



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

D. LUIS BERMÚDEZ ODRIOZOLA, 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 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones celebrada el día 21 de enero de 1999, se ha adoptado el siguiente

ACUERDO

Por el que se aprueba el:

INFORME PARA LA SECRETARÍA GENERAL DE COMUNICACIONES SOBRE PROGRAMAS DE DESCUENTOS PARA ACCESO A INTERNET DE TELEFÓNICA.

Antecedentes

Telefónica, S.A. ha presentado al Gobierno para su aprobación cuatro nuevos Planes de Descuentos, aplicables a las tarifas telefónicas metropolitanas establecidas para llamadas entre el beneficiario del descuento y un número metropolitano por él elegido.

Con la información presentada se entrega copia de las Condiciones Particulares que regirán el otorgamiento y aplicación de dicho programa de descuentos. En las mismas se indica que se regirán por las condiciones generales contenidas en el contrato de abono telefónico.

Los planes de referencia se denominan: Plan BONONET 10 HORAS NOCHE, Plan BONONET 50 HORAS NOCHE, Plan BONONET 10 HORAS DÍA, Plan BONONET 50 HORAS DÍA.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Hay que tener en cuenta que dicha empresa había presentado con anterioridad otra serie de Planes de Descuento con idéntica finalidad (Plan BONONET 10 HORAS, Plan BONONET 30 HORAS, Plan BONONET 100 HORAS, Plan MASTERNET) sobre los que esta Comisión emitió informe en sesión del Consejo de fecha 15 de octubre de 1998. Dichos planes no han sido comercializados hasta el momento por Telefónica, S.A.

Contenido de los Planes de descuentos propuestos

Los nuevos Planes BONONET consisten en la compra anticipada de un cierto número de horas (10 ó 50) de llamadas a un solo número, de forma que el precio por hora resulta más barato que la tarifa normal. Se establecen dos modalidades: la modalidad DÍA (las horas han de ser consumidas en horario punta y normal) y la modalidad NOCHE (las horas han de ser consumidas en horario de tarifa reducida). Los precios para cada bono dependen del número de horas y de la modalidad, siendo 850 y 3.750 pesetas para 10 y 50 horas en la modalidad NOCHE, y 2.100 y 8.500 pesetas en la modalidad DÍA. Las horas adquiridas han de consumirse durante el mes en cuestión, perdiéndose en caso de no utilizarse.

La estructura de las condiciones particulares es la siguiente:

1. Adscripción: se puede adscribir cualquier titular de líneas telefónicas.
2. Período de vigencia: un mes natural coincidente con los periodos regulares de facturación, con renovación automática mes a mes, salvo indicación en contra del cliente.
3. Precio de adscripción al programa: 150 pesetas (para los BONOS de 10 horas) y 250 pesetas (para los BONOS de 50 horas).
4. Ámbito de aplicación del descuento: llamadas metropolitanas en conexiones realizadas con un único número de la RTB de TELEFÓNICA. Dicho número habrá de ser uno de los incluidos en una lista que facilitará mensualmente el Ministerio de Fomento y que corresponderá a los Centros de Acceso al servicio Internet pertenecientes a los distintos PSIs. Dichos números han de ser equivalentes a la tarifa metropolitana.
Valor del descuento: dependiente del programa, aplicándose en distintos horarios, según la modalidad del programa: horario reducido en la modalidad NOCHE y horarios normal y punta para la modalidad DÍA.
5. Compatibilidad del descuento: los descuentos de la modalidad NOCHE con compatibles plenamente con el Plan PRIMANET¹

¹ El descuento PRIMANET consiste en un pago mensual de 250 pesetas, para acceder a un descuento del 30% de las tarifas a partir del décimo minuto en llamadas de más de 10 minutos de duración, que se realicen en horario punta o normal. El abonado únicamente puede elegir tres números a los que llamar con este descuento.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

(aprobado por O.M. el 31 de julio de 1998). Los de modalidad DÍA son compatibles con PRIMANET, salvo para el número elegido para los BONOS, lo que impide la acumulación de ambos descuentos en la práctica.

6. Fecha de efectividad para el cliente: al día siguiente de la adscripción. Se prorratea el tiempo y el precio del BONO en caso de que el primer periodo contratado no se ajuste al mes natural.
7. Baja en el Plan a petición del cliente: al comienzo del mes siguiente, siempre que se comunique con antelación mayor de 24 horas al final del mes.
8. Modificación de las condiciones del Plan: se notificarán a los clientes a través de la factura telefónica o cualquier otro medio que se estime.

Examen del Plan propuesto en relación con la salvaguarda de las condiciones de competencia efectiva en el mercado de las telecomunicaciones

MERCADOS RELEVANTES Y POSICIÓN DE DOMINIO DE TELEFÓNICA

Al respecto, esta Comisión ya se manifestó en el citado informe sobre los Planes de Descuento para acceso a Internet propuestos anteriormente por Telefónica, aprobado en sesión del Consejo de fecha 15 de octubre de 1998. Allí se concluía que Telefónica se halla en absoluta posición de dominio en los dos mercados de referencia (servicio telefónico básico metropolitano y servicios de acceso a información mediante Red Telefónica Básica).

Como variación respecto a los planes entonces propuestos, los nuevos planes exigen que el número telefónico elegido habrá de ser uno de los incluidos en una lista que facilitará mensualmente el Ministerio de Fomento y que corresponderá a los Centros de Acceso al servicio Internet pertenecientes a los distintos PSIs. Dichos números han de ser equivalentes a la tarifa metropolitana, por lo que se entiende que podría ser un número IRIS 901 5xx xxx, en que el llamante también paga tarifa metropolitana. Por tanto, se puede seguir considerando que los Planes de descuento propuestos cubren las necesidades de todos los usuarios de acceso a servicios de información.

ANÁLISIS DE LOS DESCUENTOS

Respecto a la cuantía de los descuentos, a continuación se muestran los precios por hora para tarifa sin ningún descuento, para el plan PRIMANET y para los BONONET objeto de este informe.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

	Sin descuento	Primanet	Bononet 10 NOCHE	Bononet 50 NOCHE	Bononet 10 DÍA	Bononet 50 DÍA
Punta	270,55	202,75	n/a	n/a	210	170
Normal	270,55	202,75	n/a	n/a	210	170
Reducida	105,43	105,43	85	75	n/a	n/a

Los planes de descuento en su modalidad NOCHE suponen un descuento por horas del 19,4% y del 28,9% respecto a la tarifa reducida, para los bonos de 10 y 50 horas respectivamente. Los planes de descuento en la modalidad DÍA suponen un descuento del 22,4% y el 37,2% respecto a la tarifa sin PRIMANET, con la que es incompatible. Comparadas con las tarifas obtenidas con el descuento PRIMANET, el bono de 10 horas resulta peor, mientras que el de 50 horas supondría un descuento del 16,2%. Todo esto siempre que se consuman todas las horas del bono durante el mes.

1) Condiciones para los abonados

Los precios de la hora con los Planes de referencia resultan entre un 20% y un 40% más baratos que las tarifas sin descuento, siempre que se consuman todas las horas compradas. En caso de que el consumo no alcance el total de horas, las condiciones son peores si se consumen menos de 8 horas (en los BONONET 10), 35 horas (BONONET 50 HORAS NOCHES) o 31 horas (BONONET 50 HORAS DÍA). Dada la amplitud del horario en que la aplicaciones de los bonos mejora las condiciones normales, se puede considerar que los bonos serán consumidos íntegramente alcanzando los máximos descuentos posibles.

En las condiciones particulares se especifica que los descuentos se aplicarán desde el primer segundo consumido, con lo que parece dar a entender que la conexión no está incluida en el descuento, y habría que pagarla aparte. En este caso, se encarecería el coste real de cada hora, tanto más cuanto menor sea la duración media de las sesiones. Por ejemplo, para una sesión media de 18 minutos, el coste de la hora se encarecería en 42 pesetas, pasando en el caso de los BONONET NOCHE, de 85 a 127 pesetas, y de 75 a 117 pesetas, respectivamente.

Existen algunas consideraciones sobre la transparencia para los usuarios de los planes propuestos:

- a) De las condiciones de compatibilidad de los distintos planes, se deduce que son compatibles entre sí (por ejemplo, BONONET 10 HORAS DÍA con BONONET 10 HORAS NOCHE), pero no está expresamente indicado en las condiciones.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- b) Las condiciones de estos planes no reflejan con claridad si la tarifa por establecimiento de llamada se incluye o no en los descuentos, lo que puede dar lugar a un considerable encarecimiento de la hora.
- c) Si bien resulta un coste de escasa relevancia, máxime al ser un pago de una sola vez, no encontramos razones para que la cuota de alta de cada uno de los planes BONONET dependa del número de horas precompradas.
- d) La penalización por darse de baja con menos de 24 horas de antelación del comienzo del mes resulta injustificada y desproporcionada. Adicionalmente, al ser los periodos de vigencia meses naturales “coincidentes con los periodos regulares de facturación” dicha fecha límite será distinta para cada cliente, ya que los periodos regulares de facturación comienzan en diferentes días para cada cliente. Esto podría crear incertidumbre en los clientes sobre hasta qué día puede darse de baja sin sufrir la penalización. Por otra parte, se podría entender que hay una justificación objetiva para actuar de esta manera.
- e) Dentro del ámbito de aplicación del descuento debería aclararse si el número único elegible por el cliente debe ser de la RTB o incluye números de la RDSI (números de servicios IRIS, en que el llamante también paga tarifa metropolitana).

En cuanto a una posible discriminación en precios, ésta no se produciría entre abonados a operadores diferentes que puedan ser alcanzados por los titulares de los bonos ofrecidos.

Sin embargo, se introduce el principio de discriminación de precios que, a igualdad de costes, corresponden a servicios diferentes, como comunicaciones hacia proveedores de acceso a INTERNET frente a comunicaciones a otros destinos dentro del ámbito de tarificación metropolitano.

2) Condiciones respecto a los nuevos operadores

En un mercado competitivo, los descuentos son una señal de competencia efectiva. En un mercado no plenamente liberalizado, como es el de las telecomunicaciones, los descuentos podrían, no obstante, tener carácter de precios predatorios.

El descuento medio para los bonos de 10 horas se sitúa en el 21%, y para los de 50 horas en un 33%. Por ello, estimamos que el efecto sobre la tarifa media cobrada por servicios de acceso a información vía RTB podría ser un descuento del 28%². No obstante, esto no supondría necesariamente una merma en sus ingresos por este concepto, dado que previsiblemente muchos

² Según AIMC, un 40% de los usuarios de Internet tienen un consumo semanal menor de 4 horas, teniendo el 60% restante un consumo mayor. Para estimar el descuento medio, se asume que todos los clientes de menos consumo de 4 horas se adscribirían a los planes de 10 horas, mientras que los demás lo harían al de 50 horas.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

clientes incrementarían su consumo (por ejemplo, aquellos que consuman actualmente 40 horas adquirirían un bono de 50 horas). Además, a este posible aumento de ingresos, hay que unir el efecto beneficioso de asegurar unos ingresos con independencia del consumo.

Sobre si este descuento se puede considerar predatorio, hay que analizar si son precios inferiores a los costes medios variables. Sin embargo, consideramos que los costes medios variables para servicios de acceso a información desde RTB son despreciables, debido a que estos servicios incrementan la utilización de una red implantada para otro tipo de servicios (el servicio telefónico básico) sin exigir inversiones adicionales apreciables sobre las constituyentes de la red para su prestación.

Por otro lado, los descuentos propuestos no suponen un plan para sacar a algún competidor del mercado, dado que no hay prácticamente nadie compitiendo en el mercado de servicios de acceso a información desde RTB; ni tampoco crean barreras de entrada superiores a las ya existentes para entrar en el mercado del servicio básico metropolitano.

En conclusión, pese a su cuantía cercana al 30%, por esta Comisión no se aprecian elementos suficientes para calificar los descuentos propuestos como predatorios.

Las primas de fidelización son descuentos cuyo nivel depende de que el abonado no se pueda suministrar de otros proveedores. Éste no es el caso con el plan propuesto, puesto que la rebaja es independiente de que se realicen o no llamadas a través de otros operadores.

En conclusión, el plan propuesto no se considera predatorio ni prima de fidelización en cuanto a la competencia del servicio metropolitano básico.

Otros aspectos

COMUNICACIÓN DE LA MODIFICACIÓN DE LAS CONDICIONES DEL PLAN

En las condiciones de adscripción, Telefónica establece que para modificar el contenido de cualquiera de los planes bastará con comunicarla al Ministerio de Fomento con una antelación mínima de un mes respecto a la fecha prevista de entrada en vigor. Dicha comunicación no será precisa en caso de que la modificación sea para ajustar la cuantía de los descuentos a posibles modificaciones en la estructura tarifaria del servicio telefónico metropolitano, de forma que los precios finales resultantes se mantengan.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Sin embargo, en otros planes de descuento de Telefónica aplicados sobre tarifas que tienen el carácter de fijas (por ejemplo, servicio telefónico provincial y servicio telefónico interprovincial), se exige aprobación de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos para cualquier modificación de su contenido, con excepción de los ajustes por variación de las correspondientes tarifas, caso en que sólo se requiere comunicación previa.

En consecuencia, dado que las tarifas del servicio telefónico metropolitano tienen también la consideración de fijas, se debería alinear la redacción del citado apartado a los supuestos vistos en el párrafo anterior.

AUTORIZACIÓN PARA LA REDUCCIÓN DE LOS PRECIOS DE INTERCONEXIÓN PARA LLAMADAS METROPOLITANAS

Telefónica, en el último párrafo de los escritos en que solicita la aprobación de cada uno de los planes de descuento, pide también que “habida cuenta del importante descuento que se propone sobre la tarifa vigente para llamadas metropolitanas, se autorice a Telefónica a aplicar, para este tipo de llamadas, una reducción proporcional sobre los precios de interconexión que los distintos operadores puedan aplicar a las llamadas que finalicen en su red”.

En el citado informe emitido en sesión de 15 de octubre de 1998, esta Comisión se manifestaba en el sentido apuntado por Telefónica. Sin embargo, desde el 1 de diciembre de 1998, los precios de interconexión ya no deben ser aprobados por el Gobierno, sino que deben negociarse entre las partes y, en caso de conflicto, debe resolver esta Comisión.

Por otra parte, existe una Oferta de Interconexión de Referencia de Telefónica cuya aprobación recomendó esta Comisión y cuya aplicación generalizada entre operadores podría servir para resolver problemas como el que se pone de manifiesto en esta ocasión, derivados de la inadecuación de los precios de interconexión a la situación nueva de mayor competencia y mayor variedad de oferta de servicios.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En razón de lo expuesto el Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones adopta las siguientes

CONCLUSIONES

En relación con los Planes de Descuento BONONET DÍA y NOCHE presentados por Telefónica de España, S.A.

Primera. Informar positivamente los Planes de Descuentos presentados, desde el punto de vista de la competencia, siempre y cuando se atienda la conclusión Segunda de este informe.

Segunda. Exigir a TELEFÓNICA una mayor transparencia en la descripción de los mismos de cara al abonado, en los aspectos a) a e) citados bajo el epígrafe de transparencia. En especial, clarificando sus ventajas e inconvenientes.

Asimismo, las cláusulas de los contratos relativos a la adscripción de los clientes deberían redactarse de manera que, con claridad, se dejara a la iniciativa del cliente la decisión de adscribirse o no a los programas de descuentos.

Por último, solicitar de TELEFÓNICA la justificación de las diferentes cuotas de alta de los planes BONONET, así como de la penalización por darse de baja con menos de 24 horas antes de fin de mes y suprimiendo, en su caso, tal penalización.

Tercera. Proponer que se establezcan las modificaciones en estos planes para las cuales Telefónica haya de solicitar autorización en lugar de realizar una mera comunicación al Ministerio de Fomento.

En la línea de las resoluciones sobre planes de descuento emitidas hasta el momento, cualquier modificación de contenido precisaría de autorización, y bastaría comunicación para el caso de ajustar los descuentos ante una modificación de la estructura tarifaria del servicio básico metropolitano.

Cuarta. En el actual marco normativo, no resulta posible que por el Gobierno se autoricen reducciones en los precios de interconexión, constituyendo una alternativa a la propuesta de Telefónica el que dicha sociedad y el resto de operadores negocien precios de interconexión en línea con los recogidos en la Oferta de Interconexión de Referencia de Telefónica. En caso de conflicto, resolvería la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

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

Vº Bº

EL PRESIDENTE

EL SECRETARIO

José M^a Vázquez Quintana

Luis Bermúdez Odriozola