elevado del porcentaje.

Por su parte, los operadores locales con red propia señalan que la inclusión en el mercado de una oferta como *Movistar Fusión* atenta gravemente sobre la libre competencia, pues los operadores locales no podrán replicar sus prestaciones. Estos operadores señalan el grave impacto en el sector que supone la comercialización de *Movistar Fusión*, repercutiendo en la paralización de las inversiones, disminución de plantilla e incluso el cese de la actividad de gran parte de los operadores locales.

Finalmente, TESAU señala que todos los operadores alternativos han modificado su catálogo de ofertas para competir con los productos *Movistar Fusión*, ofreciendo en algún caso mayores velocidades que las que ofrece la propia TESAU. Según este operador, “*cabría entender que anteriormente disponían de margen suficiente para bajar precios y sin embargo no lo hacían en perjuicio de los usuarios*”.

Recuerda el operador denunciado que la competencia en paquetes de banda ancha y tarifas móviles era un hecho antes de la comercialización de *Movistar Fusión*. Otros operadores comercializaban ofertas conjuntas de banda ancha fija y tarifas móviles, con aplicación de descuentos por el hecho de ser clientes del operador en ambos servicios.



TESAU señala que los operadores de cable están en disposición de diferenciarse por la calidad de su servicio, por el empaquetamiento de servicios, o por ambos aspectos, lo cual se traduce en una mayor gama de productos con características novedosas y en una mayor competencia en variables diferentes al precio.

## **VII.2 Análisis de Movistar Fusión**

### **VII.2.1 Consideraciones sobre el test de emulabilidad**

En relación con los diferentes aspectos genéricos aportados por los operadores cabe decir, en primer lugar, que el hecho que TESAU sea el primer operador en lanzar un servicio minorista con precio inferior al general del mercado no puede ser indicativo de la falta de replicabilidad económica en la medida en que su precio puede ser el resultado de unos menores márgenes para la compañía, resultado de una competencia en méritos. Esto es especialmente cierto en un entorno, como el del mercado español, que frecuentemente es señalado por las comparativas europeas por contar con precios minoristas de banda ancha por encima de la media europea. De hecho, como se señalará en detalle posteriormente, a partir de la comercialización de este producto, el resto de operadores han seguido la iniciativa de TESAU, en beneficio de los usuarios finales.

Por otra parte, y en relación con las alegaciones de Vodafone sobre que TESAU cuenta con ventaja al conocer los detalles de la metodología, es importante señalar que, como se ha señalado en el apartado II anterior, uno de los objetivos de la misma es incrementar la seguridad jurídica del operador cuya actividad comercial está sujeta a escrutinio. Por tanto, no es de extrañar que este operador deba contar con la información necesaria sobre el test de emulabilidad económica al objeto de poder diseñar su oferta minorista de forma eficiente.

En relación con el análisis de replicabilidad de *Movistar Fusión* que realizaron los Servicios de esta Comisión en el momento de su comunicación inicial, cabe decir que se ajustó de manera estricta a los criterios contenidos en la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de TESAU. Los cálculos realizados aplicaron los parámetros vigentes, que fueron aprobados en la Resolución de 26 de abril de 2012 (AEM 2012/469). El único aspecto del análisis del empaquetamiento que no podía apoyarse en parámetros previamente aprobados en la metodología era el perfil de consumo de servicios móviles, pues *Movistar Fusión* era un producto nuevo para el que no se contaba con información previa. En este caso, los Servicios de esta Comisión adoptaron unas hipótesis propias, de ninguna manera procedentes de TESAU, y basadas en las características del producto y de sus destinatarios, a la espera de recibir información basada en consumos reales.

En definitiva, esta Comisión considera que debe desestimarse la alusión que realiza Vodafone acerca de la capacidad de TESAU de influir en el resultado del cálculo de replicabilidad, pues éste se basa en unos criterios preestablecidos y aplica de manera directa unos parámetros previamente aprobados por la CMT.

Finalmente, en relación con la denuncia de los diferentes operadores de cable, en la medida en que no utilizan los servicios mayoristas de TESAU, las referencias de sus costes no son



relevantes en el presente procedimiento. Efectivamente, como ya ha señalado esta Comisión<sup>9</sup>, al objeto de “*garantizar la eficiencia global del sistema parece lógico exigir que los operadores nuevos, sin lastres históricos como los de los operadores dominantes, creen unos modelos de negocio por lo menos tan eficientes como el del operador histórico*”. Por tanto, los argumentos esgrimidos por estos operadores deben ser desestimados, en la medida en que sus apreciaciones no se basan en el margen existente entre el servicio minorista *Movistar Fusión* y sus correspondientes mayoristas.

### **VII.2.2 Replicabilidad de *Movistar Fusión* 10Mb**

*Movistar Fusión* es un empaquetamiento que guarda cierta complejidad, pues agrupa bajo una sola cuota mensual servicios correspondientes a los mercados minoristas de acceso a Internet de banda ancha, acceso telefónico y tráfico de voz fija, así como servicios de comunicaciones móviles de voz y banda ancha. La comercialización de *Movistar Fusión* se enmarca en la tendencia que se venía observando entre los operadores que se encuentran de modo simultáneo en los mercados de banda ancha y de telefonía móvil, y que consiste en ofrecer descuentos vinculados en el precio de su servicio de banda ancha a aquellos clientes que también lo sean de su servicio de telefonía móvil. De hecho, la Resolución AEM 2009/1106 abordó el tratamiento de la metodología a los productos convergentes que empaquetan servicios de banda ancha y de telefonía móvil. Ya en 2009, según se justifica en la citada Resolución, la competencia en este tipo de paquetes convergentes fijo y móvil se encontraba suficientemente generalizada. En consecuencia, el análisis que realiza esta Comisión se fundamenta en un test de replicabilidad conjunta.

Por otro lado, la Resolución AEM 2011/896 determinó que la competencia en el mercado minorista de banda ancha se desarrolla a partir de ofertas que incluyen la línea de acceso. Desde la aprobación de esta Resolución, la emulabilidad de los diferentes paquetes de banda ancha se determina teniendo en cuenta, también, el margen aportado por el servicio de acceso RTB.

En definitiva, y de manera coherente con las Resoluciones citadas, el análisis de replicabilidad de *Movistar Fusión* deberá considerar de manera conjunta, la totalidad de ingresos y costes asociados a los diferentes servicios incluidos en el paquete. De acuerdo a la metodología, no resulta procedente realizar un análisis individual a partir de un test de precio implícito, como proponen Xfera y Vodafone en relación al componente móvil del paquete.

La presente Resolución realiza un análisis de replicabilidad de *Movistar Fusión* basado en los datos reales de tráfico y clientes requeridos a TESAÚ en el marco del presente expediente, actualizados a 15 de abril de 2013.

---

<sup>9</sup> Resolución de la CMT de 24 de septiembre de 2002, relativa al recurso de reposición interpuesto por Ono contra el Acuerdo del Consejo de la CMT de 4 de julio de 2002 por el que se resuelve el conflicto de interconexión entre Ono y Telefónica de España, S.A.U.



Para determinar los costes correspondientes al componente móvil se ha requerido a este operador que aporte mensualmente información relativa a los tráficos del componente móvil, sobre los que la CMT no contaba con información previa. En este sentido, esta Comisión coincide con la apreciación de Vodafone sobre la gran sensibilidad del cálculo del VAN de *Movistar Fusión* a los perfiles de tráfico móvil utilizados. Una estimación adecuada de los costes asociados al componente móvil de este empaquetamiento requiere, de manera particularmente relevante, de información precisa acerca de los consumos realizados por sus clientes.

Según se extrae de la información recibida, los tráficos medios por cliente de voz móvil y SMS siguen una evolución estable, sin que se aprecien diferencias intermensuales de relevancia. El siguiente gráfico refleja tal evolución.

**[CONFIDENCIAL]**

El consumo medio mensual de banda ancha móvil se expresa a continuación, y también refleja cierta estabilidad en su evolución intermensual, si bien se observa un paulatino incremento desde su lanzamiento.

**[CONFIDENCIAL]**

La determinación del coste asociado a la prestación del componente móvil se fundamenta en los precios mayoristas que aplica TME a los OMVs que aloja en su red, que han sido también objeto de requerimiento. En función de los tráficos anteriores, y teniendo en cuenta los precios mayoristas tomados como referencia, se puede sostener que un operador alternativo constituido como OMV podría ofertar un paquete convergente con una tarifa móvil con las mismas prestaciones que las de *Movistar Fusión* por un coste mensual de **[CONFIDENCIAL]** euros por cada línea asociada.

**[CONFIDENCIAL]**

Además, de acuerdo con la información aportada por TESAU, cada paquete de *Movistar Fusión* lleva asociadas **[CONFIDENCIAL]** líneas móviles, esto es, no sólo aquella que viene incluida por defecto en el empaquetamiento, sino que un número significativo de usuarios adquieren líneas móviles adicionales. Cada una de estas líneas móviles tiene un precio de 20 euros mensuales. A la vista del coste por línea anterior, se puede concluir que la cuota de 20 euros adicionales resulta suficiente para cubrir el coste asociado a la prestación del servicio y obtener márgenes positivos. Por tanto, los cálculos basados en los tráficos reales de los clientes del empaquetamiento denunciado refutan los realizados por FTES, que apuntaban a un margen negativo de cada línea móvil adicional, y sobre cuya base este operador solicita a la CMT que limite las posibilidades de vinculación del servicio a un solo contrato móvil. No obstante lo anterior, esta Comisión recuerda que el análisis de replicabilidad se realiza tomando de manera conjunta la totalidad de ingresos y costes que genera el cliente, sin distinguir un margen para cada uno de los elementos que lo componen. Por esta razón, una vez que se cuenta con información al respecto, el VAN de



*Movistar Fusión* considera los ingresos y costes generados por la totalidad de líneas asociadas<sup>10</sup>.

Por otro lado, para valorar los costes de red asociados al componente fijo de *Movistar Fusión*, se utilizan los parámetros actualizados a los que hace referencia el apartado II de la presente Resolución. En concreto, se toman los mismos costes de red fija que los correspondientes al *Dúo hasta 10Mb*, que resultan de aplicar el *mix* de costes ligados a los diferentes servicios mayoristas de banda ancha regulados a los que un operador alternativo podría recurrir. La cuantificación del margen que aporta el servicio de tráfico de voz fija se fundamenta en los perfiles de tráfico de la *Tarifa Plana Nacional con llamadas a móviles en fin de semana* y del *Bono Fijo-Móvil 50*.

De acuerdo con los criterios establecidos en la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de TESAU (así como en sus sucesivas actualizaciones), y a partir de la información requerida a este operador, el VAN de *Movistar Fusión* es de 279,96 euros. Dado que el resultado es positivo, se puede concluir que ambos empaquetamientos son replicables por un operador alternativo que recurra a los servicios mayoristas de TESAU.

El resultado del test de replicabilidad se detalla en el Anexo II del presente Informe. No obstante, a continuación se da contestación a alguna de las alegaciones formuladas por los operadores denunciante a cuestiones específicas por las que justifican una presunta falta de replicabilidad de *Movistar Fusión*.

#### VII.2.2.1 Cálculos de los operadores alternativos relativos al componente móvil

Los cálculos que figuran en los escritos interpuestos por los diferentes denunciante asumen unos consumos de voz y banda ancha móvil que se corresponden con las tarifas que comercializan estos operadores y que cuentan con características similares a las del componente móvil de *Movistar Fusión*.

Sin embargo, esta aproximación no se considera adecuada, debiéndose basar el cálculo de emulabilidad económica en el patrón de consumo del operador designado con PSM. Así, como se señaló en la Resolución de 3 de marzo de 2011<sup>11</sup>, *“esta Comisión considera que, en el cálculo de emulabilidad de las ofertas de un operador designado con PSM, debe utilizarse el patrón de tráfico de dicho operador. Precisamente a partir de dicho patrón, el operador diseña sus ofertas y determina sus precios. Esta íntima relación entre patrón de tráfico y precios minoristas implica que cualquier ajuste que se realice en relación con el patrón de consumo sobre la base de los datos aportados por otros operadores supone una*

---

<sup>10</sup> Este criterio es coherente con la práctica que sigue la CMT. Así, el análisis de los paquetes con *Solución Familiar* también considera la totalidad de líneas asociadas, incluyendo las de contratación adicional a las incluidas de por sí en la cuota mensual.

<sup>11</sup> 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)



*importante inseguridad jurídica para el operador con PSM. Por tanto, y de forma consistente con el estándar de operador igualmente eficiente, se deben tomar como referencia los patrones de tráfico del operador con PSM sin ajuste alguno”.*

Por tanto, no cabe considerar los cálculos alternativos aportados por los operadores denunciados en la medida en que no se basan en tráficos reales del operador designado con PSM.

#### VII.2.2.2 Estimación de los costes de comercialización

Como se ha expuesto anteriormente, FTES argumenta que los costes de comercialización minorista que se utilizan en el cálculo de emulabilidad están por debajo de aquéllos que realmente afronta TESAU.

En cuanto a la valoración de los costes no recurrentes, esta Comisión recuerda que el estándar de eficiencia para los costes de comercialización minorista que se adopta en el análisis de replicabilidad es el del operador igualmente eficiente, por lo que no resulta procedente realizar las matizaciones sugeridas por FTES. No obstante, dada la presentación comercial de *Movistar Fusión*, relativamente novedosa en el mercado, la CMT ha requerido a TESAU para que aporte información detallada acerca de los costes de comercialización específicos de este empaquetamiento. El análisis de replicabilidad efectuado en el marco de la presente Resolución incorpora las conclusiones alcanzadas a partir de la información recibida.

Por otro lado, FTES sostiene que el Sistema de Contabilidad de Costes de TESAU sobrepondera los costes medios de gestión de abonados atribuidos a los servicios de acceso telefónico en detrimento de los costes imputables a los servicios de banda ancha. FTES realiza un ejercicio por el que redistribuye el coste medio de gestión de abonado de los servicios de acceso y de banda ancha. De este modo, FTES minorra el coste de gestión de abonado del servicio de banda estrecha en 2,43 euros e incrementa en esta misma cantidad el coste correspondiente al servicio de banda ancha.

Es preciso recordar que la información de la contabilidad de costes de TESAU se encuentra debidamente auditada, incluyendo la correcta imputación, a cada servicio, de los costes correspondientes a los diferentes centros de actividad. No puede acogerse, por tanto, el argumento de FTES acerca de una incorrecta imputación de los costes medios de gestión de abonado. Al margen de lo anterior, FTES ni justifica cómo ha determinado la cuantía de 2,43 euros, ni completa el razonamiento a través del que concluye que los costes no recurrentes relativos a la gestión de abonado del paquete *Movistar Fusión* se están infravalorando.

#### VII.2.2.3 Costes correspondientes a Imagenio

Los aspectos relativos a *Imagenio* han sido tratados en la sección IV, que aclara el tratamiento del servicio de televisión de TESAU en el marco de la metodología, aplicable



tanto en el caso de paquetes Trío como en las modalidades de *Movistar Fusión* que incorporan el servicio de televisión.

No obstante lo anterior, se ha de hacer notar que sólo un **[CONFIDENCIAL]** de los clientes de *Movistar Fusión* tiene contratada una modalidad que incluye el servicio *Imagenio*, mientras que, en términos medios, el **[CONFIDENCIAL]** de los clientes de banda ancha de TESAU tiene contratado un paquete con televisión. Según la figura en el Informe Anual 2011 publicado por esta Comisión, el 21% de las líneas residenciales de banda ancha se presentan de manera empaquetada con el servicio de televisión. Por tanto, contrariamente a las previsiones de FTES, el impacto de la inclusión del servicio de televisión *Imagenio* dentro de *Movistar Fusión* no presenta características diferenciales con respecto a lo observado en el resto de paquetes de TESAU o en la generalidad del mercado.

#### VII.2.2.4 Subvención del terminal móvil para clientes de *Movistar Fusión*

En relación con las denuncias de algún operador relativos a la subvención de los terminales móviles en el contexto del servicio *Movistar Fusión*, en el requerimiento de información contestado por TESAU el día 4 de diciembre de 2012, este operador reportó información sobre su política de financiación de terminales en el contexto de la comercialización de *Movistar Fusión*. Cabe recordar que los clientes de Fusión pueden adquirir una serie de terminales móviles, dentro de un catálogo específico para ellos. El pago de estos terminales puede ser fraccionado en 24 meses, sin que el cliente tenga que abonar cantidad alguna en concepto de intereses.

En primer lugar, el requerimiento de información solicitaba a TESAU que facilitara a esta Comisión el catálogo completo de terminales disponibles para clientes *Movistar Fusión*, detallando sus correspondientes precios y costes de adquisición. En caso de que el precio del terminal fuera diferente para clientes de *Movistar Fusión* que para la generalidad de clientes móviles de este operador, también se solicitaba el precio de aplicación general. Finalmente, se requirió a TESAU que informara del número de unidades vendidas a clientes de *Fusión* de cada modelo de terminal.

#### **[CONFIDENCIAL]**

Tal y como se puede observar en la tabla anterior, el precio que debe pagar un cliente de *Movistar Fusión* por el terminal es inferior al pagado por el resto de los clientes. En cualquier caso, la tabla muestra que el coste de adquisición de los terminales es inferior a su precio de venta para los clientes de Fusión, excepto en el caso de dos modelos que se encuentran en liquidación. El margen medio – ponderado según el número de unidades vendidas – que se obtiene por la comercialización de terminales es de **[CONFIDENCIAL]** euros<sup>12</sup>, cifra que representa un **[CONFIDENCIAL]**. A la vista de estos datos, puede concluirse que TESAU obtiene un margen positivo por la venta de terminales, que parece ser más que suficiente

---

<sup>12</sup> Si se excluye el margen negativo de los dos modelos en liquidación, el margen ponderado se eleva a 55,79 euros.





para cubrir los costes de financiación por su pago aplazado, tal y como apunta la propia TESAU.

Por otro lado, para medir la incidencia real de la comercialización de los terminales móviles ligados a *Movistar Fusión*, también se solicitó a TESAU que aportara el número de unidades adquiridas por los clientes como consecuencia de este empaquetamiento. En total, entre octubre y noviembre de 2012 se vendieron **[CONFIDENCIAL]** unidades. Es decir, sólo el **[CONFIDENCIAL]** de las altas de *Movistar Fusión* optaron por renovar su terminal dentro del programa específico para ellos, dato que justificaría no tener en cuenta el efecto de los terminales dentro del cálculo del VAN.

#### VII.2.2.5 Existencia de una subvención del terminal móvil previa por parte del cliente que contrata Movistar Fusión

De acuerdo con los datos suministrados por TESAU, una parte importante de los clientes que se han adscrito a *Movistar Fusión* eran clientes de los servicios móviles de este operador. En este caso, es muy probable la existencia de una subvención del terminal móvil del cliente por parte del operador que apareje una penalización en caso de incumplimiento de un periodo de permanencia mínimo.

En estas condiciones, esta Comisión considera que el coste del terminal previamente subvencionado al cliente debe ser tenido en cuenta por TESAU en el análisis de replicabilidad que debe realizar antes de vender el producto *Movistar Fusión* a un cliente que tuviera contratado previamente un servicio de telefonía móvil con Movistar. En este sentido, TESAU debe tener en cuenta que el VAN recogido en la presente Resolución para las distintas modalidades de *Movistar Fusión* es el VAN disponible para un cliente nuevo que no tenga asociado un compromiso previo de permanencia con la operadora derivado de una subvención de terminal. En el supuesto que el cliente que quiere contratar *Movistar Fusión* se encontrara en dicha circunstancia, TESAU deberá considerar que el VAN de los distintos empaquetamientos de *Movistar Fusión* tendría que deducir la cantidad pendiente de amortizar del terminal que el cliente adquirió vinculado a un compromiso de permanencia y a un contrato móvil concreto o, en su caso, condicionar la contratación del producto *Fusión* al pago previo de la penalización proporcional a la ruptura del compromiso de permanencia en el momento que quiera adquirir el nuevo paquete.

#### **VII.2.3 Replicabilidad de Movistar Fusión Fibra**

En relación con las alegaciones de los operadores respecto a la emulabilidad del servicio *Movistar Fusión* Fibra, esta Comisión debe recordar, en primer lugar, que los servicios mayoristas actualmente regulados están limitados a 30 Mb/s. Por tanto, en la medida en que el mercado de referencia y las obligaciones impuestas no varíen, no cabe realizar un análisis de emulabilidad económica dado que, para ello, se requeriría de un servicio mayorista que TESAU no ha puesto en el mercado, ni voluntariamente ni como consecuencia de una decisión por parte de esta Comisión.

En segundo lugar, es evidente que la modificación de las obligaciones vigentes excede el ámbito del presente procedimiento, por lo que no cabe ahora analizar la necesidad o no de

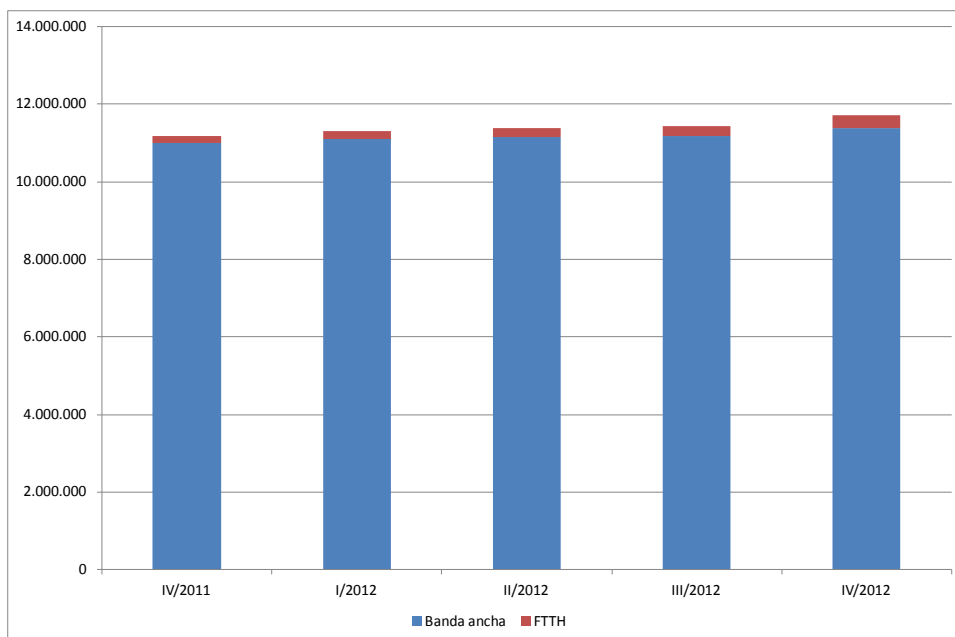


revisar el límite de 30 Mb/s establecido en la Resolución de 22 de enero de 2009, citada anteriormente.

Sin perjuicio de lo anterior sí cabe matizar algunas afirmaciones vertidas por los operadores en sus escritos de denuncia. En primer lugar, cabe negar las afirmaciones de FTES sobre la ausencia de un funcionamiento efectivo de las medidas adoptadas en el marco del mercado 4 para el desarrollo de redes de fibra alternativas. Efectivamente, FTES está utilizando de forma efectiva la oferta de conductos, si bien no para el despliegue de redes NGA sino para la cobertura de sus estaciones base. Por el contrario, hasta fechas muy recientes, FTES no ha anunciado sus planes de despliegue de una red NGA por lo que difícilmente puede sostener que lo ha intentado en el pasado y que la razón de que actualmente no cuente con las infraestructuras necesarias para replicar *Movistar Fusión Fibra* se deba al comportamiento de TESAU.

Por otra parte, resulta también apropiado recordar que esta Comisión, a la hora de establecer el límite vigente de 30 Mb/s consideró que *“la actual oferta de servicios mayoristas de acceso indirecto al bucle que – en función de lo señalado en el párrafo anterior - alcanzará velocidades de hasta 30 Mbit/s (sea sobre VDSL ya en la actualidad, o sobre FTTH una vez aprobado el mercado de referencia) resulta suficiente para asegurar la replicabilidad de las velocidades de referencia en el mercado minorista de acceso a Internet de banda ancha”*. Esta Comisión considera que, a día de hoy, los servicios basados en fibra no suponen la referencia del mercado incluso considerando el impacto de *Movistar Fusión Fibra*.

Como se observa en el gráfico siguiente, las líneas de fibra suponían, en el IV Trimestre de 2012, únicamente el 2,9% del total de líneas de banda ancha en el mercado español.



#### **VII.2.4 Afectación a la competencia de la comercialización de *Movistar Fusión***



VII.2.4.1 Ofertas minoristas convergentes de los operadores alternativos

Las denuncias presentadas por los operadores alternativos han insistido en la afectación negativa a la dinámica competitiva de la comercialización de *Movistar Fusión* por parte de TESAU. Estos operadores aportan datos de la evolución en sus respectivos saldos de portabilidad con TESAU y TME, poniendo de manifiesto un cambio de tendencia en los mismos desde la aparición en el mercado del empaquetamiento denunciado.

Esta Comisión considera que la suficiencia de las ofertas mayoristas vigentes, así como en la superación del test de replicabilidad, constituye un indicio del carácter procompetitivo de la iniciativa de TESAU. No obstante, una vez transcurridos unos meses de desarrollo comercial del producto, se puede evaluar si efectivamente han tenido lugar los efectos que los denunciantes preveían.

La capacidad de los operadores alternativos para ofrecer productos capaces de competir con las prestaciones y precio de *Movistar Fusión* se refleja en los productos convergentes que han surgido en el mercado en los últimos meses. Así, Vodafone permite añadir a sus clientes de móvil (de tarifa Base<sup>3</sup> o superior) la conectividad ADSL por 15 euros mensuales adicionales, con la cuota de línea de acceso incluida<sup>13</sup>. Jazztel, por su parte, ofrece gratuitamente a sus clientes de banda ancha 100MB de descarga de datos y 100 minutos de tráfico móvil, siendo la cuota mensual total a pagar de 34,85 euros mensuales. El paquete convergente de ONO ofrece 30Mb de velocidad en el acceso a Internet, y su precio efectivo<sup>14</sup> – teniendo en cuenta el efecto de los descuentos promocionales – es más reducido que el de *Movistar Fusión*. La oferta de FTES se ha visto completada con el reciente lanzamiento de las tarifas convergentes *Canguro 35* y *Canguro 45*. Contrariamente a lo que señalaba FTES en su escrito de alegaciones, las ofertas convergentes de los operadores alternativos tienen carácter permanente, es decir, no están sujetas a una ventana de contratación acotada.

En la siguiente tabla se exponen algunas de los productos convergentes de los operadores alternativos – o combinaciones de tarifas con descuentos cruzados – que presentan prestaciones que posibilitan competir con *Movistar Fusión*.

	Tráfico móvil-móvil/móvil-fijo incluido	Descarga de datos banda ancha móvil	Otras prestaciones	Precio nominal mensual (componente fijo + componente móvil)
<b>Movistar</b>				
Movistar Fusión	500 minutos	1GB	500 minutos de llamadas a móviles en fin de semana, 50	49,90 €

<sup>13</sup> También se puede añadir la conectividad de banda ancha a la tarifa Base 2 por 20 euros al mes adicionales (cuota de línea incluida)

<sup>14</sup> Bajo una hipótesis de permanencia en el operador de 27 meses.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

			minutos entre semana	
Movistar Fusión Cero <sup>15</sup>	Llamadas a 0 cts/min, con establecimiento de llamada a 15c€	100Mb a velocidad máxima		34,95€
<b>Vodafone</b>				
Base2 +ADSL Turbo hasta 35Mb	100 minutos	1GB	3.000 minutos/ mes llamadas a fijos nacionales, 350 minutos/mes en llamadas a móviles en fin de semana, 1000 minutos a móviles Vodafone durante un año.	35,00 €
Base3 +ADSL Turbo hasta 35Mb	250 minutos	1GB		40,00 €
RED+ADSL Turbo hasta 35Mb	Ilimitados	1,5GB		50,00 €
<b>ONO<sup>16</sup></b>				
Internet 12Mb + TP Móvil 200 + Teléfono fijo	200 minutos	200MB	30 minutos/mes en llamadas fijo-móvil	43,90€ (12 meses a 35,90)
Internet 12Mb + TP Móvil 500 + Teléfono fijo	500 minutos	500MB	30 minutos/mes en llamadas fijo-móvil	48,90 € (12 meses a 40,90)
Internet 30Mb + TP Móvil 200 + Teléfono fijo	200 minutos	200MB		51,90 € (12 meses a 37,90)
Internet 30Mb + TP Móvil 500 + Teléfono fijo	500 minutos	500MB		56,9 0€ (12 meses a 42,9)
<b>Jazztel<sup>17</sup></b>				
Pack ahorro 100 (ADSL hasta 30Mb + móvil 100)	100 minutos	100MB		34,90 €/mes
Pack ahorro 300 (ADSL hasta 30Mb+ móvil 300)	300 minutos	500MB	60 minutos/mes en llamadas fijo-móvil	44,90 €/mes
Pack ahorro 600 (ADSL hasta 30Mb+ móvil 600)	600 minutos	1GB	60 minutos/mes en llamadas fijo-móvil	49,95 €/mes

<sup>15</sup> Se pueden asociar hasta 4 líneas móviles adicionales con dos tarifas opcionales. La tarifa Adicional Movistar Fusión por 20€/mes que incluiría 500 min/mes en llamadas desde el móvil, 1 GB/mes de Internet móvil a máxima velocidad, SMS ilimitados. La tarifa adicional Movistar Fusión cero por 9€/mes que incluye llamadas a 0cts/minuto con Establecimiento de llamada 0,15 €, con 500 MB de Internet a máxima velocidad y 500 SMS gratis.

<sup>16</sup> El precio nominal incluye la cuota de línea de 15 euros

<sup>17</sup> Estas tarifas tienen la opción de asociar líneas móviles adicionales por 13,50 € mensuales, que ofrecen 300 minutos y 300MB de descarga.



Orange				
Canguro 35 <sup>18</sup> (ADSL hasta 20 Mb)	150 minutos	300MB	150 min./mes a móviles nacionales 24h, 1.000 minutos a 5 móviles Orange	35,00 €/mes
Canguro 45 <sup>30</sup> (ADSL hasta 20 Mb)	Ilimitados	1GB	1.000 min./mes a móviles nacionales 24h, 1.000 minutos a 5 móviles Orange, 300 minutos de llamadas internacionales	45,00 €/mes

Por tanto, observando el panorama en el mercado español en estos momentos, y a la vista de las nuevas tarifas lanzadas por los operadores, se puede sostener que el lanzamiento comercial de *Movistar Fusión* no ha supuesto un daño para la competencia sino que más bien ha desencadenado una reducción en los precios minoristas de los servicios de telecomunicaciones, lo que ha repercutido positivamente en los consumidores.

#### VII.2.4.2 Evolución de las líneas de Movistar Fusión

En relación con las alegaciones de los operadores en relación con el impacto competitivo del servicio *Movistar Fusión*, esta Comisión estima que, efectivamente, es indudable el efecto comercial y en la dinámica competitiva que ha tenido la iniciativa de TESAU. Así, desde el inicio de su comercialización, los empaquetamientos *Movistar Fusión* han alcanzado un total de **[CONFIDENCIAL]** clientes. Las líneas móviles asociadas a *Movistar Fusión* alcanzaron la cifra de **[CONFIDENCIAL]**.

Cabe decir, en primer lugar, que la mayor parte de estos clientes ya eran clientes de TESAU, por lo que en su mayoría el lanzamiento de *Movistar Fusión* ha reducido los precios abonados por sus propios clientes. En relación con los nuevos clientes (aquéllos que no proceden de migraciones desde la planta de clientes de la propia TESAU) de banda ancha fueron **[CONFIDENCIAL]**, de los cuales el **[CONFIDENCIAL]** corresponden a las modalidades que se prestan sobre par de cobre. La captación de nuevos clientes móviles alcanzó la cifra de **[CONFIDENCIAL]**. Si se comparan las cifras de captación de nuevos clientes de *Movistar Fusión* con la general de periodos anteriores, se constata la relevancia comercial de la oferta, especialmente en sus primeros meses de comercialización<sup>19</sup>. Sin embargo, la reacción de los operadores alternativos al producto de TESAU se refleja en los datos de los meses más recientes, que presentan unas cifras de captación de nuevos clientes muy inferiores a las de los tres primeros meses de comercialización del producto.

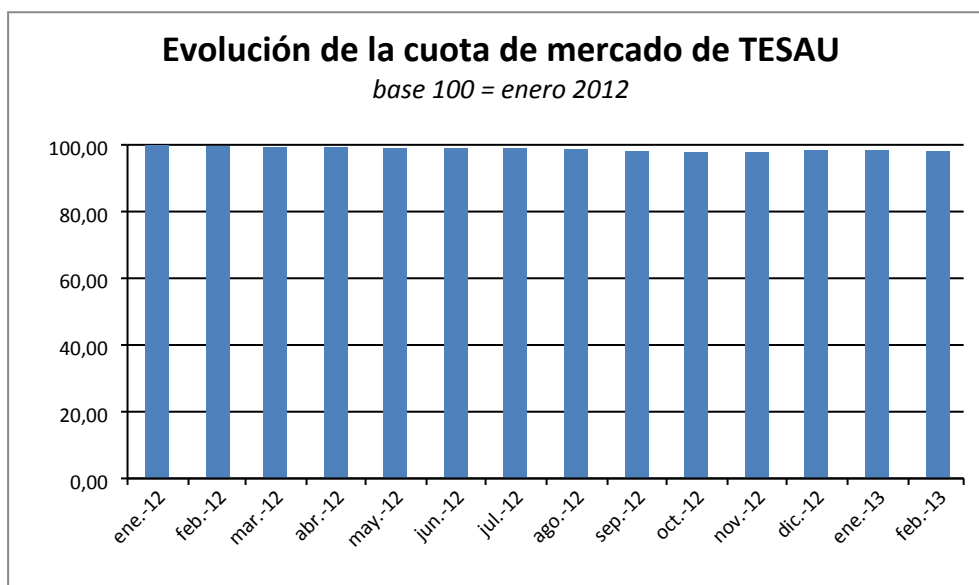
<sup>18</sup> Se puede asociar hasta 4 líneas móviles adicionales con dos tarifas opcionales. La tarifa Línea adicional 9 (por 9€/mes incluye 150 minutos en llamadas 300 MB de navegación 9 cts./SMS) y la tarifa Línea adicional 19 (por 19 €/mes, minutos ilimitados 1 GB de navegación 1.000 SMS a 0 €).

<sup>19</sup> De acuerdo con el último requerimiento de información recibido, la captación mensual de los *Dúos y Tríos 10Mb*, en todas sus modalidades es, en total, de **[CONFIDENCIAL]** clientes. La modalidad de cobre de *Movistar Fusión* captó, mensualmente, **[CONFIDENCIAL]**.



## COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

La evolución de la cuota de mercado de TESAU refleja el impacto del lanzamiento comercial de *Movistar Fusión*, que tuvo lugar en octubre de 2012. Durante la mayor parte de 2012 la cuota de mercado del operador fue experimentando una reducción progresiva, pero entre los meses de octubre y diciembre tiene lugar un ligero incremento. Sin embargo, la reacción de los operadores alternativos al producto de TESAU, descrita en la tabla anterior, se refleja en las cifras correspondientes a los meses de enero y febrero de 2013 (última nota mensual publicada), y parecen reflejar su efecto.



Los datos relativos a la evolución de la portabilidad durante los meses de presencia en el mercado de *Movistar Fusión* también muestran esta tendencia y refutarían los argumentos de los operadores alternativos. En lo que respecta a las portabilidades fijas, TESAU continúa presentando un saldo neto negativo que, de acuerdo con los últimos datos, casi iguala a los existentes antes del lanzamiento de este producto. Así, los citados productos minoristas lanzados por los operadores alternativos habrían revertido los efectos iniciales de la comercialización de *Movistar Fusión*.

Saldo neto de portabilidad fija (importados-exportados)	sep-12	oct-12	nov-12	dic-12	ene-13	feb-13
Orange	<b>[CONFIDENCIAL]</b>					
Jazztel						
Vodafone						
Operadores de cable						
Resto						



<b>Total</b>	-47.017	-33.741	-31.462	-22.370	-34.745	-44.915
--------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

En cuanto a la portabilidad móvil, la evolución de TME muestra que la comercialización de *Movistar Fusión* no ha supuesto un cambio en la tendencia negativa que experimentaba este operador. La tabla siguiente muestra la información total y por operador.

Saldo neto de portabilidad móvil (importados-exportados)	sep-12	oct-12	nov-12	dic-12	ene-13	feb-13
<b>Vodafone</b>	<b>[CONFIDENCIAL]</b>					
<b>Orange</b>						
<b>Yoigo</b>						
<b>Resto</b>						
<b>Total</b>	-95.831	-55.722	-61.289	-65.633	-106.486	-68.004

En definitiva, si bien no se puede obviar la incidencia en el mercado de un empaquetamiento novedoso, que suponía una importante reducción de precios, no se han cumplido las previsiones de los operadores. Más bien al contrario, a la vista de los datos, el principal efecto del lanzamiento comercial de *Movistar Fusión* parece haber sido una intensificación en la competencia de los operadores.

## VIII ALEGACIONES AL INFORME DE AUDIENCIA

### *VIII.1 Aspectos relativos al test de replicabilidad contenidos en las alegaciones de los operadores al Informe de los Servicios.*

#### Alegaciones de los operadores

En referencia a test de replicabilidad, FTES manifiesta que en ningún caso deben considerarse los precios del servicio mayorista NEBA hasta que éste se encuentre plenamente disponible, según lo acordado en la Resolución de 11 de abril de 2013.

En cuanto al análisis del componente móvil de los productos convergentes, FTES reitera la necesidad de que el test de replicabilidad garantice que siempre se cubren los costes subyacentes de red, pues lo contrario puede suponer una venta a pérdidas. Además, sostiene que los precios mayoristas móviles utilizados en el test deben estar en consonancia



a los precios efectivos del mercado con el objetivo de evitar que el operador incumbente *“traslade el impacto de reducción de precios de una determinada práctica tarifaria en el mercado minorista convergente al mercado móvil”*.

Finalmente, FTES vuelve a realizar una estimación del coste minorista o por gestión de abonados atribuible a un cliente que disponga de banda ancha y banda estrecha, y a partir del mismo concluye que la metodología de la CMT infravalora estos costes en 3 euros mensuales. Este operador considera el coste minorista imputable a la banda estrecha es de 1,5 euros mensuales, y no el que se deriva del Sistema de Contabilidad de Costes de TESAU. Sobre esta suposición, FTES realiza una redistribución de los costes minoristas del operador incumbente, de la que se deriva la mencionada diferencia de 3 euros.

#### Respuesta de la CMT

Los costes de red actualizados en la presente Resolución no tienen en cuenta el servicio NEBA pues la metodología utiliza un *mix* basado en el uso de recursos mayoristas. Así, los costes de red que se utilizan en la presente actualización de la metodología son el resultado de ponderar los costes asociados a la prestación del servicio de banda ancha en función de las líneas en servicio de bucle desagregado, GigADSL y ADSL-IP.

Por otro lado, en relación con el impacto de las ofertas convergentes, cabe decir, en primer lugar, que esta alegación parece contradictoria con la anterior, donde este operador parecía indicar que los servicios móviles estarían subvencionando pérdidas en el mercado fijo. Es evidente que ambos tipos de subvenciones cruzadas no podrían estarse produciendo simultáneamente. En segundo lugar, en relación con el test, a la hora de analizar paquetes convergentes no sólo se tienen en cuenta los precios mayoristas del único operador convergente que actualmente aloja TME (en este caso, ONO). Además de los precios mayoristas, se consideran los costes de red propia que tiene que asumir el OMV convergente.

Finalmente, en cuanto a la conveniencia de utilizar precios medios del mercado mayorista del acceso y originación móvil, esta Comisión no considera oportuno condicionar el cumplimiento de las obligaciones de TESAU a los precios establecidos en contratos suscritos por terceros operadores dado que, por una parte, este operador no sería responsable de las condiciones mayoristas fijados por terceros. Por otra parte, una medida como la propuesta por FTES desincentivaría la competencia en el mercado mayorista de acceso y originación móvil, al diluir la mayor capacidad competitiva minorista que gozaría un operador con PSM que fijara unos precios más competitivos en el mercado 15.

Finalmente, a propósito de la valoración de los costes comerciales, esta Comisión vuelve a recordar que el Sistema de Contabilidad de Costes de TESAU se encuentra auditado, y no es objeto de este expediente el cuestionar sus conclusiones. Con independencia de esta circunstancia, FTES en ningún momento aporta justificación de por qué determina un coste por cliente y mes de 1,5 euros para los costes de comercialización minorista atribuible al servicio de banda estrecha.





## **VIII.2 Replicabilidad del producto con Contrato Móvil**

### Alegaciones de los operadores

FTES expresa su desacuerdo con los supuestos utilizados por los Servicios de la CMT en los análisis de los servicios empaquetados que incluyen el servicio de telefonía móvil. Este operador considera que, teniendo en cuenta que el resultado del test tiene una alta sensibilidad al número de líneas móviles incluidas en él. Por tanto, es necesario garantizar un margen positivo siempre para cada posible empaquetamiento. Además, FTES también muestra su desacuerdo con que el VAN de los clientes móviles de TESAU incremente más de 5 euros al mes ya que, según este operador, existe el riesgo que el margen del servicio de contrato móvil esté subvencionando la banda ancha.

### Respuesta de la CMT

Sobre el método de valoración de productos dirigidos a clientes con contrato móvil, no cabe sino remitirse a lo establecido en la Resolución AEM 2009/1106, que señala que los operadores alternativos tienen la opción de replicar las ofertas convergentes, incorporando el posible margen aportado por el componente móvil. De hecho, Vodafone y la propia FTES ofrecen unos precios más reducidos – y con carácter permanente e inferiores a los de TESAU – a aquellos clientes que también lo son de sus servicios móviles. Esta Comisión no puede restringir la acción comercial de TESAU de manera injustificada, especialmente cuando los operadores alternativos están realizando las acciones comerciales que pretenden limitar en el operador incumbente.

## **VIII.3 Integración de velocidades inferiores a 10Mb en la oferta hasta 10Mb**

### Alegaciones de los operadores

En relación con la agrupación de los productos de velocidades inferiores a los 10Mb en la oferta de los productos hasta 10Mb propuesta en el punto III.1 anterior, TESAU no muestra su desacuerdo aunque considera necesario que *“a la hora de determinar el coste de red promedio del servicio comercial hasta 10Mb es necesario considerar los costes de red a los que verían sometidos los operadores, en función de las distintas velocidades de sincronización”*. La razón se debe a que cada operador puede elegir diferentes modalidades, las cuales les permiten replicar el servicio.

Vodafone también comparte la decisión de agrupar en la oferta hasta 10Mb las velocidades inferiores a 10Mb aunque expone ciertas salvaguardas. En concreto, el operador precisa que la CMT debería utilizar el mismo *mix* de indirecto/directo que venía utilizando en los test individualizados de cada velocidad y establecer un *mix* de consumo medio y de costes e ingresos resultantes de la agrupación de las cuatro ofertas.

### Respuesta de la CMT



A la hora de calcular los costes de red asociados a la prestación de los productos de *hasta 10Mb* de velocidad, esta Comisión ha de tomar como referencia el servicio mayorista más idóneo para que un operador alternativo pueda replicarlo ofreciendo un nivel óptimo de prestaciones. Para ello se considera conveniente continuar tomando como referencia los servicios mayoristas de velocidades 10Mb y no el mix que propone TESAU.

En este sentido cabe decir que del uso efectivo de los operadores alternativos de las diferentes modalidades mayoristas no puede concluirse que el coste mayorista efectivo de la prestación de los servicios “hasta 10 Mb/s” sea igual a la ponderación de los precios de dichas modalidades. Efectivamente, los operadores alternativos están comercializando modalidades de velocidades nominales inferiores a 10 Mb/s por lo que no puede extrapolarse, como hace TESAU, que el uso actual del servicio de acceso indirecto por parte de los operadores alternativos sea el precio efectivo mayorista medio de la prestación del servicio “hasta 10 Mb/s”.

#### ***VIII.4 Comentarios relativos al análisis de ofertas promocionales***

##### ***VIII.4.1 Promociones a clientes en planta***

###### **Alegaciones de los operadores**

En relación con la propuesta de los Servicios de la CMT relativa a la eliminación de la restricción impuesta a las promociones dirigidas a clientes en planta (ver punto V anterior), todos los operadores que han presentado alegaciones, con la excepción de TESAU, han manifestado sus discrepancias con dicha eliminación. De manera especial, Vodafone alega que la CMT debería explicar con mayor detalle los argumentos que le han llevado a tomar la decisión de levantar esta restricción ya que, en opinión del operador es necesario seguir manteniendo un mecanismo adicional de control que evite situaciones de irreplicabilidad económica.

En lo que respecta a las promociones dirigidas a clientes en planta del servicio de acceso RTB, Jazztel sostiene que el Informe de los Servicios de la CMT no clarifica suficientemente la manera en que se trasladan los principios de la Resolución en el marco del expediente AEM 2009/1106 al análisis de promociones sobre la línea de acceso. En concreto, expresa sus dudas a propósito de que las promociones dirigidas a clientes con una antigüedad superior a la permanencia que se utiliza en el análisis de replicabilidad puedan recibir promociones como si se tratara de clientes nuevos. FTES, por su parte, cree necesario garantizar que las cuotas promocionadas de estas ofertas deben superar los costes recurrentes.

Finalmente, TESAU presenta alegaciones relativas al cálculo de la promoción máxima. Dado que, en la práctica, la promoción máxima se trata como si fuera un coste adicional al descuento, el cálculo de nuevas promociones máximas acumula el efecto de las promociones máximas anteriores, lo que eleva substancialmente la cuantía del resultado.



Según este operador es necesario modificar la forma de cálculo con el objetivo de tener en cuenta los descuentos realmente efectuados, sin tener en cuenta las promociones máximas.

#### Respuesta de la CMT

Esta Comisión considera que la evolución en la situación competitiva del mercado minorista de acceso a Internet de banda ancha ha sufrido importantes modificaciones desde el momento en que fue aprobada la metodología y sus diferentes actualizaciones, como pone de manifiesto el análisis contenido en la Resolución de 14 de marzo de 2013<sup>20</sup>. En este sentido, resulta preciso eliminar aquellas restricciones que no sean indispensables para garantizar el cumplimiento de las obligaciones ex ante que TESAU tiene impuestas al objeto de flexibilizar su acción comercial en beneficio del usuario final.

En este sentido, el levantamiento de la restricción sobre las cuotas promocionadas se fundamenta en el hecho de que el margen disponible para realizar promociones de captación y migración es reducido, e imponer restricciones adicionales, especialmente cuando éstas recaen sobre las cuotas minoristas, resulta excesivamente gravoso para el operador. Por ejemplo, durante el último periodo de referencia, el margen disponible para ofertas de retención sobre el *Trío Familiar 10Mb* era del 17,55%<sup>21</sup> del VAN. La CMT, además, efectúa un seguimiento específico de las promociones dirigidas a clientes en planta de TESAU, por lo que la probabilidad de que este operador incurra en un incumplimiento de sus obligaciones es reducida, y no se ve afectada por el levantamiento de la restricción.

Como señala TESAU, la cuantía de las promociones máximas recoge el efecto de las ofertas de retención – no sólo de las de captación –, que el cliente hubiera tenido previamente, incluyendo la cuantía de las promociones máximas que en su momento fueron aplicadas. El recálculo que propone TESAU supone excluir del cálculo este último concepto. Esta Comisión no comparte la apreciación de TESAU, pues un cliente en planta también puede haber recibido previamente una oferta de retención, y el margen disponible para nuevas promociones de este tipo ha de recoger esta circunstancia. El cálculo de las promociones máximas considera el coste de las ofertas de retención previas de manera parcial, pues está ponderado en función del número de clientes que las obtuvieron con respecto al total de clientes captados en el periodo de referencia por el conjunto de ofertas promocionales (es decir, incluyendo también las ofertas de captación y migración). Por tanto, no procede modificar el cálculo de las promociones máximas.

---

<sup>20</sup> Resolución por la cual se acuerda notificar a la Comisión Europea, a las Autoridades Nacionales de Reglamentación, al Organismo de Reguladores Europeos de Comunicaciones Electrónicas, al Ministerio de Industria, Energía y Turismo y al Ministerio de Economía y Competitividad el proyecto de medida relativo a la revisión de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. y de determinadas obligaciones impuestas en el marco de los mercados 1 y 5 de la Recomendación de mercados (MTZ 2012/2259).

<sup>21</sup> El VAN del Trío Familiar 10Mb era de 393,20 y su promoción máxima de 324,18.



En respuesta a la cuestión de Jazztel sobre las promociones sobre el servicio de acceso, cabe aclarar que la vida media que se utiliza como referencia es de 72 meses<sup>22</sup> cuando se trata del servicio de acceso considerado individualmente<sup>23</sup>. La Resolución establece que las promociones máximas son también aplicables a las ofertas de retención sobre la línea de acceso telefónico, y se calculan de la misma forma que en el caso de la banda ancha.

Finalmente, en relación con la alegación de FTES, cabe decir que esta Comisión analizó en su momento<sup>24</sup> la restricción que ahora propone, concluyendo que la imposición de dicha obligación no era necesaria, dado que los operadores alternativos contaban con promociones cuyo valor nominal se situaba claramente por debajo de las cuotas mayoristas. Por tanto, no cabe ahora reintroducir de nuevo una regla adicional a las ya vigentes.

#### VIII.4.2 Compatibilidad de promociones de banda ancha y acceso

##### Alegaciones de los operadores

En relación con el análisis de la compatibilidad entre las promociones sobre el acceso telefónico y el servicio de banda ancha propuesto en el punto V.I., TESAU alega que esta distinción limita de manera injustificada su capacidad comercial, ya que los clientes que dispongan de banda ancha y acceso estarían perjudicados al no poder beneficiarse de la promoción sobre la línea de acceso. Este operador señala, además, que la Resolución AEM 2009/1106 ya recogía el tratamiento de las promociones simultáneas y compatibles entre sí, y que su actuación se ha ajustado a sus disposiciones.

Vodafone considera razonable que se tenga en cuenta la compatibilidad o no de las promociones sobre el servicio de acceso con el servicio de banda ancha, con el objetivo de tener un mayor control de estas promociones.

##### Respuesta de la CMT

Tal y como se establece en el Informe de Audiencia, el VAN de los productos de banda ancha ya incluye el margen generado por el servicio de acceso. Es decir, el servicio de acceso y el de banda ancha se tratan como si fueran una venta conjunta. En consecuencia, las promociones realizadas sobre el servicio de acceso y dirigidas a clientes que tengan contratado el servicio de banda ancha y acceso deben contrastarse contra el VAN del servicio de banda ancha.

---

<sup>22</sup> Esta permanencia fue establecida para la Resolución AEM 2006/1486.

<sup>23</sup> Cuando el servicio de acceso forma parte de un paquete de banda ancha o de un paquete con servicios de tráfico de voz, la referencia es respectivamente de 27 y 36 meses.

<sup>24</sup> Resolución de 3 de noviembre de 2011, por la que se revisa la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (AEM 2011/896)



Por otro lado, el cálculo del VAN del servicio de acceso se realiza bajo la hipótesis de que el cliente no cuenta con el servicio de banda ancha. Por tanto, no existe correspondencia entre los ingresos y costes utilizados para calcular el VAN del servicio de acceso y los que se incorporan al margen del servicio de banda ancha. Este hecho justifica la necesidad de que TESAU comunique de manera separada aquellas promociones del servicio de acceso dirigidas a ambos tipos de clientes.

La propuesta de TESAU significa valorar las ofertas promocionales utilizando un límite promocional inadecuado y, en el caso de promociones de retención, unas promociones máximas incorrectas, por lo que las alegaciones de este operador no pueden ser estimadas.

En cualquier caso cabe recordar que nada impide a este operador realizar promociones sobre el servicio de acceso RTB a clientes que también tengan contratado el servicio de banda ancha, si bien dichas promociones deben detrarse del VAN calculado para este tipo de clientes, al objeto de evitar la doble contabilización de márgenes que se ha descrito anteriormente.

#### VIII.4.3 Análisis general de las promociones de línea de acceso

##### Alegaciones de los operadores

TESAU manifiesta su desacuerdo con el análisis que lleva a cabo la CMT de las promociones que recaen sobre la línea de acceso. Este operador destaca la mejora de la situación competitiva en el mercado de acceso, y considera innecesario que la CMT mantenga un control más exhaustivo sobre las promociones que recaen sobre la línea de acceso que sobre aquéllas que recaen sobre los productos de banda ancha. Consecuentemente, exhorta a esta Comisión a que contemple la posibilidad de (i) que las promociones sobre la línea de acceso puedan alcanzar el 130% del VAN, (ii) que se establezcan 12 meses de compromiso de permanencia y (iii) que se permita la comunicación de las ofertas sobre la línea de acceso dentro del sistema de promociones marco.

##### Respuesta de la CMT

Si bien la Resolución del Mercado 1 sostiene que la competencia en el mercado de acceso ha mejorado, también se afirma que ésta se desarrolla de manera no homogénea, pues la posición de TESAU en el mercado depende de si el servicio de acceso se comercializa junto al servicio de banda ancha o si se comercializa únicamente con el servicio de voz fija. En el primer caso se observa que el incremento de la penetración de la banda ancha ha favorecido, indirectamente, un aumento de la presión competitiva en el mercado de acceso. En cambio, hay evidencia de que TESAU tiene una menor presión competitiva cuando comercializa el servicio de acceso de manera individual (por ejemplo, TESAU tiene una cuota de mercado superior) lo que justifica mantener un mayor control por parte de la CMT sobre las ofertas y promociones que recaen sobre este servicio.



Por otra parte, el análisis del mercado 1 también reconoce que los operadores alternativos no comercializan de forma activa los servicios de acceso a aquellos clientes que únicamente contratan los servicios de voz. En este contexto es necesario equilibrar las necesarias limitaciones sobre la acción comercial de TESAU, tendente a asegurar la replicabilidad económica de sus productos, evitando que la regulación no permita productos beneficiosos para estos consumidores que actualmente no cuentan con alternativas de suministro.

En este contexto, descuentos temporales que superen el 100% del VAN pero que sean menores del 130% permitirían a los usuarios finales beneficiarse de unos precios menores sin que se perjudique a los operadores alternativos, en la medida que en términos medios se cumplieran las previsiones de la Metodología.

No cabe, por otra parte, estimar las alegaciones de TESAU en relación con la extensión de los compromisos de permanencia, dado que, como ya ha señalado esta Comisión en otros casos<sup>25</sup>, dicha extensión incrementaría los costes de cambio en un mercado en que este operador cuenta con una cuota de mercado muy relevante.

Finalmente, en relación con la incorporación de las promociones sobre el acceso al sistema de promociones marco, una vez consolidado este sistema de comunicación para las ofertas de banda ancha, esta Comisión no ve inconveniente alguno en que así sea.

### **VIII.5 Replicabilidad del producto Movistar Fusión 10Mb**

#### Alegaciones de los operadores

FTES señala que TESAU ha salido beneficiada por la intensificación de la competencia en estos meses, y justifica su afirmación en el hecho de que este operador ha incrementado la captación de portabilidades fijas y móviles respecto a niveles de 2012. FTES considera que la aparición de productos convergentes de naturaleza similar a los de *Movistar Fusión* eleva el *churn* de los operadores alternativos, y esto implica un aumento en los costes de prestación del servicio. Para que la competencia sea sostenible, FTES entiende preciso una revisión de las ofertas mayoristas.

Vodafone reitera los argumentos que presentó en su escrito inicial de denuncia del producto. En este sentido insiste en que con la aplicación estricta de la metodología, el producto en su versión ADSL no supera el test de replicabilidad, pues así se deriva de sus cálculos. En este sentido, Vodafone muestra su discrepancia con el test de análisis de *Movistar Fusión*, ya que considera que la CMT no ha cumplido con los principios de transparencia y publicidad, al no permitir al resto de operadores valorar la corrección de las conclusiones obtenidas.

---

<sup>25</sup> Resolución de 26 de abril de 2012, por la que se actualizan determinados parámetros de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (AEM 2012/469)



Además, señala que, aun superando el test de replicabilidad conjunta, *Movistar Fusión* no supera el test de replicabilidad individual.

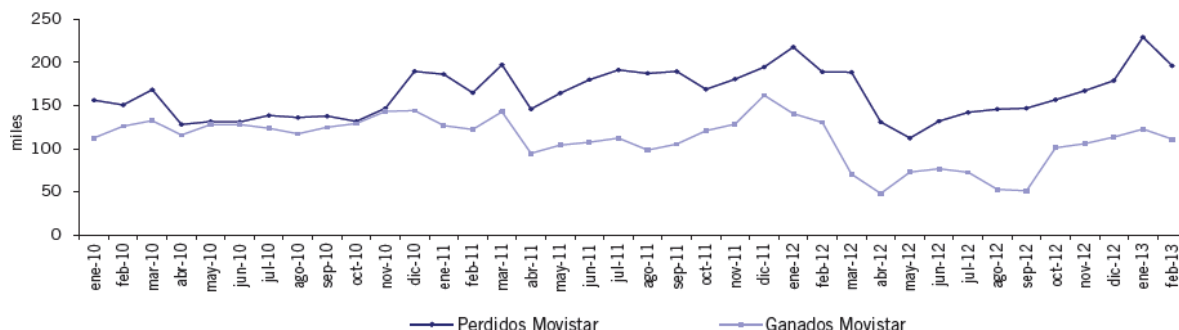
Por su parte, Jazztel sostiene que el análisis de replicabilidad no puede fundamentarse en los perfiles de consumo de los clientes de TESAU, sino que debe tenerse en cuenta el perfil de tráfico de los operadores cuya presunta irreplicabilidad denuncia. Jazztel considera que la CMT debería desarrollar un modelo neutro que sea el resultado de una media de los perfiles de tráfico y consumo de todos los operadores, con datos previamente requeridos y auditados por la CMT, de manera que se obtenga un criterio único de operador igualmente eficiente y no se falsee la competencia con posibles “falsas replicabilidades”.

Por último, TESAU apoya el archivo de las denuncias sobre *Movistar Fusión* por parte de la CMT ya que, en su opinión, dichas denuncias carecían de fundamento. Para ello menciona la respuesta comercial que han tenido los denunciados al lanzar al mercado ofertas tanto o más atractivas en precio que el producto denunciado.

### Respuesta de la CMT

Con respecto al impacto en el mercado de la oferta *Movistar Fusión*, esta Comisión considera que los datos de portabilidad han de analizarse en su conjunto, y no de manera aislada, atendiendo únicamente al número de captaciones de TESAU y TME. En ese sentido, los saldos netos de portabilidad reflejan que TESAU y TME han perdido líneas fijas y móviles incluso tras el lanzamiento del paquete convergente, a favor de los operadores alternativos.

Sin perjuicio de lo anterior, cabe constatar que en relación con la portabilidad móvil, al contrario de lo alegado por FTES, de acuerdo con la nota mensual publicada por esta Comisión relativa al mes de febrero de 2013, si bien se observa un ligero incremento en los niveles de captación en términos de portabilidad derivado de la comercialización de *Movistar Fusión*, la tendencia que se observa más claramente, de acuerdo con el gráfico siguiente, es un incremento en los números exportados una vez los operadores alternativos reaccionaron con ofertas convergentes.



En cuanto a la necesidad de revisar las ofertas mayoristas que alega este operador, cabe recordar que el test de replicabilidad tiene como objeto precisamente el poder valorar la



suficiencia de las ofertas mayoristas. Así, si un producto supera el test –como es el caso del producto denunciado – se ha de entender que un operador alternativo que recurra a los servicios mayoristas de TESAU es capaz de replicarlo de manera económicamente rentable.

Por tanto, no cabe tampoco revisar las ofertas mayoristas más allá del procedimiento que actualmente está instruyendo esta Comisión enmarcado en la aplicación efectiva de las obligaciones de orientación de precios a costes impuestas a TESAU en el marco de los mercados relevantes afectados.

Esta Comisión no comparte la afirmación de Vodafone relativa al presunto incumplimiento de los principios de transparencia y publicidad por parte de la CMT en el análisis de *Movistar Fusión*. La metodología expone de manera clara los criterios a través de los cuales se analizan las ofertas minoristas de TESAU, hasta el punto que el propio Vodafone aportó en su escrito de denuncia un análisis de replicabilidad de *Movistar Fusión*, siguiendo los principios establecidos en la metodología, utilizando su propia información. Asimismo, el resultado del test de replicabilidad – que se concreta a través del VAN – se publica cada vez que un producto es sometido al test o se lleva a cabo una actualización de parámetros de la metodología. En opinión de esta Comisión, el respeto a los principios de transparencia y publicidad queda plenamente garantizado en el análisis ex ante de ofertas comerciales de TESAU. No obstante, se ha de recordar que el análisis se alimenta de información confidencial procedente de TESAU, relativa a sus tráficos y sus costes de comercialización minorista. Resulta incongruente que, como así ha ocurrido, Vodafone solicite la declaración de confidencialidad de la información que ha aportado a la CMT sobre sus tráficos móviles y costes comerciales a partir de la cual sostiene que *Movistar Fusión* es irreplicable, y a la vez solicite el acceso a los datos de TESAU relativos a estos conceptos.

En cuanto al test de replicabilidad individual, sólo cabe remitirse a lo dispuesto en la Resolución en el marco del expediente AEM 2009/1106 relativa al análisis de empaquetamientos que incluyen servicios móviles. Este tipo de paquetes, según se establece en la mencionada Resolución, se analizan a través de un test de replicabilidad conjunta.

Por otro lado, no puede aceptarse la propuesta de Jazztel de utilizar en los análisis de emulabilidad el tráfico medio de todos los operadores, de acuerdo a un modelo creado por la CMT. En primer lugar, esta propuesta es contraria al principio de eficiencia establecido en la metodología, basada en el operador igualmente eficiente. En segundo lugar, su implementación es difícilmente abordable, pues cada producto tiene unas características diferentes que no tienen por qué encontrar correspondencia en la oferta del resto de operadores, y por último dicho modelo creado ad hoc por la CMT generaría inseguridad jurídica al operador regulado, en la medida en que previamente al lanzamiento comercial de un producto desconocería los parámetros medios que esta Comisión utilizaría para valorar su replicabilidad.





### ***VIII.6 Replicabilidad del producto Movistar Fusión Fibra***

#### Alegaciones de los operadores

FTES considera que el impacto de fibra es más que relevante, y se ha de evaluar no en términos generales, sino en las zonas donde exista cobertura de fibra. Por este motivo FTES y Vodafone solicitan a la CMT la adopción de una medida cautelar a nivel de oferta mayorista de acceso indirecto que garantice la replicabilidad de las ofertas superiores a 30Mb. FTES propone a la CMT que, de manera transitoria hasta la revisión de los mercados 4 y 5, *“garantice la coherencia de los precios minoristas de TESAU manteniendo el diferencial de precios con los servicios de cobre para prevenir el ahondamiento en el vaciado de la base de clientes de los operadores alternativos en las zonas de cobertura fibra”*.

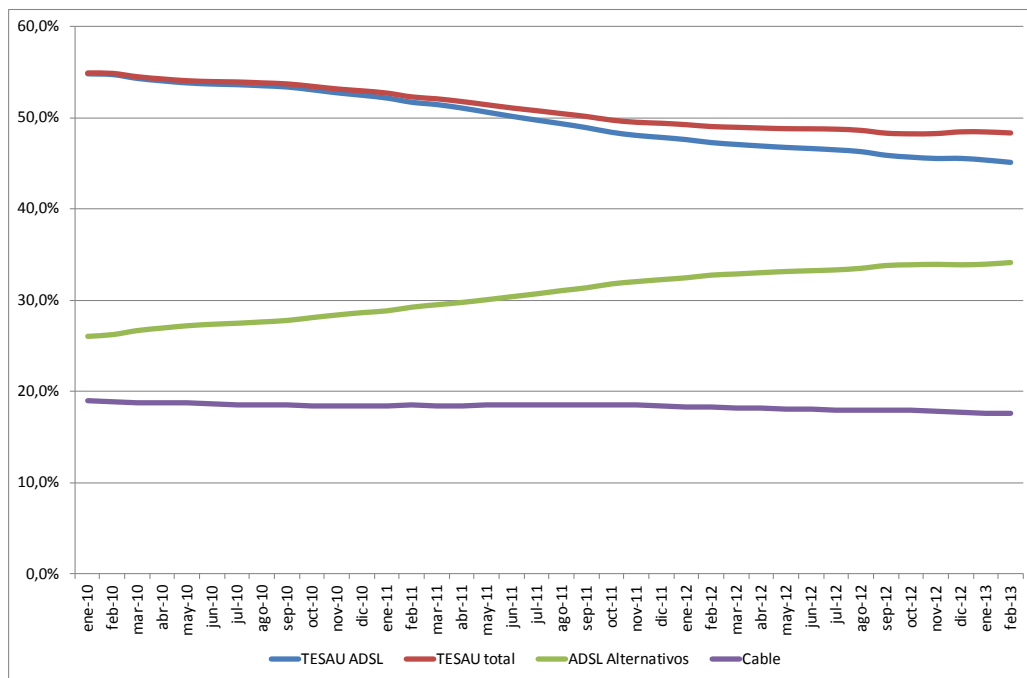
Vodafone opina que el mercado ha cambiado significativamente, habiéndose generalizado tanto la comercialización de servicios minoristas de acceso a Internet de velocidades superiores a 30Mb, como la demanda de los mismos, coincidiendo este hecho con la consolidación de la existencia de ofertas convergentes. Por tanto, entiende justificada su solicitud de medida cautelar que cursó junto a la denuncia de *Movistar Fusión Fibra*.

#### Respuesta de la CMT

Esta Comisión debe reiterar los argumentos contenidos en el Informe de los Servicios sobre la importancia de los servicios basados en las redes de fibra de TESAU y su limitada importancia en el contexto de mercado actual. Así, como se observa en el gráfico siguiente, y a pesar de las alegaciones de los operadores, cabe confirmar que TESAU sigue perdiendo cuota en el mercado de banda ancha en España y que las nuevas adscripciones de fibra no compensan la pérdida de líneas ADSL. Por el contrario, lo que sí es claro del gráfico siguiente es la ganancia de cuota de los operadores que desagregan bucle.



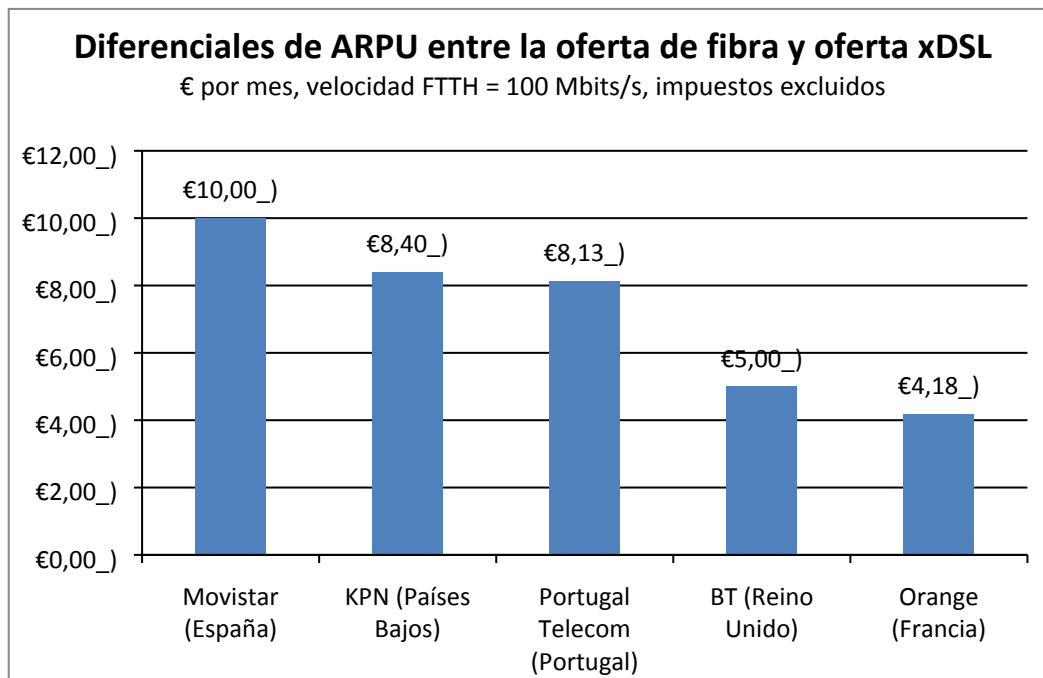
## COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES



En lo que respecta a la garantía de coherencia entre los precios minoristas de TESAU, a la que alude FTES, cabe señalar que TESAU no está obligada a guardar unos precios minoristas proporcionales entre sí, sino únicamente a asegurar la suficiencia de los servicios mayoristas regulados.

En cualquier caso, hasta la fecha, TESAU siempre ha mantenido la consistencia entre los precios de los productos basados en la red ADSL y su equivalente en fibra, con un diferencial de 10 euros entre ellos. Esta diferencia, se puede observar, a efectos ilustrativos, en el siguiente gráfico<sup>26</sup>, donde además se aprecia que esa diferencia es mayor en España que en otros países europeos y, en particular, Francia. Por tanto, no parece identificarse, en el mercado español, un problema de consistencia entre las ofertas basadas en la red ADSL y de fibra.

26 <http://inversores.bolsa.jazztel.com/documents/10156/861971/Presentación+Plan+de+Negocio+2013-2017>



En virtud de las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, esta Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

## RESUELVE

**PRIMERO.-** Aprobar los nuevos valores actuales netos de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. incluidos en el Anexo I de la presente Resolución. Las ofertas que presente Telefónica de España, S.A.U. deberán ser coherentes con los mismos en el momento de su lanzamiento y durante la vida del cliente en caso de producirse una modificación en sus condiciones de prestación.

**SEGUNDO.-** Archivar las denuncias presentadas por Xfera Móviles, S.A. Vodafone España, S.A.U, France Telecom España, S.A.U., Jazz Telecom, S.A.U, Telecaravaca. S.L., Importelevideo, S.A., Televisión Trujillo, S.L., Teleporte, S.L., Ilorci TV, S.L., TV Horalada Mar Menor, S.L., Teleast Digital, S.L.U., Internet Vega Baja, S.L., Televisión Horalada, S.L., Concisa Marketing y Comunicación, S.L., TV Horalada Multimedia, S.L., Tele Alhama, S.L., Teledistribución Totana, S.L., Antenas Moly, S.L, Virson Comunicaciones, S.L., Josefa Ruiz Bernal, y Suis Boga Telecom, S.L. relativas a la comercialización por parte de Telefónica de España, S.A.U. del servicio Movistar Fusión.

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 en el artículo 22.2 del Texto Consolidado del Reglamento de Régimen Interior de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones aprobado por Resolución del Consejo de 30 de marzo de 2012 (BOE núm. 149, de 22 de junio de 2012), con anterioridad a la aprobación del Acta de la sesión correspondiente.



Asimismo, se pone de manifiesto que contra el presente acto 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 48.12 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 2 del artículo 58 de la misma Ley.

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



## ANEXO I

### Valor actual neto de los servicios analizados

TIPO PRODUCTO	Denominación del producto	VAN
Servicio de acceso RTB y paquetes de acceso y tráfico	Línea acceso RTB	181,15
	Línea Internacional	284,31
	Línea a Tres	108,84
	Línea Tarifa Plana Hogar	297,86
	Planazo Hogar a Fijos y Móviles	69,41
	Planazo Hogar	251,14
	Contrato Cero	55,41
	Contrato 9	96,69

TIPO PRODUCTO	Denominación del producto	VAN
Empaquetamientos de doble oferta (Dúos)	DUO ADSL Hasta 10Mb + TPN + c/s AV	402,58
	DUO ADSL Hasta 10Mb + TPN + c/s AV + Contrato móvil Movistar	456,64
	DUO ADSL Hasta 10Mb + TPN + c/s AV + FM50	392,43
	DUO ADSL Hasta 10Mb + TPN + c/s AV + FM50 + Contrato móvil Movistar	547,60
	DUO ADSL Hasta 30Mb + TPN + c/s AV + FM50	407,42
Empaquetamientos de triple oferta (Tríos)	TRIO Familiar Hasta 10Mb + TPN + c/s AV	402,58
	TRIO Familiar Hasta 10Mb + TPN + c/s AV + Contrato móvil Movistar	456,64
	TRIO Familiar 10Mb + TPN + c/s AV + FM 50	392,43
	TRIO Familiar 10Mb + TPN + c/s AV + FM 50 + Contrato móvil Movistar	547,60
	TRIO Flexible 10Mb + TPN + c/s AV + FM 50	392,43
	TRIO Flexible 10Mb + TPN + c/s AV + FM 50 + Contrato móvil Movistar	547,60



## ANEXO II

### Replicabilidad de *Movistar Fusión*

[CONFIDENCIAL]