



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

MIGUEL SÁNCHEZ BLANCO, en sustitución del Secretario del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (art. 7.2 de la O.M. de 9 de abril de 1997, B.O.E. de 11 de abril de 1997), 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 32/06 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones celebrada el día 28 de septiembre de 2006, se ha adoptado el siguiente

ACUERDO

Por el que se aprueba la:

RESOLUCIÓN SOBRE LA EXISTENCIA DE PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS EN LA COMERCIALIZACIÓN POR TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U DE LA PROMOCION DEL PAQUETE DE SERVICIOS DE DOBLE OFERTA CONFORMADO POR LÍNEA / KIT IMAGENIO Y PLAN DE PRECIOS 9, APLICABLE ENTRE LOS DÍAS 17 DE ABRIL Y 31 DE MAYO DE 2006.

(AEM 2006/473)

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- Con fecha 22 de junio de 2005 tuvo entrada en el Registro de esta Comisión, escrito de Telefónica de España, S.A.U. (en adelante, TESAU) en el que comunicó su intención de comercializar por un precio de 19,90 euros mensuales el producto consistente en el paquete de doble oferta conformado por la línea/kit Imagenio y el plan de precios 9.

SEGUNDO.- Con fecha 9 de febrero de 2006, el Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones dictó Resolución por la que se aprobaba la definición y análisis de los mercados de servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes residenciales, servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes residenciales, servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes no residenciales y servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes no residenciales, la designación de los operadores con poder significativo de mercado (PSM) y la imposición de obligaciones específicas, y se acordó su notificación a la Comisión Europea.

La citada Resolución fue publicada en el BOE número 51 de 1 de marzo de 2006.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

TERCERO.- Con fecha 21 de marzo de 2006 tuvo entrada en el Registro de esta Comisión un escrito de TESAU en el que comunicó su intención de realizar una promoción sobre el paquete de servicios a que se refiere el antecedente de hecho primero.

Dicha promoción que tendría lugar entre los días 17 de abril y 31 de mayo de 2006, ambos inclusive consistía en:

- Reducción a 14,90€/mes la cuota mensual (en lugar de los 19,90€ sin promoción) durante dos meses,
- Regalo del módem router inalámbrico
- Reducción a 30 € la cuota de abono (en lugar de 41,83€). Adicionalmente, si la contratación se realizaba a través de Telefónica On Line, la cuota se regalaba íntegramente.

CUARTO.- Con fecha 23 de marzo de 2006, el Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones dictó resolución por la que se aprobaba la definición y análisis de los mercados de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes residenciales y acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes no residenciales, la designación de los operadores con poder significativo de mercado, la imposición de obligaciones específicas y se acordó su notificación a la Comisión Europea.

La citada Resolución fue publicada en el BOE número 87 de 12 de abril de 2006.

QUINTO.- En Resolución de 20 abril de 2006 esta Comisión estimó adoptar una medida cautelar para la paralización de dicha oferta.

SEXTO.- Mediante escrito de 9 de mayo de 2006, se requirió a TESAU la siguiente información:

1. Número total de líneas del producto dúo “Imagenio + plan de precios 9”, aportar datos mensuales desde el inicio de la comercialización del producto hasta 31 de marzo de 2006, indicando altas, bajas y planta.
2. Dada la evolución del número total de líneas del producto dúo Imagenio + plan de precios 9” requerida en el apartado anterior, indicar:
 - Cuántas se han producido como resultado de su migración desde productos de voz de la propia TESAU;
 - Cuántas se han producido como resultado de su migración desde productos de operadores alternativos, tanto las totalmente preasignadas como las que solamente tenían preseleccionado el tráfico internacional.
 - Cuántas son causa de altas nuevas (clientes que antes no disponían de línea fija)
3. Número de líneas que TESAU tiene empaquetadas como producto dúo del tipo Imagenio+ llamadas, indicando en cada caso cuáles de éstas pertenecen “Imagenio + plan de precios 9”, cuáles a “Imagenio + plan de precios 8” y cuáles a “Imagenio+ plan de precios 10”. Aportar datos mensuales entre julio de 2005 y marzo de 2006.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

4. Indicar cuál era el consumo medio (minutos/mes) de tráfico de voz de las líneas adscritas al dúo "Imagenio + plan de precios 9" antes de contratar este producto.
5. Indicar el número de líneas Imagenio mes a mes desde julio de 2005 a marzo de 2006 indicando cuáles de estas no están empaquetadas con ADSL.
6. Descripción y valoración de los costes, en base mensual, en los que TESAU incurre por ofrecer el producto dúo "Imagenio + plan de precios 9", diferenciando los costes propios de cada servicio que compone el paquete y los costes comunes a ambos servicios, especificando y justificando en este último caso el driver de imputación causal de los costes comunes a los dos servicios que componen el producto empaquetado.

SÉPTIMO.- Con fecha 29 de mayo de 2006 y mediante escrito del Secretario de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y conforme a lo previsto en el artículo 42.3 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, dada la necesidad de analizar detalladamente las circunstancias concurrentes en el presente expediente se acordó ampliar el plazo en tres meses más.

OCTAVO.- Con fecha 2 de junio de 2006 entró en el Registro de esta Comisión un escrito de TESAU en respuesta al anterior requerimiento de información.

NOVENO.- Con fecha 12 de junio de 2006 esta Comisión remitió a TESAU el Informe de los Servicios de la CMT sobre el expediente de referencia con el que se cumplía con el Trámite de Audiencia.

DÉCIMO.- Con fecha 3 de julio de 2006, tuvieron entrada en la Comisión las alegaciones de TESAU respecto al trámite del antecedente noveno.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

I HABILITACIÓN COMPETENCIAL

De acuerdo con el artículo 48.2 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones (Ley 32/2003, en adelante), *"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 los servicios audiovisuales, conforme a lo previsto por su normativa reguladora, la resolución de conflictos entre los operadores y, en su caso, el ejercicio como órgano arbitral de las controversias entre los mismos"*.

Por su parte, el artículo 48.3 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:



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

“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.”

En uso de la habilitación competencial citada, mediante Resolución de esta Comisión de 9 de febrero de 2006, (publicada en el B.O.E. de 1 de marzo de 2006) se aprobó la definición y análisis de los mercados de servicios telefónicos locales y/o nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para el segmento residencial, servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para el segmento residencial, servicios telefónicos locales y/o nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para el segmento no residencial y servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para el segmento no residencial, la designación de operadores con poder significativo en el mercado y la imposición de obligaciones.

Asimismo, mediante Resolución de esta Comisión de fecha 23 de marzo de 2006 (publicada en el B.O.E. nº 87 de 12 de abril de 2006, se aprobó la definición y análisis de los mercados de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes residenciales y acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes no residenciales, la designación de operadores con poder significativo en el mercado y la imposición de obligaciones.

En dichas Resoluciones, tras definir y analizar los mercados citados, se concluye que no eran realmente competitivos y se identificó a TESAU como operador con poder significativo en los mismos, imponiéndose las correspondientes obligaciones, entre las que se encontraban aquéllas relativas a la provisión de los servicios al por menor. En concreto, en los Anexos 2.1 a) y 2.3 respectivamente se estableció que TESAU no podría comercializar ofertas minoristas, tanto generales como personalizadas, que implicasen riesgos para la libre competencia tales como empaquetamiento abusivo o injustificado y cláusulas contractuales abusivas.

II MERCADOS DE REFERENCIA AFECTADOS POR LA COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA “DÚO IMAGENIO Y TARIFA PLANA METROPOLITANA”

II.1 Características de la oferta objeto de análisis

La oferta objeto de análisis en el presente procedimiento denominada “Dúo Imagenio y Tarifa Plana Metropolitana” de TESAU incluye el servicio de televisión Imagenio y el servicio de tráfico de voz “Tarifa Plana Metropolitana”, en adelante TPM, que comprende todas las llamadas metropolitanas. TESAU cobra por este paquete de servicios una cuota mensual de 19,90 euros (14,90 euros con promoción). La promoción podía contratarse entre el 17 de abril y 31 de mayo de 2006, ambos inclusive.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Tabla 1. Condiciones de la oferta “Dúo Imagenio + TPM”

	Precios sin promoción		Con promoción	
	Cuota de alta	Cuota Mensual	Cuota de alta	Cuota Mensual
Precio conjunto de los servicios	41,83 € (*)	19,90 €	30 € (*)	14,90 €
Alquiler descodificador	-	6,50 €	-	6,50 €
Módem Router inalámbrico	52 €		GRATIS	

(*) GRATIS en Telefónica On Line

II.2 Mercados de referencia afectados

Como se ha descrito en la tabla 1, la oferta está compuesta por dos productos: (i) Imagenio (que es un servicio de televisión de pago y video bajo demanda) y (ii) la tarifa plana metropolitana (servicio de voz).

La TPM, pertenece al mercado de servicio telefónico local y nacional disponible al público y prestado desde una ubicación fija descrito en el antecedente de hecho segundo, y en el que, como ha quedado recogido en la habilitación competencial, TESAU ha sido declarada PSM.

Con respecto al producto Imagenio, puede decirse que es un servicio de televisión de pago y contenidos bajo demanda, del que se analizará su evolución en el siguiente apartado.

Por otro lado, aunque el servicio de acceso no forma parte explícita del producto analizado, si es un elemento necesario para poderlo prestar, ya que tanto para el servicio de voz es necesario el acceso como para el servicio Imagenio puesto que este último se presta sobre ADSL para lo que el acceso es una variable fundamental. Se debe recordar por tanto que TESAU también es PSM en este mercado como se indicó en la Resolución de 23 de marzo de 2006.

II.3 Evolución de los servicios de televisión de pago y contenidos bajo demanda.

Como se observa en la Tabla 2 y en el Gráfico 1, Imagenio ha incrementado su base de clientes de forma acusada en el último año, sobre todo a partir del segundo trimestre de 2005. La mayor ganancia de clientes la ha obtenido a partir de septiembre de 2005. Después de dicha ganancia, la tasa de crecimiento se ha ido reduciendo hasta situarse por debajo del 5% en el segundo trimestre de 2006.

Tabla 2. Evolución de las líneas de Imagenio en el mercado minorista
CONFIDENCIAL []



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

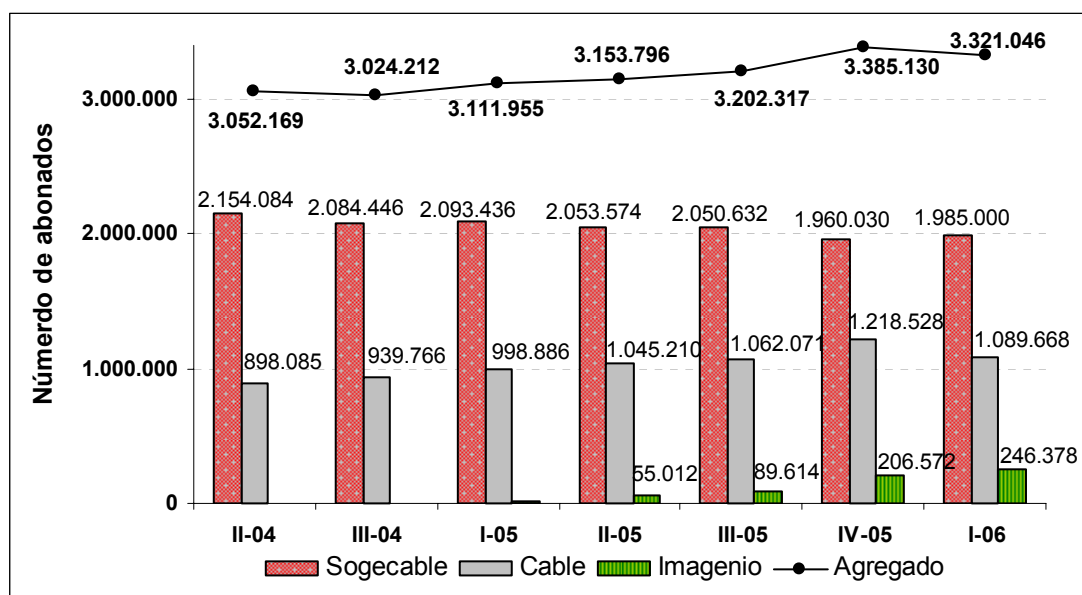
Gráfico 1. Evolución del crecimiento de las líneas de Imagenio

CONFIDENCIAL []

Con respecto al mercado de televisión de pago en su conjunto, desde el tercer trimestre de 2004, se ha venido caracterizando por un ligero crecimiento, recuperando la caída que sufrió en la primera parte del año (ver Gráfico 2). Durante 2005 el conjunto de empresas prestadoras del servicio de televisión de pago y contenidos bajo demanda ha captado en términos netos alrededor de 270.000 clientes: Han tenido ganancias positivas tanto los operadores de cable (con unos 220.000 clientes de ganancia) como Imagenio (con una ganancia sobre los 187.000 clientes), mientras que Sogecable, en ese mismo periodo, ha perdido unos 133.000 clientes.

Como se observa en el Gráfico 2, los clientes de Imagenio en el segundo trimestre de 2005 apenas suponen un 2% del agregado global pero, a lo largo de 2005 experimenta un elevado crecimiento hasta llegar al 6,1%. A 31 marzo de 2006 Imagenio alcanzó los 246.378 abonados, lo que supuso el 7,4 % del agregado de clientes de televisión de pago.

Gráfico 2. Evolución de abonados de televisión de pago



Fuente: CMT-Informes trimestrales: III 2004; I, II, III 2005, I 2006 e Informe Anual 2005.

III RESPECTO A LAS CONDUCTAS CONTRARIAS A LA LIBRE COMPETENCIA

III.1. Análisis del cierre de mercado

III.1.1. Sobre la emulabilidad de la promoción y el estrechamiento de márgenes.

TESAU ofrece el servicio de Imagenio por 19€/mes. En la oferta que se está analizando, TESAU está ofreciendo adicionalmente a este servicio, una TPM,



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

cobrando por ello 14,9€/mes con promoción (y 19,9€/mes sin promoción) (ver Tabla 1).

Como se ha visto en el apartado anterior, el paquete objeto de estudio afecta al mercado de servicio telefónico de voz fija descrito en el antecedente de hecho segundo y es en este mercado en el que TESAU ha sido declarada PSM. Esta declaración, conlleva que TESAU debe cumplir una serie de obligaciones en relación a la provisión de servicios minoristas como por ejemplo la de no comercializar ofertas minoristas que impliquen riesgos para la libre competencia, esto es: reducción anticompetitiva de precios (estrechamiento de márgenes o precios predatorios), empaquetamientos abusivos o injustificados, discriminaciones abusivas en términos de precios y las cláusulas contractuales abusivas. El análisis de emulabilidad de esta oferta empaquetada se realizará para el servicio de voz.

Metodología del análisis

Lo que se procede a analizar en este apartado es la posibilidad que tendrían otros competidores para ofertar la voz que TESAU ofrece en este paquete. Se quiere comprobar que TESAU no está estrechando los márgenes de los competidores al ofrecer la tarifa de voz metropolitana (incluida en este paquete), esto es, comprobar que el coste que la TPM tendría para cualquier competidor (es decir, el precio mayorista de la TPM) no está por encima de lo que TESAU está ingresando en el paquete por esta tarifa (precio minorista). Para ello, deben obtenerse el coste y el ingreso incremental asociados a la TPM.

Para calcular el coste y el ingreso incremental se van a comparar dos situaciones: una en la que el usuario tiene contratado sólo Imagenio y otra en la que contrata los dos productos del paquete Imagenio +TPM.

Así, el ingreso incremental que TESAU percibe, es la diferencia entre el ingreso derivado de ofrecer el servicio Imagenio junto con la TPM (precio minorista del paquete) y el ingreso asociado a ofrecer únicamente el servicio Imagenio (precio minorista de Imagenio), esto es:

$$19,90\text{€/mes (PVP}^1\text{ dúo "Imagenio +TPM")} - 19\text{€/mes (PVP de Imagenio)} = 0,90\text{€/mes}$$

Y el coste incremental será el asociado al coste de la TPM, es decir, el precio mayorista que un operador alternativo debe asumir para poder ofertar la TPM.

La TPM podría ser contratada con TESAU o con otros operadores. Se trata de comprobar si esta elección se está realizando o no en una situación de igualdad de oportunidades: si el precio minorista que TESAU cobra a sus clientes del paquete por el servicio de voz deja margen suficiente para que un operador alternativo, dado el coste de la TPM (precio mayorista para el alternativo), pueda ofrecer también el servicio.

¹ PVP: Precio de venta al público sin IVA.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

A la vista del coste de la TPM (precio mayorista de la TPM), que va a calcularse en el análisis, se observará si éste es menor o mayor que el ingreso incremental (0,90€/mes) que TESAU obtiene por la inclusión de la TPM en el paquete (precio minorista de la TPM).

Es obvio decir, que todos los costes e ingresos relativos al paquete (Imagenio +TPM) que no esté asociados a la voz no serán relevantes para el análisis. Así, el alta, el alquiler del descodificador y el router no pueden considerarse como un coste incremental (o ingreso incremental en el caso del alquiler del router) al no estar asociados al servicio de voz.

Cálculo del coste de la TPM

El coste de la TPM se había calculado en 1,71€/mes², pero tras las alegaciones presentadas por TESAU al respecto, se procedió a realizar una actualización de los datos con el Informe Anual 2005.

Para hacer este nuevo cálculo de la TPM, se ha tomado el tráfico medio residencial de voz metropolitana y el precio por minuto de tráfico metropolitano.

Para calcular dicho precio se ha hecho una ponderación entre el precio por capacidad y por tiempo. Con respecto a este porcentaje de ponderación, TESAU alega que debería ser al menos de 70% capacidad y 30% de tiempo, pues es lo que la CMT consideró en el expediente MTZ 2005/1600. En ese expediente se valoraba una tarifa internacional, y no una metropolitana, la diferencia entre ambas es que en la metropolitana intervienen acceso y terminación mientras que en la llamada internacional sólo el acceso (pues la terminación es en una red extranjera). Como se desprende del Informe Anual 2005 de la CMT³, el reparto por capacidad y tiempo es distinto según se trate de acceso o de terminación: en el caso del acceso el porcentaje destinado a capacidad es mucho mayor que el destinado a tiempo pero, en el caso de la terminación es al contrario: el porcentaje de tráfico que se factura por tiempo es mayor. Y como para una llamada metropolitana se están considerando ambas distribuciones, no puede tomarse como referencia sólo la distribución del acceso para la ponderación. Por ello, el argumento de TESAU no es válido. Por tanto, no se modifica el supuesto de distribución recogido en el Informe de los Servicios de esta Comisión: 50% de capacidad y 50% de tiempo.

Tras realizar los cálculos pertinentes⁴, el coste de la TPM se ha estimado en 1,15€/mes. Por tanto, esta cantidad es el coste que supondría para un operador alternativo ofrecer la TPM, dado el patrón de consumo considerado.

Análisis de la promoción

² Coste del plan de precios 9 considerando el 50% de facturación por tiempo y 50% por capacidad y el 50% de ocupación

³ Ver apartado 2.1.3 b)

⁴ Ver Anexo CONFIDENCIAL



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En la promoción objeto de este expediente, como se ha mostrado en la Tabla 1, se ofrece una reducción de la cuota mensual de 5€ durante el primer mes y medio de su aplicación, se regala el modem router y se aplica una reducción de la cuota de alta.

Como se ha visto en el análisis, el incremento de precio que existe entre la contratación de Imagenio en solitario y contratar Imagenio como dúo con TPM, esto es el ingreso incremental, es muy pequeño (0,90€/mes).

Esto implica que existe poca diferenciación entre ambos productos (Imagenio y dúo Imagenio +TPM) en términos económicos: el hecho de que por menos de 1€ adicional se ofrezca además de Imagenio una TPM, añadido a las reducciones que aplica la promoción, incentiva a comprar el paquete en lugar de comprar sólo Imagenio.

Como consecuencia de la escasa diferencia de precio entre ambos productos, el consumidor podría percibir el producto empaquetado como un único producto, por lo que el consumidor no se plantearía la posibilidad de contratar Imagenio con TESAU y la voz con otro operador. Como se ha visto, TESAU ofrece la voz en el paquete a un precio menor que el que cualquier operador alternativo puede ofrecerla⁵, hecho que, por otro lado, suscitaría dudas sobre la emulabilidad del producto.

Si a esto se le añade además el hecho de que TESAU es el operador que más desarrollado tiene el servicio de televisión de pago sobre ADSL y que los costes de captación de un operador alternativo son mucho mayores que los de TESAU (ya que TESAU los reduce debido a las sinergias que se generan al vender el paquete, mientras que el operador alternativo sólo cuenta con el servicio de voz para la recuperación de dichos costes), se tiene como consecuencia que TESAU consigue tener fidelizado un nicho de mercado al que ningún operador (salvo la misma TESAU) podría tener acceso. Por ello, esta promoción estaría orientada a retener clientes de tráfico y acceso por parte de TESAU.

Por tanto, a pesar de que el número de clientes asociados al producto en marzo de 2006 no son muy relevantes (**CONFIDENCIAL** [] clientes, ver Gráfico 3) si se compara con todos los clientes que de TESAU que tienen Imagenio +voz (**CONFIDENCIAL** [] clientes, ver Gráfico 4) y aunque los clientes que TESAU ha captado en este producto provenientes de la preasignación no son muchos (concretamente un **CONFIDENCIAL** [] % de los clientes totales del producto, ver Gráfico 5), la promoción mencionada dificultaría la competencia en el sentido de que ningún cliente de Imagenio +TPM tendría incentivos económicos para realizar la compra separada de los productos del paquete.

Gráfico 3. Evolución clientes “Dúo Imagenio + TPM”

CONFIDENCIAL []

⁵ Que como se acaba de calcular es 1,15€/mes.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Gráfico 4: Distribución de los dúos Imagenio +voz en función de la tarifa de voz incluida.

CONFIDENCIAL []

Gráfico 5 : Composición de los clientes del Dúo Imagenio +TPM: altas en función de la procedencia.

CONFIDENCIAL []

Adicionalmente, para el análisis cuantitativo de la promoción debe tomarse un plazo de 24 meses, que es el tiempo que la CMT considera adecuado para que TESAU recupere los costes en los incurre para poder ofrecer una promoción⁶. Por tanto el análisis quedaría:

Ingreso incremental: $(14,90\text{€}-19\text{€}) \times 1,5 \text{ meses}^7 + (19,90\text{€}-19\text{€}) \times 22,5 \text{ meses} = 14,26\text{€}$

Coste incremental: $1,15\text{€/mes} \times 24 \text{ meses} = 27,61\text{€}$

El ingreso incremental del servicio de tráfico telefónico fijo de voz no cubre su coste incremental. El exceso de coste es $27,61\text{€} - 14,26\text{€} = 13,35\text{€}$. Esta cantidad mensualizada supondría 0,56€/mes (durante 24 meses), es decir, excede en un 48% el coste de la TPM.

Este exceso de coste resulta muy elevado para considerar que otros operadores puedan emularlo, y por tanto la comercialización de la promoción produciría un pinzamiento de márgenes del que podrían derivarse efectos perjudiciales en la competencia.

Conclusiones

La posición de TESAU en el mercado de referencia (mercado de tráfico telefónico fijo), y su posición en el acceso, le otorgan ciertas ventajas a la hora de realizar ofertas empaquetadas. La emulabilidad de dichas ofertas es difícil para los operadores no integrados que acceden a los mercados minoristas a través de los servicios mayoristas regulados.

La oferta de referencia se englobaría en este tipo de ofertas en tanto que un operador, para poder competir con Telefónica, debería ofrecer un rango de servicios igual al del operador dominante. Este aspecto, bajo determinadas circunstancias, puede suponer una práctica anticompetitiva en tanto que produce efectos fidelizadores sobre la base de clientes de Telefónica y eleva las barreras a la entrada a los operadores alternativos, al requerirles una oferta comercial completa.

Dados los riesgos potenciales que podría tener el propio paquete Imagenio + Tarifa Plana Metropolitana (que requiere un análisis más profundo), de resultar

⁶ Resolución 15 de Julio de 2004.

⁷ El periodo de aplicación de la promoción era del 17 de abril al 31 de mayo, lo que supone 1,46 meses



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

anticompetitivo, su promoción conllevaría efectos en el mercado difícilmente solventables.

De esta forma, y mientras no se concluya el expediente relativo al análisis del producto principal, el principio de prudencia aconseja no permitir a Telefónica ninguna práctica promocional del mismo con el fin de minimizar tanto el impacto en el mercado como la imagen del operador en caso de prohibirse finalmente la comercialización del servicio.

En razón de las consideraciones de Hecho y de Derecho esta Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

RESUELVE

PRIMERO.- Confirmar las medidas cautelares impuestas el 20 de abril de 2006 a la promoción que TESAU comunicó a esta Comisión en su escrito de 21 de marzo de 2006 sobre el producto dúo “Imagenio + Tarifa Plana Metropolitana”, debido a que el estrechamiento de márgenes existente tiene potenciales efectos restrictivos sobre la competencia.

SEGUNDO.- Instar a los Servicios de esta Comisión a estudiar la emulabilidad del producto dúo “Imagenio +Tarifa Plana Metropolitana”.

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 48.17 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.



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

EL DIRECTOR DE
ASESORÍA JURÍDICA

Vº Bº PRESIDENTE

Miguel Sánchez Blanco
P.S. art. 7.2 O.M. de 9 de abril de 1997
(B.O.E. de 11 de abril de 1997)

Reinaldo Rodríguez Illera



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ANEXO CONFIDENCIAL