



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

D. JOSÉ GIMÉNEZ CERVANTES, 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 nº 22/01 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones celebrada el día 14 de junio de 2001, se ha adoptado el siguiente

ACUERDO

Por el que se aprueba el:

INFORME A LA COMISIÓN DELEGADA DEL GOBIERNO PARA ASUNTOS ECONÓMICOS

SOBRE

EL PROGRAMA DE DESCUENTOS “PLAN EEUU 15” PARA LLAMADAS TELEFÓNICAS FIJAS DE ÁMBITO INTERNACIONAL DE TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U. (OM 2001/4542)

I. OBJETO Y MOTIVOS DEL INFORME

El Ministerio de Economía y, a través de la Secretaría de Estado de Economía, de Energía y de la Pequeña y Mediana Empresa (en adelante, Secretaría de Estado), ha remitido a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (en adelante C.M.T.), con fecha de 9 de abril del 2001 y para informe preceptivo, el escrito de Telefónica de España, S.A.U. en el que solicita la aprobación del programa de descuentos:



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

4 “PLAN EE.UU 15”

La elaboración del presente informe responde a la obligación de esta Comisión de "informar las propuestas de tarifas de los servicios de telecomunicación prestados en exclusiva y en aquellos casos en los que exista una posición de dominio en el mercado. Con el mismo fin, informará preceptivamente toda propuesta de determinación de tarifas, sean éstas fijas, máximas o mínimas, o de regulación de precios de servicios de telecomunicación", según se establece en el artículo 1.Dos.2 h) de la Ley 12/1997, del 24 de abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones, para la posterior aprobación tarifaria por parte de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos.

El Real Decreto 557/2000, de 27 de abril, de reestructuración de Departamentos Ministeriales, atribuye al Ministerio de Economía (artículo 4.2) “las competencias hasta ahora atribuidas al Ministerio de Fomento, en relación con la regulación, establecimiento y control de las tarifas de los servicios de telecomunicación”. Tal competencia ha sido atribuida, dentro del Ministerio de Economía, a la Secretaría de Estado de Economía, de la Energía y de la Pequeña y Mediana Empresa (artículo 1.7 del Real Decreto 689/2000, de 12 de mayo, por el que se establece la estructura orgánica básica de los Ministerios de Economía y de Hacienda).

La Orden de 10 de mayo de 2001 por la que se dispone la publicación del Acuerdo de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos por el que se modifica el Acuerdo de 27 de julio de 2000, por el que se establece un nuevo marco regulatorio de precios para los servicios prestados por Telefónica de España, Sociedad Anónima Unipersonal, establece en su punto 3 del ANEXO que lleva por título “Marco regulatorio de los precios de determinados servicios de telecomunicaciones prestados por Telefónica de España, Sociedad Anónima Unipersonal”, que Telefónica de España, Sociedad Anónima Unipersonal deberá presentar a los Ministerios de Economía y de Ciencia y Tecnología sus propuestas para los precios de (...) los programas de descuento, para su aprobación conforme al procedimiento establecido en la disposición transitoria cuarta de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones.

Con la información presentada se entrega copia de las Condiciones Particulares que regirán el otorgamiento y aplicación de dichos programas de descuentos.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

II. DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE DESCUENTO PROPUESTOS

1. Adscripción: Pueden adscribirse al programa los titulares de líneas individuales y accesos básicos de la Red Digital de Servicios Integrados (R.D.S.I) que no se dediquen a la actividad de explotación de terminales de uso público. No está permitida la reventa del tráfico que se beneficie de este programa de descuentos.

La adscripción se realizará mediante aceptación de las condiciones manifestada por el cliente en contacto con un agente de Telefónica de España. Ésta confirmará dicha adscripción por escrito.

El cliente podrá contratar un solo programa "Plan EE.UU. 15" por cada número de teléfono.

2. Compatibilidad: Salvo indicación expresa en contra, el programa es incompatible con otros programas de descuentos del servicio telefónico fijo disponible al público de ámbito internacional, excepto con los denominados "Plan Amigos y Familia Internacional", "Plan Ahorro Empresas" y "Plan Europa 15". No obstante, en el caso de líneas adscritas a alguno de los dos primeros planes ("Plan Amigos y Familia Internacional", "Plan Ahorro Empresas") y al presente Plan, aquellos sólo se aplicarán a las llamadas que no se beneficien de las condiciones económicas del "Plan EE.UU. 15", y que figuran en las condiciones particulares del Plan.
3. Periodo de vigencia: El período de vigencia del programa "Plan EE.UU. 15" es indefinido. La fecha de inicio de aplicación de las condiciones del programa será la del día siguiente al de la solicitud de adscripción al mismo, debiendo la línea permanecer adscrita a este programa, al menos, hasta la finalización del primer período mensual de facturación, prorrogándose la adscripción de forma automática por períodos mensuales de facturación completos. No obstante, el cliente podrá solicitar la baja en el programa en cualquier momento, siempre y cuando haya transcurrido al menos un mes desde la fecha de adscripción al mismo, siendo, en este caso, aplicables los descuentos hasta el día de finalización del período mensual de facturación en que se haya solicitado la baja.
4. Precio de adscripción al programa: Tanto el alta en el programa como la baja en el mismo serán gratuitas. El programa lleva asociada una cuota mensual de 2.500 pesetas por cada línea adscrita. La cuota se prorrateará en el caso de que la fecha de alta no coincida con el inicio del período



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

mensual de facturación del cliente, en función del número de días que, durante ese mes de facturación, haya permanecido adscrita al programa.

5. Valor del descuento y ámbito de aplicación del descuento: El 100 por 100 de la facturación correspondiente a los primeros 15 minutos diarios cursados (incluido establecimiento de llamada), en los horarios que a continuación se indican, en llamadas del servicio telefónico automático internacional originadas en la línea adscrita y dirigidas a teléfonos pertenecientes a la zona de tarificación 4 A (Estados Unidos- Zona Continental, sin Alaska):

Horarios de aplicación:

- De Lunes a Sábado, desde las 0 a las 8h y desde las 20 a las 24h.
- Domingos y festivos de ámbito nacional todo el día.

Cuando las posibilidades técnicas lo permitan, los descuentos podrán ser aplicables a las llamadas realizadas a través de Tarjeta Personal.

6. Fecha de efectividad para el cliente: Será la del día siguiente al de solicitud de adscripción al programa por parte del cliente.
7. Baja en el Programa a petición del cliente: La solicitud de baja en el programa "Plan EE.UU. 15" a petición del cliente, en las condiciones recogidas en el punto 3, deberá comunicarse telefónicamente al "1004", Servicio de Atención al Cliente. La baja en el programa a petición del cliente, en dichas condiciones, será efectiva al finalizar el período mensual de facturación siempre y cuando ésta se solicite con una antelación mínima de 24 horas antes de la finalización de dicho período. Caso de que la solicitud de baja se produzca con menos de 24 horas de antelación a la finalización de un período mensual de facturación, la vigencia del programa se prolongará hasta la finalización del período mensual de facturación siguiente.
8. Modificación de las condiciones del Plan: Cualquier modificación que TELEFÓNICA pretenda introducir en este programa deberá ser aprobada por los Ministerios de Economía y Ciencia y Tecnología, y comunicada al Consejo de Consumidores y Usuarios y a los usuarios afectados, con carácter previo a su aplicación efectiva.

Cuando se produzcan modificaciones en los precios nominales del servicio telefónico internacional, TELEFÓNICA reajustará los precios de estos



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

descuentos de forma tal que el precio efectivo que se aplique al usuario final beneficiario de este programa sea equivalente al precio efectivo anterior a la modificación de los precios nominales.

III. VALORACIÓN DEL PROGRAMA DE DESCUENTO

III.1. *El mercado relevante*

El programa de descuento propuesto afecta a las tarifas de las llamadas internacionales dirigidas a teléfonos pertenecientes a la zona de tarificación 4A (Estados Unidos- Zona Continental, sin Alaska). La ruta abarca el servicio internacional de llamadas a EEUU Zona Continental, sin Alaska.

III.2. *Posición de dominio de TELEFÓNICA DE ESPAÑA*

En el año 2000, TELEFÓNICA poseía una cuota de mercado del 86% en el mercado de las llamadas internacionales (medidas en volumen de facturación)¹. Además, TELEFÓNICA posee la práctica totalidad de los accesos a la red con lo que la prestación de los servicios de llamadas de larga distancia por parte de otros operadores se lleva a cabo a través de acceso indirecto. Por tanto, se puede concluir que TELEFÓNICA posee una posición de dominio en el mercado de las llamadas internacionales dirigidas a teléfonos pertenecientes a la zona de tarificación 4A (Estados Unidos- Zona Continental, sin Alaska).

III.3. *Examen del programa propuesto*

La ley 12/1997 de 24 de abril de liberalización de las Telecomunicaciones, pretende salvaguardar el principio de competencia efectiva entre operadores, respecto a los servicios de telecomunicación en los que, como ocurre con el servicio internacional, existe una evidente posición de dominio; de ahí que resulte preceptivo valorar si este programa de descuento se adecúa a prácticas competitivas acordes con la legalidad vigente en el sector.

En el cuadro que sigue se desarrollan las tarifas actuales sin descuento alguno, al servicio para la zona geográfica involucrada en el presente programa de descuento, conforme al nuevo marco de regulación de precios:

¹ Informe Anual de la CMT.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Zona de Tarificación	Por establecimiento de comunicación. Ptas/euros	Facturación por tiempo (ptas/euros por minuto)		
		Horario Normal	Horario reducido	Horario Superreducido
4A.-EE.UU.(zona continental sin Alaska)	20/0.1202	59/0.3546	54/0.3246	51/0.3065

H. Normal: De lunes a viernes de 8 h. a 20 horas.

H. Reducido: Lunes a viernes de 0 a 3 h. y de 20 a 24 horas; sábados, domingos y festivos de carácter nacional todo el día.

H. Superreducido: Todos los días de 3 h. a 8 h.

Sobre el programa de descuento propuesto se plantean las siguientes consideraciones:

1.- Desde el punto de vista del consumidor, el programa de descuento llevaría asociado un incremento en la facturación mensual por la cantidad de 2.500 pesetas (15,0253 euros), a cambio de facilitar al cliente una franquicia de 15 minutos diarios en horario de tarifa reducida.

2.- Resulta evidente que el máximo beneficio del Plan implicaría el uso por parte del usuario de los 15 minutos diarios durante los 30 días del mes, para lo cual cabe hacer una doble comparación:

€ Si un cliente aprovechara al máximo el Plan, el coste por minuto incluyendo el establecimiento de llamada ascendería a 5,55 ptas ($2500/(15 \cdot 30)$), muy inferior a las 54 ptas. minuto establecida para esta área geográfica. Se estaría, no obstante, ante una situación límite, de máximo beneficio para el cliente adherido. En todos los demás casos resulta evidente que tal beneficio sería inferior.

€ Al precio considerado para el área geográfica 4A, asumiendo llamadas con tiempo de conversación de 8 minutos en horario reducido, resultaría que, con 2500 ptas. se podrían realizar 5,79 llamadas al mes ($2500/432$ ptas. llamada de 8 minutos).

De los anteriores ejemplos comparativos se deduce el atractivo de la propuesta para aquellos usuarios residenciales que realicen 6 o más llamadas mensuales de tiempo de conversación de 8 minutos en horario reducido. También su dificultad para ser comparado con cualquier disminución tarifaria generalizada y que afecte claramente a este segmento de mercado, por ser un programa que



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

establece unas condiciones limitativas del perfil de usuario potencial (usuarios que habitualmente llaman a Estados Unidos en horario de “tarifa reducida”).

De lo anterior, se puede concluir que en relación con las tarifas actuales, el programa de descuento en estudio sería atractivo para el consumidor aún cuando no se consumiera todos los días los minutos disponibles. Pero junto con esto, debemos tener en cuenta el hecho de que es bastante improbable que los usuarios alcancen el máximo aprovechamiento que posibilita el Plan, ya que los patrones de conducta de tales consumidores tienden a no optimizar hasta las últimas consecuencias los beneficios permitidos por tal Plan. Así, habrá jornadas donde no se consuma la totalidad del tiempo permitido, o incluso ni se aproveche mínimamente. Otros días, las llamadas superarán los 15 minutos establecidos, minutos que se cargarán con la tarifa ordinaria de su oferta, generando todo ello unos márgenes suficientemente amplios para rentabilizar este servicio de llamadas a EEUU Zona Continental sin Alaska.

3.- Una vez analizado el Plan de acuerdo a los beneficios que con el mismo puede obtener el consumidor, hemos de considerar la relación entre Telefónica S.A.U. (TESAU) y el resto de operadores que prestan el servicio de telefonía fija internacional, para determinar los posibles efectos a la competencia del Plan.

Cabe hacer notar que en un mercado plenamente competitivo, la aplicación de descuentos es un signo de sana competencia. Sin embargo, en los mercados en que la competencia aún no está bien asentada como el de telefonía internacional, y con mayor razón en esta etapa inicial de entrada de nuevos operadores, el descuento en los precios puede constituir una conducta anticompetitiva. No obstante lo cual, los descuentos creativos de estímulo al consumo, en todo lo que sea posible dinamizarán la competencia efectiva entre operadoras, y reducirán la posibilidad de que se establezcan acuerdos colusorios en la fijación de precios de llamada de larga distancia, al contar con una alta rentabilidad por llamada.

En primer lugar, desde la perspectiva de los operadores que están prestando el servicio telefónico fijo a EE.UU. más importante, vamos a realizar una comparativa de sus tarifas nominales. Conforme a la Tabla 1 (ANEXO I) que se adjunta, cada operador cuenta con alguna peculiaridad: Retevisión, SA y Jazz Telecom, SA siguen el sistema ordinario de precio por minuto más establecimiento por llamada, manteniendo ésta última la misma tarifa independientemente del horario; TESAU incorpora además un horario superreducido, mientras que en Lince Telecomunicaciones, SA desaparece el establecimiento de llamada.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Respecto al análisis cuantitativo de las tarifas, hemos de considerar que las tarifas de TESAU son las más caras, tanto en Horario Normal como Reducido. Centrándonos en el Horario Reducido, que por el horario del Plan es el que nos interesa, el operador que presenta la mejor oferta es Jazz Telecom, SA, al ser 25 ptas/min. más 20 establecimiento por llamada, pese a que en las llamadas con duración de un minuto, la oferta más atractiva sería la de Lince Telecomunicaciones, SA con 40 ptas/min.

En llamadas de ocho minutos, la tarifa de las operadoras sería la siguiente: TESAU 452 ptas; Retevisión, SA 404 ptas; Lince Telecomunicaciones, SA 320 ptas; Jazz Telecom, SA 220 ptas. La diferencia es clara: la oferta nominal es mucho más competitiva en otras compañías que en Telefónica, SAU.

4.- Operadores como Telefónica y Retevisión, SA optan por una política de introducción en el mercado, o incluso de no pérdida de la cuota de mercado conforme a toda su oferta de planes descuento, promociones y bonos. Para lo cual, analizan un sector concreto del mercado en el que pretenden introducirse, haciendo una oferta mucho más favorable que las institucionales, con unas características concretas dependiendo del mercado en el que pretendan introducirse.

Productos franquiciados o bonos de las características similares al que estamos analizando, en la actualidad sólo existen los de Retevisión, SA que se muestran en la tabla siguiente.

Operador / Programa de descuento	Precio	Minutos con franquicia	Destino de las llamadas	Franja horaria.
TELEFONICA. PLAN EE.UU. (residencial)	2500Ptas.	15 min diarios al mes. (450 min al mes)	Estados Unidos	De Lunes a Sábado, desde las 0 a las 8h y desde las 20 a las 24hrs. Domingos y festivos de ámbito nacional todo el día.
RETEVISION BONO PLUS (residencial)	2200Ptas.	1000 min. mensuales	Metropolitanas. Provinciales. Interprovinciales. Internacionales (Europa, EE.UU, Alaska y Canadá)	De Lunes a viernes, desde las 0 a las 8h y de 20 a 24hrs. Sábados, domingos y festivos durante todo el día.
RETEVISION BONO FLEXIBLE (Residencial)	1500Ptas.	450 min. mensuales	Metropolitanas. Provinciales. Interprovinciales. Internacionales (Europa, EE.UU)	De Lunes a viernes, desde las 0 a las 8h y de 20 a 24hrs. Sábados, domingos y festivos durante todo el día.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Si bien es cierto que el Plan de Telefónica está enfocado exclusivamente a EEUU Continental sin Alaska, y los de Retevisión SA tienen un ámbito mucho mayor (llamadas metropolitanas, provinciales, interprovinciales e internacionales con distintos ámbitos), en éstos el usuario también puede utilizar la totalidad de sus minutos en llamadas a EE.UU.

Pues bien, en el Plan de Telefónica el coste por minuto es de 5,55 ptas, mientras que en el Bono Plus de Retevisión es 2,2 ptas, y en el Bono Flexible de la misma compañía 3,3 ptas. De ello se deduce que, si bien es cierto que el Plan de Telefónica como antes analizamos es un descuento interesante para los consumidores, existen ya otros bonos en el mercado con unas condiciones que podrían resultar todavía más favorables que el de Telefónica. Estos bonos procompetitivos de Retevisión, SA suponen que las condiciones del Plan del operador dominante pueden responderse por la competencia, por lo que, en este orden, no hemos de considerarlo anticompetitivo.

El único problema que se podría encontrar como barrera a los usuarios a acceder al plan más competitivo, sería los numerosos planes descuentos existentes en la actualidad por parte del operador dominante e incluso también por otros operadores, lo que puede llevar a una situación de verdadera confusión y que desemboque en falta de análisis por el usuario. Esto, junto con la publicidad que quizás no es agresiva ya que las operadoras son las primeras interesadas en que no haya una adscripción exagerada a través de bonos o descuentos, ya que el margen de beneficios es muy reducido, por lo que consiguen que pequeños grupos conozcan estos descuentos, que más tarde puede irse interesando en otros servicios de esta operadora. Todo ello puede traer como consecuencia que la mayoría de los ciudadanos no analicen la totalidad de tarifas, y básicamente descuentos y bonos, quedando al final cautivos en la mayoría del mercado del operador dominante.

5.- Para terminar, desde la perspectiva del precio medio de las llamadas internacionales del año 2000, en ptas/mnto y teniendo en cuenta las seis operadoras más importantes, los datos obtenidos conforme al Informe Anual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de 2000, son de llamadas internacionales globales.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

	Negocios	Residencial	Total	Negocios	Residencial	Total
				%/Telefónica	%/Telefónica	%/Total
TELEFONICA DE ESPAÑA, SAU	52	50	51			
RESTO	48	51	48	-7%	3%	-6%
RETEVISION, I,SAU	45	51	49			
LINCE TELECOMUNICACIONES SA	32	45	36			
COMUNITEL GLOBAL,SA	-	-	43			
JAZZ TELECOM,SA	48	50	48			
EUSKALTEL,SA	67	60	63			

El análisis de esta tabla, sin bien no esta centrada en el servicio telefónico internacional a EEUU, si analiza la facturación/minutos del 2000 del mercado internacional, llegando a conclusiones interesantes.

En cuanto a las tarifas nominales, ya se señaló que las del operador dominante eran claramente las más elevadas; no obstante, en la facturación que se está analizando, otras operadoras tienen el coste del minuto más caro. Las razones pueden ser la introducción de los descuentos en las facturas de las distintas operadoras (la mayoría de los cuales son de Telefónica), lo que provoca una reducción del precio del minuto. Así, en el sector residencial, Telefónica tiene el minuto un 3% más barato que los operadores incluidos en la Tabla comparativa, y en el sector negocios el resto de operadores un 7% más barato, ya que estos nuevos competidores entrantes se dirigen al sector negocios.

6.- Resulta razonable el establecimiento de ciertas salvedades por parte de Telefónica, respecto de la incompatibilidad del Programa presentado con relación a otros programas de descuentos para llamadas internacionales, al igual de los límites de la adscripción.

IV. CONCLUSIONES

Con relación al Programa descuento "Plan EEUU 15" del servicio telefónico internacional fijo disponible al público prestado por TELEFONICA DE ESPAÑA, S.A.U.,

PRIMERA. Recomendar la aprobación del citado programa descuento por los beneficios que plantea a los usuarios.

SEGUNDA. La oferta de Telefónica supone un impulso a la competencia entre los operadores del mercado relevante, no pudiendo considerarse



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

como anticompetitivo, por lo que no se presentan objeciones al mismo.

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 Mª Vázquez Quintana

José Giménez Cervantes



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Horas de lunes a viernes.	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	00	01	02	03	04	05	06	07
TELEFONICA	59 Ptas. 20 Ptas. est de llamada. Horario Normal												54 Ptas. 20 Ptas. est de llamada. <div>Sábados, domingos y días festivos por esta tarifa todo el día.</div> Horario reducido				51 ptas. 20 est de com. Horario superreducido							
RETEVISION	53 Ptas. 20 Ptas. est. llamada HORARIO DÍA												48 Ptas. 20 Ptas. est de llamada. <div>Sábados, domingos y días festivos por esta tarifa todo el día.</div> Horario Noche											
LINCE TELECOMUNIC, SA	55 ptas.												40PTAS <div>Sábados, domingos y días festivos por esta tarifa todo el día.</div>											
JAZZTEL	25 Ptas 20 Ptas est de llamada Sábados, domingos y días festivos por esta tarifa todo el día.																							

ANEXO I: TABLA DE TARIFAS NOMINALES A EEUU