



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

D. JOSÉ GIMENEZ 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 43/01 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones celebrada el día 20 de diciembre 2001, se ha adoptado el siguiente

### ACUERDO

Por el que se aprueba la:

#### **RESOLUCIÓN SOBRE LA NOTIFICACIÓN DE TELEFÓNICA DE ESPAÑA, SAU DE COMERCIALIZACIÓN DE TRES PROGRAMAS DE DESCUENTOS QUE NO EXCEDEN DEL 15% SOBRE LAS TARIFAS GENERALES: “AHORRO LARGA DISTANCIA”, “AHORRO EUROPA” Y “PLAN ÚNICO”.**

### **I. ANTECEDENTE DE HECHO.**

**Único.-** Con fecha 5 de diciembre de 2001 han tenido entrada en la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (en adelante CMT) tres escritos de Telefónica de España, S.A.U. (en adelante, Telefónica) mediante los que se notifica la comercialización a partir del 1 de enero de 2002 de tres programas de descuentos que no exceden del 15% sobre las tarifas generales. Estos programas son los siguientes: “Ahorro larga distancia”, “Ahorro Europa” y “Plan único”.

### **II. FUNDAMENTOS DE DERECHO.**

**Primero.-** De acuerdo con el párrafo 3 del punto 3 del Anexo de 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, en el que se establecía un nuevo marco regulatorio de



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

precios para los servicios prestados por Telefónica, *“cualquier petición de nuevos programas de descuentos que prevean la aplicación de porcentajes sobre las tarifas generales del servicio telefónico fijo disponible al público, en sus ámbitos provincial, interprovincial e internacional, que no excedan del 15 por 100 y sean propuestos como no compatibles con los otros que apliquen descuentos a los mismos servicios, estará sujeta al procedimiento de notificación del apartado VIII del anexo I”*.

**Segundo.-** De acuerdo con el apartado VIII del anexo I de la citada Orden, la CMT dispone de un plazo de quince días para dictar resolución sobre la procedencia de la aplicación de las peticiones de nuevos programas de descuentos de Telefónica y notificárselo al operador. En caso de que no se pronuncie la CMT en el mencionado plazo, se entenderá que procede la aplicación de los precios comunicados.

Se describe a continuación la petición de los nuevos programas de descuento de Telefónica, para hacer luego una valoración de los mismos.

### III. DESCRIPCIÓN DE LA PETICIÓN DE NUEVOS PROGRAMAS DE DESCUENTO PRESENTADA POR TELEFÓNICA.

La tabla siguiente recoge las condiciones particulares de los tres programas de descuento notificados por Telefónica.

Condiciones particulares	Programas de descuento		
	Plan Único	Ahorro larga distancia	Ahorro Europa
Adscripción	Pueden adscribirse los titulares de líneas telefónicas individuales, accesos básicos de RDSI, líneas de enlace para centralitas, líneas Centrex y teléfonos de uso público de titularidad ajena.		
	Además: Grupos ISPBX	Además: Accesos primarios de RDSI y líneas Ibercom. <i>Al tratarse de un programa por cliente, su adscripción implica la incorporación de todos los tipos de líneas citadas que se hallen bajo la titularidad del cliente. No obstante, el cliente podrá excluir aquellas líneas que desee.</i>	
Periodo de vigencia	Indefinido, salvo que Telefónica notifique su pérdida de vigencia con carácter general con una antelación mínima de 1 mes.		



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Condiciones particulares	Programas de descuento		
	Plan Único	Ahorro larga distancia	Ahorro Europa
Precio de adscripción	1 Euro/línea.	Gratuito.	
Ámbito de aplicación del descuento	15% en los consumos provincial, interprovincial e internacional, en todo el horario. <sup>1</sup>	El % de descuento varía según el consumo mensual total del cliente <sup>2</sup> y se aplica a los consumos provincial, interprovincial e internacional <sup>3</sup> : 0-150 Euros: 8% 150,01-450: 10% 450,01-900:12% Más de 900,01: 15%	El % de descuento varía según el consumo mensual internacional del cliente y se aplica a los consumos con destino a las zonas 0, 1A, 1B y 2A <sup>4</sup> : 0-90 Euros: 8% 90,01-180: 10% 180,01-300:12% Más de 300,01: 15%
Compatibilidad	Salvo indicación en contra, es incompatible con todos los programas vigentes aplicados a consumos provincial, interprovincial e internacional	Salvo indicación en contra, es incompatible con todos los programas vigentes aplicados a consumos internacional zonas 0, 1A, 1B y 2A	
Fecha de efectividad	La del día siguiente al de adscripción al programa por parte del cliente.		
Baja a petición del cliente	La baja se podrá solicitar en cualquier momento, siendo aplicables los descuentos hasta el final del periodo de facturación en que se haya solicitado la baja. La solicitud de baja se deberá comunicar contactando con un agente de Telefónica.		

<sup>1</sup> Cuando las posibilidades técnicas lo permitan, los descuentos se aplicarán a llamadas realizadas a través de tarjeta personal.

<sup>2</sup> Es decir: tráfico metropolitano, Internet a numeraciones 908, provincial, interprovincial, fijo a móvil, red inteligente y OXY.

<sup>3</sup> Cuando las posibilidades técnicas lo permitan, los descuentos se aplicarán a llamadas realizadas a través de tarjeta personal.

<sup>4</sup> Idem.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Condiciones particulares	Programas de descuento		
	Plan Único	Ahorro larga distancia	Ahorro Europa
<b>Modificaciones de las condiciones del programa</b>	Toda modificación que pretenda introducir Telefónica deberá ajustarse a lo establecido en la normativa en vigor, relativa al marco regulatorio de precios para los servicios prestados por Telefónica.		

### IV. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA.

La valoración de la notificación de los tres nuevos programas que presenta Telefónica se centra en dos aspectos:

- Cumplimiento con la normativa vigente.
- Orientación de los precios propuestos a los costes del servicio.
- Análisis desde el punto de vista de la competencia.

#### IV.1. Marco regulatorio vigente.

De acuerdo con la Orden de 10 de mayo de 2001, los programas presentados por Telefónica tienen que respetar tres condiciones esenciales para que les sea de aplicación el procedimiento de notificación (descrito en el apartado VIII del anexo I de la citada Orden).

La primera condición está relacionada con el ámbito de aplicación. De acuerdo con la Orden, los descuentos se pueden aplicar a llamadas de ámbito provincial, interprovincial e internacional. El segundo criterio es la cuantía del descuento, que no puede exceder del 15% sobre las tarifas generales. El último punto reside en la incompatibilidad del programa presentado con otros programas que apliquen descuentos a los mismos servicios.

Apoyándose en la descripción de los programas realizada en el apartado anterior de este informe, se puede comprobar que los programas presentados por Telefónica reúnen los requisitos antes mencionados, estando sujetos al procedimiento descrito en el apartado VIII del anexo I de la Orden de 10 de mayo de 2001.

#### IV.2. Orientación de los precios a los costes del servicio.

En el contexto del régimen de control de precios establecido por la Orden de 10 de mayo de 2001, Telefónica dispone de un margen de maniobra que se supone



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

adecuado para orientar los precios básicos de cada servicio a los costes de producción correspondientes.

En el supuesto de que tal orientación a costes ya se hubiera alcanzado, la aplicación de los programas que comentamos debería insertarse en el seno de una política comercial tendente a estimular el consumo, ofreciendo inicialmente precios por debajo de coste, con lo que la operadora, a su vez, obtendría una reducción de los costes medios que, subsiguientemente, compensaría la reducción inicial experimentada por los precios efectivos.

No obstante, a lo largo de los próximos años (2002 y 2003) el sistema *price-cap* obligará a Telefónica a proponer al mercado nuevas reducciones generales de los precios base de los servicios de tráfico y consiguientemente la adaptación de los descuentos que ahora propone, absorbiendo las rebajas que se formaban, de tal modo que se mantengan los precios efectivos resultado de la aplicación de los descuentos, tal y como establece el párrafo segundo del punto VI del anexo I.

### **IV.3. Análisis desde el punto de vista de la competencia.**

El **Plan Ahorro Larga Distancia** supone una reducción de tarifas provincial, interprovincial e internacional conforme al consumo automático total mensual consistiendo en unos descuentos de 8% al 15%. Establece la incompatibilidad con todos los programas descuento vigentes, que apliquen condiciones especiales de precio en cualquiera de los consumos del servicio telefónico provincial, interprovincial e internacional

En cuanto a posibles prácticas anticompetitivas de Telefónica a través de este programa, los descuentos que proponen no provocarían *price squeezing*, ya que entre los costes de las llamadas (considerados a través de los precios de interconexión de Telefónica, que han de estar orientados a costes) y los precios finales tras la aplicación del descuento existe suficiente margen de beneficio. El operador entrante podría de forma clara emular el plan.

Por último, la adscripción a este programa es *por cliente* y no por línea o número como es habitual. No obstante, el usuario podrá excluir las líneas que desee del plan. La incompatibilidad de este plan con cualquier otro del ámbito provincial, interprovincial e internacional, debería circunscribirse a las líneas incluidas en el plan y no al resto de las líneas del cliente adscrito al programa.

El **Plan Único** consiste en un descuento del 15% en los consumos provincial, interprovincial e internacional, en todo el horario, llevando asociada una cuota mensual de 1 Euro por línea.

En los casos particulares de accesos básicos RDSI, grupos ISPBX y líneas de enlace para centralitas, es condición necesaria dar de alta la línea cabecera y



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

adicionalmente cada uno de los otros números asociados al acceso o líneas de enlace asociadas a la centralita, que se desee incorporar al plan.

*Conforme a la Resolución de la CMT de 19 de febrero de 1998 sobre el Programa Megavip interprovincial, la jurisprudencia comunitaria entiende que el hecho de que una empresa en posición dominante en el mercado vincule a sus clientes –aunque sea a petición de ellos mismos- con una obligación o compromiso de proveerse en todo o en una parte considerable de sus necesidades, constituye una explotación abusiva de una posición de dominio, independientemente de la existencia de contrapartida por la vía de descuentos o primas.*

De esta afirmación se deduce que el usuario titular de accesos básicos RDSI, grupos ISPBX y líneas de enlace para centralitas, no ha de verse obligado a darse de alta en cada uno de los números asociados al acceso o líneas de enlace asociadas a la centralita. Si bien puede presentar ciertas dificultades técnicas, en principio en estos supuestos los números se encuentran adscritos a distintas líneas, por lo que el usuario debe contar con el derecho a poder elegir los números que decida adscribir a cualquiera de los Planes. Así, otros números podrán ser titularidad de Telefónica pero con un régimen tarifario diferente, pertenecer a un tercer operador, o mantenerse dentro del concepto de acceso indirecto.

Mediante este programa se incita al usuario en este tipo de líneas a proveerse de un único suministrador como es Telefónica, de tal manera que al cliente la oferta que se le presenta es la de poder contar, a cambio de un pago inicial, con la sustitución de todo el conjunto de tarifas esenciales del servicio telefónico y para todas sus líneas, respecto a los servicios de accesos básicos RDSI, grupos ISPBX y líneas de enlace para centralitas, por un único precio que además resulta más beneficioso que si se aplicaran las tarifas actualmente vigentes, por lo que desincentiva a los usuarios a acogerse a ofertas de otros operadores.

De igual forma, se establece la incompatibilidad con todos los programas descuento vigentes, que apliquen condiciones especiales de precio en cualquiera de los consumos del servicio telefónico provincial, interprovincial e internacional.

En cuanto a posibles prácticas anticompetitivas de Telefónica a través de este programa, los descuentos que proponen no provocarían *price squeezing*, ya que entre los costes de las llamadas (considerados a través de los precios de interconexión de Telefónica, que han de estar orientados a costes) y los precios finales tras la aplicación del descuento existe suficiente margen de beneficio. El operador entrante podría de forma clara emular el plan.

El último plan comunicado es el **Plan Ahorro Europa**. Supone un descuento a los consumos internacionales con destino a las zonas 0, 1A, 1B y 2A en todo el horario y variarán (de 8% al 15%) en función del consumo mensual internacional total de todas las líneas del cliente adscritas al programa.



## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Este plan también es incompatible con otros descuentos dentro de su ámbito.

No presenta problema alguno en cuanto a la posible emulación del plan por los operadores entrantes.

El único aspecto a tener en cuenta sería, como ocurre en el Plan Ahorro Larga Distancia, la adscripción a este programa que es *por cliente* y no por línea o número como es habitual. No obstante, el usuario podrá excluir las líneas que desee del plan. La incompatibilidad de este plan con cualquier otro del ámbito provincial, interprovincial e internacional, debería circunscribirse a las líneas incluidas en el plan y no al resto de las líneas del cliente adscrito al programa.

Por último, considerando los **tres programas**, y como ya se ha dejado constancia, los planes han de ser incompatibles con cualquier otro plan del mismo servicio. Estos planes si bien consideran esta incompatibilidad, en todos establecen *salvo indicación expresa en contra*, aspecto que podría llevar a la compatibilidad de ciertos planes con una mera indicación, incumpliendo la condición del párrafo tercero del apartado 3 del Anexo de la Orden.

De acuerdo con todo lo anterior, se puede concluir que los planes podrán ser emulables por los operadores entrantes, al mantenerse un importante margen entre la tarifa y los costes tras la aplicación del descuento.

No obstante, ateniéndose a los comentarios anteriores, se consideran necesarias las siguientes modificaciones a las peticiones de Telefónica de los nuevos programas:

- La incompatibilidad de los programas se deberá mantener, no permitiendo *posibles indicaciones en contra*.
- Se deberá garantizar la total independencia de los descuentos para cada línea/número del usuario, no debiendo existir una vinculación de distintas líneas a un plan de descuento como ocurre en el Plan Único.
- En el Plan Ahorro Larga Distancia y Plan Ahorro Europa, al tratarse de un Plan por cliente, las líneas que excluya éste del plan, no deberán quedar incluidas dentro de las incompatibilidades generales de los programas.





## COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En atención a los Antecedentes de Hecho y Fundamentos de Derecho expuestos, esta Comisión

### RESUELVE

**Único.-** Declarar la procedencia de la aplicación de los nuevos programas de descuento de Telefónica una vez modificados según lo explicado en el punto IV.3 de esta resolución.

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.

Asimismo, se pone de manifiesto que contra la resolución a la que se refiere el presente certificado, que pone fin a la vía administrativa, 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 1.ocho de la Ley 12/1997, de 24 de abril, de Liberalización de las 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.

Vº. Bº. EL PRESIDENTE

EL SECRETARIO

José María Vázquez Quintana

José Giménez Cervantes