



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 4 de febrero de 1999, se ha adoptado el siguiente

ACUERDO

Por el que se aprueba el:

INFORME PARA LA SECRETARÍA GENERAL DE COMUNICACIONES SOBRE MODIFICACIONES A LOS PLANES “AMIGOS Y FAMILIA” NACIONALES DE TELEFÓNICA

Antecedentes

Telefónica, S.A. ha presentado al Gobierno para su aprobación una modificación de los programas de descuento “Amigos y Familia Interprovincial Oro”, “Amigos y Familia Interprovincial Regional”, “Amigos y Familia Interprovincial” y “Plan Provincial”.

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.

Esta Comisión emitió el informe preceptivo sobre la primera versión de los planes “Amigos y Familia”, mediante acuerdo en la sesión del Consejo celebrada el 19 de febrero de 1998. Asimismo, y para el Plan Provincial, se emitió informe mediante acuerdo en la sesión del Consejo del 8 de octubre de



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

1998. En ambos acuerdos se concluía que no se apreciaban circunstancias que pudieran determinar abusos de posición de dominio por parte de TELEFÓNICA; y que, desde un punto de vista económico, se consideraba que se trataba de ofertas que podrían ser igualadas por los operadores entrantes en el mercado.

Contenido de la modificación propuesta a los Planes de descuento citados

Las condiciones particulares de adscripción no presentan variación sobre las previas, por lo que no procede un mayor análisis de las mismas. Las únicas modificaciones realizadas en los planes son las siguientes:

1.- Eliminación de la limitación en la cantidad de números a los que se podía llamar dentro del plan. Así, en los planes “Amigos y Familia” sólo se podían beneficiar de los descuentos las llamadas a 10 números previamente elegidos, mientras que en el Plan Provincial eran 20 los números que se podían beneficiar. Esta restricción se elimina con la modificación propuesta, de forma que se beneficiarán de los descuentos todas las llamadas interprovinciales (o provinciales, según el caso) con independencia del destinatario.

2.- Introducción de descuentos en la banda horaria que va de las 8 a las 14 horas los sábados. Los descuentos para tal banda se fijan en un 85'44%, 81'48%, 77'51% y un 63,08%, para el plan “Amigos y Familia Interprovincial Oro”, “Amigos y Familia Interprovincial Regional”, “Amigos y Familia Interprovincial” y el Plan Provincial, respectivamente.

Examen de la modificación propuesta en relación con la salvaguarda de las condiciones de competencia efectiva en el mercado de las telecomunicaciones

Las tarifas propuestas constituyen planes de descuentos para llamadas provinciales e interprovinciales y cuyo ámbito principal de aplicación es el de los abonados residenciales. Se puede decir que con ese conjunto de números se pueden cubrir las necesidades de prácticamente toda la población, en cuanto a llamadas provinciales e interprovinciales se refiere.

El mercado objetivo es el constituido por todos los clientes del servicio telefónico básico, esto es, se pueden adscribir al mismo todos los titulares de líneas telefónicas.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

El mercado del servicio telefónico básico provincial es un mercado en fase de apertura, en que sólo recientemente han comenzado a operar otros operadores (Retevisión y UNI2). Los operadores de telecomunicaciones por cable si bien podrían prestar el servicio, no lo están prestando salvo en pruebas piloto en ámbitos reducidos, por lo que no se puede considerar que tengan una posición relevante en el mercado.

Ya se ha dicho que la competencia sólo recientemente ha comenzado a actuar en el mercado que nos ocupa, ni siquiera alcanzando a todo el ámbito geográfico, sino limitándose a un escaso número de provincias, por lo que se puede decir que Telefónica abarca la totalidad del mercado relevante.

La posesión de esta amplia cuota de mercado sitúa a Telefónica en una posición de dominio que le permite conducirse fijando precios de forma independiente de los comportamientos de otros operadores con los que compita, con la consecuente posibilidad de influir en las condiciones en que se va a desarrollar la competencia.

Vistos los informes preceptivos previamente citados, el único análisis pertinente en el presente caso recae en una eventual predatoriedad de los precios a consecuencia de los nuevos descuentos en la banda de 8 a 14 horas de los sábados. La eliminación de la limitación en la cantidad de números beneficiarios del descuento, al haberse considerado que dichos conjuntos de números permitían cubrir las necesidades de prácticamente toda la población, en cuanto a llamadas interprovinciales y provinciales se refería, no se considera que pueda alterar las condiciones del mercado.

Respecto a la posible predatoriedad en los descuentos propuestos, ha de tenerse en cuenta que la banda en que se aplican corresponde a la tarifa punta de Telefónica. De hecho la cuantía de los descuentos es tal que las tarifas resultantes de su aplicación en la citada banda, equivalen, para cada plan, a la tarifa reducida con el descuento correspondiente. Con esto, Telefónica ofrece a quienes se adscriban a estos planes su tarifa reducida descontada para todo el fin de semana, en la línea de las ofertas presentadas por sus competidores Retevisión y Uni2. Los descuentos propuestos vendrían a ser la respuesta de Telefónica a dichas ofertas.

La siguiente tabla recoge **los precios por minuto de una llamada telefónica** de las ofertas de los distintos operadores que ofrecen cada tipo de llamada, para el horario de referencia, para una llamada de tres minutos, **comparados con los precios por minuto de interconexión** que se han de pagar a Telefónica, correspondientes a la hora punta y según se aplique la OM de Marzo 97 o la Oferta de Interconexión de Referencia de Telefónica aprobada el pasado mes de Noviembre. Los precios están expresados en pesetas.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

	<i>Telefónica AyF Interprov.</i>	<i>Retevisión Tarifa Reducida</i>	<i>Retevisión¹ Promoción 3-2-1</i>	<i>Uni2 Tarifa reducida</i>	<i>Tarifas IXC O.M. 18/3/97 (*)</i>	<i>Tarifas IXC OIR (**)</i>
Interprovincial	9,94	15	12	10	8,5	5,3
Provincial	7,55	11	10	N/A	5	3,3

(*) Para la llamada interprovincial, se ha considerado que el entrante paga acceso y terminación provinciales. Para la provincial, el entrante paga acceso y terminación metropolitana.

(**) Para la llamada interprovincial se ha considerado que el entrante paga a Telefónica acceso y terminación en tránsito simple. Para la provincial, el entrante paga acceso y terminación local (lo cual es el caso mejor para él, aunque no el más común).

Cabe significar que todos los acuerdos de interconexión vigentes entre Telefónica y los demás operadores analizados se atienen a las condiciones y precios de la O.M. del 18 de marzo de 1997.

En punto al examen de los descuentos propuestos, y como ya se ha indicado en informes precedentes sobre otros programas de descuentos, no se puede en estos momentos, en los que no se cuenta con una contabilidad de costes de la operadora dominante, debidamente aprobada por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, verificar un análisis de los precios, a efectos de su eventual predatoriedad, desde la perspectiva de su comparación con los costes incurridos en la prestación de los servicios a los que se aplican dichos precios.

Ante esta evidencia, un criterio válido para el análisis, es el sugerido en la Comunicación de la Comisión Europea sobre la aplicación de las normas de competencia a los acuerdos de acceso en el sector de las Telecomunicaciones (DOCE C 265/2 de 22 de agosto de 1998, párrafos 117 a 119), a cuyo tenor, una reducción de precios practicada por un operador que goce de posición de dominio puede, según las circunstancias, constituir una práctica abusiva cuando el margen entre la tarifa de acceso aplicada a los competidores (interconexión) y el precio que el operador aplica al usuario final, en ambos casos respecto del mismo tipo de servicios, no basta para que el competidor con un grado de eficiencia suficiente pueda obtener un beneficio normal.

¹ Promoción que reduce el importe de cada minuto de llamada en 3 pesetas para las llamadas interprovinciales, 2 para las internacionales y 1 para las provinciales.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Este criterio, ya utilizado por esta Comisión en otros programas de descuentos, supone comparar los precios finales propuestos por Telefónica, en el mercado de referencia, con los precios de interconexión que para el mismo tipo de servicios la operadora percibe de sus competidores.

En el presente caso, realizada la comparación se advierte que el margen de los precios de las llamadas interprovinciales sobre los precios de interconexión es de un 14,95% (sin olvidar que se está considerando el plan de Telefónica que peores condiciones ofrece, ya que el Regional deja el minuto en 7,3 pesetas y el Oro en 5,74 pesetas) y en un 33,74% para las provinciales.

Dicho margen, más estrecho en el caso de las llamadas interprovinciales, se considera suficiente para que los competidores puedan replicar el plan de descuentos propuesto.

Todo ello sin perjuicio de que la comparación se realice en una franja horaria determinada, en la que se produce un menor margen entre los precios finales y las tarifas de interconexión, de tal manera que si la comparación se realizara considerando todas las franjas horarias que se aplican en el mercado de referencia contemplado (llamadas provinciales e interprovinciales), los márgenes serían aún mayores.

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

CONCLUSIONES

Informar favorablemente las modificaciones de los Planes de Descuento “Amigos y Familia Interprovincial”, “Amigos y Familia Interprovincial Oro”, “Amigos y Familia Interprovincial Regional”, para llamadas interprovinciales, y el Plan Provincial, para llamadas provinciales, presentadas por Telefónica, S.A.



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