Informe 1998
Anual

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

I. El Desarrollo del Mercado de las Telecomunicaciones durante el año 1998.

Como ya se anticipaba en el informe anual de esta Comisión correspondiente al año 1997, el año 1998 ha venido marcado fundamentalmente por la aprobación de toda la pléyade de normas que deben constituir el marco de referencia para el desarrollo del mercado de las telecomunicaciones y por la apertura formal a la competencia de dicho mercado, representada por la llegada de la simbólica fecha del 1 de diciembre de 1998.

En efecto, durante el presente año se han aprobado tanto la Ley General de Telecomunicaciones como los principales reglamentos que la desarrollan: reglamento de interconexión y numeración, del servicio universal y servicios obligatorios, y ordenes sobre licencias individuales y autorizaciones generales.

Este conjunto normativo establece las condiciones para la apertura a la competencia del mercado de las telecomunicaciones en todos aquellos servicios con concurrencia limitada en la oferta hasta ese momento, en especial el servicio de telefonía fija y la explotación de redes de telecomunicaciones.

Los principios de la nueva regulación son claros: determinación de quién puede entrar en el mercado y cómo debe hacerlo (obtención de licencias y autorizaciones); fijación de condiciones para la libre competencia, eliminando barreras de entrada (principios de interconexión y acceso a redes; derecho a numeración; compartición de infraestructuras; régimen de precios); garantía del cumplimiento de ciertas obligaciones de servicio público (servicio universal, servicios obligatorios, derechos de usuarios....)

Este importante acervo normativo ha permitido que durante el mes de diciembre de 1998, cumpliendo los compromisos adquiridos por el Estado español, la CMT procediera al otorgamiento de los primeros títulos habilitantes bajo el nuevo régimen de liberalización, que se extiende tanto a los servicios de telefonía como a la explotación de redes de telecomunicaciones, antaño sometidas a una competencia limitada.

Al mismo tiempo y contando con ese referente normativo, a partir del 1 de diciembre de 1998 se ha producido la entrada en el mercado de diferentes operadores de telecomunicaciones, una vez obtenidas las oportunas licencias y autorizaciones.

Pero además de estos dos hechos que destacan sobre los demás, durante el ejercicio pasado se han producido importantes acontecimientos que poco a poco, van conformando una fisonomía característica del mercado de las telecomunicaciones y de los servicios audiovisuales, telemáticos e interactivos.

Algunos de estos eventos ya se anticiparon en el informe anual correspondiente al año 1997.De manera resumida se repasan a continuación:

- Inicio de la prestación de servicios por parte de Retevisión, segundo operador con título de telefonía fija. El 23 de enero de 1998 comenzó a prestar servicios de telefonía este operador, ofreciendo servicio de llamadas de larga distancia a precios más bajos que los del operador establecido. La entrada de Retevisión en el mercado provocó, entre otras, dos consecuencias inmediatas: la utilización del medio publicitario como elemento decisivo para la captura de clientela –en pocos días se multiplicaron mensajes publicitarios por parte de ambos operadores – y la reacción de Telefónica manifestada especialmente en la oferta de planes de descuento.

La publicidad masiva utilizada en el momento de entrada de un competidor en el mercado originó denuncias ante la CMT, la cual aprobó en el mes de julio de 1998 una circular en la que se fijan criterios sobre cuándo se considera que la publicidad excesiva del operador dominante respecto de los fines que se puedan alcanzar con ella puede ser considerada como anticompetitiva.

- Entrada en el mercado de un tercer operador de telefonía fija. En el mes de mayo de 1998 se otorgó por el Ministerio de Fomento una tercera concesión para la prestación del servicio de telefonía fija, que recayó en la entidad LINCE, participada mayoritariamente por la operadora dominante en Francia, France Telecom.

Lince comenzó a prestar servicios unos días antes de la apertura formal del mercado a la competencia fechada, como es conocido, el 1 de diciembre de 1998.

- Entrada en el mercado de un tercer operador de telefonía móvil. En el mes de julio de 1998, el Ministerio de Fomento otorgó una tercera concesión para la prestación del servicio de telefonía móvil automática, en la modalidad DCS-1800, que recayó en la entidad RETEVISION MOVIL participada por la italiana STET y por las operadoras eléctricas ENDESA y UNION FENOSA, como principales accionistas, además de RETEVISION, operador de telefonía fija.

El tercer operador, empezó a prestar servicios en el mes de enero de 1999.

- Otorgamiento por la CMT de las primeras licencias en aplicación del nuevo régimen resultante de la Ley General de Telecomunicaciones, como se ha anticipado. Durante los primeros días de diciembre de 1998, la CMT otorgó diferentes licencias para servicios de telefonía fija, tanto de ámbito nacional como de ámbito territorial restringido, iniciando un proceso de progresiva entrada de nuevos operadores en el mercado. Estas primeras licencias se dieron a los siguientes operadores: Colt Telecom, Esprit Telecom, BT Telecomunicaciones, Comunitel, Interterminal y Jazz

Telecom.

- Entrada en vigor el 4 de abril de 1998 del nuevo Plan Nacional de Numeración, que supone, una vez transcurrido un período de transición de dos meses, que todos los números pasan a ser de nueve cifras; se modifica el prefijo para llamadas internacionales; se modifica el primer dígito de los telefónos móviles; el servicio de información pasa a prestarse mediante el número 1003. Asimismo, se prevé la utilización por los operadores de números cortos para prestar el servicio de selección de operador, o acceso indirecto por los abonados del operador dominante a los servicios de los competidores.
- Profundas modificaciones en el mercado de INTERNET, derivadas de circunstancias tales como la aparición de nuevos servicios (como la telefonía vocal a través de las redes IP, respecto de la que la CMT otorga derecho a su prestación dentro del servicio de valor añadido de proveedor de acceso a INTERNET); desaparición del sistema de acceso a información prestado por Telefónica, conocido como INFOVIA, y apertura a la competencia de este servicio, fijándose como fecha inicial para la desaparición el 1 de diciembre aunque posteriormente la CMT, a solicitud del Ministerio de Fomento y de la mayoría de los interesados, extendió unos meses el servicio de INFOVIA. Fuerte presión social en torno a la rebaja de precios para estos servicios, especialmente en lo que hace al precio de la llamada telefónica que permite el acceso a la red (planes de descuentos de Telefónica; aprobación por el Congreso de una iniciativa por la que se insta al Gobierno a establecer una tarifa plana para el uso de INTERNET....)

En otra parte de este informe, dada la importancia que ha adquirido el fenómeno INTERNET, se analizan más pormenorizadamente los profundos cambios que se están produciendo en el mercado de acceso a información.

- Crecimiento imparable de la telefonía móvil, con porcentajes espectaculares, como se analiza en otra parte de este informe. Este crecimiento no ha venido acompañado de una apertura a la competencia de este mercado —durante el año 1998 se ha mantenido el régimen de duopolio personificado en las operadoras Telefónica y Airtel- ni en una rebaja significativa en los precios .

Este mismo crecimiento ha determinado un mayor interés de los inversores por los operadores de móviles, lo que ha dado lugar, una vez producida la entrada en el mercado de un tercer operador de móviles, de cambios accionariales en la operadora AIRTEL.

- Importante reestructuración tarifaria de Telefónica, aprobada por el Gobierno, que supone que en telefónía fija sube el precio de las llamadas urbanas, disminuyendo el de las llamadas provinciales, interprovinciales e internacionales, imponiéndose la facturación por segundos e increméntandose la cuota de abono mensual y en telefonía móvil analógica se produce una rebaja dependiendo de la franja horaria en que se llame.
- Finalización en el mes de noviembre de 1998 del proceso de resolución de los concursos para el otorgamiento de concesiones del servicio de telecomunicaciones por cable, que ha tenido una duración de casi dos años. Estos concursos cubren aproximadamente un total de 10.800.000 viviendas y alrededor de 35 millones de habitantes y el montante total de inversiones comprometidas por los adjudicatarios y por Telefónica se eleva por encima de los 1,5 billones de pesetas.

Asimismo, a finales del año 1998, los primeros operadores de cable empiezan a prestar servicios, ofreciendo como novedad la integración de servicios telefónicos, de televisión e internet en un mismo paquete, oferta que no puede ser prestada en estos momentos por ningún otro operador.

Por otra parte y una vez valoradas las dificultades advertidas en el proceso de entrada en el mercado de los operadores de cable, el Gobierno, a solicitud de la CMT, extendió de 16 a 24 meses la moratoria que por Ley se había impuesto a Telefónica para poder iniciar la prestación del servicio de telecomunicaciones por cable.

Esta moratoria concluirá en las demarcaciones donde primero se resolvieron los concursos aproximadamente hacia el mes de junio de 1999.

- Aparición de nuevos servicios de telecomunicaciones, tanto ofrecidos por Telefónica (Servicio Centrex Unicentral; servicio de red privada virtual) como por otros operadores (servicio de llamadas gratuitas con inserciones publicitarias; servicio de telefonía móvil de cobertura casi mundial utilizando satélites de órbita baja...)
- Aprobación por el Ministerio de Fomento, a propuesta de la CMT, de la Oferta de Interconexión de Referencia de Telefónica (OIR). Esta oferta constituye un instrumento esencial en el proceso de apertura del mercado a la competencia en la medida en que fija las condiciones, incluidos los precios, a las que debe someterse Telefónica en la interconexión de su red con la de los nuevos operadores para el caso de que finalmente no se alcance un acuerdo entre éstos y la operadora dominante. En otra parte de este informe se analiza el contenido de la OIR, que se homologa perfectamente con la de otros operadores dominantes de países europeos, ajustándose a los parámetros fijados por la Comisión Europea para este tipo de ofertas.
- Incremento en las concentraciones, fusiones y adquisiciones de empresas de telecomunicaciones. A las operaciones que se suceden en Estados Unidos (fusión de MCI y WORLDCOM, compra de Ameritech por SBC, fusión de Bell Atlantic y GTE, adquisición de las operadoras TCI y Telepor por AT&T, adquisición de Nynex por Bell Atlantic), siguen dos en Europa: alianza BT-AT&T para crear una red mundial de telefonía; alianza Telefónica, MCI y

Worldcom..

De todas ellas, destaca por su incidencia en el mercado español en cuanto afecta al operador dominante, las adquisiciones por Telefónica y sus socios y aliados de cinco de las doce empresas segregadas del holding brasileño Telebras, en la subasta celebrada en aquél mercado durante los últimos días de julio de 1998. De especial valor fue la adquisición por Telefónica de Telesp, la operadora de telefonía fija de la región de Sao Paulo, la más rica de Brasil.

- El mercado de lo audiovisual presentó importantes novedades durante el año 1998, aunque con escaso contenido normativo, pendiente de la anunciada revisión del marco legislativo ya conocido (que en televisión reconoce diferentes leyes, cada una regulando una televisión diferente: terrestre (con diferentes modalidades), mediante acceso condicional...

Si acaso destacar la regulación de la denominada televisión digital terrenal, que cierra el campo de la introducción de la tecnología digital dentro de las diferentes modalidades de televisión antes enunciadas, y que determinará la apertura de un procedimiento de concesión para el futuro otorgamiento de canales en este ámbito así como la modificación de la Ley de Televisión Privada, que modifica algunos de los requisitos exigibles para la transmisión del capital de las televisiones privadas.

Además de estos hechos puntuales, algunos acontecimientos reseñables son los que se indican a continuación:

- Fracaso en el intento de fusión de las dos operadoras de acceso condicional para la televisión digital existentes en España: Canal Satélite Digital y Vía Digital.
- Debate en torno al modelo de financiación de la televisión pública, a raíz de la publicación de un informe por la Dirección General de Televisión Española.
- Adquisición por Telefónica de la cadena de emisoras de radio ONDA CERO.
- Acuerdos entre operadores de cable y operadores de acceso condicional, para la divulgación de contenidos televisivos.

II. Análisis del Mercado de las Telecomunicaciones.

II.1 EXPLICACION DEL SISTEMA DE ANALISIS

En el presente apartado se pretende dar una visión lo más aproximada posible del sector de las telecomunicaciones en España en el año 1998, desde una perspectiva estática, esto es, describiendo su estructura desde el punto de vista de la oferta, de los operadores que compiten en él. Dicha visión habrá de ser completada, en futuros informes de esta Comisión, con una perspectiva dinámica que permita estudiar la evolución de las distintas magnitudes relevantes asociadas al sector.

Los datos de caracterización de infraestructuras y mercados han sido estimados por esta Comisión a partir de información suministrada por los operadores.

Al efecto citado en el primer párrafo, y considerando la naturaleza peculiar del sector económico que nos ocupa, se ha estructurado el análisis en los puntos siguientes:

- El mercado de las telecomunicaciones en la economía española

En este primer apartado se describe en términos macroeconómicos el sector que nos ocupa, poniéndolo en referencia con otras macromagnitudes de la economía española. La finalidad no es otra que mostrar de qué forma el sector influye en el desarrollo de la economía española.

El dato principal en este apartado es la facturación total del sector, valor que revela la cuantía del mercado de las telecomunicaciones en España. Otros datos representativos son el número de puestos de trabajo que proporciona así como las inversiones realizadas.

- Las infraestructuras de telecomunicaciones en España

El mercado de las telecomunicaciones se caracteriza por la prestación de servicios a sus clientes, basándose casi exclusivamente en el uso de infraestructuras de telecomunicaciones.

Si bien tradicionalmente las infraestructuras o redes de telecomunicaciones han estado muy ligadas a los servicios prestados mediante ellas, en la actualidad la tendencia es la contraria: cada vez más los servicios resultan independientes de las infraestructuras utilizadas.

Así, tradicionalmente, la red de telefonía era sustancialmente diferente de la red de datos o de la de transporte de vídeo. Estas diferencias se están difuminando en la actualidad, debido a avances tecnológicos como la digitalización, la compresión de imágenes y la mayor velocidad soportada por las redes.

En estas condiciones de separación de infraestructuras y servicios, parece interesante abordar la descripción de las primeras separada de los segundos. Y así se plantea en el presente informe.

Para la descripción de las infraestructuras de una forma agregada se ha asumido un modelo genérico, según el cual los elementos de las infraestructuras se pueden clasificar en tres tramos de red:

- * Red de transporte o troncal: consistente en los medios de transmisión para el transporte de información al por mayor. Típicamente, son medios de capacidad muy superior a la disponible para el cliente final. Dentro de este tramo, se incluyen, por ejemplo, las siguientes porciones de la red:
- a) Los elementos de transmisión que permiten la comunicación entre centrales de una red telefónica.
- b) Los elementos de transmisión que permiten la comunicación entre conmutadores en una red de paquetes.
- c) Los anillos troncales en las redes de cable.
- d) Los cables submarinos, con independencia de la información que transporte.
- e) Los transpondedores en satélites, se utilicen para transporte o para difusión directa, así como las estaciones terrenas que elevan la señal al satélite.
- f) Los elementos de transmisión utilizados para llevar la señal de televisión convencional a los emisores.
- * Elementos de conmutación: en este apartado se recogen todos aquellos elementos o dispositivos que, de una u otra forma, aportan capacidad de encaminamiento o dotan de inteligencia a los medios de transmisión. En suma, aquellos elementos que condicionan el camino seguido por la señal, y son imprescindibles para que ésta llegue desde el origen a su destino. Aquí, se incluyen, por ejemplo, las siguientes elementos:
- a) Centrales de conmutación de voz y concentradores en redes telefónicas

- b) Conmutadores de paquetes, en redes de datos
- c) Elementos de inteligencia de red y servidores de todo tipo (Vídeo bajo demanda, acceso a Internet...)
- d) Cabeceras de las redes de cable
- e) Elementos específicos de las redes de telefonía móvil, como HLRs...
- * Red de distribución: bajo esta denominación se recogen todas las infraestructuras que permiten llevar la información al cliente desde el último elemento de conmutación. Constituyen, en esencia, los medios necesarios para prestar el servicio al cliente. Aquí, se incluyen, por ejemplo, las siguientes infraestructuras:
- a) Bucle de acceso a la red telefónica básica; accesos básicos y primarios a la Red Digital de Servicios Integrados
- b) Puertos para acceso a las redes de datos
- c) Estaciones base en redes de servicios móviles
- d) Estaciones emisoras y reemisoras para difusión de servicios audiovisuales
- e) Accesos de las redes de cable, con independencia del modo
- f) Antenas parabólicas instaladas, tanto colectivas como individuales

Como se observa, el modelo utilizado conlleva implícitamente la separación entre red de distribución y de transporte, lo que implica una cierta vinculación entre red de distribución y servicio prestado.

Junto a la caracterización estática de las infraestructuras de telecomunicaciones en España, se aporta en este apartado una estimación de las inversiones que está previsto realizar durante 1999, desglosadas por los conceptos anteriores.

Por último, ha de tenerse en cuenta que las infraestructuras caracterizadas corresponden a las utilizadas para dar servicios a terceros, sin incluirse aquellas que utilizan ciertas entidades para la autoprestación de servicios (como es el caso de las empresas eléctricas, Gas Natural, Renfe o ciertas comunidades autónomas).

- Mercados de referencia analizados

Una vez descrita la situación de las infraestructuras disponibles en el mercado español para la prestación de servicios de telecomunicación,audiovisualy telemático corresponde el turno a la caracterización de los servicios prestados mediante dichas infraestructuras,

A efectos del análisis, se ha dividido el mercado global en diversos mercados de referencia, atendiendo a criterios de homogeneidad de la oferta así como a consideraciones de tipo legal, que, de alguna forma, "crean" mercados diferentes.

Los mercados de referencia que se analizan son los siguientes:

- * Telefonía fija
- * Servicios móviles
- * Alquiler de circuitos
- * Transmisión de datos
- * Comunicaciones corporativas
- * Transporte y difusión de señal audiovisual convencional
- * Provisión de servicios de acceso a Internet
- * Servicios audiovisuales

Para cada uno de los mercados relacionados, se aplicará el siguiente esquema de análisis:

* Definición del mercado: se identifican los servicios incluidos dentro de cada mercado, y se da una descripción conceptual de los mismos, sin detenerse en la forma técnica concreta en que se prestan. Como se ha dicho, los servicios incluidos dentro de un mercado presentan cierta homogeneidad y están fuertemente relacionados.

- * Identificación de agentes intervinientes: a la vista de los servicios incluidos en el mercado, se identificarán los principales actores que compiten realmente en él, tratando de hacer abstracción del título habilitante que poseen.
- * Caracterización del mercado: en este apartado se establecen las cuotas de mercado de cada uno de los agentes, con base fundamentalmente en el criterio de ingresos de los agentes por los servicios incluidos en el mercado.
- * Tendencias: bajo este nombre, se incluirán otra serie de indicadores específicos de cada uno de los mercados de referencia analizados, que sirvan para caracterizar mejor sus peculiaridades específicas. Son indicadores que permiten explicar o matizar las cuotas de mercado mostradas en el apartado anterior

Este apartado se cierra con una comparativa de los distintos mercados de referencia analizados en la que se da una medida del grado de competencia en cada uno de ellos.

II.2 EL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

Es indudable la gran importancia que tiene el mercado de telecomunicaciones, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo, dentro de cualquier economía desarrollada. En efecto, se trata de un sector estratégico que desempeña un papel fundamental en el desarrollo de cualquier sector empresarial así como en la globalización de la economía y la sociedad. Además, en los últimos años el sector de las telecomunicaciones se han configurado como un sector motor de la economía.

Los recientes cambios que han afectado profundamente la estructura del sector, principalmente la liberalización completa del mismo, que posibilita la entrada de nuevos agentes a la prestación de servicios tradicionalmente en monopolio, redundarán en mejores precios, mayor oferta de servicios y mayor innovación. En la medida que estos cambios estructurales afectan a un sector estratégico para el desarrollo de la economía nacional, influyen sobre ésta también. En este apartado se tratará de poner en relación, desde un punto de vista económico, el sector que nos ocupa con el global nacional.

En efecto, se pretende analizar de forma detallada la importancia del sector de las telecomunicaciones dentro del panorama económico español. Cabe destacar que los datos proporcionados nos dan una idea de la importancia cuantitativa del sector, si bien, ignoran la no menos relevante importancia del sector como piedra angular en la nueva economía postindustrial y como mecanismo imprescindible para que la misma puede funcionar con un mínimo de garantías.

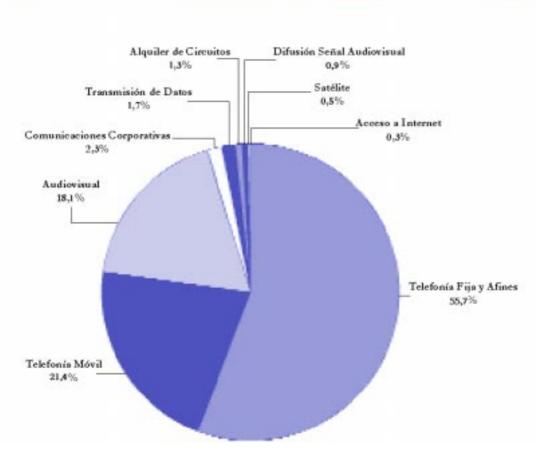
En los próximos años asistiremos a una transformación radical del mercado de las telecomunicaciones que desembocará en la configuración eficiente de un sector que está llamado a ser una pieza clave en el desarrollo económico del siglo que viene.

II.2.1 Facturación del sector de las telecomunicaciones

Esta Comisión estima que el sector de las telecomunicaciones en España facturó 2,94 billones de pesetas en el año 1998. Por servicios, el porcentaje mayor de ingresos correspondió a la telefonía fija (48%) seguido de la telefonía móvil (22%) y de los servicios audiovisuales (18,7%). Si se compara con el año previo se constata un incremento aproximado de la facturación total del 11,5%, motivado, fundamentalmente, por el aumento en el consumo de los servicios de telefonía móvil (38,7%) y el aumento en la facturación del sector audiovisual (28,3%). Los ingresos de la telefonía fija se mantuvieron constantes debido al efecto de dos fuerzas contrapuestas: el incremento de la demanda y el aumento de la competencia.

En general, se percibe una disminución del peso relativo de la telefonía fija en favor de otros mercados. Otros servicios, como la transmisión de datos, el alquiler de circuitos y, en especial, los servicios de cable tienen escaso peso relativo en la actualidad, aunque su potencial de crecimiento en el medio plazo parece indudable.





La facturación del sector de las telecomunicaciones en el año 1998 representa un 3,55% del Producto Interior Bruto. El peso relativo de las telecomunicaciones sobre el total producido en el país se ha incrementado respecto al año anterior en un 5,1%, lo que pone de manifiesto que el sector crece muy por encima de la media del resto de los sectores.

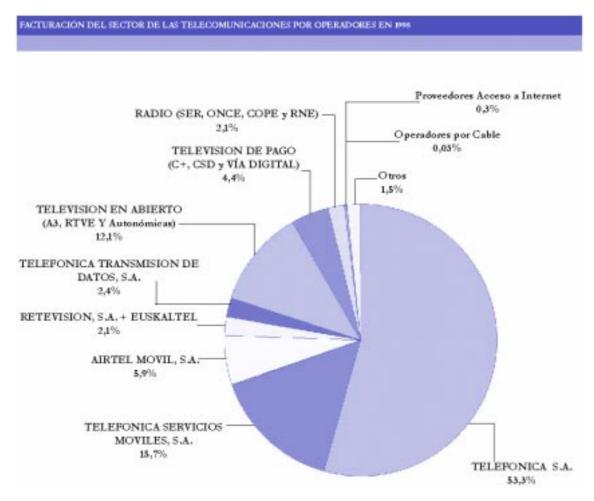
La facturación por habitante se situó en torno a las 73.750 pesetas, lo que supone 6.700 pesetas más que en 1997, es decir, un incremento del 10%. La facturación por empleado ascendió a 30,5 millones, aumentando 3,2 millones de pesetas (11,8%) en relación al año anterior.

Por operadores, Telefónica, S.A., acaparaba el 53,3% de la facturación, siendo, como es lógico, el mayor operador del sector con diferencia. Le siguen en importancia los dos operadores de telefonía móvil automática que operaban en el mercado en 1998 con un 15,7% y un 5,9% de la facturación total del sector. Las televisiones en abierto facturaron el 12,1% y las de pago el 4,4%. Tres de los operadores pertenecientes al grupo Telefónica facturaron más del 70% de la facturación total.

II.2.2 Beneficios netos del sector de telecomunicaciones

Los beneficios del sector (excluyendo a las televisiones públicas) ascendieron a algo más de 200.000 millones de pesetas. Estos beneficios correspondieron principalmente a los operadores de telefonía fija y móvil (y, en especial, al Grupo Telefónica) y a la operadora de satélites Hispasat. La mayoría de los nuevos operadores actuaron en pérdidas durante el ejercicio pasado debido a su escaso nivel de actividad. Respecto a 1997, el mayor incremento de beneficios corresponde a los operadores de telefonía móvil cuyos beneficios agregados se multiplicaron por 5. En cuanto a la telefonía fija los beneficios se mantienen. En el sector audiovisual, las pérdidas de las plataformas digitales se compensaron con los beneficios del resto del sector.

Los beneficios por empleado ascendieron a 2,47 millones de pesetas.

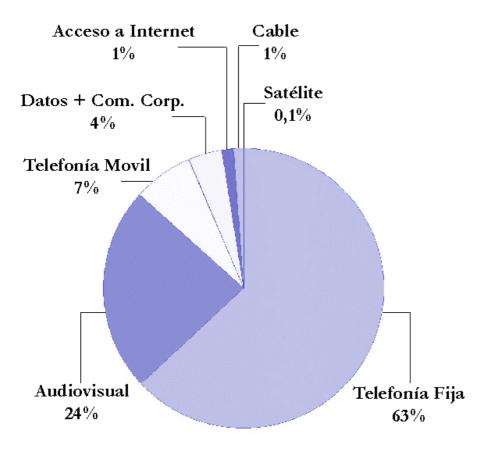


II.2.3 Número de empleados del sector de las telecomunicaciones

Se estima que el número de empleados en 1998 ascendió a 96.105. Por servicios, la telefonía fija concentra el mayor porcentaje de trabajadores con un 63%, siendo Telefónica, S.A., con 58.127 empleados el operador con más empleados. El sector audiovisual le sigue en importancia con el 24% del empleo. Destaca el escaso peso relativo en el empleo del subsector de telefonía móvil en contraste con su importancia en facturación y beneficios.

El peso sobre el empleo total se sitúa en el 0,73% y, dentro del sector servicios, en el 1,18%. Esto, comparado con el porcentaje de aportación al PIB, viene a corroborar el grado de intensidad del factor capital.

NÚMERO DE EMPLEADOS POR SERVICIOS

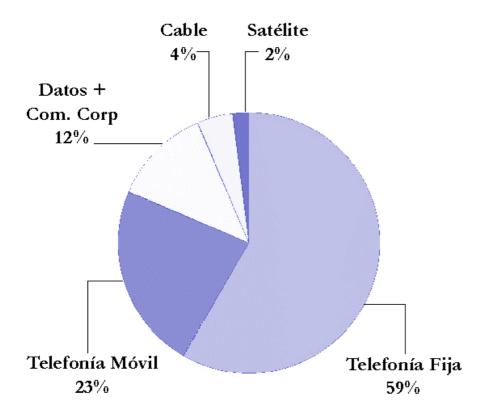


II.2.4 Inversión total del sector de las telecomunicaciones

La inversión total (excluyendo el subsector audiovisual) se estima que ascendió a 762.358 millones de pesetas lo que supone un incremento del 11,75% respecto al año 1997 debido, fundamentalmente, a las inversiones de los nuevos operadores. Este aumento en la inversión correspondió a las operadoras de cable y las operadoras de servicios de valor añadido que previsiblemente aumentarán su peso relativo en la inversión total en los próximos años. Telefónica S.A., el principal inversor del sector, ha ralentizado su esfuerzo inversor, ante la finalización tanto de su red móvil como de la digitalización de su red. No obstante, las operadoras de telefonía fija (58%) y de telefonía móvil (23%) acapararon la mayor parte de la inversión aunque su importancia absoluta y relativa sobre el montante total tiende a disminuir.

En 1998, el sector de las telecomunicaciones invirtió 19.130 pesetas por habitante. La inversión bruta del sector de las telecomunicaciones en el año 1998 supuso el 4,32% de la Formación Bruta de Capital Fijo en España.

INVERSIÓN DEL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES POR SERVICIOS

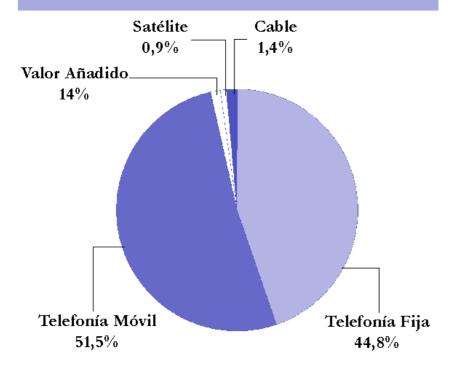


II.2.5 Gasto en publicidad

El gasto en publicidad es una partida relativamente nueva en el sector de las telecomunicaciones ya que cuando el mismo se configuraba como un monopolio esta partida era prácticamente inexistente. La publicidad juega un papel muy importante en el lanzamiento de los nuevos operadores. Durante 1998, el gasto en publicidad se estima que ascendió a 52.525 millones de pesetas, cifra que prácticamente duplica el gasto en esta partida de 1997. Es previsible que el gasto en publicidad adquiera una mayor importancia en años sucesivos.

Por sectores, la mayor proporción corresponde a los operadores de servicios audiovisuales y de servicios móviles, como se aprecia en el siguiente gráfico.

PUBLICIDAD POR SERVICIOS



Importancia económica del sector de las Telecomunicaciones

acturación y Beneficios	
Facturación del sector (millones de ptas.) ¹	2.939.044
Facturación per cápita ¹	73.747
Facturación por hogar ⁱ	243.210
Facturación por empleado (millones de ptas.) ¹	30.581
Facturación sobre PIB (%) ³	3,55
Beneficios netos del sector (millones de ptas.) ^{1,2}	201.652
Beneficios netos por empleado ^{1,2}	2.466.545
Empleo	
Total empleados en servicios de telecomunicaciones ¹	96.105
Total empleados en servicios de telecomunicaciones sobre empleo total (%) ^j	0,73
Total empleados en servicios de telecomunicaciones sobre empleo en sector servicios (%)	1,18
Inversión	
Inversión total del sector (millones de ptas.)	762.358
Inversión por habitante ³	19.130
Inversión total del sector sobre Formación Bruta de Capital Fijp (%)	4,32
Publicidad	
Gastos en publicidad (millones de ptas.)	52.525
dicadores Económicos (Fuente: INE)	
Población (miles)	39.853
Empleo Total (miles)	13.204
Empleo Sector Servicios (% del total)	61,66
PIB a precios corrientes (millones de ptas.)	82.650.280
Formación Bruta de Capital Fijo (millones de ptas.)	17.627.420

1. Dentro del subsector de radio sólo se incluyen las tres mayores emisoras y Radio Nacional de España.

- 2. No se incluyen datos de beneficios de las televisiones públicas.
- 3. No se incluye el sector audiovisual.

II.3 LAS INFRAESTRUCTURAS DE TELECOMUNICACIONES EN EL MERCADO ESPAÑOL

En este apartado se acomete la caracterización de las infraestructuras de telecomunicaciones de que disponen los operadores de telecomunicaciones que actúan en España. Como se ha dicho, se pretende realizar un análisis separado del de los servicios, de forma que la información que a continuación se recoge agrega redes destinadas tradicionalmente a servicios específicos, entendiendo que la tendencia es a la separación de los servicios de la infraestructura sobre la que se preste.

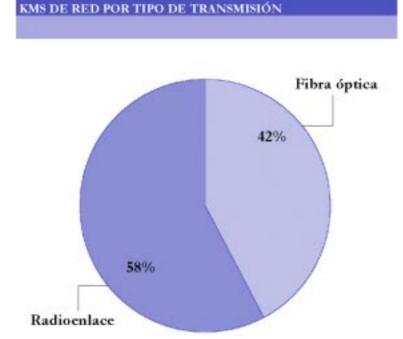
Como también se ha explicado en la introducción, para realizar la caracterización de las infraestructuras se ha desagregado la red en tres componentes distintos: red de transporte, elementos de conmutación y red de distribución. Dichos componentes se analizan a continuación por separado, con una caracterización específica para cada uno de ellos, dada su heterogeneidad.

II.3.1 Red de transporte

Se estima que las redes de transporte de telecomunicaciones propiedad de los distintos operadores en el mercado contienen un total de 152.921 kilómetros. Dicha red, como se ha explicado anteriormente, es una red de alta capacidad.

- Kilómetros de red de transporte por tipo de transmisión

De los 152.921 kms. de red, 64.383 corresponden a fibra óptica y 88.538 a radioenlace.

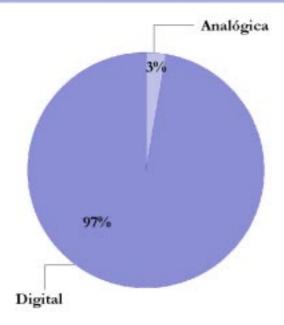


- Kilómetros de red de transporte digital y de red analógica

Prácticamente todas las redes de transporte transmiten la información en formato digital, lo que apoya la hipótesis de partida que permite distinguir infraestructuras y servicios, ya que el formato digital es el mismo con independencia de la información que porte.

Se estima que únicamente el 3% de los medios de transporte utilizan tecnología analógica.

KMS DE RED ANALÓGICA Y DIGITAL

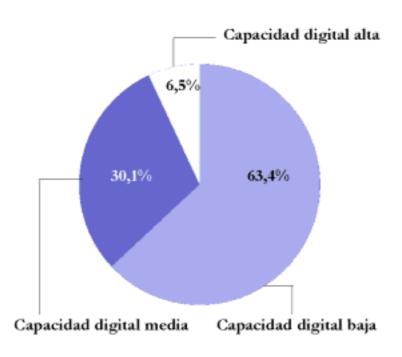


- Red de transporte por capacidad

En el siguiente gráfico se da el porcentaje de red de transporte atendiendo a la capacidad. A estos efectos, dentro de la red de transporte digital se distinguen tres categorías de capacidad: red de transporte de baja capacidad (velocidad de transmisión hasta 140 Mbps), de media capacidad (entre 140 y 622 Mbps, ambos incluidos) y de alta capacidad (más de 622 Mbps).

Dentro de los medios con tecnología analógica, se registran capacidades entre 4 MHz y 60 MHz.

RED DE TRANSPORTE POR CAPACIDAD



En la parte de red digital, el 63,4% de la capacidad corresponde a red de baja capacidad, el 30,1% a red de velocidad media y el 6,5% restante a red de velocidad alta.

- Número de kilómetros equivalentes a 2 Mbps (Kms. E1)

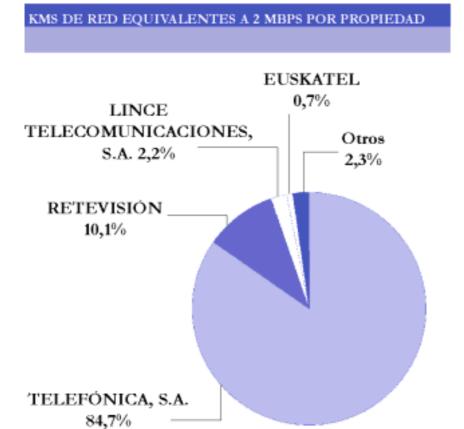
Para dar una medida de la capacidad total en medios de transmisión utilizada por operadores de telecomunicaciones en España, los números anteriores no son completamente adecuados, dado que agregan kilómetros sin tener en cuenta su capacidad.

A efectos de poder dar una cifra relevante al respecto, se ha optado por normalizar los anteriores kilómetros a capacidad de 2 Mbps. Para las capacidades analógicas se ha estimado que 1 MHz equivale a una velocidad de 1 Mbps.

En estas condiciones, se estima que el número de kilómetros E1 ascendía a 95.160.846, a finales de 1998.

- Capacidad según propiedad

A estos efectos, se utilizará también la medida de kilómetros normalizados a 2 Mbps. En el siguiente gráfico se expresa el porcentaje que, de la capacidad disponibles en red de transporte es propiedad de cada operador.



Como se observa, Telefónica, S.A., es propietaria de la mayor parte de los medios de transporte, disponiendo en su red de casi el 85% de los medios totales, seguida por Retevisión con el 10%. Es de destacar la participación de Euskaltel, operador que sólo presta servicios en la Comunidad Autónoma del País Vasco.

Por otro lado, la capacidad en circuitos alquilados por los operadores alcanza el 5% de la capacidad total.

- Cable submarino

Los operadores españoles disponen de capacidad en este tipo de infraestructuras, en un total de 29 cables submarinos, de los que el 62% son nacionales (origen y destino en España) y el resto son internacionales (uno de los extremos se sitúa fuera de España).

Se estima que la capacidad total de los cables submarinos con algún extremo en España asciende a unos 433.600 circuitos, de los que casi el 80% estaría disponible en cables nacionales, mientras que el resto lo estaría en cables submarinos internacionales.

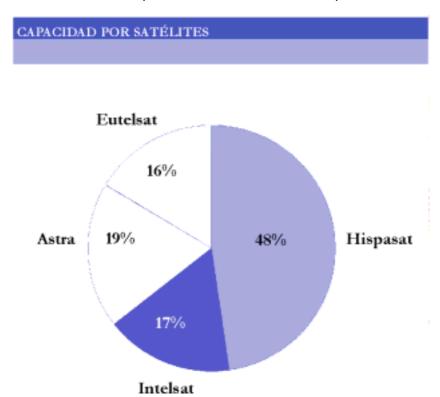
- Red de transporte vía satélite

Los sistemas de satélites utilizados por los operadores de telecomunicaciones en el mercado español son los

siguientes:

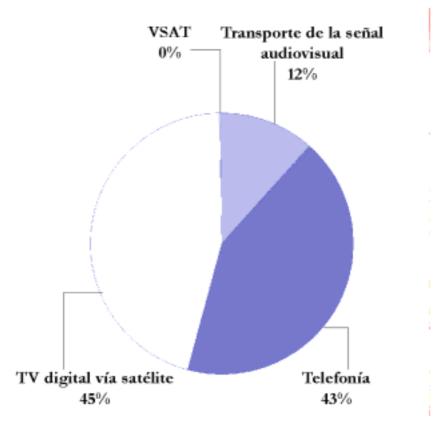
- a) Hispasat
- b) Astra
- c) Eutelsat
- d) Intelsat

La capacidad total vía satélite se estima, a finales de 1998, en 1.320 MHz. El 48% de la capacidad vía satélite estaba en el sistema Hispasat. El resto de los sistemas se repartían el resto con cuotas similares.



En el siguiente gráfico se muestra el porcentaje de dicha capacidad que se utiliza para cada tipo de servicio. Como se puede observar la mayor parte del consumo de capacidad espacial correspondiente a servicios de acceso condicional, concretamente de TV digital vía satélite que previsiblemente aumentará su participación durante este año. Esto se debe a las mayores necesidades de este tipo de señales (respecto, por ejemplo, a las telefónicas) y a la creciente importancia de estos servicios.

CAPACIDAD POR USOS



El número de estaciones terrenas utilizadas para elevar la señal a los sistemas de satélites citados ascendió a unas

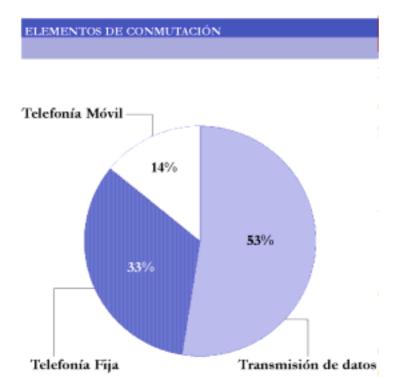
Aparte de los sistemas de satélites enunciados, hay otros que también tienen cobertura sobre España. Entre ellos, destaca Iridium, cuyos servicios comenzaron a ser comercializados durante 1998.

II.3.2 Elementos de conmutación

Los elementos de conmutación son la parte de la red que colabora a encaminar la información del origen al destino. En el presente análisis, se entienden en sentido amplio, no estrictamente centrales de conmutación o "routers" sino también elementos de inteligencia de red y otros. Asimismo, también se han incluido los concentradores de llamadas.

Se estima que, a finales de 1998, el número de elementos de conmutación ascendía a 11.770, de los cuales la mayor parte eran concentradores, (77%). Por ello, y a efectos de que el análisis sea más significativo, se excluyen de las restantes clasificaciones.

- Número de elementos de conmutación por servicios



Descontando los concentradores (típicamente, afectos a la prestación del servicio de telefonía fija), el 53% de los elementos de conmutación pertenecen a servicios de transmisión de datos, el 33% a Telefonía Fija y el 14% restante a Telefonía Móvil (nótese que los elementos de conmutación de los diversos subsectores no son directamente comparables debido a su heterogeneidad).

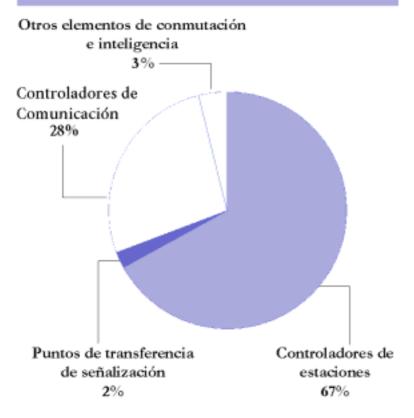
En telefonía fija, el 83% de los elementos de conmutación son centrales telefónicas locales.

ELEMENTOS DE CONMUTACIÓN: TELEFONÍA FIJA



En cuanto a telefonía móvil, el 67% de los elementos de conmutación son controladores de estaciones base y el 28% centrales de conmutación (en su mayoría digitales). El resto se reparte entre puntos de transferencia de señalización (2%) y otros elementos de conmutación e inteligencia.

ELEMENTOS DE CONMUTACIÓN: TELEFONÍA MÓVIL



Respecto a los elementos de red para redes de datos, se trata en su mayoría de conmutadores X.25 y Frame Relay.

- Número de elementos de conmutación digitales y analógicos

Prácticamente todos los elementos de conmutación son digitales (99,9%). Esto implica que el estado de digitalización en esta parte de la red es más avanzado que en la red de transporte.

II.3.3 Red de distribución

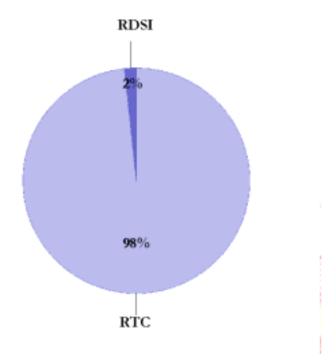
Así como la red de transporte se puede suponer como convergente, o sea, independiente de los servicios que se presten sobre ella, no ocurre lo mismo, en la actualidad, con la red de acceso. De hecho, y salvo alguna excepción, el tipo de servicio deseado condiciona de alguna forma el acceso al mismo. Un primer paso para la convergencia en el acceso lo constituyen las redes de cable, que en principio podrían suponer un acceso único para todo tipo de servicios fijos.

Respecto a la posibilidad de un acceso único con independencia de la movilidad del servicio, las técnicas con más posibilidad de satisfacerlo podrían ser el estándar UMTS para telefonía móvil o incluso las redes de satélites de banda ancha en órbita baja y medio (LEO, MEO) o la TV Digital Terrenal, que permite cierta movilidad en la recepción, aunque la interactividad sería más limitada.

- Líneas telefónicas: accesos RDSI y RTC instalados.

El número de accesos instalados asciende a unos 17.075.000 de los cuales el 98% son accesos RTC, correspondiendo el 2% restante a accesos RDSI tanto básicos como primarios. Esto supone una penetración cercana a 42 líneas por cada 100 habitantes.

ACCESOS RDSI Y RTC



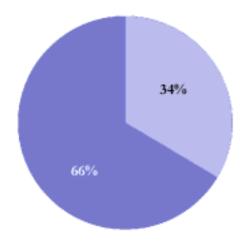
Obsérvese que ni los accesos RTC ni aún menos los accesos RDSI se vinculan exclusivamente a servicios vocales. Ambos pueden utilizarse también para servicios de transmisión de datos, si bien en el caso de los accesos RTC precisan de módem para ello.

- Teléfonos de uso público.

El número de teléfonos de uso público a finales de 1998 se estima que ascendía a algo más de 100.000, de los que el 33,5% se ubicaban en dominio privado y el resto en dominio público.

TELÉFONOS DE USO PÚBLICO



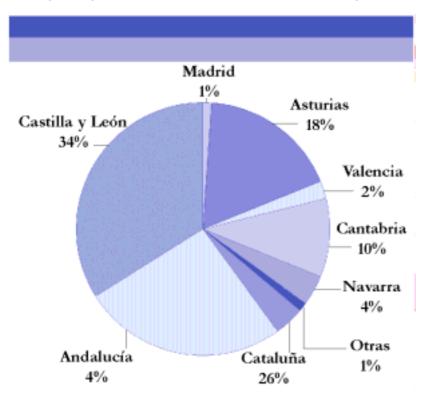


- Hogares cableados

Se estima que a finales de 1998, el número de hogares cableados por los operadores de cable alcanzaba los 695.000. Esto supone una penetración aproximada del 5,75% de los hogares españoles.

Prácticamente todos los hogares cableados lo están mediante tecnología HFC.

En el siguiente gráfico se da la distribución aproximada de los hogares cableados por comunidad autónoma:

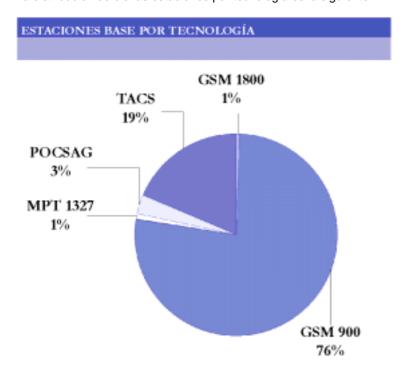


Castilla y León, Andalucía y Asturias son, por este orden, las Comunidades con más hogares cableados en términos absolutos, aunque no necesariamente en penetración.

- Estaciones y cobertura de redes móviles

En el territorio español a finales de 1998, según estimaciones de esta Comisión, había instaladas unas 16.000 estaciones base para la prestación de servicios móviles de todo tipo (telefonía vocal, radiomensajería, trunking).

La distribución de dichas estaciones por tecnología es la siguiente:



Se puede apreciar que la mayor parte de las estaciones base utilizan tecnologías relacionadas con el servicio de

telefonía vocal, como corresponde a la mayor implantación de dichos servicios. Así, las estaciones con tecnología TACS, GSM 900 y GSM 1800 suponen el 96% del total.

Respecto a la cobertura, en promedio, cada individuo tiene acceso a 5,7 redes móviles, de las que 2,98 corresponderían a servicios de telefonía vocal convencional. Esto implica que prácticamente todos los individuos caen en la cobertura de las redes de Airtel y Telefónica Servicios Móviles.

Territorialmente, se puede decir que cada área del territorio español está cubierta, en promedio, por 4,3 redes, de las que 2,8 serían de telefonía vocal convencional.

- Cobertura de difusión vía satélite

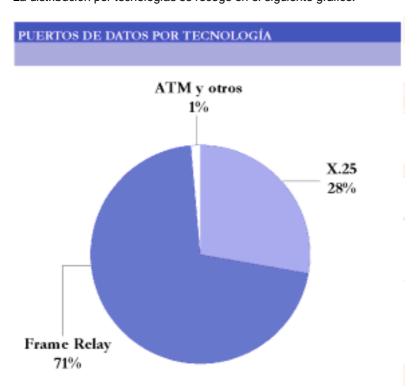
Para acceder a estas transmisiones es necesario disponer de una antena parabólica, ya sea individual o colectiva. En España, dada la estructura de la vivienda, este último tipo de acceso es de gran importancia. Frente a lo que pueda parecer a primera vista, la cobertura de este tipo de red no alcanza a todos los hogares.

- Puertos de redes de datos

Dentro de este apartado se recogen exclusivamente los puertos específicos de redes de datos, por lo que no se incluyen, por ejemplo, aquellos puertos RDSI que se utilicen con esta finalidad, y lo mismo se puede decir de las líneas telefónicas básicas utilizadas con módem.

Así, se estima que a finales de 1998 había instalados en España algo más de 119.200 puertos para acceso a redes de datos según las distintas tecnologías disponibles al efecto.

La distribución por tecnologías se recoge en el siguiente gráfico:



Dominan los accesos a redes de datos de Frame Relay, frente a los de X.25. Asimismo, cabe recoger una presencia testimonial de puertos de acceso a redes ATM así como de accesos IP.

- Difusores de televisión

El único operador que posee red de acceso de este tipo es Retevisión S.A., para la prestación del servicio de distribución y difusión de señal convencional de televisión. Dichos difusores son todos ellos de tecnología analógica. Con la puesta en marcha de la televisión digital terrenal es previsible que comience la instalación de emisores digitales.

A finales de 1998, se estima que la red de difusión de Retevisión estaba formada por 1.700 estaciones, entre emisoras y reemisoras. Con dicha red se alcanza a un máximo del 98% de la población (para RTVE, la cadena con mayor cobertura)

- Promedio de accesos a redes de telecomunicaciones por persona

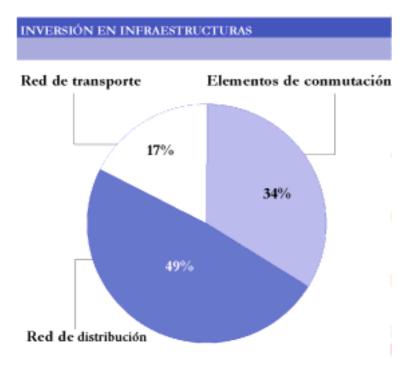
A partir de la información dada y a efectos de tratar de resumir en un solo indicador el grado de "telecomunicabilidad", o sea, de posibilidad de comunicarse de las personas en España, se ha obtenido el número medio de redes de telecomunicaciones a que se tiene acceso.

Dicho valor se estima en **10,8** (se estima que más del 90% de hogares principales tiene, al menos, una línea telefónica en servicio). Esto es, en promedio, una persona en España está cubierta por 10,8 redes de telecomunicaciones. Sin embargo, únicamente 6,6 de las mismas son bidireccionales, correspondiendo las restantes a redes de difusión, sea satélite o terrenal.

Por otro lado, 5,7 se corresponderían con redes móviles, y 4,78 podrían considerarse de banda ancha, aunque de éstas únicamente 0,05 serían intrínsecamente bidireccionales.

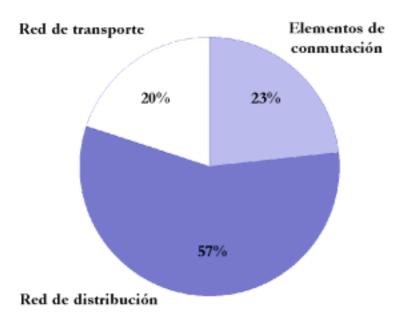
II.3.4 Inversión y previsiones de inversión

Las inversiones realizadas en infraestructuras durante 1998 (redes de transporte, elementos de conmutación y redes de distribución) se estima que ascendieron a poco más de 400.000 millones de pesetas. Por conceptos, el 17% se dedicó a redes de transporte, el 34% corresponde a elementos de conmutación y el 49% restante a redes de distribución.



Se prevé, según los datos suministrados por las operadoras, que la inversión en infraestructura aumente considerablemente en el año 1999 y supere los 700.000 millones. Este aumento en la inversión se canalizará fundamentalemente a través de la red de transporte y de la red de distribución (se estima que prácticamente se duplicará la inversión en estos conceptos debido, fundamentalmente, a la actividad inversora de los operadores de cable).

PREVISIONES DE INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURAS



II.4 MERCADOS DE REFERENCIA ANALIZADOS

II.4.1 Telefonía Fija

II.4.1.1 Definición del servicio

El servicio telefónico en general abarca todas las actividades destinadas a prestar servicios de comunicación de voz entre los usuarios de terminales telefónicos conectados a los puntos de terminación de red (PTR) de la Red Telefónica Conmutada (RTC) con unos estándares de calidad mínimos.

En la prestación de este tipo de servicios cabe diferenciar entre varias modalidades:

- El Servicio Telefónico Básico (en adelante STB), plenamente liberalizado desde el 1/12/98; incluye el Servicio Telefónico de Uso Público, tanto en el dominio público como en espacios y recintos privados,
- El Servicio de Telefonía en Grupo Cerrado de Usuarios, asimismo plenamente liberalizado (y que, siendo un servicio sustitutivo –por similar- al STB, se consideraba hasta recientes fechas un mercado diferenciado debido únicamente a su diferente tratamiento por la normativa vigente –la extinta LOT y el asimismo extinto RD 2031/95, de 22/12/95-, se analiza separadamente).

Así, el Servicio Telefónico Básico (STB) -servicio de telefonía fija disponible al público- consiste en la explotación comercial para el público del transporte directo y de la conmutación de la voz en tiempo real con origen en un terminal conectado a una red pública conmutada de telecomunicaciones de carácter fijo, y destino en un terminal conectado a una red pública de telecomunicaciones de carácter fijo o móvil. Dicho servicio permite al usuario realizar o recibir llamadas y establecer comunicaciones de voz (también fax y datos mediante utilización de módems) entre dos o más puntos cualesquiera de la red telefónica nacional o internacional. Para ello es necesario un punto de acceso a la red telefónica conmutada (punto de conexión a la red, también llamado Punto de Terminación de Red, en adelante PTR), al que se conectan mediante una línea simétrica (dos hilos, el llamado "par de cobre") los terminales adecuados para el tipo de comunicación deseado: teléfono particular, teléfono de uso público, fax, PC, etc.

Actualmente el STB se ofrece acompañado de una serie de aplicaciones, facilidades y servicios complementarios de carácter optativo (números inteligentes, contestador automático, multiconferencia, desvío de llamadas, etc.). Así, la oferta de servicios y funcionalidades en el mercado incluye:

- Línea básica: Con un número asignado de nueve cifras, permite hacer y recibir llamadas telefónicas. Es el servicio telefónico tradicional.
- Línea multiservicio: Permite facilidades complementarias al servicio telefónico básico; consiste en un conjunto de prestaciones y facilidades asociadas al servicio telefónico básico que proporcionan una mayor diversidad y riqueza

en el uso del servicio. Entre estos servicios se encuentran la llamada en espera, el servicio contestador, el desvío de llamadas, el telecómputo, el límite de crédito, la facturación detallada o la información sobre el coste de la última llamada, entre otros.

- Servicios de Red Inteligente: que incluye servicios como los siguientes
- * Cobro revertido automático, en que el pago de la llamada lo hace el cliente llamado en lugar del llamante.
- * Pago compartido, donde la persona que llama paga bien el coste de una llamada metropolitana, o bien el de una provincial, siendo el resto del coste asumido por el llamado.
- * Servicios de información o entretenimiento, donde el titular de la línea recibe unos ingresos por llamada recibida, con lo que el llamante paga tanto el servicio telefónico como el servicio de información accedido mediante la llamada.
- * Número personal, donde el titular puede desviar la llamada al punto de la red telefónica que desee.
- * Llamadas masivas o televoto, mediante el cual un gran número de llamadas son registradas y procesadas, facilitándose posteriormente sus datos al titular del servicio para su análisis.
- Servicios de información: comprenden los servicios de averías (1002), información horaria (093), información metereológica (094), noticias de RNE (095), servicio de aviso y despertador (096), información deportiva (097), información general (1003), o servicios de información de abonados de otros países (025), entre otros.
- Servicios públicos: bomberos (080 y 085), Insalud (061), policía (091 y 092), Protección Civil (1006), número único de emergencia (112), etc.
- Servicios de operadora: llamadas a través de operadora nacional (1009), Europa y Norte de Africa (1008), resto del mundo (1005), servicios internacionales de entrada y salida con cobro revertido como España directo.
- Servicios corporativos (comunicaciones de empresas), normalmente prestados a través de centralitas físicas tipo IBERCOM de Telefónica (o similares de otras compañías: BT, C&W, etc.), que proporcionan redes privadas virtuales de voz o de voz y datos (VLAN). Dada la homogeneidad funcional con los servicios de grupo cerrado de usuarios, se ha preferido considerar esta parte de la telefonía fija dentro del apartado dedicado a GCU.
- Servicios RDSI: también se prestan mediante la red telefónica fija. Los servicios de RDSI posibilitan la integración de múltiples servicios de voz y datos en un único acceso, independientemente de la naturaleza de la información a transmitir y del equipo terminal que la genere. Ello hace posible que, a través de la RDSI, se pueda trasmitir a cualquier parte del mundo voz, texto, datos, e imágenes. Los tipos de conexión RDSI que se ofrecen en la actualidad son los siguientes:
- * Acceso básico: se compone de dos canales B de 64Kbps con conmutación de circuitos y un canal D de señalización a 16Kbps por conmutación de paquetes.
- * Acceso Primario:, que se compone de 30 canales B de 64Kbps con conmutación de circuitos y un canal D de señalización a 64Kbps por conmutación de paquetes.

Sobre estos servicios portadores, se pueden prestar otras serie de servicios suplementarios, que añaden funciones extra sobre las llamadas soportadas en los servicios portadores como pueden ser información de tarificación para conocer el coste de la llamada, marcación directa a extensión, presentación y restricción tanto de línea llamante como de línea conectada, desvío de llamadas, marcación abreviada, señalización usuario a usuario para el envío de información entre usuarios de forma transparente a la red, etc.

- Servicios de acceso indirecto: estos servicios consisten en la prestación de parte del transporte en las llamadas de larga distancia; de esta forma permiten la entrada de operadores a la prestación del STB sin exigirles desde el principio disponer de clientes con acceso. En estos servicios, el operador que da acceso al cliente entrega la llamada al operador de acceso indirecto, seleccionado por el cliente por marcación de un prefijo o por preselección, que la transporta hasta una central próxima al cliente llamado, entregándola aquí al operador que da acceso al mismo. Es por esta clase de servicios por los que se empezó a percibir una incipiente competencia en el STB durante 1998.

II.4.1.2 Identificación de agentes intervinientes

De todas las entidades que prestaron en 1998 servicios de telefonía fija (servicios de STB), los más significativos fueron Telefónica, S.A. (en adelante Telefónica) y los tres nuevos operadores globales que comenzaron a prestar servicio en 1998: Retevisión, S.A. a nivel nacional excepto en la Comunidad Autónoma de Euskadi, donde presta servicios Euskaltel, S.A., y Lince Telecomunicaciones, S.A. (mediante Uni2, su marca comercial) a nivel nacional.

Además algunos operadores de telecomunicaciones por cable también empezaron a prestar el STB mediante acceso directo en sus respectivas demarcaciones (como Albacete, Cádiz, Mallorca, Murcia y Valencia, todas ellas

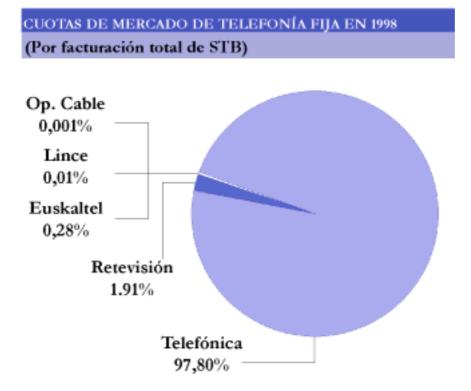
operadas por empresas del Grupo Cableuropa-ONO), aunque sus cifras fueron muy modestas (las líneas de RTC activadas fueron en su conjunto poco más de 1.000).

De la gama de servicios y facilidades que se incluyen en el STB, Telefónica prestó en 1998 la totalidad de los mismos, mientras que Retevisión, Euskaltel y Lince centraron su actividad en dar el servicio telefónico de larga distancia mediante la modalidad de acceso indirecto: las llamadas interprovinciales e internacionales, los tres operadores entrantes; llamadas de fijo a móvil sólo Retevisión y Euskaltel; llamadas provinciales sólo Retevisión en algunas provincias, y Euskaltel.

Además los tres operadores entrantes iniciaron la prestación del servicio de acceso directo a todos los niveles - incluida la telefonía local- mediante la instalación de líneas de acceso RTC y RDSI, pero en cifras aún muy reducidas, (las líneas de RTC y RDSI básico y primario instaladas en su conjunto por las tres operadoras en 1998 no superaron las 3.000); Euskaltel además inició la prestación del servicio de telefonía de uso público en dominio público, con la instalación de dos cabinas.

II.4.1.3 Caracterización del mercado

Según estimaciones propias de esta Comisión, y agrupando las ya expuestas parcialmente en los apartados anteriores, el mercado del sector de la telefonía fija en general ascendió en 1998 a algo más de 1.147.000 millones de pesetas, configurándose por cuotas de mercado de los diferentes operadores como sigue:



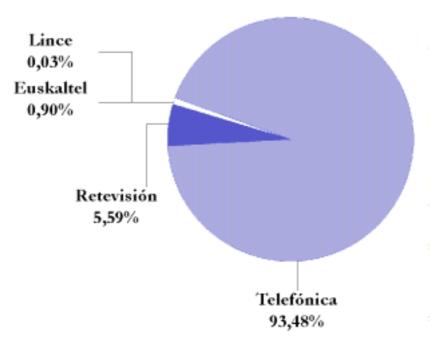
Se aprecia claramente el liderazgo del operador establecido, Telefónica, con cerca del 98 % del total, frente a los operadores entrantes, que en orden decreciente de facturación están encabezados por Retevisión, seguida de Euskaltel, Lince y los operadores del cable; en su conjunto alcanzan el 2,2 % restante, cuota de mercado que han conseguido en un solo año a costa de Telefónica, que en 1997 todavía detentaba el 100 % del mercado del STB.

El incremento en la facturación global del sector en 1998 respecto a 1997 (año en que fue de aproximadamente de 1,127 billones de ptas.) ha sido del 1,7 %, muy inferior al incremento del tráfico en minutos cursado (con un incremento interanual 97-98 del 16%), lo que se debe en gran parte al proceso de abaratamiento que han sufrido los precios y tarifas del STB en los tráficos no metropolitanos al calor de la competencia introducida por los operadores entrantes, junto con la introducción de planes de descuento a todos los niveles (excepto en el metropolitano), y la generalización de la facturación por segundos, todo lo cual ha hecho que las empresas facturen menos por cada minuto cursado. Hay que resaltar el ligerísimo descenso del 0,5 % en la facturación de Telefónica en 1998 respecto de la de 1997, lo cual indica que la operadora líder acusa la competencia existente desde enero de 1998.

Sin embargo, esta primera percepción global del mercado del STB puede resultar poco ilustrativa acerca del estado real del mismo, pues los principales competidores de Telefónica sólo operaron en 1998 en algunos de los servicios que integran el STB, concretamente los servicios de larga distancia en la modalidad de acceso indirecto (el acceso directo prestado por los operadores entrantes es en 1998 casi testimonial, y hasta la fecha ninguno de los

operadores entrantes está cobrando cuotas de alta ni de abono por los servicios indirectos). Así, teniendo en cuenta únicamente los ingresos por los servicios de telefonía de larga distancia (provincial, interprovincial, internacional y de fijo a móvil), que ascendieron en 1998 a algo más de 710.000 millones de ptas., las cuotas de mercado estimadas son las siguientes:





En este gráfico se aprecia que la cuota de mercado ganada por los nuevos entrantes a Telefónica en los mercados en los que han competido en 1998 ya asciende a cerca del 4 % del total, conseguida en un 80 % por Retevisión y en un 15 % por Euskaltel. A este respecto hay que tener en cuenta que mientras estos dos operadores empezaron a operar en enero de 1998 y que finalizaron el año compitiendo en todos los sectores de la telefonía fija de larga distancia en modo de acceso indirecto, Lince empezó a operar en diciembre de 1998 y sólo en llamadas interprovinciales e internacionales, lo cual explica su reducida cuota de mercado.

El incremento en la facturación en este tipo de llamadas (no metropolitanas) respecto a 1997 ha sido del 2,1 %, bastante inferior al incremento en el tráfico cursado, que en este segmento de larga distancia dobla al global y ha sido casi del 33 %, lo cual se explica, como se ha dicho, porque el entorno competitivo ha bajado los precios de este tipo de llamadas (las no metropolitanas) y ha estimulado la demanda, que ha crecido mucho, pero sin apenas repercutir en un incremento sustancial de los ingresos por ese gran incremento efectivo de tráfico cursado.

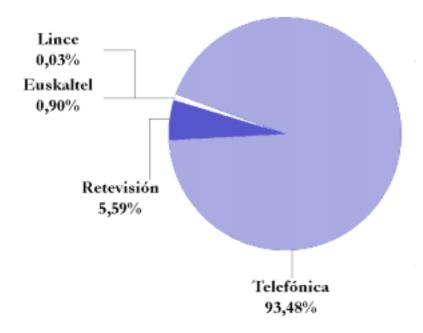
Se puede concluir que el resultado de un año de competencia en el mercado de la telefonía de larga distancia (entendiendo las llamadas diferentes de las metropolitanas) ha sido que el coste medio de un minuto de este tipo de llamadas ha descendido en más de un 30 % respecto del coste medio en 1997.

Para tener una visión más exacta de cada segmento del mercado de telefonía de larga distancia, aún se pueden desglosar los ingresos de larga distancia de 1998 por el tipo de llamada concreta; así:

Respecto al segmento de las llamadas interprovinciales, en 1998 se estima que facturaron cerca de 290.000 millones de ptas., cuyo reparto en cuotas de mercado por operadores sería el siguiente:

CUOTAS DE MERCADO DE TELEFONÍA FIJA EN 1998

Facturación de STB en llamadas interprovinciales

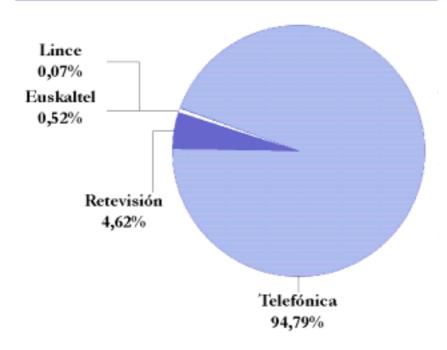


Como es lógico, es en las llamadas interprovinciales donde Telefónica ha perdido en 1998 mayor cuota de mercado en beneficio de los nuevos entrantes, que suman en conjunto en torno a un 6,5 % de este segmento del mercado.

La facturación total en este tipo de llamadas ha descendido un 8,8 % respecto a 1997 a pesar del incremento en el tráfico cursado (un 3,1 %), debido a la fuerte competencia entre operadores que se ha producido en este segmento de negocio desde principios de año; se prevé que en 1999, con la entrada en juego de nuevos operadores se incremente la competencia y se abaraten aún más los precios de este tipo de llamadas.

Respecto al segmento de las llamadas internacionales, en 1998 se estima que facturaron más de 117.000 millones de ptas., cuyo reparto en cuotas de mercado por operadores sería el siguiente:

CUOTAS DE MERCADO DE TELEFONÍA FIJA EN 1998 (Por facturación de STB en llamadas internacionales)



En las llamadas internacionales se ha producido un fenómeno similar al de las llamadas provinciales, y así Telefónica ha perdido en 1998 en torno al 5,5 % del mercado en beneficio de los nuevos entrantes.

La facturación total en este tipo de llamadas se ha incrementado en más de un 22 %, siendo el segmento en el que más han ascendido los ingresos respecto a 1997, si bien lo han hecho a menor ritmo que el tráfico cursado en minutos (un 31 % de incremento, el mayor - junto con las llamadas de fijo a móvil- de todos los tipos de llamadas), debido a la fuerte competencia entre operadores que se ha producido en este segmento de negocio desde principios de año, se prevé que en 1999, con la entrada en juego de nuevos operadores ligados a multinacionales con redes transeuropeas e incluso mundiales ya construidas, se incremente la competencia y se abaraten aún más los precios de este tipo de llamadas.

En el mercado de las llamadas internacionales compiten también muchos operadores mediante tarjetas o "refiling". En estos casos, los operadores ponen a disposición de sus clientes un número telefónico normal o de inteligencia de red, de forma que éstos han de llamar a dicho número, desde donde se les redirige la llamada internacional mediante rutas de menor coste. Se estima que las llamadas así cursadas podrían alcanzar el 2% del mercado, si bien se ha optado por no incluirlas como parte del mercado del STB.

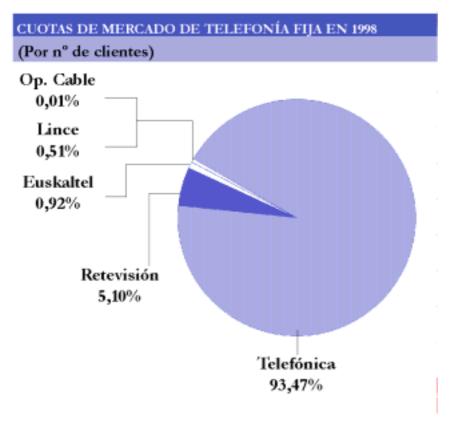
Se puede concluir que del análisis expuesto se aprecia claramente dónde está actuando más eficazmente la competencia: en las llamadas interprovinciales e internacionales, segmentos ambos en los que en sólo un año Telefónica ha perdido el entre el 6 y el 7 % de cuota de mercado; también se desprende otro dato interesante: el lento crecimiento de la facturación (poco más del 2 %), muy por debajo del incremento del tráfico (más del 16 % en su conjunto y un 33 % en larga distancia), derivado sobre todo del descenso generalizado de precios y tarifas en el STB (excepto en llamadas metropolitanas) durante 1998. Y por último, hay que destacar la creciente importancia de las llamadas de fijo a móvil, fenómeno resultante del gran crecimiento del parque de terminales celulares.

Respecto a los servicios de inteligencia de red, según estimaciones de esta Comisión, la facturación en 1998 ha ascendido a cerca de 27.000 millones de pesetas. Los servicios que más negocio generaron fueron los servicios de pago compartido y los servicios de cobro revertido automático. En dicha cifra no se incluyen los ingresos debidos a las llamadas realizadas a estos números de teléfono, sino únicamente las cuotas de alta, las de abono y el pago por las distintas opciones.

II.4.1.4 Tendencias

a) Número de clientes.

Se estima por esta Comisión que el número de clientes de telefonía fija en España fue, en 1998 y agregando los de todos los operadores, de unos 17,5 millones. Hay que tener en cuenta que casi el 100 % de los clientes de los nuevos operadores entrantes lo son también de Telefónica dado que aquellos aún no prestan servicio de acceso directo, –salvo contadas excepciones de algunos clientes corporativos y de los clientes de los operadores de cableni por ende de llamadas metropolitanas, números de inteligencia de red, etc., por lo que el número real de usuarios del STB es algo menor: unos 16,3 millones. Considerando la cantidad inicial, el reparto del mercado entre los operadores, es el siguiente:



Se aprecia claramente la posición de liderazgo de Telefónica, con más del 93 % del número de clientes de telefonía fija, seguida de Retevisión con más del 5 %, y después, por orden decreciente, Euskaltel, Lince y los operadores de cable.

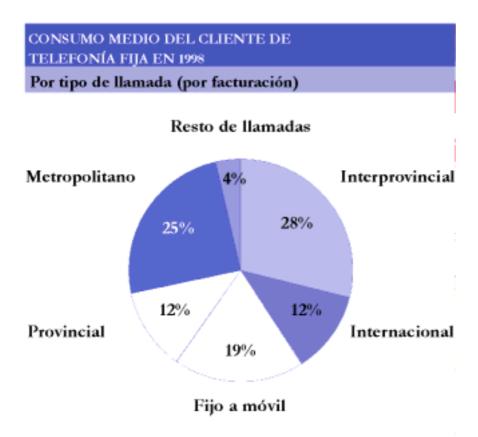
Es decir, más de 9 de cada 10 usuarios del STB sigue siendo cliente exclusivamente de Telefónica, si bien hay que tener en cuenta que, como hemos mencionado anteriormente, en la realidad casi el 100 % de los clientes de los nuevos operadores entrantes lo son también de Telefónica dado que aquellos aún no prestan servicio de acceso directo, por lo que el número real de clientes de la operadora líder es de casi el 100 % de los usuarios reales del STB (16,3 millones), y los de los demás operadores se solapan con los de aquélla.

El ritmo de crecimiento del número de clientes en 1998 se estima que ha sido del 10 % respecto a las cifras de 1997 (15,9 millones de clientes); el crecimiento del número real de usuarios del STB ha sido algo menor por el fenómeno de solapamiento de clientela antes apuntado, y fue del 2,5 % respecto de 1997, lo que parece reflejar en todo caso una cada vez menor capacidad de crecimiento de la telefonía fija, tal vez como consecuencia de, por un lado, la creciente saturación y madurez del mercado, y por otra y sobre todo, de la competencia con la telefonía móvil, que al ser un servicio sustitutivo y tener un ritmo de crecimiento mucho mayor, está contribuyendo a ralentizar el del STB.

- Consumo medio facturado por cliente.

La CMT estima que los operadores de servicios de telefonía fija facturaron en 1998 una media de casi 59.000 ptas. por cliente y año, lo que supone un descenso del 7 % respecto de la facturación media por cliente obtenida en 1997, que fue de más de 63.000 pesetas, a pesar del incremento del tráfico cursado en minutos. La causa de esta evolución negativa de los ingresos medios por cliente es claramente el descenso generalizado de precios y tarifas en el STB (excepto en llamadas metropolitanas) durante 1998, ya apuntado anteriormente.

Desglosando el consumo medio estimado por el tipo de llamadas, en 1998 el cliente medio efectuó el siguiente consumo:



Este consumo medio ha evolucionado ligeramente respecto del realizado en 1997; las variaciones más importantes han sido el incremento en la facturación de llamadas metropolitanas (+2 %), de fijo a móvil (+4 %), e internacionales (+1 %), la estabilización del concepto "resto de llamadas", y el descenso de las llamadas interprovinciales (-7 %) y provinciales (-1 %). Parece, pues, que en la factura media del consumidor en 1998 ha ganado peso el coste de los segmentos con nula o escasa competencia en el mercado, mientras que ha descendido el coste de los segmentos con mayor y más variada oferta; el caso de las llamadas de fijo a móvil es especial, pues en el mismo pesa mucho el factor del incremento del parque de terminales móviles.

La facturación media por cliente de los servicios de larga distancia, que es en los que efectivamente existe una oferta plural en el mercado, se estima que ascendió en 1998 a algo más de 40.000 ptas. Así, se puede concluir que más del 70 % de la factura media de un cliente - tipo español en 1998 se refiere a las llamadas de larga distancia, las cuáles ya son comercializadas en un entorno de competencia y se han beneficiado de las reducciones de tarifas y precios comentadas.

b) Tasa de penetración en el mercado.

Según estimaciones de la CMT, la tasa de penetración de la telefonía fija en España es, a fecha 31 de diciembre de 1998, del 41 %. El crecimiento respecto de la tasa de penetración a fecha 31 de diciembre de 1997 (el 40 %) ha sido del 2,7 %, lo que supone unas 500.000 nuevas líneas en servicio.

Estas cifras, en la línea de crecimiento de los últimos años, reflejan una moderada expansión de la tasa de penetración de la telefonía fija frente al fuerte crecimiento de la tasa de penetración de la telefonía móvil en nuestro país. Las causas parecen ser de nuevo las ya apuntadas con anterioridad: por un lado, la creciente saturación del mercado de la telefonía fija, y por otra y sobre todo, por la competencia con la telefonía móvil, que al ser un servicio sustitutivo y tener un ritmo de crecimiento mucho mayor, está contribuyendo a ralentizar el del STB.

c) Tráfico cursado en minutos.

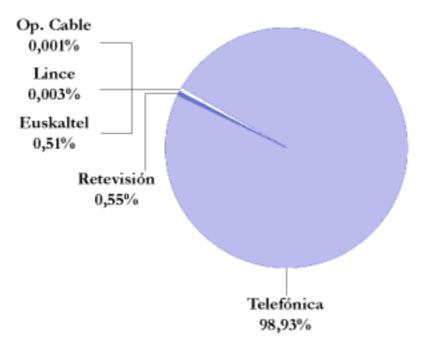
- En general.

Esta Comisión estima que en 1998 el tráfico total de minutos en telefonía fija ascendió a unos 65.000 millones de minutos cursados, de los cuales algo más del 99 % corresponden al tráfico de Telefónica, seguida en orden descendente por Retevisión, Euskaltel, Lince y los operadores de cable; el incremento total de tráfico cursado por las diferentes operadoras respecto de 1997 ha sido del 16 %.

Al igual que ocurre al examinar la facturación, hay que tener en cuenta que los operadores entrantes aún no prestan comercialmente el servicio de llamadas metropolitanas, que se estima que supone 2/3 del total del tráfico de telefonía fija y que en buena lógica hay que atribuir casi al 100 % a Telefónica.

Así, si se estima únicamente el tráfico diferente del metropolitano, esta Comisión ha estimado que en 1998 el tráfico total de minutos en telefonía fija ascendió a unos 23.000 millones de minutos cursados, los cuales se reparten entre los diferentes operadores como sigue:

TRÁFICO TOTAL -NO METROPOLITANO- CURSADO EN 1998 (En minutos)



El incremento en el tráfico de larga distancia experimentado respecto a las cifras de 1997 ha sido del 33 %, aproximadamente el doble que en el tráfico total. Una conclusión de este dato podría ser la de que la competencia y el descenso en los precios hace que se incremente el consumo a un ritmo mucho mayor (caso de las llamadas de larga distancia) que en ausencia de dichas variables (caso de las llamadas metropolitanas).

- Minutos por tipo de llamada.

Se estima que en 1998 el tráfico medio en minutos cursado, desglosándolo por tipo de llamadas, ha sido el siguiente:

TRÁFICO MEDIO DE TELEFONÍA FIJA EN 1998

Por tipo de llamada (en minutos cursados)



Se observa el predominio de los minutos metropolitanos (2/3 del total) frente al resto; de los demás tipos de tráfico predominan los minutos interprovinciales y provinciales, mientras que se aprecia una reducida cuota de mercado de las llamadas internacionales, aunque estas últimas son, junto con las llamadas de fijo a móvil, las que más han aumentado respecto a 1997. Destaca el dato del porcentaje del tráfico en minutos de las llamadas metropolitanas (un 68%), que contrasta con el más reducido peso de las mismas en la facturación media (un 25%).

Este consumo medio por tipo de llamada, que se corresponde con la tipología del consumo medio efectuado por los consumidores de los servicios de telefonía fija en 1998, ha evolucionado ligeramente respecto del realizado en 1997; las variaciones más importantes han sido el incremento en la facturación de llamadas metropolitanas (+2%), de fijo a móvil (+0,2%), internacionales (+0,1%), y del concepto "resto de llamadas" (+1,4%), y el descenso de las llamadas interprovinciales (-1,8%) y provinciales (-1,5%).

- Tráfico medio consumido por cliente (en minutos).

La CMT estima que en 1998 el cliente medio del STB consumió una media de algo más de 3.700 minutos de telefonía fija al año (61,7 horas/año), lo que supone una media de algo más de 305 minutos/mes (5,1 horas/mes) y 10,2 minutos/día; este dato supone un incremento del 5,7 % respecto del consumo medio por cliente obtenido en 1997, que fue de más de 3.500 minutos/año (58,3 horas/año), es decir, de 289 minutos/mes (4,8 horas/mes), y 9,6 minutos/día.

Destaca asimismo el peso de las llamadas metropolitanas en el consumo medio del usuario español (más de 2/3 del tráfico consumido total).

Este consumo medio, mostrado visualmente en el gráfico "Tráfico medio total en 1998 por tipo de llamada", ha evolucionado ligeramente respecto del realizado en 1997; las variaciones más importantes han sido el incremento en la facturación de llamadas metropolitanas (+2 %), de fijo a móvil (+0,2 %), internacionales (+0,1 %), y del concepto "resto de llamadas" (+1,4 %), y el descenso de las llamadas interprovinciales (-1,8 %) y provinciales (-1,5 %).

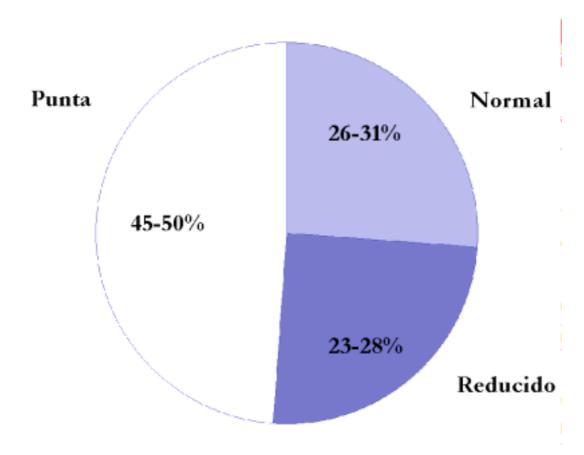
El incremento medio del tráfico total consumido en 1998 respecto de 1997 (5,7 %) es menor que el incremento absoluto de tráfico producido (un 16 %), lo cual parece indicar que éste se debe más al aumento del número de clientes totales de las diferentes compañías existentes en el mercado (un 10 %, aunque ya hicimos notar anteriormente que este incremento es el correspondiente al total de operadores, sabiendo que casi el 100 % de los clientes de los operadores entrantes son en la modalidad de acceso indirecto, luego son a su vez clientes de Telefónica; así, el incremento neto en el número de usuarios del STB fue menor, del 2,5 %) que a la elevación del consumo medio por usuario.

- Minutos por "banda horaria tarifaria".

Se estima que en 1998 el tráfico total cursado ha sido, distinguiendo por tramos horarios tarifarios, el siguiente:

TRÁFICO TOTAL EN 1998 POR BANDA HORARIA/TARIFARIA

(Por nº clientes)



Se observa un predominio claro de los minutos cursados en la banda horaria tarifaria "punta", que supone casi la mitad del total, repartiéndose la otra mitad aproximadamente en partes similares entre las otras dos bandas, la "normal" y la "reducida", lo cual refleja claramente el predominio de los minutos cursados en el horario comercial.

Así, cabe deducir que si la mitad del tráfico se origina en dicho horario "punta", que se corresponde con las llamadas efectuadas por motivos comerciales y laborales, los principales clientes de esta franja horaria (con las tarifas y precios más altos) son las empresas y organizaciones, por contraposición a lo que ocurre en la franja horaria "reducida", de consumo preferentemente residencial; la franja horaria "normal" tiene una clientela de composición mixta residencial-corporativa.

La evolución de estas cifras respecto de las de 1997 ha sido mínima, ha crecido algo el tráfico en la franja horaria "punta" y han bajado algo en las otras dos, pero en todo caso han sido oscilaciones mínimas, del entorno del 1 % o incluso menor. Esto parece indicar que en el mercado español ha existido hasta la fecha una gran estabilidad en la estructura de consumo telefónico por franjas horarias / tarifarias, estructura que, sin embargo, puede cambiar si se modifican dichas franjas, lo cual puede ocurrir a lo largo de 1999.

d) Uso de facilidades de la telefonía fija.

Las facilidades del servicio de telefonía fija han tenido una creciente aceptación entre los usuarios del STB; se estima que las más utilizadas por los usuarios en 1998 fueron, por orden decreciente del número de clientes que han activado cada una, el servicio contestador/buzón de voz, el servicio de llamada en espera, el servicio de desvío de llamadas y el servicio de llamada a tres. Al respecto, hay que añadir que Telefónica da los dos primeros servicios citados de forma gratuita a sus clientes, por lo que se puede decir que la mayoría de los clientes, por diferentes razones, no parecen dispuestos a pagar por facilidades del servicio telefónico básico.

Respecto a la facturación por dichos conceptos en 1998, algunos de dichos servicios se ofrecen de manera gratuita a los abonados (servicio contestador y servicio de llamada en espera), mientras que por los demás se facturaron en conjunto cerca de 7.000 millones de ptas.

II.4.2 Servicios Móviles

II.4.2.1 Definición de Servicios

En una definición amplia y general de los servicios de comunicaciones móviles, éstos consistirían en el transporte y conmutación de la señal en tiempo real a través del espacio radioeléctrico, y soportados en una red de telecomunicaciones mayoritariamente inalámbrica y en un parque de terminales móviles de emisión y/o recepción de comunicaciones (voz, fax y/o datos).

Dentro del ámbito de las comunicaciones móviles se pueden diferenciar tres tipos de servicios:

- Servicios de telefonía móvil automática.
- Servicios de Radiobúsqueda (también conocidos como "Paging").
- Servicios de Radiocomunicaciones en Grupo Cerrado de Usuarios (también conocidos con el término "Trunking").

- Servicio de telefonía móvil automática

El servicio de telefonía móvil automática disponible al público consiste en la explotación comercial para el público del transporte directo y de la conmutación de la voz o de otro tipo de señales en tiempo real, con origen en un terminal móvil conectado a una red pública de telefonía de carácter móvil, y destino en un terminal conectado a una red pública de telecomunicaciones de carácter fijo o móvil. Al ofrecer conexión con la Red Telefónica Conmutada (en adelante RTC) y proporcionar al usuario un número exclusivo y unas facilidades equivalentes o superiores a aquél, se puede considerar una extensión del Servicio Telefónico Básico (en adelante STB) ofrecido por la RTC, con la ventaja de la movilidad, pues se pueden establecer comunicaciones independientemente de la localización geográfica del terminal de origen y/o de destino (siempre y cuando se encuentren dentro de la cobertura geográfica ofrecida por el operador).

En la actualidad este servicio se presta en España a través de dos tecnologías diferentes:

- Tecnología E-TACS: tecnología de acceso analógica, explotada desde principios de los años 80 en exclusiva por Telefónica (actualmente por Telefónica Servicios Móviles, S.A. –en adelante TSM-, bajo la marca Moviline), y que ofrece una serie de facilidades similares al STB, como buzón de voz, desvío de llamadas, llamada a tres, servicio despertador y otras.
- Tecnologías GSM-900 y DCS-1800: tecnologías de acceso digital, explotadas en España desde 1995 por dos operadores, TSM (marca MoviStar) y Airtel Móvil, S.A. (en adelante AIRTEL). Esta tecnología permite en principio una mayor calidad de servicio y un mayor número de facilidades (como transmisión de fax y datos a 9.600 bps, agenda electrónica, control de consumo, servicio de mensajes cortos de texto y de correo electrónico, servicios de ocultación de número llamante, de restricción de llamadas, servicio de itinerancia "roaming"...) que la ofrecida por la tecnología analógica. En GSM, la relación entre el usuario y el operador se realiza a través de una tarjeta personal (SIM), activada mediante un número de identificación personal (PIN), lo que permite a aquél realizar o recibir llamadas desde cualquier terminal en el que inserte la misma.

Una característica específica del mercado de la telefonía móvil automática es la existencia, junto con los tradicionales servicios contractuales de postpago, de los **servicios prepago** en sus diversas modalidades y tarifas. Consiste en el abono anticipado de una cantidad en la cuenta del número SIM que da derecho a efectuar llamadas hasta el agotamiento de la línea de crédito contratada, según una estructura tarifaria específica que hace las llamadas, generalmente, algo más caras que mediante las modalidades postpago, y sin pago de cuotas periódicas de abono.

Algunas características representativas de este servicio son la inexistencia de vinculación contractual personal, y la flexibilidad de uso derivada de la existencia de diferentes modalidades de tarjetas y tarifas, así como la posibilidad de recarga de la tarjeta mediante diferentes establecimiento y medios (cajeros automáticos, kioskos, estancos, etc.) y por diferentes cuantías. Las posibilidades comerciales de este tipo de productos, dada su flexibilidad, parecen muy amplias.

Dentro de este mercado, hay que considerar la incipiente oferta de servicios de telefonía móvil digital vía satélite. Durante 1998 ha ido tomando forma una gama de servicios de telecomunicaciones móviles digitales vía satélite, que

merced a una serie de satélites de órbita baja (decenas, o incluso centenas, dependiendo de cada proyecto) que cubren todo el globo terráqueo y que transportan la señal directamente desde/hacia los terminales, van a poder dar cobertura de servicio de telecomunicaciones móviles a nivel mundial, incluidas aeronaves en ruta y barcos en alta mar, y otras zonas remotas de difícil cobertura, tales como áreas montañosas, selvas, desiertos e islotes en medio del océano.

El servicio comercial supone proveer, por parte de los consorcios multinacionales que los explotan, del servicio de transporte de la señal a través de la red de satélites a los operadores de telefonía móvil ya establecidos o a corporaciones públicas y privadas de todo tipo, y para el usuario se traduce en un servicio de itinerancia o "roaming" a nivel mundial que le proporciona su operador habitual de telefonía móvil, para lo cual mantiene su SIM y sólo necesita que se le facilite una terminal apta para recibir la señal vía satélite (teléfonos especiales para recibir la señal vía satélite, compatibles con las tarjetas SIM celulares convencionales, pero con cobertura global).

De los diferentes proyectos en marcha, el único que comenzó sus operaciones comerciales -en pruebas- en 1998 fue el sistema "IRIDIUM". En España TSM (MoviStar) y Airtel ya proporcionan el servicio de telefonía móvil vía satélite a través de la red Iridium, y alquilan y venden terminales compatibles con este sistema. De momento, la penetración de estos servicios no es significativa: se estima en 10.000 el número mundial de clientes de Iridium.

- Servicio de Radiobúsqueda

El servicio de radiobúsqueda consiste en la emisión de mensajes textuales o avisos a terminales portátiles en tiempo real o casi real (pocos segundos), de manera unidireccional y con una cobertura zonal o nacional. El receptor de radiobúsqueda actúa como un receptor de radio unidireccional con un número de identificación interno al que un centro de emisión de mensajes le envía los mismos. Dichos mensajes son previamente recogidos de una llamada indirecta, a través de operadora. Hoy día existe la posibilidad de asignar un número telefónico a cada terminal —con un prefijo específico asignado a este tipo de servicios-, con lo que se puede llamar directamente desde cualquier teléfono fijo o móvil (acceso automático), o enviar el mensaje desde un PC (acceso directo), a cada terminal.

Este servicio, que incluye el alquiler o la venta del terminal, ha evolucionado desde los primeros servicios de aviso hasta servicios de mensajería avanzados que soportan la transmisión de mensajes de texto y la transferencia de datos a alta velocidad, observándose incluso una tendencia hacia una limitada interactividad.

Existen varias modalidades de mensajes:

- Aviso, en el que se envía una señal de radio con diferente frecuencia para cada terminal, dando un aviso sonoro o visual al usuario (los clásicos "buscas").
- Numérica, que transporta mensajes codificados numéricos (claves, etc.).
- Alfanumérica, que transporta mensajes alfanuméricos a las pantallas de las terminales.

- Servicio de Radiocomunicaciones en Grupo Cerrado de Usuarios ("Trunking")

Consiste en un servicio de telefonía móvil que permite a los componentes de un colectivo determinado (denominado Grupo Cerrado de Usuarios, en adelante GCU) mantener entre ellos comunicaciones bidireccionales de voz y datos en tiempo real, vía radio, y a un coste muy reducido (se suele aplicar una tarifa plana) dada la brevedad de este tipo de comunicaciones.

El servicio es soportado por redes celulares de radio de ámbito local, provincial o regional, y cada GCU dispone de una red virtual propia. Cada terminal tiene un número propio dentro de la red virtual de cada GCU.

El servicio ofrece una serie de facilidades: localización automática de vehículos, transmisión de voz y datos, conexión a centralita propia, control remoto, telealarma, etc. Se prevé que en un futuro se autorice la interconexión entre estas redes regionales y la RTC.

Presta una amplia gama de servicios básicos (de voz en GCU) y especiales (transmisión de datos y centralita).

II.4.2.2. Identificación de agentes intervinientes

a) Telefonía móvil automática

En 1998 las únicas empresas que operaban dicho mercado eran TSM (servicios "Moviline" y "MoviStar") y Airtel.

En 1998 se concedieron 3 nuevas licencias para operar el servicio de telefonía móvil digital en la banda DCS-1800, dos a los operadores de telefonía digital ya existentes, y la 3ª licencia a Retevisión Móvil, S.A., que opera bajo la marca "Amena", y que comenzó a prestar servicio comercial el 25 de enero de 1999.

b) Servicios de radiobúsqueda

En 1998 prestaban servicios de radiomensajería con cobertura nacional tres empresas: Compañía Europea de Radiobúsqueda, S.A. (CERSA), Mensatel (participada mayoritariamente por Telefónica) y Sistelcom-Telemensaje. Además de estos tres operadores a nivel nacional, existen un gran número de operadores locales (más de 50), pero su cuota de mercado es muy reducida.

c) Servicios de radiocomunicaciones en GCU (Trunking)

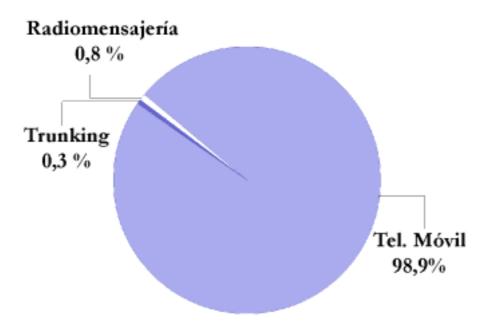
En 1998, existía 4 operadores de este servicio a nivel nacional, operando en al menos una de las ocho zonas en las que está dividido el territorio nacional: RadioRed 1(filial de TSM-Telefónica, que opera en todas las zonas), TeleTrunk (opera en 6 zonas a través de 5 filiales regionales), Canal de Comunicaciones Unidas (opera en la zona de Madrid), y Sogatel (opera en la zona de Galicia).

II.4.2.3. Caracterización del mercado

a) Visión general del sector

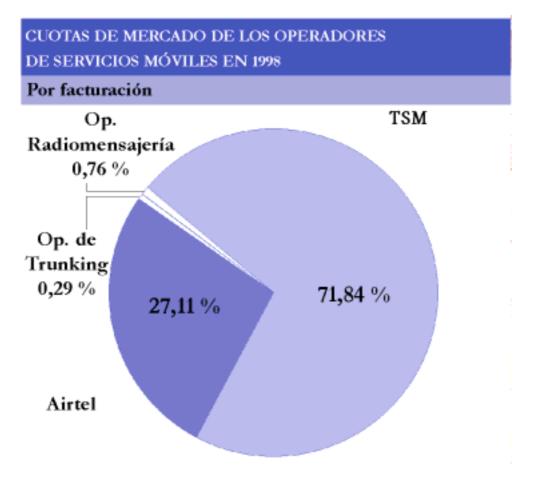
Según estimaciones de esta Comisión el mercado de servicios ascendió en 1998 a cerca de 650.000 millones de ptas., configurándose como sigue:





Se aprecia claramente la gran diferencia de facturación entre la telefonía móvil (que suponen casi un 99 % del mercado total) y el resto, lo que denota la pujanza y difusión de la primera, frente a la radiomensajería y al "Trunking", con cuotas de mercado mucho menores. La razón del gran crecimiento de la telefonía móvil respecto a los otros servicios móviles podría ser, aparte de su generalización tanto a nivel residencial como corporativo, que integra los servicios y facilidades de los otros dos: mensajes cortos, como la radiobúsqueda, y redes corporativas,como el "Trunking".

Distinguiendo por operadores, las cuotas de mercado en 1998 son las siguientes:



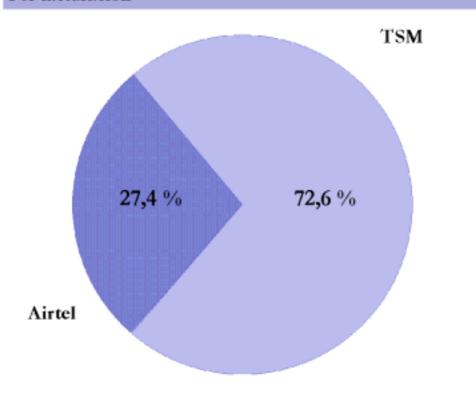
Coherentemente con lo visto, los operadores que presentan la mayor cuota de este mercado son Telefónica Servicios Móviles y Airtel.

b) Servicios de telefonía móvil automática

Esta Comisión estima que el mercado español de telefonía móvil automática ha tenido un volumen de facturación en 1998 de mas de 640.000 millones de pesetas. La distribución de dichos ingresos totales, en cuotas de mercado de cada operador, es la siguiente:

CUOTAS DE MERCADO DE TELEFONÍA MÓVIL EN 1998

Por facturación



El incremento en la facturación global del sector en 1998 respecto a 1997 ha sido del 39 %, destacando Airtel, que aumentó su facturación en un 70 %, mientras que TSM aumentó su cifra de negocio en un 29 %.

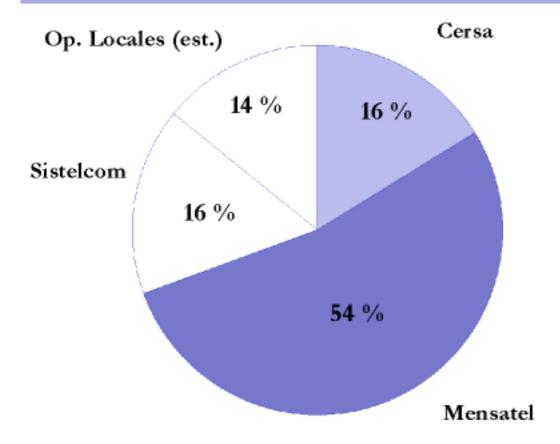
Así y todo, el fuerte ritmo de crecimiento de la facturación del sector (+39 %) es menor que el del número de usuarios (+59,3 % en 1998 respecto de 1997), pues la competencia existente en el sector ha provocado una contención de precios y una disminución de hecho de los mismos al ofrecer los operadores numerosas fórmulas de descuento, y sobre todo por el auge de las fórmulas prepago frente a los tradicionales contratos de abono postpago, fenómeno que resta ingresos regulares por cuotas de alta y periódicas de abono, así como de tráfico en minutos facturados.

c) Servicios de radiobúsqueda

Esta Comisión estima que el mercado español de radiobúsqueda ha tenido un volumen de facturación en 1998 de unos 5.000 millones de ptas. La distribución de dichos ingresos totales, en cuotas de mercado de cada operador, es la siguiente:

CUOTAS DE MERCADO DE RADIOMENSAJERÍA "PAGING" EN 1998

Por facturación



El mercado español de radiomensajería está liderado por Mensatel con más de la mitad del total; por su parte los otros dos operadores nacionales, Cersa y Sistelcom, mantienen un equilibrio en la segunda posición, mientras que la facturación de los operadores locales es bastante reducida.

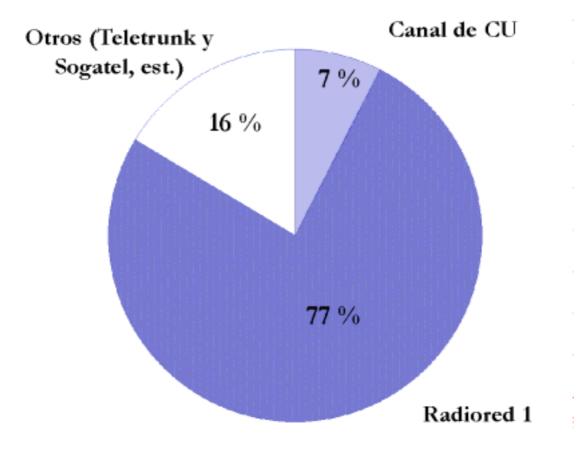
El descenso en la facturación global del sector en 1998 (-16 % respecto a 1997) se enmarca en la línea sufrida en los últimos años, pues este tipo de servicios ha visto estancada su demanda debido al auge de la telefonía móvil, un servicio que compite con ventaja con la Radiobúsqueda al ser plenamente sustitutivo del mismo e interoperativo con la RTC y demás redes de telefonía existentes. Esta tendencia parece que se ha intentado contrarrestar mediante una política de precios desde hace varios años (ya que se observa que, a pesar del descenso en los ingresos, el número de usuarios sigue creciendo, más de un 9 % en 1998), así como con la habilitación de un acceso telefónico directo al servicio (mediante un prefijo específico habilitado para ello en la RTC), habiéndose logrado un mantenimiento del número de usuarios e incluso un ligero incremento de los mismos en 1998.

d) Servicios de radiocomunicaciones en GCU (Trunking)

Esta Comisión estima que el mercado español de radiocomunicaciones en GCU "Trunking" ha tenido un volumen de facturación en 1998 de unos 1.850 millones de ptas. La distribución de dichos ingresos totales, en cuotas de mercado de cada operador, es la siguiente:

CUOTAS DE MERCADO DE TRUNKING EN 1998

Por facturación



El mercado español de radiocomunicaciones en GCU está claramente liderado por Radiored1 (participado mayoritariamente por TSM-Telefónica), con algo más de ¾ partes del total; el resto de operadores, encabezados por Canal de Comunicaciones Unidas, no superan ninguno el 10 % del mercado nacional. Sin embargo, hay que considerar que tanto Canal de Comunicaciones Unidas como Sogatel son empresas que operan en una sola zona (Madrid y Galicia, respectivamente), por lo que su cuota de mercado en las zonas en las que operan es comparativamente mayor.

El incremento de la facturación en 1998 se estima que ha sido de un 37 % respecto de 1997, en sintonía con el auge general de las telecomunicaciones móviles, por una parte, y con las comunicaciones corporativas por otro; de todas maneras el menor incremento porcentual y el relativamente bajo volumen de facturación de las radiocomunicaciones en GCU respecto de los servicios de telefonía móvil podría ser debido a la fuerte penetración de estos últimos en el mercado, que compiten directamente y con ventaja con el "Trunking" al ser servicios plenamente sustitutivos e interoperativos con la RTC y demás redes de telefonía existentes, no así el "Trunking", al menos de momento. Esta situación competitiva parece que se intenta afrontar mediante una política de precios (ya que se observa que el número de usuarios crece a un ritmo muy superior –más del 50 % en 1998- al de los ingresos).

II.4.2.4. Tendencias

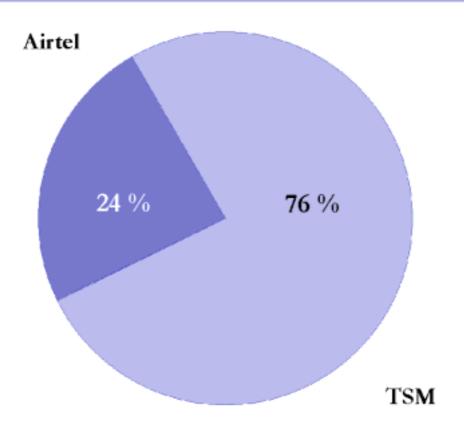
II.4.2.4.1. Telefonía móvil

a) Número de clientes

A finales de 1998 se estima que el número de clientes de telefonía móvil en España era de 6,5 millones, los cuales se reparten entre ambos operadores (TSM y Airtel) como sigue:

CUOTAS DE MERCADO DE TELEFONÍA MOVIL EN 1998

Por número de clientes



Se aprecia claramente la posición de liderazgo de TSM, con más de ¾ partes de la clientela de telefonía móvil (de la cual el 28 % es de Moviline, y el 72 % es de MoviStar), frente a casi 1/4 de Airtel. Es decir, que 3 de cada 4 terminales móviles operan en las redes de telefonía móvil de TSM.

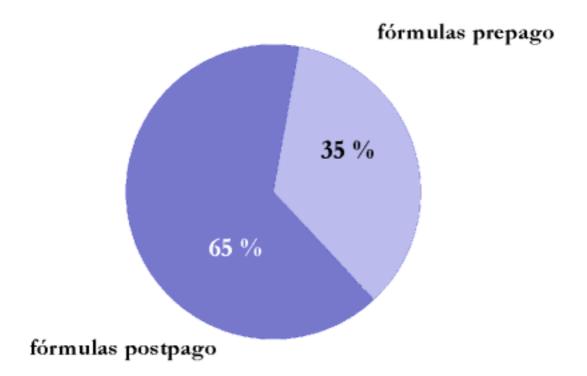
Sin embargo, el ritmo de crecimiento del número de usuarios en 1998, que ha sido en general del 59 % respecto a las cifras de clientes de 1997 (4,337 millones), ha sido mayor en Airtel (casi un 81 % respecto a 1997, por encima de la media) que en TSM (un 53 % respecto a 1997, por debajo de la media), lo que parece reflejar una mayor capacidad de crecimiento de aquél respecto de su competidor.

Gran parte de los nuevos usuarios de telefonía móvil en 1998 (casi 2,2 millones) se han acogido a las nuevas fórmulas prepago comercializadas por ambos operadores; las mismas se caracterizan por carecer de vínculo contractual permanente, así como del pago de cuotas periódicas de abono o facturación, y su tarificación es diferente a la ordinaria de las fórmulas postpago o contractuales.

Se estima que a finales de 1998 más del 50 % de las nuevas altas se produjeron en esta modalidad, y que el parque de terminales prepago a fecha 31 de diciembre de 1998 era de unos 2,3 millones, es decir, más de 1/3 del total. Como prueba de la creciente importancia de esta modalidad en nuestro país, cabe destacar que Retevisión Móvil ha lanzado como primer producto un paquete de prepago. Las cuotas de mercado de los sistemas prepago y postpago fueron en 1998 las siguientes:

DIVISIÓN ENTRE PREPAGO Y POSTPAGO EN 1998

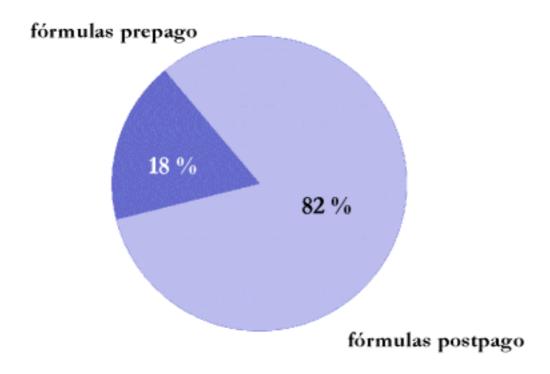
Por número de clientes



Respecto a la facturación y al tráfico generado, más de 1/6 del total estimado en 1998 correspondería a minutos prepagados.

<u>DIVISIÓN ENTRE PREPAGO Y POSTPAGO EN 1998</u>

Por facturación y tráfico cursado



Por operadores, se observa una diferencia importante respecto de las cifras globales puesto que es Airtel quien lidera este segmento de negocio, tiene el 68 % del total de minutos prepago cursados en 1998 frente al 32 % de TSM, aunque el crecimiento respecto de las cifras de 1997 es mucho mayor en TSM (260 %) que en Airtel (86 %), lo que parece indicar que durante 1998 Telefónica ha impulsado decisivamente el segmento de las fórmulas prepago a la vista de su aparentemente superior potencial de crecimiento en el mercado español.

Los operadores de servicios de telefonía móvil, con clientela mixta (mayoritariamente residencial aunque con una importante cuota de facturación corporativa) y un gran volumen de tráfico, facturaron en 1998 una media de casi 65.000 ptas. por cliente y año.

La facturación media varía dependiendo de si el cliente lo es de una fórmula postpago, en cuyo caso la facturación media se incrementa hasta las casi 76.000 ptas. —de las cuáles una parte significativa corresponde a cuotas de alta y periódicas de abono-, o de si lo es de una fórmula prepago, situación en la cual la facturación media baja hasta las casi 37.000 ptas.; de estos datos se deduce que las fórmulas prepago incrementan más el número de usuarios que el tráfico en minutos y la facturación —pues no existen ingresos por cuotas de alta ni periódicas de abono-, a la inversa que lo que ocurre con las fórmulas postpago (incrementan más la facturación —incluyen ingresos por cuotas de alta y periódicas de abono- y el tráfico en minutos).

b) Tasa de penetración en el mercado

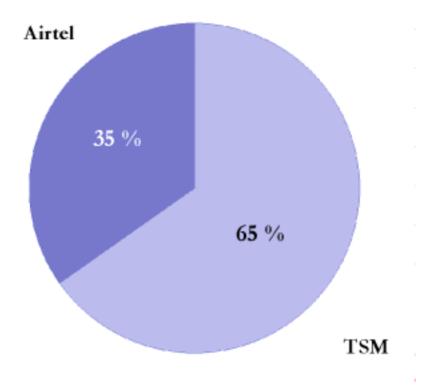
Según estimaciones de la CMT, la tasa de penetración de la telefonía móvil en España es, a fecha 31 de diciembre de 1998, del 16,3 %. El crecimiento respecto de la tasa de penetración a fecha 31 de diciembre de 1997 (el 10,8 %) ha sido de 5,5 puntos, unos 2,2 millones de nuevos usuarios, lo que refleja la alta tasa de expansión de la telefonía móvil en nuestro país (frente al moderado crecimiento de la telefonía fija), que ha incrementado el número de líneas en servicio en más de un 51 % en sólo un año.

c) Tráfico cursado en minutos

Esta Comisión estima que en 1998 el tráfico total en telefonía móvil ascendió a algo más de 5.200 millones de minutos cursados los cuales se reparten entre ambos operadores (TSM y Airtel) como sigue:

TRÁFICO GENERADO EN 1998

En minutos totales cursados



El incremento en el tráfico experimentado respecto a las cifras de 1997 ha sido del 52 %, menor que el incremento registrado en el número de usuarios (+59,3 %), pero mayor que el incremento habido en la facturación (+39 %); todo ello dentro de la línea del incremento general de actividad que ha experimentado la telefonía móvil.

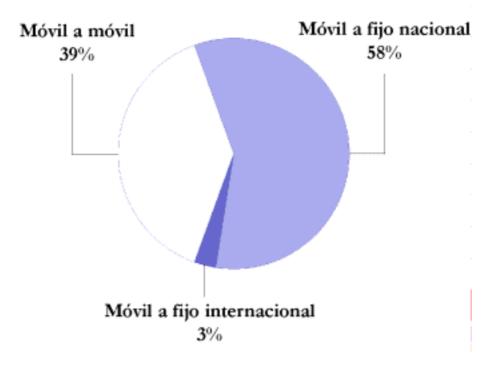
Por operadores, se puede apreciar que el porcentaje de tráfico cursado por Airtel (35 % del total) es proporcionalmente superior a los porcentajes que obtiene esta misma compañía tanto en facturación (27 %) como en clientes (24 %), lo que podría indicar que los clientes de Airtel generan algo más de tráfico, consumo y facturación, que los de TSM. Asimismo, el incremento en el tráfico cursado por Airtel respecto a 1997 es superior a TSM (86 % frente a 38 %).

- Minutos por tipo de llamada.

Se estima que en 1998 el tráfico por tipo de llamada (en minutos cursados) ha sido el siguiente:

TRÁFICO TOTAL POR TIPO DE LLAMADA EN 1998

(Minutos cursados)



Se observa un predominio de las llamadas de móvil a fijo nacional, aunque su crecimiento (más de un 20 % respecto a 1997) es inferior al que experimentan las llamadas de móvil a móvil, que son las que más han crecido en 1998 (más de un 90 % respecto a 1997) y que suponen un elevado porcentaje del total; por el contrario, las llamadas de móvil a fijo internacional tienen una escasa cuota y apenas han crecido en 1998 (poco más de un 1 % respecto a 1997), acusando la competencia en llamadas internacionales de la telefonía fija, que ha rebajado mucho las tarifas en este tipo de llamadas.

Se aprecia una tipología de llamadas diferente a la de la telefonía fija, lo cual se debería a la diferente estructura de precios de ambos servicios, que haría más atractivas para el usuario de telefonía móvil las llamadas de móvil a móvil, y menos las llamadas internacionales; dado que se estima que la inmensa mayoría de clientes de telefonía celular tienen a su vez acceso al STB (tanto en la modalidad residencial como en la de uso público), se estima que se produce un fenómeno de discriminación del tipo de llamadas que se realiza por uno y otro servicio en función de las mencionadas diferencias en los precios.

- Minutos por banda horaria.

Se estima que en 1998 el tráfico total cursado ha sido, distinguiendo por tramos horarios y tarifarios, el siguiente:

TRÁFICO TOTAL EN 1998 POR BANDA HORARIA/TARIFARI (Minutos cursados)



Se observa que aproximadamente 2/3 del total del tráfico en minutos cursados se realiza en las bandas horarias de los operadores de tarifa normal, coincidiendo con el horario comercial; además es el que más ha crecido respecto de 1997 (algo más de un 100 %), lo que parece indicar que el grueso del tráfico en telefonía móvil se realiza por clientes corporativos y/o por razones laborales/empresariales; otro tercio del tráfico se realiza en las bandas horarias de tarifa superreducida, la usada por el tráfico residencial debido a su menor coste; el incremento respecto de 1997 ha sido de casi el 60 %; las bandas horarias de tarifa reducida es residual, de apenas el 2 % -es la más reducida en nº de horas-, y su crecimiento respecto de 1997 ha sido el menor (un 35 %, por debajo de la media de crecimiento del tráfico del 52 %).

Con estos datos se puede observar una tendencia clara a que en un futuro próximo las bandas horarias y tarifarias de los operadores se reducirán a dos, la normal de horario comercial, y la superreducida en horario no comercial, dirigidas la primera preferentemente a clientes corporativos y la segunda a clientes residenciales, simplificándose aún más la estructura tarifaria de la telefonía móvil.

e) Consumo medio

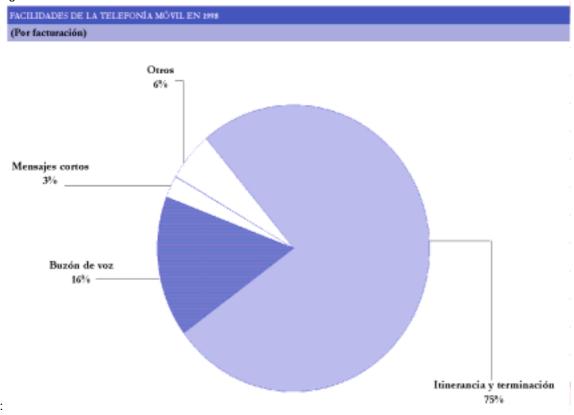
Esta Comisión estima que en 1998 el cliente medio de telefonía móvil (es decir, cada línea móvil activada) consumió una media de cerca de 1.180 minutos al año (19,6 horas/año), lo que supone una media de casi 98 minutos/mes (1,7 horas/mes) y 3,3 minutos/día; este dato supone un ligero incremento de esta cifra respecto de 1997 del 4,3 % respecto del consumo medio por cliente obtenido en 1997, que fue de más de 1.130 minutos/año (18,8 horas/año), es decir, de 94 minutos/mes (1,6 horas/mes), y de 3,13 minutos/día.

Estas cifras indican que el gran crecimiento del mercado de la telefonía móvil se basa casi en exclusiva en el incremento del número de usuarios y no en el incremento del consumo medio por línea, que se mantiene prácticamente estable.

Por tramos horarios/tarifarios, se observan diferencias en la línea antes comentada de un incremento del 15 % en la facturación y tráfico medio por llamada (respecto de 1997) de las llamadas en horarios de tarifa normal -el horario comercial, de consumo básicamente corporativo-, en comparación con la evolución ligeramente negativa de los otros dos tramos horarios/tarifarios, de consumo básicamente residencial (que respecto a 1997 descienden ligeramente en el horario superreducido –un 10 %-, y bastante -un 25 %- en el horario reducido), lo que indica que el crecimiento en tráfico medio por llamada se basa sobre todo en el ámbito de las comunicaciones corporativas. El auge del prepago, de clientela básicamente residencial y de sectores de menor poder adquisitivo y consumo telefónico, parece haber inducido ese menor consumo medio por línea en 1998 en los tramos horarios reducido y superreducido.

f) Uso de facilidades de la telefonía móvil vocal

Las facilidades del servicio de telefonía móvil vocal, junto con el servicio de itinerancia y terminación, suponen en conjunto en 1998 más del 11 % de los ingresos de los operadores de telefonía móvil; las más utilizadas por los usuarios son, por orden decreciente de ingresos en 1998, las siguientes



La itinerancia y terminación de llamadas (también conocidas por el vocablo inglés "Roaming") es la facilidad más importante, con más éxito, y que más ha definido a la telefonía móvil, al posibilitar desplazarse por gran parte del mundo con la misma terminal y número habitual, y ha supuesto en 1998 la mayor facturación por estos conceptos al ascender a casi el 8 % de la facturación total del sector de la telefonía móvil en España (¾ partes de la facturación del subtotal de facilidades); de las demás facilidades, el buzón de voz, con casi el 2 % de la facturación total del sector, es la facilidad más utilizada por los usuarios de la telefonía móvil (al igual que en la telefonía fija).

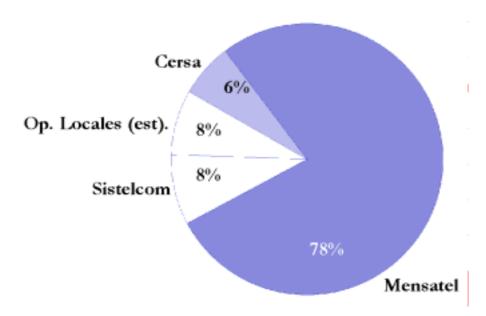
II.4.2.4.2. Radiobúsqueda

a) Número de clientes

Esta Comisión estima que en 1998 el número de clientes de radiomensajería en España fue de algo más de 500.000, de composición mixta residencial y corporativa; la distribución de dicha cifra por operadores fue la siguiente:

CUOTAS DE MERCADO DE RADIOMENSAJERÍA "PAGING" EN 1998

(Por n° clientes)



El liderazgo claro corresponde a Mensatel, con más de ¾ partes del mercado, seguida de Sistelcom y Cersa, ambas con menos del 10 %; el crecimiento medio del número de usuarios del sector respecto a 1997 ha sido de más del 9 %, pero mientras Mensatel ha crecido un 13 %, por encima de la media, el resto de operadores ha sufrido incrementos mínimos e incluso descensos en su clientela, debido a la competencia que sufre este segmento de negocio con la telefonía móvil, y que sólo parece poder ser contrarrestado por los servicios que ofrece la operadora lider, del Grupo Telefónica y que podría verse beneficiada de las sinergias del mismo.

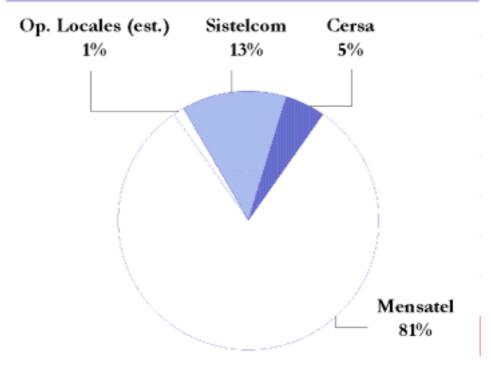
Este tipo de servicios es utilizado tanto por clientes residenciales como por corporaciones y organizaciones con colectivos numerosos y dispersos (hospitales, centros comerciales, seguridad, transporte...).

El consumo medio por cliente durante 1998 fue, en media, 9.100 ptas. por cliente.

b) Número de mensajes cursados

Durante 1998 el número de mensajes cursados por los operadores de radiomensajería ha estado en torno a los 144 millones, volumen más o menos estabilizado respecto del cursado en 1997, lo cual puede tener su causa en que los operadores de telefonía móvil digital GSM ofrecen también este tipo de servicios de mensajería. Por operadores el reparto estimado es el siguiente:

N° DE MENSAJES CURSADOS EN 1998



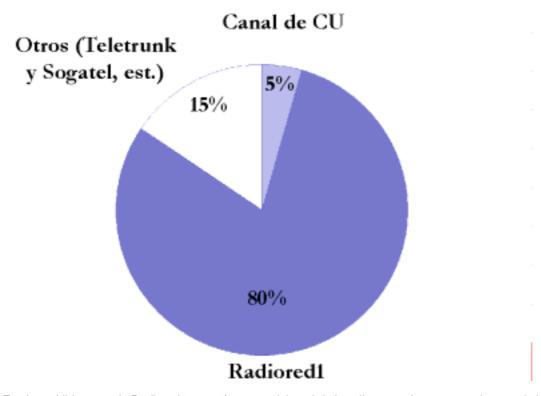
II.4.2.4.3. Radiotelefonía en GCU (Trunking)

a) Número de clientes

En 1998 se estima que el número de clientes de radiotelefonía en GCU (Trunking) en España –todos corporativosfue de casi 2.600, los cuales se reparten entre los operadores de este segmento de mercado como sigue:

CUOTAS DE MERCADO DE RADIOTELEFONÍA EN GCU "TRUNKING" EN 1998

(Por nº de clientes)



Es claro el liderazgo de Radiored1, con 4/5 partes del total de los clientes, mientras que ninguno de los demás operadores alcanza el 10 %.

El crecimiento del número de usuarios en 1998 respecto de las cifras de 1997 ha sido de más del 50 %. Destaca en crecimiento Radiored1, con más de un 58 % (por encima de la media), frente a los demás operadores, que han crecido en torno al 35 % (por debajo de la media); de ello se deduciría que la tendencia de este segmento de mercado es a que se refuerce el liderazgo y la cuota de mercado de la operadora del Grupo Telefónica, única que opera en las 8 zonas del territorio nacional.

Los clientes de este servicio, exclusivamente corporativos, son usualmente corporaciones y organizaciones con flotas de vehículos o con centros de trabajo numerosos y dispersos dentro de una misma zona (sectores del transporte, distribución, seguridad, policía, bomberos y protección civil...), y con grandes necesidades de comunicaciones internas frecuentes, rápidas y económicas.

El consumo medioanual por cliente ascendió en 1998 a más de 710.000 ptas.

b) Número de terminales

El número de terminales de "Trunking" operativas a 31 de diciembre 1998 se estima que ascendía a unas 30.000 unidades, representando menos del 1 % del total de terminales del total de los servicios móviles existentes en el mercado (en torno a los 7 millones de equipos). Esto sitúa el número medio de terminales por cliente en 12.

II.4.3 Alquiler de Circuitos

II.4.3.1. Definición del servicio.

El servicio de alquiler de circuitos consiste en la actividad de suministro de una determinada capacidad de transmisión de voz y/o datos por parte del explotador de una red de telecomunicaciones, a cambio de un precio, que suele ser una cuota fija periódica en función de la capacidad contratada y de la distancia entre los puntos a unir.

El enlace se realiza mediante circuitos punto a punto conectados en sus extremos a equipos terminales (teléfonos, ordenadores), sin posibilidad de acceso a redes públicas, lo que permite tener una disponibilidad permanente y exclusiva a los usuarios de la capacidad contratada.

El usuario podría utilizar la capacidad alquilada para uso propio, y también, añadiendo los elementos técnicos necesarios, prestar un servicio de reventa de capacidad excedentaria a terceros.

Los circuitos alquilados pueden ser telegráficos (a extinguir), radiofónicos (para transmitir señal sonora de radio y TV), analógicos o digitales. Los analógicos permiten la transmisión de señales de voz, y pueden ser de calidad ordinaria o especial, mientras que los digitales permiten la transmisión de señales de datos, y se pueden clasificar en tres tipos en función de su capacidad.

En suma, el servicio de alquiler de circuitos ofrece una infraestructura para el transporte de información entre dos puntos prefijados. Existe una gran variedad de aplicaciones y servicios basados en dicha infraestructura:

- Interconexión de centralitas.
- Redes corporativas de voz y datos.
- Acceso a otras redes de datos (Internet, Frame Relay, etc.).

En general, se puede decir que existen dos segmentos principales en el mercado de alquiler de circuitos: el corporativo, destinado a alquilar circuitos a empresas y organizaciones de todo tipo, y el de operadores de telecomunicaciones, los cuales, en aquellas rutas en que carecen de red propia, alquilan los circuitos que necesitan para poder prestar servicios a terceros y, en consecuencia, para poder transportar la información (voz y/o datos) de sus clientes.

En la cuantificación de este mercado no se han incluido los circuitos alquilados para interconexión entre operadores, por estar sometidos a otras condiciones y tener una finalidad específica, lo que hace aconsejable su exclusión.

II.4.3.2. Identificación de agentes intervinientes

En 1998 únicamente prestaron este tipo de servicios en España, comercialmente, Telefónica y Retevisión. Mientras Telefónica lidera el mercado de circuitos de alquiler y acapara la mayor parte del mercado, Retevisión se ha concentrado hasta ahora en proveer de transporte de la señal a otros operadores de telecomunicaciones, principalmente de servicios móviles (vocales, radiobúsqueda y Trunking) y de momento sólo comercializa un pequeño número de circuitos para transmisión de datos, aunque en 1998 ya incrementó su oferta para poder atender mayores cuotas de este segmento de mercado.

Se espera que a lo largo de 1999 otros operadores comiencen a prestar también servicios de alquiler de circuitos.

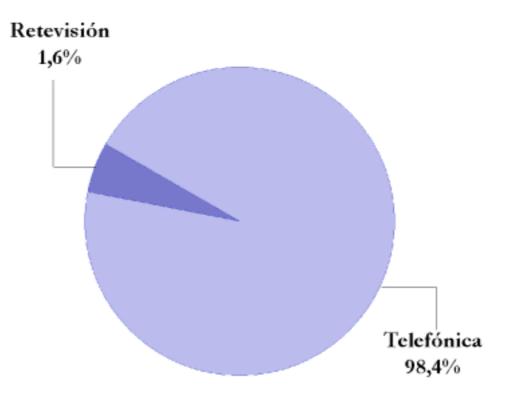
Este mercado del alquiler de circuitos es básico para la liberalización efectiva de las telecomunicaciones hasta que los nuevos operadores entrantes tiendan sus redes propias y dejen de depender de las redes de los operadores establecidos, pues Telefónica y Retevisión han sido hasta hace poco los únicos titulares de redes, y hasta la plena liberalización del mercado de las telecomunicaciones era obligatorio para el resto de operadores alquilar los circuitos a uno de ellos, creándose una dependencia casi total, pues los competidores de Telefónica dependían casi exclusivamente de las redes de ésta para prestar sus propios servicios.

II.4.3.3 Caracterización del mercado.

Esta Comisión estima que el mercado español de alquiler de circuitos ha tenido un volumen de facturación en 1998 de unos 127.000 millones de ptas. La distribución de dichos ingresos totales, en cuota de mercado estimada de cada operador, es la siguiente:

CUOTAS DE MERCADO DEL MERCADO DE ALQUILER DE CIRCUITOS EN 1998

(En facturación)



Se aprecia claramente la posición de liderazgo de Telefónica, más del 98 % del mercado español de alquiler de circuitos, frente a la cuota de mercado de Retevisión.

El incremento en la facturación respecto de 1997 ha sido de cerca del 16 %, lo que indica que este mercado está creciendo a un elevado ritmo, sobre todo por la provisión de capacidad de transporte a otros operadores del sector y, en particular, a los operadores de servicios de telefonía vocal móvil, principales clientes de este servicio. Es previsible que, con la entrada de nuevos operadores, crezca aún más la cifra de ingresos, pues los mismos necesitan de los circuitos de los operadores establecidos para poder empezar a dar servicio hasta que vayan tendiendo sus propias redes.

II.4.3.4. Tendencias

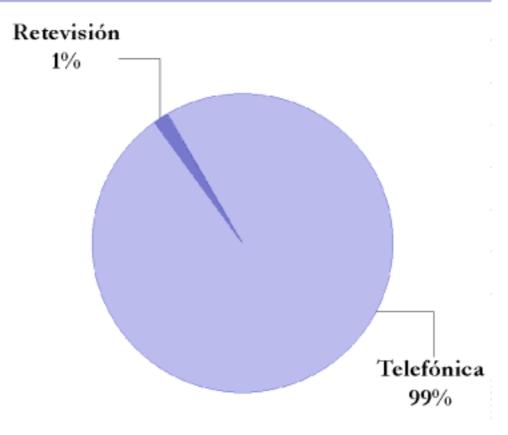
a) Número de clientes.

En 1998 se estima por esta Comisión que el número de clientes de los diferentes servicios de alquiler de circuitos existentes en el mercado español fue de más de 6.500 corporaciones y organizaciones.

De esta cifra, más del 99 % corresponderían a la cuota de mercado de Telefónica, que lidera claramente este mercado:

CUOTAS DE MERCADO DE ALQUILER DE CIRCUITOS EN 1998

(por nº de clientes)



El crecimiento estimado del número de clientes respecto a 1997 ha sido moderado, del orden del 3 %.

La media de facturación por cada cliente de circuitos alquilados se estima que fue en 1998 de cerca de 17,5 millones de ptas., cifra que se ha incrementado en casi un 12 % un respecto a la de 1997, siendo un crecimiento muy superior al número de clientes; este dato indica un fuerte ritmo de crecimiento de la utilización de la capacidad de los circuitos alquilados por parte de los usuarios de dichos servicios, dentro de la tendencia actual al incremento del tráfico de datos en el que se encuentran inmersas sobre todo las empresas y organizaciones (los clientes corporativos, que suponen el 100 % de los usuarios de circuitos alquilados).

En cuanto a la tipología de los usuarios de este tipo de servicios, los principales clientes de los servicios de alquiler de circuitos son los operadores de telecomunicaciones, y dentro de éstos los de telefonía móvil.

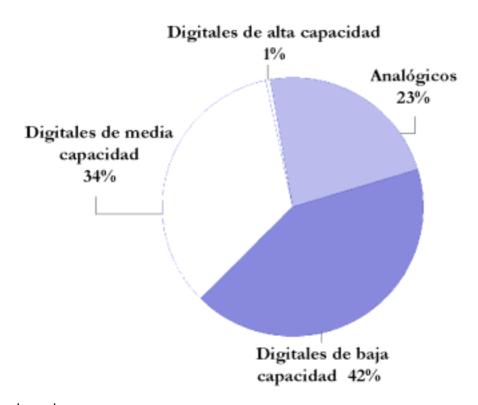
b) Número de circuitos alquilados.

Esta Comisión estima que el número total acumulado de circuitos alquilados en servicio en 1998 asciende a más de 35.000, de los cuales más del 99 % corresponden a Telefónica. El incremento absoluto de su número respecto de 1997 ha sido de cerca del 2 %.

La distribución de los mismos, distinguiéndolos por tecnologías, es la siguiente:

PARQUE DE CIRCUITOS ALQUILADOS EN 1998

(Por tecnologías)



Leyenda: Analógicos:

Todos.

Digitales de baja capacidad: Menos de 64

Kbps.

Digitales de media capacidad: Entre 64 Kbps y 2

Mbps.

Digitales de alta capacidad: Más de 2 Mbps.

Se observa que los circuitos digitales de todo tipo representan ya un 77 % del parque total, y su número ha crecido en cerca de un 8,5 % respecto de los existentes en 1997. Los circuitos analógicos han disminuido en un 17 % respecto de los existentes en 1997.

La media de facturación anual por cada circuito alquilado en 1998 fue de algo más de 3,2 millones de ptas., habiendo diferencias notables entre el volumen de facturación media por línea de Telefónica y el de Retevisión, debido, sin duda, a la oferta más extensa de Telefónica, mientras que Retevisión presta su servicio principalmente mediante circuitos digitales de capacidad media, con lo que sus ingresos por circuito son mayores.

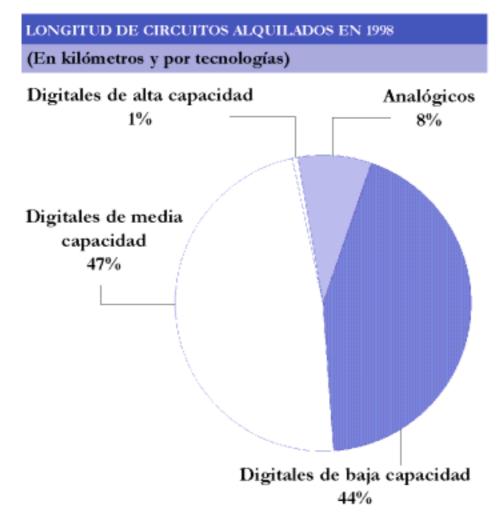
El incremento de la facturación media por circuito respecto de 1997 ha sido del 14 %, lo que indica la contratación de mayores prestaciones.

El número medio de circuitos por cliente es en 1998 de casi 5,5, cifra similar a la de 1997.

c) Longitud de los circuitos alquilados.

Esta Comisión estima que la longitud total acumulada de los circuitos alquilados existentes fue en 1998 de más de 21 millones de kilómetros, de los cuáles más del 99 % corresponden a Telefónica.

La distribución de los mismos, distinguiéndolos por tecnologías, es la siguiente:



Nuevamente se observa que los circuitos digitales de todo tipo representan ya un 92 % de la longitud total en kilómetros, coherentemente con la mayor demanda de este tipo de servicios.

El porcentaje que representan los circuitos analógicos respecto de la longitud total se mantiene estable (un 8 %) respecto de 1997.

La media de facturación por kilómetro de circuito alquilado existente en 1998 fue de algo más de 5.400 ptas./kilómetro, casi un 40 % más que el dato de 1997, lo que vuelve a indicar el ya constatado aumento generalizado en la capacidad media contratada.

d) Longitud y capacidad media de cada circuito alquilado.

De lo visto hasta ahora, y observando la evolución de las cifras en el periodo 1997-98, se deduce que el número de circuitos respecto de 1997 se ha incrementado ligeramente (casi un 2 %), y que en cambio la longitud total acumulada de los mismos ha disminuido sustancialmente (un 16 %).

Así, esta Comisión estima que en 1998 la longitud media de un circuito alquilado en servicio ha sido de casi 600 kilómetros, cifra que representa una disminución de cerca del 18 % respecto a la longitud media estimada en 1997. Sin embargo, su capacidad media por kilómetro de circuito es de 242 Kbps, casi tres veces mayor que en 1997, y la capacidad media de cada circuito en 1998 es de algo más de 144 Kbps, más del doble de la media de 1997; de todo ello se deduce que, con menos kilómetros de circuitos, la capacidad de transporte de información en 1998 es más del doble que la de 1997.

En conclusión, y en un análisis evolutivo respecto de 1997, en 1998 el número de circuitos permanece estable y su longitud media decrece algo; sin embargo, su capacidad media aumenta mucho, en respuesta a las crecientes necesidades de transmisión de información, que se traducen en mayor necesidad de capacidad de transmisión de datos y no tanto en mayor longitud o cantidad de circuitos, que tienen las corporaciones, y, sobre todo, los operadores de telecomunicaciones, en concreto los móviles durante 1998.

II.4.4 Transmisión de Datos

II.4.4.1. Definición del servicio

El servicio de transmisión de datos consiste en el transporte de información entre puntos distantes, información distinta de voz y vídeo. Tradicionalmente, resultaba evidente la distinción entre los servicios citados, dado que los transportes de cada una se hacían por redes específicas. En la actualidad, y con la creciente convergencia de redes debida a la digitalización, la diferencia entre ambos tipos de servicio se centra en el acceso, esto es, en la interpretación que los equipos terminales hagan de los datos recibidos. En todo caso, se mantienen protocolos específicos para transmisión de datos, que son los que se han agrupado dentro de este mercado.

Las tecnologías más comunes para esta transmisión suelen constituir también su denominación comercial. Así, se tienen servicios de datos como X.25, Frame Relay o ATM. Sin embargo, hay otro tipo de tecnologías que pueden ser usadas para prestar esta clase de servicios, como son las líneas RDSI, circuitos alquilados o el acceso a Internet por telefonía fija. También cabe incluir aquí la transmisión para redes VSAT (Very Small Aperture Terminal).

La prestación del servicio de transmisión de datos es un mercado abierto desde 1987, bajo la concesión de "Servicio de telecomunicación de valor añadido de suministro de conmutación de datos por paquetes o circuitos". En la actualidad, para su prestación, se precisa, al menos, una Autorización General de tipo C. Dichas Autorizaciones habilitan al operador "a prestar servicios de transmisión de datos disponibles al público", tal y como queda reflejado en la O.M. de 22 de septiembre de 1998.

A continuación, se describe las tecnologías más relevantes en la prestación de esta clase de servicios:

* x.25: refiere a un servicio de transmisión de datos con fundamento en el protocolo de acceso X.25, de conexión entre terminales con la red de conmutación de paquetes, siempre que se cumpla la recomendación X.25 del CCITT. Las modalidades existentes son Datagrama y Circuito Virtual, siendo doble también el acceso al servicio: Acceso dedicado y Acceso a través de RTC mediante un módem.

Dentro de estos servicios se incluyen, por ejemplo, los servicio Iberpac de Telefónica Transmisión de Datos.

- * Frame Relay: este servicio de transmisión de datos empaqueta los mismos en tramas de longitud fija. La transmisión en tecnología digital ofrece soluciones para demanda de servicios de gran ancho de banda (hasta 45 Mbit/s), y puede ser el soporte adecuado para comunicaciones empresariales que requieran tráfico a ráfagas. Una de sus principales características es la de poder asignar dinámicamente el ancho de banda.
- * Servicio ATM: tecnología de conmutación donde los datos, voz e imágenes se encapsulan en celdas de un tamaño fijo (53 bits). Con este sistema es también posible amortiguar retrasos de transmisión en las celdas, no predecibles y constantes en el tiempo. Este servicio se dirige a resolver las necesidades globales de comunicación de los entornos corporativos, gracias a que posibilita la integración de las comunicaciones de voz (en grupo cerrado de usuarios), datos e imágenes.
- * Transmisión de datos a través comunicaciones por satélite: el servicio de transmisión de datos también es posible a partir de la Difusión por Satélite, ya sea en Servicio Fijo (tanto si es a partir de sistemas VSAT- malla, como si es VSAT- estrella) o bien en Servicio Móvil, como son los servicios europeos Inmarsat o Transat.
- * Alquiler de circuitos: éstos se pueden utilizar, como es lógico, para transportar también datos, además de voz o imágenes.
- * Transmisión de datos mediante acceso desde RTC: utilización de un módem conectado a la red telefónica conmutada. Este tipo de servicio es el más extendido, y el único dentro del segmento residencial, utilizándose, por ejemplo, para el acceso a Internet.
- * Servicio de transmisión de datos a través de RDSI: en esta red no se distingue la naturaleza de las señales transmitidas, ya sea voz, datos o imágenes, por lo que, como se indicó, es enormemente complicado diferenciar y extraer en RDSI la transmisión de datos, ya sea vía canales B (básicos a 64 Kbps -en modo conmutación de circuitos-) o canales D (Señalización, a unos 9,6Kbps de velocidad efectiva, en modo conmutación de paquetes).

Como se puede ver, algunas de las tecnologías en que se soportan los servicios de transmisión de datos están fuerte e indistinguiblemente relacionadas con otros servicios. Así ocurre, por ejemplo, con la transmisión de datos por RDSI o mediante acceso desde RTC; otro tanto cabe decir del alquiler de circuitos.

Por ello, para definir este mercado, se incluyen únicamente los servicios prestados mediante tecnologías específicas de transmisión de datos, como las citadas X-25, Frame Relay y ATM. Los restantes servicios se incluyen en los respectivos apartados de este informe: la transmisión de datos por líneas RDSI o mediante acceso desde RTC se ubica dentro del apartado de servicios telefónicos fijos; y la realizada mediante circuitos alquilados, en el apartado homónimo.

II.4.4.2. Identificación de agentes intervinientes

En el momento actual, los agentes que están prestando en nuestro país el grupo de servicios de transmisión de datos definido anteriormente se corresponden, en buena medida, con filiales de los grandes operadores de telecomunicaciones. Es de suponer que el objetivo doble de completar el servicio internacional a sus clientes multinacionales y estar presente en un mercado cada vez más globalizado e integrado, subyace a la decisión de localizar en España estas áreas de negocio. A ellos se les unen los dos operadores de ámbito nacional que han operado durante todo el año en el sector: Telefónica Transmisión de Datos (TTD) y Retevisión, S.A.

A continuación se detallan los operadores que destacan por su importancia en volumen de facturación :

- * Telefónica Transmisión de Datos (TTD).
- * BT Telecomunicaciones, S.A.
- * Global One Communications Service, S.A.
- * International Business Machines, S.A.
- * Cable and Wireless, S.A.
- * Electronic Data Systems España S.A.
- * TMI Telemedia International LTD. Suc. En España
- * SITA, Societe Internationale des Telecomunications Aeronautiques
- * Retevisión, S.A.

II.4.4.3. Caracterización del mercado

El mercado de transmisión de datos, de la forma definida, tiene un volumen de facturación de 80.500 millones de pesetas, con un número de clientes cercano a los 9.700.

En el reparto del mercado por operadores cabe destacar el papel preponderante que representa Telefónica Transmisión de Datos, con una cuota de mercado que supera el 81% (Véase el gráfico de ingresos). De los restantes operadores, destaca BT Telecomunicaciones, que cuenta con un grupo considerable de clientes corporativos lo que supone alcanzar una cuota cercana al 11%. Ya con unas cuotas más reducidas se situarían Global One e IBM, con un 3,3% y algo menos del 2% respectivamente, seguidas de SITA y TMI, que superan escasamente el punto porcentual, si bien fundamentando sus servicios de transmisión en sistemas diferentes a los predominantes de X-25 y Frame Relay. Los restantes operadores no alcanzarían el 3% conjunto.

El ingreso promedio por cliente es mayor en TTD que en el resto de operadores, si bien es complejo establecer una comparativa exacta, ante los distintos sistemas de transmisión usados, la tipología de cliente a la que se orienta cada empresa y a la diferente configuración de redes de transmisión de datos que cada operador establece.

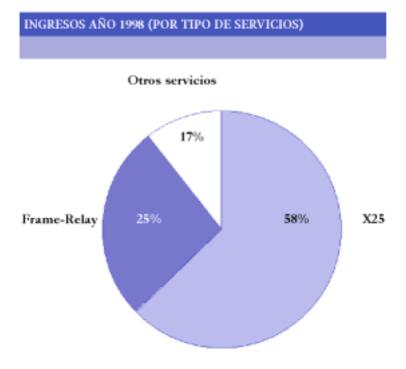
INGRESOS AÑO 1998 (EN GENERAL)



II.4.4.4 Tendencias

Según estimaciones de esta Comisión, el incremento en la actividad de transmisión de datos más arriba definida ha superado el 21% en el año 1998 respecto de 1997, tanto en número de clientes como en ingresos obtenidos.

Por tipo de servicio, es destacable el predominio de los servicios de X.25. Como se observa en el cuadro adjunto, se estima el 58% de los ingresos obtenidos en el mercado proceden de este servicio, mientras que el servicio de Frame-Relay supone algo menos de la mitad que el anterior (25%) y otros servicios el 17%. Dentro de estos se incluye una gran variedad de servicios, como Networking, Housing, ventas de equipos, transmisión SNA y redes VSAT. Asimismo, ATM aún no tiene una presencia apreciable en el sector, situación que posiblemente tienda a cambiar durante el presente año.

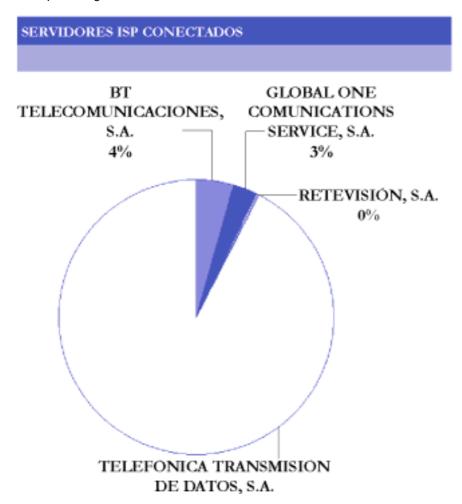


Sobre estas estimaciones, hay que tener en cuenta la dificultad de alcanzar una exactitud plena, debido a que, al estar los servicios de transmisión de datos muy orientados al cliente, en muchos casos los operadores tienen dificultades para distinguir la facturación correspondiente a cada uno de los servicios de datos.

Dentro de este mercado, se puede hablar de dos segmentos de clientes: clientes empresariales que utilizan estos servicios para datos propios, y proveedores de servicios de Internet. Estos utilizan los servicios de datos tanto para el acceso a Internet, como para conectarse con sus clientes, sea directamente o a través de Red Telefónica Conmutado. Es de destacar la creciente importancia que, dado el auge de Internet, está teniendo este negocio en los últimos tiempos para los proveedores de servicios de transmisión da datos.

Al respecto, se puede caracterizar este segmento del mercado analizando el número de servidores ISP conectados al operador que proporciona el soporte de acceso a Internet, así como por el número de minutos cursados de acceso.

En el año 1998, el número de servidores ISP conectados superaba los 980. En cuanto a clientes, TTD acapara el 92,2% de este segmento, si bien ha visto disminuir en algo más de un punto su cuota de mercado en un año, fundamentalmente por el crecimiento del operador BT Telecomunicaciones S.A. y la incorporación de Retevisión en este tipo de negocio.



Analizando por minutos cursados (para el caso de servicios de acceso a Internet prestados mediante acceso con RTC), el liderazgo de TTD se refuerza, pues su cuota es ligeramente superior por este concepto a la antes mencionada de número de servidores ISP, al contar con casi el 93,7% del total de 6.000 millones de minutos generados en este sentido. El resto se reparte entre BT Telecomunicaciones y Global One (superan ambas el 3%), mientras que Retevisión, en sus inicios en este servicio, apenas sí cursa minutos.

II.4.5 Comunicaciones Corporativas

II.4.5.1. Definición del servicio

Como ya se ha señalado en el apartado de telefonía básica, el servicio telefónico en general abarca todas las actividades destinadas a prestar servicios de comunicación de voz entre los usuarios de terminales telefónicos conectados a los Puntos de Terminación de Red (en adelante PTR) de la Red Telefónica Conmutada (en adelante RTC) con unos estándares de calidad mínimos (establecidos en las recomendaciones del CCITT).

Dentro de las diferentes modalidades de comercialización de los servicios de telefonía fija ofrecidos actualmente en el mercado nacional se encuentran los denominados Servicios de Comunicaciones Corporativas, dirigidos a empresas y organizaciones públicas y privadas, y que dan respuesta a sus demandas específicas de telefonía y en general de comunicaciones corporativas (voz, fax y datos).

Estos servicios corporativos consisten en prestaciones especializadas y personalizadas de los servicios de telefonía, fax y datos a empresas, corporaciones y organizaciones con prestaciones y facilidades propias de una red privada (normalmente, superiores a las ordinarias del STB), permitiendo una gran flexibilidad y personalización del servicio a las necesidades de cada cliente, así como la integración corporativa de todo tipo de comunicaciones de voz, fax y datos a escala zonal, nacional e internacional, y con precios usualmente más bajos que los del STB, fax y datos existentes en el mercado prestados desagregadamente. La mayoría de los mismos se encuentran liberalizados desde hace algunos años.

Las principales modalidades de Servicios de Comunicaciones Corporativas existentes en el mercado nacional son las siguientes:

a) El servicio de telefonía en Grupo Cerrado de Usuarios

El servicio telefónico en Grupo Cerrado de Usuarios (en adelante GCU) constituye un caso particular de los mencionados Servicios de Comunicaciones Corporativas, y se encuentra plenamente liberalizado desde 1995. En cuanto a su funcionalidad no se diferencia del servicio telefónico básico (en adelante, STB), ya que son servicios plenamente sustitutivos; si se ha considerado la telefonía en GCU un mercado diferenciado ha sido únicamente debido por su tratamiento específico en la normativa legal, que impide interconectar GCUs diferentes ni efectuar llamadas entre dos terminales de la RTC a través de la red de un GCU; posiblemente esta específica regulación busque evitar que se puedan efectuar comunicaciones no corporativas a través del uso de una red GCU, con tarifas más bajas, orillando las tarifas generales del STB.

Mediante este tipo de servicios las corporaciones disponen de una única red y de un único acceso a la misma, conectando sus diferentes oficinas y dependencias tanto en la misma área metropolitana como en otra área geográfica nacional o internacional; una de las tecnologías más utilizadas es el establecimiento de una Red Privada Virtual (RPV), es decir, se aprovechan las redes existentes de la RTB para, normalmente a través de centralitas físicas o virtuales, proporcionar redes privadas virtuales de voz o de voz y datos.

Todo ello permite dar cierta homogeneidad a las comunicaciones corporativas, disponiendo de privacidad, integración de servicios y sistemas, servicio a medida, y tarifas homogéneas ventajosas. Los usuarios tienen a su disposición en el mercado un gran abanico de prestaciones y facilidades (soportados bajo diferentes tecnologías, y contratables en todo o en parte, son sistemas flexibles, a medida del cliente).

Algunas de las características típicas de estos sistemas son las siguientes:

- Homogeneidad en las comunicaciones.
- Plan de numeración privado -números cortos- y a su vez integrado en la RTC.
- Calidad y privacidad de las comunicaciones.
- Tarifas ventajosas y reducción de costes globales, con posibilidad de facturación detallada, control de gasto, etc.
- Delimitación del ámbito territorial de contratación (metropolitano, provincial, nacional o internacional).
- Disminución del gasto en equipos (centralitas, terminales), que se ofrecen en alquiler o venta.
- Servicio de centralita interna, con locuciones personalizadas.
- Integración y soporte global de diferentes servicios y tecnologías.
- Supervisión y gestión de red realizada por los operadores de manera remota; varios niveles de mantenimiento.

b) El servicio IBERCOM

El servicio IBERCOM de Telefónica es peculiar pues integra los servicios clásicos de telefonía en GCU con el servicio de STB, el servicio de transmisión de datos y el servicio de centralita física corporativa. Se soporta en una Red Digital Multiservicio con capacidades de RPV conectada a la RTC.

Su comercialización se hace a través de múltiples modalidades (integrando las comunicaciones de voz, datos, redes IP, móviles, alquiler o venta de centralitas...) que se adaptan a diferentes tipos de clientes.

Se ha incluido en este apartado pues es un servicio que en general satisface necesidades corporativas similares a las cubiertas por los demás operadores de telefonía en GCU, y compite con éxito en este mercado.

c) El servicio CENTREX

El servicio CENTREX de Telefónica es un servicio de centralita virtual que permite agrupar un conjunto de líneas diferenciándolas del resto de abonados al STB y prestándolas una serie de facilidades y prestaciones semejantes a las de una centralita privada.

Este servicio se caracteriza por no usar una centralita física dedicada al cliente en cuestión, pues utiliza los elementos de la RTC y las centrales de conmutación públicas, ofreciendo prestaciones equivalentes a las de telefonía de voz en GCU y de centralita virtual.

Está orientado a las comunicaciones de voz en pequeñas empresas y organizaciones, aunque podría admitir también servicios de RDSI y un gran volumen de líneas.

Sus características principales son: Plan privado de numeración, tarifa plana en las llamadas entre las líneas agrupadas, servicio básico de centralita privada (distribución de llamadas, desvío de llamadas, captura,...) sin necesidad de instalar una centralita física en las dependencias del cliente, y existencia de un servicio Unicentral (entre líneas conectadas a la misma central de conmutación), o Multicentral (entre líneas conectadas a diferentes centrales, que a su vez se interconectan como una sola).

d) Otros productos y servicios existentes para prestar servicios de comunicaciones corporativas

Cabe destacar las siguientes como alternativas o complementarias para la prestación de esta clase de servicios corporativos:

- Centralitas analógicas y/o digitales, físicas y/o virtuales.
- Líneas telefónicas analógicas.
- Acceso RDSI básico y primario.
- Redes de datos de varios tipos (Frame Relay, LAN, VLAN...).
- Telefonía móvil digital corporativa.

Los restantes apartados se centrarán en las dos modalidades iniciales, dada la reciente implantación de la tercera y las dificultades inherentes a separar las restantes de otros servicios contemplados en el presente estudio.

II.4.5.2. Identificación de agentes intervinientes

De las empresas que en 1998 prestaron efectivamente servicios de comunicaciones corporativas, los operadores significativos fueron: Telefónica S.A. (mediante su servicio Ibercom, según se ha visto), BT Telecomunicaciones, S.A., Cable & Wireless, S.A., Esprit Telecom España, S.A., Global One Communications Service, S.A., y otros menores.

Salvo Telefónica, los otros tres operadores son filiales de sendas multinacionales europeas y americanas del sector de las telecomunicaciones, que han iniciado sus operaciones en España hace algunos años mediante, preferentemente, este tipo de servicios corporativos, cuya liberalización fue más temprana.

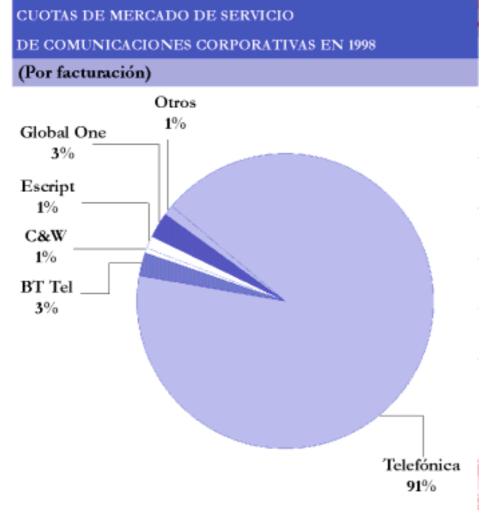
Tanto BT Tel como Telefónica prestan este tipo de servicios insertados en paquetes de servicios corporativos más amplios, y por ellos no ofrecen sólo telefonía en GCU como tal. En concreto, como se ha visto, Telefónica ofrece servicios de telefonía en GCU a través de dos productos: englobados en un paquete más amplio bajo la marca IBERCOM, y además mediante el recientemente introducido en el mercado nacional servicio de centralita virtual CENTREX, ambos ya mencionados.

Asimismo, hay que señalar la existencia de un cierto número de GCUs explotados en régimen de autoprestación y, por tanto, fuera de los que esta Comisión considera el mercado de servicios de GCU y corporativos en general.

II.4.5.3. Caracterización del mercado

Esta Comisión estima que el mercado español de comunicaciones corporativas ha tenido un volumen de facturación en 1998 de unos 68.000 millones de ptas. En dicho mercado sólo se han considerado, de las modalidades descritas anteriormente, aquéllas que no están incluidas directamente en otros mercados (por ejemplo, la telefonía móvil corporativa está contabilizada dentro del mercado de servicios móviles).

La distribución de dichos ingresos totales, en cuota de mercado estimada de cada operador, es la siguiente:



Se aprecia claramente la posición de liderazgo de Telefónica, con más del 90 %, a través de su servicio IBERCOM; asimismo, BT Tel y Global One tienen cada una un 3 % del mercado.

El descenso de ingresos de Telefónica (-0.5 % respecto de 1997), y en general de la facturación global del sector (-9 % respecto de la estimada por esta Comisión de 75.000 millones de ptas. en 1997), en un sector de demanda creciente como es el de las comunicaciones corporativas, podría ser debido a la migración de parte del mercado tradicional del GCU al STB, cuya liberalización plena ha propiciado la entrada de nuevos operadores y la mejora de sus ofertas dirigidas a empresas. Así, servicios telefónicos corporativos, que antes de la plena liberalización de las telecomunicaciones en España sólo se podían ofrecer por los competidores de Telefónica bajo la forma jurídica de telefonía en GCU, ahora se empiezan a prestar también por los nuevos operadores del STB. Es previsible que a lo largo de 1999 esta tendencia de migración desde la telefonía en GCU a los del STB de parte de estos servicios corporativos se acentúe.

II.4.5.4. Tendencias

a) Número de clientes

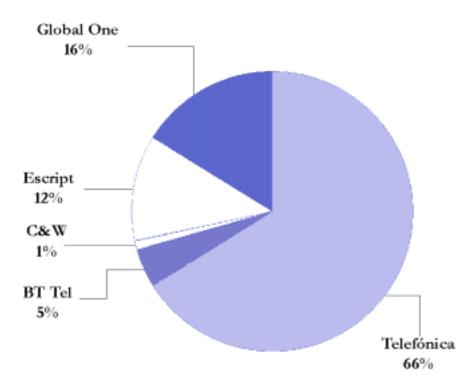
Las comunicaciones corporativas son un sector en crecimiento debido a que las empresas se preocupan cada vez más de optimizar sus servicios de telecomunicaciones, y al mismo tiempo de contener o abaratar su coste.

En 1998 se estima por esta Comisión que el número de clientes de los diferentes servicios de comunicaciones corporativas existentes en el mercado español fue de más de 3.300 corporaciones y organizaciones.

De esta cifra, dos tercios corresponderían al mercado de Telefónica, repartiéndose el resto entre los demás operadores:

CUOTAS DE MERCADOCO DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES CORPORATIVAS EN 1998

(Por n° de clientes)



La media de facturación por cada cliente de telefonía en GCU fue en 1998 de algo más de 20 millones de ptas., habiendo diferencias notables entre el volumen de facturación de los clientes de Telefónica (con una media de casi 28,5 millones de ptas. por cliente) de los del resto de operadores (con una media de entre 2,4 y 11,5 millones de ptas. por cliente), lo cual parece indicar que los pequeños operadores se están centrando en abrirse cuota de mercado en el segmento de las PYMEs, mientras que Telefónica, siendo líder también en el sector de PYMEs, acapara casi en exclusiva todo el mercado de servicios telefónicos corporativos a grandes empresas y organizaciones.

b) Número de sistemas instalados por tecnología

Esta Comisión estima que el número de sistemas en servicio en 1998 asciende a más de 3.300, coincidiendo básicamente con el número de clientes y usuarios antes señalado. De esa cifra, más del 95 % son servicios GCUs soportados en Red Privada Virtual, siguiendo la tendencia actual que posibilita la tecnología de aprovechar las infraestructuras existentes para operar en GCU.

c) Número de terminales

Esta Comisión estima que el número de terminales conectadas a líneas y extensiones de servicios de comunicaciones corporativas fue en 1998 de cerca de 780.000, de las cuáles más del 95 % corresponde al parque de Telefónica; hay que tener en cuenta que algunas operadoras no comercializan equipos y que los clientes usan terminales propios, no asociados expresamente al GCU.

La media de terminales, líneas y extensiones instaladas por sistema de telefonía en GCU existente se estima en unos 235, existiendo diferencias entre la media de los servicios de GCU explotados por Telefónica (unos 345 terminales por GCU) de los del resto de operadores (unos 35 terminales por GCU), lo que indicaría de nuevo que el operador líder del mercado acapara casi todo el mercado de servicios telefónicos corporativos a las grandes empresas y organizaciones, mientras que el resto de operadores se estaría abriendo un hueco en el sector de PYMEs.

II.4.6 Transporte y difusión de señal audiovisual convencional.

II.4.6.1. Definición del servicio

Este mercado incluye tanto el transporte, entendido como comunicación punto a punto, como la difusión, punto a multipunto, de señales de Radio y Televisión por vía terrenal. Este mercado, así definido, excluye por tanto la difusión de señales audiovisuales utilizando otros medios, como satélite o cable. Sin embargo, incluye todas las modalidades de transporte, como satélite.

Dentro de este mercado, se incluyen los siguientes servicios:

- * Transporte y difusión de señal audiovisual: es el servicio mediante el cual las cadenas de televisión hacen que sus contenidos lleguen al público por vía convencional. Incluye el transporte de la señal hasta los emisores y la difusión de la misma desde los mismos y desde los reemisores.
- * Contribución de señal audiovisual: son servicios consistentes en la transmisión de señal audiovisual desde un punto a otro; típicamente, la señal que se transmite de esta forma está sin producir, y va a un estudio de televisión para su posterior tratamiento. A su vez, este servicio puede ser permanente u ocasional. Estos servicios se pueden prestar por cualquiera de los medios de transporte habituales.

Si bien es claro que el proceso de difusión sí presenta peculiaridades específicas en este servicio que permitirían la distinción de un mercado aparte de los otros analizados, no ocurre lo mismo con el transporte de la señal. En efecto, esta fase del proceso, en principio, podría realizarse con circuitos alquilados o con redes conmutadas de la suficiente capacidad.

La razón de que, no obstante, se mantenga como mercado separado hay que buscarla en la normativa vigente que otorga el monopolio de este servicio al Ente Público de la Red Técnica Española de Televisión, creando así en la práctica un mercado aparte de los restantes del sector de telecomunicaciones, que, no obstante, ha de ser considerado a la hora de caracterizar el sector.

Así, según se especifica en la Disposición Transitoria Séptima de la Ley 11/98 General de Telecomunicaciones de 24 de Abril de 1998, es este Ente Público el responsable de la prestación del servicio portador soporte de los servicios de difusión en el territorio español, para lo cual puede realizarlo directamente o a través de la Sociedad Retevisión S.A. La propia Disposición Transitoria define la prestación del servicio portador de los servicios de difusión como "el transporte y distribución de las señales de difusión de televisión, desde el centro de recepción de la entidad encargada de prestarlo hasta los centros emisores que constituyen la red de difusión primaria".

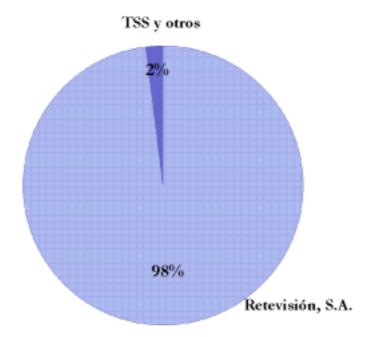
II.4.6.2. Identificación de agentes intervinientes

Como queda claro en el apartado anterior, el único agente que compite en el sector en lo referido a transporte y difusión de señal audiovisual terrenal es el Ente Público de la Red Técnica Española de Televisión, quien presta el servicio utilizando a Retevisión, S.A.

En lo referido a servicios de contribución, el mercado está abierto a la competencia, interviniendo en él como principales agentes Retevisión, S.A. y Telefónica, mediante su filial Telefónica Sistemas de Satélites. Sin embargo, hay otra serie de agentes globales que, puntualmente, prestan esta clase de servicios en España a clientes del extranjero.

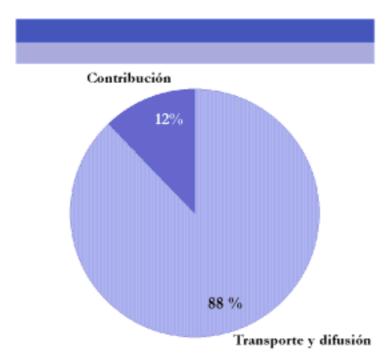
II.4.6.3. Caracterización del mercado

Esta Comisión estima que el volumen de este mercado alcanzó en 1998 los 30.500 millones de pesetas, con un número de clientes aproximado de 150. En la siguiente figura se muestra de forma gráfica la distribución del mercado:



Prácticamente el 98% de dicho mercado correspondía a Retevisión, S.A., debido a los servicios que preste al Ente Público de la Red Técnica Española de Televisión en el monopolio otorgado a éste. El 2% restante corresponde a otros participantes por servicios de contribución, principalmente a Telefónica Sistemas de Satélites.

II.4.6.4. Tendencias



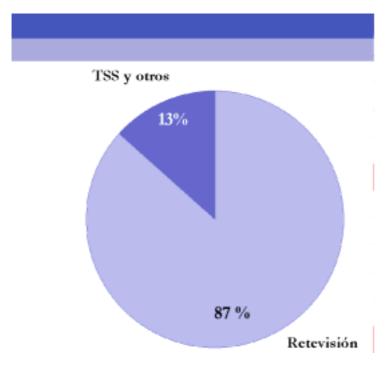
Respecto al reparto entre servicios de transporte y difusión de señal audiovisual convencional, y los servicios de contribución, se estima que es el siguiente:

Como se observa, es clara la poca importancia relativa que en este mercado tienen los servicios de contribución, posiblemente porque son servicios que en muchos casos se están prestando mediante circuitos alquilados directamente, sin tener consideración, por tanto, de servicio de contribución.

Respecto al mercado de estos últimos, se estima que su volumen está en 3.700 millones de pesetas. Esto supone

cierta pérdida respecto al año anterior, en que el volumen se situaba en unos 5.400 millones de pesetas, debida probablemente al efecto sustitución por circuitos alguilados u otros medios citados en el párrafo anterior.

En la gráfica siguiente se muestran las cuotas de mercado de los agentes intervinientes:



Retevisión es líder en este mercado, producto de su mayor experiencia en la prestación de estos servicios y de los efectos de sinergia que posiblemente se produzcan con los servicios de transporte y difusión que presta indirectamente a las cadenas de televisión, principales clientes de los servicios de contribución.

II.4.7 Servicios audiovisuales

Bajo el siguiente punto se pretende ofrecer aquella información que se considera más relevante respecto de dos de los mercados que conforman el sector audiovisual, a saber, los servicios finales ofrecidos a los consumidores definidos como servicios de difusión de televisión y servicios de radiodifusión sonora.

II.4.7.1 Definición de los servicios; Servicios de difusión de Televisión (en abierto y de pago), y Servicios de Radiodifusión sonora.

Servicios de difusión de Televisión.

Para definir estos servicios, resulta aconsejable realizar algunas consideraciones preliminares que nos permitirán agrupar los agentes intervinientes de una manera homogénea.

El medio televisión en España, desde el punto de vista jurídico, está definido por tres tipos de agentes u operadores de televisión con regulaciones legales muy distintas.

- 1) De un lado, y por tratarse de un servicio público esencial de titularidad estatal, se encuentran los concesionarios del servicio público de televisión por ondas terrestres,
- 2) Por otro, los operadores de telecomunicaciones por cable cuyo título les habilita para la prestación del servicio de difusión de televisión .
- 3) En último lugar, el servicio de difusión de televisión por satélite cuya prestación no tiene consideración legal de servicio público.

Estas circunstancias, impiden hablar de mercados horizontalmente homogéneos, desde el punto de vista jurídico. Por otro lado, desde la óptica de los medios de financiación de sus actividades, podemos agruparlos en las siguientes categorías:

- 1) En unos casos los recursos se obtienen por la participación en el mercado publicitario (cuya guía de cuotas de mercado se suele medir en cuotas de audiencia o share).
- 2) Otros sistemas son mixtos (recursos procedentes de los distintos presupuestos públicos más la participación en el

mercado publicitario),

3) Y finalmente, los sistemas privados de cuotas de abono mensual, cuotas de conexión anual, etc.

Ante esta variedad de perfiles, probablemente la mejor forma de reflejar la realidad del/los mercado/s, está en identificar aquellos agentes que actúan bajo similares condiciones jurídicas (los mismos derechos y obligaciones), y con similares fuentes de financiación.

Esta opción de análisis, nos permite definir dos mercados:

- 1) Operadores que emiten en abierto, cuya fuente de financiación es total o parcialmente la captación de inversiones publicitarias. Su intervención guarda estrecha relación con el mercado de inversiones publicitarias o venta de tiempos de emisión (agentes públicos con financiación mixta y los agentes privados regulados en la Ley 10/88 de televisión privada).
- 2) Operadores de televisión de pago, cuya financiación, en principio y hasta donde está desarrollado este mercado incipiente, proviene de los abonos de sus suscriptores. No obstante, el Share o cuota de audiencia sirve para conocer qué potencial de audiencia disfruta de cara al reparto en general de recursos publicitarios en la cadena de difusión televisiva.

Respecto de esta distinción conviene hacer alguna reflexión adicional aportando ideas que den respuesta al por qué se separan mercados (mercado de televisión de pago versus televisión en abierto):

Los agentes de televisión de pago, cuya fórmula de financiación está en los abonos por suscripción a sus servicios, (la denominación es muy variada: cuotas de abono mensuales, cuotas de suscripción o conexión, etc), en principio y gracias a esta estructura de financiación, configuran un "nuevo" mercado.

El hecho de que se les clasifique en un mercado distinto, al margen de justificaciones propias de derecho de la Competencia, reside en que sus planes de emisión o estrategia de productos/servicios, no se centran en competir por la cuota de audiencia (estrictamente convendría hablar más de cuota de mercado publicitario de televisión o cuota de venta de espacios publicitarios de televisión), sino por la captación de abonados.

Los recursos financieros de estos operadores no provienen de la venta de espacios, sino de la captación de abonados a cuyo fin, incluso se les podría calificar de compradores (anunciantes) de/en espacios publicitarios de televisión y resto de los medios de comunicación.

En consecuencia, al utilizar datos distintos según hablemos de operadores de televisión en abierto o de pago, distinguimos a la hora de fijar cuotas de mercado, entre shares agregados (televisión en abierto o parcialmente en abierto) y número de abonados (televisión de pago).

No obstante, los nuevos operadores de televisión digital de pago tienen pensado participar en el mercado publicitario, por lo que aparecen en los cuadros clásicos de share.

II.4.7.2 Servicios de difusión de televisión en abierto

IDENTIFICACIÓN DE LOS AGENTES

Los agentes que intervienen en la prestación de servicios de difusión de televisión en abierto, se pueden agrupar según un criterio de titularidad.

Por un lado, los agentes de carácter público (en terminología legal, gestores directos del servicio público esencial de televisión) y de otro, los de carácter privado (gestores indirectos del servicios público esencial de televisión).

Dentro de estos servicios de difusión, no se puede obviar la presencia de los operadores de televisión local. Por ello, si bien no están incluidos en la caracterización del mercado, se procede a exponer genéricamente algunas notas al respecto:

Estas televisiones se rigen por la Ley 41/1995 de 22 de diciembre, de Televisión Local por Ondas Terrestres, si bien se encuentra en trámite parlamentario una enmienda a la citada Ley que puede eliminar el carácter público de estas emisoras, lo que favorecería una liberalización de este mercado al ser necesaria una autorización administrativa para comenzar a operar.

En esta parcela del mercado audiovisual cabe destacar el vacío normativo en el que se desenvuelven las televisiones locales.

Las televisiones locales no sólo pueden clasificarse por su sistema de difusión, (por ondas hertzianas o por cable), sino también por su titularidad: pueden ser de titularidad municipal o privada. Por ello, la nota más característica del colectivo de televisiones locales es su matiz heterogéneo, puesto que en su seno coexisten operadores que emiten un solo día a la semana y otros que emiten a diario un elevado número de horas. Algunos operadores tiene

presupuestos de considerable entidad, mientras que otros son realmente testimoniales por su tamaño.

El mercado de la televisión local apunta claramente hacia dos tendencias:

- * La integración en grupos multimedia de ámbito nacional con contenidos dirigidos a las audiencias locales. Un ejemplo lo tenemos en Local Media, que integra 44 televisiones locales
- * Y la asociación de ámbito regional entre varios operadores locales.

Resulta considerablemente complicado establecer una relación exhaustiva de todos y cada uno de los operadores de televisión local: según el Estudio General de Medios-AIMC, existen aproximadamente unas 1100 emisoras de televisión local de las que 450 emiten por ondas terrestres y unas 650 emisoras por cable. No obstante, se ha elaborado un censo de televisiones locales, incluido como anexo a este informe anual, que recoge un total de 654 cadenas de televisión tomando como referencia el E.G.M.

De la misma manera, y debido a la propia idiosincrasia de los operadores de televisión local, resulta extremadamente difícil cuantificar la cuota de mercado de estos operadores. Sin embargo, puede afirmarse que la audiencia de estas televisiones está evolucionando positivamente en los últimos meses.

1.-TELEVISIÓN PÚBLICA

La televisión como servicio público encuentra su justificación y razón de ser en la necesidad de garantizar el derecho de los ciudadanos a recibir información, como elemento fundamental para formar libremente la opinión pública (art. 20 de la Constitución). El antecedente legislativo fundamental se ubica en la Ley 4/1980 de 10 de enero, del Estatuto de la Radio y la Televisión, cuyo art. 1.2 establece que la televisión es un servicio público esencial cuya titularidad corresponde al Estado.

Estos servicios públicos se distinguen además aquellos de ámbito estatal y respecto de los de ámbito autonómico.

Ámbito estatal:

Operan en este ámbito:

- TVE, S.A. (La Primera y la 2)

T.V.E. es en la actualidad el mayor grupo audiovisual. La propiedad es totalmente del Ente Público. TVE es el operador del mercado audiovisual con mayor cuota de audiencia, situación que se viene manteniendo desde la creación de las televisiones privadas, hace casi 10 años, si bien, la cuota de audiencia de estas últimas se ha ido incrementando de manera continuada hasta alcanzar unas cifras muy cercanas a las de TVE1.

TVE goza de una doble financiación: la derivada de los Presupuestos Generales del Estado y la que proviene de ingresos publicitarios

Ámbito autonómico:

Las televisiones autonómicas fueron creadas a raíz de la entrada en vigor de la Ley 46/1983 de 26 de noviembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión, para la gestión directa del servicio público de televisión en el ámbito territorial de las Comunidades Autónomas respectivas. La Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) se constituyó el 5 de abril de 1989 teniendo como objetivo principal potenciar la colaboración entre los distintos gestores que la forman. Dicha federación integra a las siguientes cadenas autonómicas:

- Telemadrid

- Televisió de Cataluña: TV3 y Canal 33

- Televisión de Galicia: Galicia TV

- Televisión Valenciana: CANAL 9 Y Noticias 9

Canal SUR y CANAL ANDALUCÍA

- Euskaltelebista: ETB 1 y ETB2

Al igual que en el caso de la televisión estatal, la financiación de las televisiones autonómicas es doble: en parte la que llega de fondos públicos y en parte la derivada de ingresos publicitarios.

2.- TELEVISIÓN PRIVADA

La Ley 10/1988 de 3 de mayo, de Televisión Privada, autorizó al Gobierno para la atribución de tres concesiones de

servicio público. Mediante dicha habilitación legal, la gestión del servicio público de televisión se lleva a cabo desde entonces de manera indirecta por las sociedades anónimas que han obtenido la oportuna concesión administrativa.

El modelo de televisión privada creado por la mencionada norma es de cobertura mixta, ya que el objeto de las concesiones no sólo se basa en la emisión de programas de televisión con cobertura nacional, sino que se contempla una cobertura limitada a zonas territoriales.

Las concesiones de la gestión indirecta del servicio público esencial de televisión se otorgaron a las sociedades Antena 3 Televisión, Gestevisión Telecinco y Canal Plus, ésta última con parte de su programación en codificado.

Respecto de Canal Plus, si bien desde el punto de vista jurídico comparte los mismos derechos y obligaciones que el resto de concesionarios del servicios público de televisión hertziana, su sistema de financiación nos impide ubicarlo en el mercado de la televisión en abierto, especialmente porque no compite, como objeto principal de su negocio, por la captación de recursos publicitarios.

Por ello, en este caso se prefiere atender al modelo de gestión empresarial y no al marco jurídico y, por tanto, sólo son dos, los agentes de televisión privada que operan en el mercado de la televisión en abierto, a saber: , Antena 3 TV y Gestevisión Telecinco.

- Antena 3 Televisión.

Antena 3 es la segunda cadena de televisión más importante de nuestro país, y la primera cadena privada por audiencia y facturación. Durante 1998, esta cadena privada ha obtenido los mejores resultados de su historia.

- Gestevisión Telecinco.

Telecinco ha alcanzado en la temporada 1998 sus mejores resultados económicos, multiplicando varias veces los beneficios obtenidos en la temporada de 1997. Ha sido la tercera televisión de ámbito generalista en cuanto a cuota de mercado se refiere.

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO

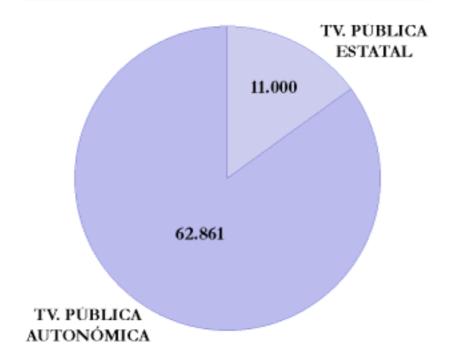
1.- Volumen de Ingresos

TELEVISIONES PÚBLICAS:

Habida cuenta de las dificultades encontradas a la hora de establecer las cantidades que por diversos conceptos (aportaciones presupuestarias públicas, avales para el endeudamiento, etc.) han percibido las televisiones públicas durante 1997, y toda vez que existen considerables variaciones entre unas fuentes y otras, se ha optado por reflejar una sola fuente de información. Así, en dicho año los ingresos con cargo a Presupuestos públicos alcanzaron aproximadamente 73.861 millones de ptas. distribuidos de la siguiente manera:

APORTACIONES PRESUPUESTARIAS TV. PÚBLICAS (1997)

Cifra en millones de ptas.



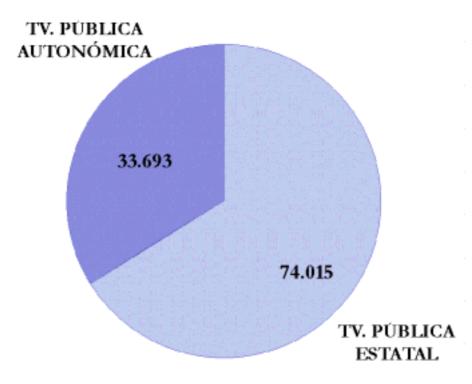
Fuente: Informe de la Comunicación 97-98.

Bernardo Díaz Nosty, Grupo Zeta.

Cuotas agregadas de ingresos por publicidad: en 1997 los ingresos de las televisiones públicas derivados de la publicidad ascendieron hasta los 107.708 millones de ptas. No obstante, esta cifra se incrementó en 1998 hasta los **129.320** millones de ptas. La distribución de estos ingresos se realizó de la siguiente manera:

INGRESOS PUBLICITARIOS DE LAS TELEVISIONES PÚBLICAS

1997



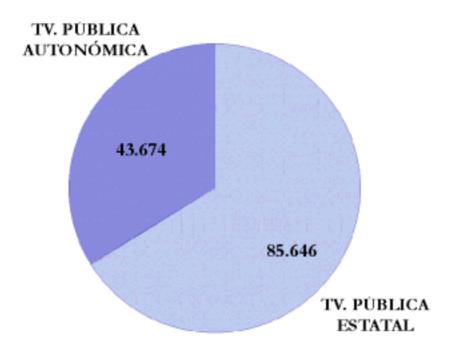
- Antena 3 Televisión.

Fuente: Elaboración propia. Datos

GECA

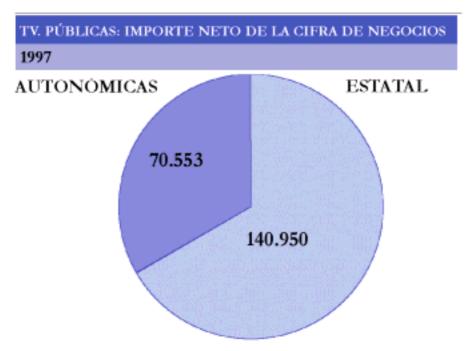
Fuente: Elaboración propia. Indoadex





Del anterior gráfico cabe destacar que la televisión pública estatal, al sumar todas sus cadenas y circuitos regionales, fue líder de la facturación publicitaria de las televisiones públicas, con un total de 85.646 millones de ptas., lo cual viene a suponer un incremento del 17% con respecto a 1997.

Cifra neta de negocios: El importe neto de la cifra de negocios de las televisiones públicas, ascendió en 1997 a la cantidad de **211.503** millones de ptas. que se repartieron de la siguiente manera:



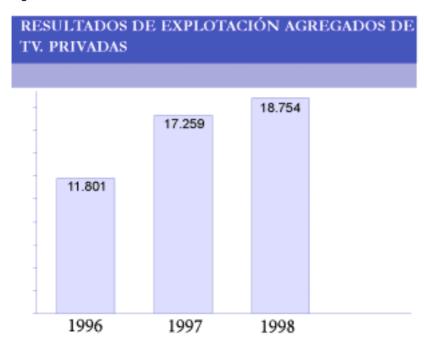
CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos aportados por los operadores y del Gabinete de Estudios de la

Comunicación Audiovisual (GECA). Cifra en millones de ptas.

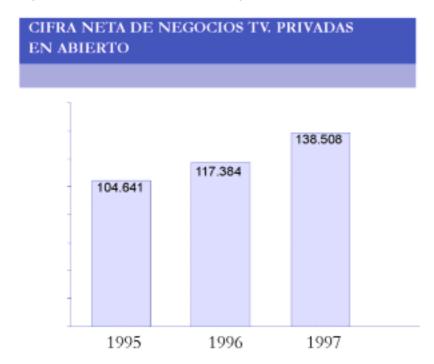
TELEVISIONES PRIVADAS:

Los ingresos comerciales de las televisiones privadas (Antena 3 televisión y Gestevisión Tele 5 en 1998 fueron los siguientes:



Fuente: Elaboración propia,

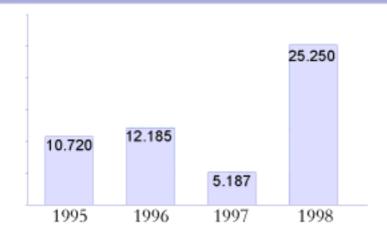
Cifra neta de negocio agregada: Según los datos obrantes en el Registro Mercantil de 1997, la cifra neta de negocio fue de 117.384 millones de ptas. Se observa una tendencia positiva en la cifra de negocio de estos operadores, ya que a tenor de los datos obtenidos, en 1998, las televisiones privadas en abierto alcanzaron una cifra neta de negocios de 138.508 millones de ptas, según informaciones de los propios operadores.



Fuente: Elaboración propia

Beneficios netos después de impuestos: Los datos de 1998 no contemplan los beneficios de Canal Plus, por las razones ya expuestas.

BENEFICIOS NETOS TV PRIVADAS DESPUÉS DE IMPUESTOS



Fuente: Elaboración propia.

2.- Inversión publicitaria

Según INFOADEX, en 1997 los ingresos derivados de la publicidad en las cadenas de televisión ascendieron a **245.209** millones de ptas., y se distribuiría a razón de 107.708 millones en ventas por publicidad de las televisiones públicas (de los que 74.015 millones de ptas. corresponden a TVE y 33.693 millones a las cadenas agrupadas en la FORTA) y el resto a las televisiones privadas. En 1998, las cifras crecieron hasta alcanzar los **284.016** millones de ptas.

Cuotas agregadas de ingresos por publicidad en las televisiones privadas:

3.-Cuota nde audiencia



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos suministrados por los operadores

CUOTA DE MERCADO DE LAS TELEVISIONES PÚBLICAS (1998):

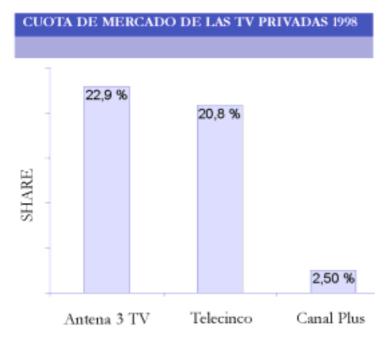
Fuente: Elaboración propia

TV pública TV pública ESTATAL AUTONÓMICA

CUOTA DE MERCADO DE LAS TELEVISIONES PRIVADAS (1998):

Antena 3 Televisión se consolidó como la segunda televisión generalista, por detrás de TVE1 si bien perdió ocho décimas en su cuota de mercado, situándose en un 22.9%.

Gestevisión Telecinco ha sido la tercera televisión de ámbito generalista, alcanzando un 20.8% de share o cuota de mercado. En el gráfico que se expone a continuación, se incluyen los datos de audiencia de Canal Plus como operador de televisión privada de pago, dado que en la oferta de esta cadena se incluye programación en abierto.



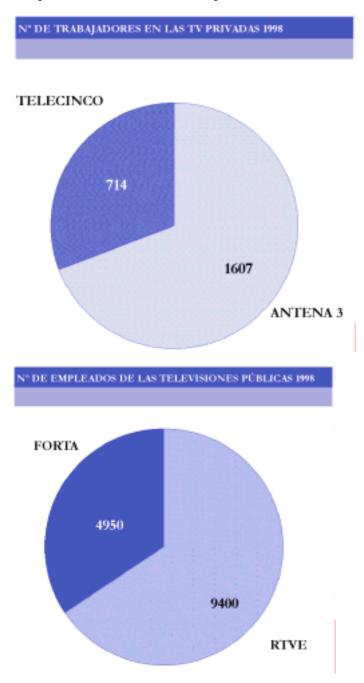
Fuente: EGM

4.- Número de trabajadores

El número de empleados de las televisiones públicas fue de 14.350 en 1.998. Esta cifra se reparte entre el operador que gestiona a nivel estatal el servicio público de televisión, TVE, y los operadores autonómicos reunidos bajo la FORTA. En relación con éstos últimos, los datos que obran en los distintos Registros Mercantiles arrojan una cifra de 4.943, mientras que la cantidad resultante de la adición de los datos aportados por estos operadores a la Comisión, suponen un total de 4.958 trabajadores. De otra parte, y según los datos obrantes en el Registro Mercantil (1997), Antena 3 tiene 1.607 trabajadores y Gestevisión Telecinco cuenta con 714 trabajadores, lo que hace un total de

2.321 empleos directos en el sector de la televisión privada en abierto, creadas por la Ley 10/1988, salvo Canal Plus, que es el operador privado de televisión de pago analógico.

Los gráficos de distribución son los siguientes:



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos aportados por los operadores, el Registro Mercantil, y el Anuario de la Televisión 1998 GECA.

TENDENCIAS

Es previsible que la introducción de la nueva televisión digital terrenal (TDT), vaya a suponer una profunda transformación del medio televisión, tanto en el mercado de la televisión en abierto como en el mercado de la televisión de pago.

Cabe destacar la positiva evolución económica de las cadenas privadas en abierto, consolidándose la tendencia comenzada en 1997, en cuanto a la obtención de beneficios por estos agentes, situación que viene a coincidir con la próxima renovación de la concesión gestión indirecta del servicio esencial de televisión.

II.4.8.3. Servicios de Televisión de Pago

Tal y como tiene establecido la Comisión Europea, el mercado de la televisión de pago se estructura entorno a la relación comercial entre el operador y el telespectador en su calidad de abonado.

El mercado de la televisión de pago es un mercado sustancialmente distinto del de la televisión en abierto, con independencia de que está se financie de manera total o parcial con ingresos publicitarios.

IDENTIFICACIÓN DE TODOS LOS AGENTES

Entre los agentes que operan en la televisión de pago debe incluirse a Canal Plus. La justificación de su inclusión en este apartado se basa en que este agente opera en el mercado mediante el cobro a sus abonados de cuotas periódicas, a cambio de poder recibir las emisiones en codificado. Asimismo, este operador se financia en menor medida, con ingresos comerciales derivados de la publicidad.

La clasificación básica de los agentes que operan en el mercado de la televisión de pago es la siguiente:

- * Analógica de pago:
- Canal Plus
- * Digital de pago:
- CANALSATÉLITE DIGITAL
- VIA DIGITAL
- * Televisión por cable:
- ONO-CABLEUROPA
- A.O.C.

1.- TELEVISIÓN ANALÓGICO DE PAGO: CANAL PLUS

El único operador de televisión por ondas terrestres de pago es Canal Plus, cadena de televisión propiedad de Sogecable y creada a raíz de la Ley 10/1988 de Televisión Privada. Este operador, que gestiona indirectamente el servicio público de televisión, utiliza en sus emisiones tecnología analógica.

Canal Plus tenía en 1998 un total de 763 trabajadores.

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO ANALÓGICO

1.1.- Volúmen de ingresos

El importe neto de la cifra de negocios de este operador fue de 70.762 millones de ptas. en 1997, según datos proporcionados por el Registro Mercantil. Sogecable, propietaria de un 100% de Canal Plus, obtuvo unos ingresos publicitarios de 3.669 millones de ptas. según datos proporcionados por GECA.

La cuota que debe satisfacer un abonado de Canal Plus es de 3.750 ptas. IVA incluido, con independencia de la cuota de inscripción que asciende a 9.950 ptas. según datos facilitados por el propio operador.

1.2.-Inversión publicitaria

La inversión publicitaria real estimada en CANAL PLUS durante 1998, según datos de Infoadex, experimentó un aumento del 9,5%, pasando de 3.115 millones de ptas. en 1997 a 3.413 millones en 1998.

1.3.-Cuota de audiencia

Canal Plus ha estabilizado su cuota de audiencia durante la temporada 97/98, consiguiendo los mismos resultados que en la temporada anterior, es decir, un share del 2,5%.

Durante 1998, Canal Plus ha superado el millón y medio de abonados. Esto supone, según datos facilitados por la propia cadena, una presencia en más del 13% de los hogares del país, y una audiencia potencial que roza los 6 millones de personas.

TENDENCIAS

La principal tendencia que se puede apuntar deriva de la aprobación del Plan Técnico Nacional para la implantación de la televisión digital terrenal. En dicha regulación se prevé que la televisión analógica deberá dar paso a las nuevas tecnologías digitales, estableciendo un calendario para su completa extinción; por tanto, a largo plazo, la tendencia será a su paulatina sustitución. No obstante, a corto/medio plazo, resulta difícil apuntar tendencias.

También en dicho Plan se recoge la posibilidad de acceder, previa solicitud del operador al Ministerio de Fomento, a la gestión de un programa digital bajo las mismas condiciones de su actual concesión.

Esta opción de simultanear en digital la misma programación analógica posiblemente será ejercida por el operador, si bien resulta difícil apuntar qué influencia ejercerá sobre la modalidad analógica del servicio. De igual manera, dicho Plan prevé que una vez transcurridos los primeros plazos de implantación de la nueva TDT, de existir un mayor numero de operadores de televisión hertziana, (aumento que provendrá de nuevos operadores digitales), este operador (así como el resto de actuales gestores directos e indirectos del servicio público de televisión), podrá gestionar un canal múltiple completo (al menos 4 programas).

Por otro lado, la entrada de nuevos operadores de televisión de pago; mediante el uso de tecnología digital sin duda ofrecerá más competencia en el mercado de televisión de pago, no obstante, resulta difícil apuntar en qué medida afectará al actual modelo de gestión de este operador.

2.- TELEVISIÓN POR SATÉLITE.

La televisión digital por satélite supone un nuevo concepto de televisión. La gama de canales de los operadores, se ofrece mediante la técnica de empaquetamiento. Este sistema consiste en agrupar el conjunto de canales contratados a los proveedores de contenidos mediante su agrupamiento en distintos paquetes siguiendo criterios de márketing. También se utiliza la modalidad de pago por visión (Pay per View) y los canales premium..

Así, podemos distinguir varios conceptos nuevos en la difusión de TV distintos de los clásicos canales (en el sentido de frecuencias del CNAF) y programas:

Empaquetado de canales básicos:

Supone la suscripción por el usuario a un conjunto de canales de noticias /o canales de entretenimiento general.

La competencia en el mercado de venta al por menor de televisión de pago a través de ésta técnica, supone la apertura de un gran campo para la competencia mediante la diferenciación de los paquetes básicos, estimulando así a los operadores a ofrecer nuevos contenidos y diferenciarse mediante la mejor oferta básica.

Empaquetado básico con canales premium:

Los canales premium son aquellos canales que se prevé tienen mayor calidad desde el punto de vista de su producción (son más costosos, tanto para su productor como para el difusor que adquiere los derechos). En principio son más atractivos para el consumidor (deportes, cine).

Son ofertados mediante la previa adquisición del canal básico.

Pago por Visión o "Pay per view"

Los servicios de PPV, constituyen uno de los servicios más avanzados técnicamente, y a la vez más complejos desde el punto de vista jurídico, dado que intervienen técnicas de contratación electrónica (ya sea grabación telefónica de la contratación a través de la operadora como medio para dejar constancia de la contratación -al igual que la contratación bursátil en el mercado continuo- ó mediante grabación de los datos codificados que se reciben en la base de datos de gestión de abonados, cuando la contratación se hace desde el software cargado en los descodificadores.

Dentro de este concepto de servicio se ofrecen a su vez, y en lo que respecta a los operadores actuales, dos tipos de servicios, el denominado VNOD (Video near on demand) y los eventos que por su especial interés social (desde el punto de vista de la demanda comercial) merecen un especial tratamiento y segmentación del servicio básico de pago mensual.

Así, dentro de este segundo servicio se incluyen emisiones o retransmisiones en directo o en diferido de partidos de fútbol, corridas de toros, etc. Destacan porque requieren la utilización de un ancho de banda muy grande en comparación con el resto de programas ante el elevado numero de "frames" que debe procesar el sistema para ofrecer calidad de imagen.

IDENTIFICACIÓN DE LOS AGENTES

1.- CanalSatelite Digital, S.L.

La sociedad CanalSatélite Digital, S.L. (en adelante CSD), comenzó sus emisiones de televisión de pago antes del 31 de enero de 1.997. En aquellas fechas, si bien estaba en vigor la Ley 37/1995, de telecomunicaciones por satélite, en tanto no se desarrolló su articulado de marcado carácter generalista, ésta no pudo disponer de los títulos necesarios al tiempo de iniciar sus servicios.

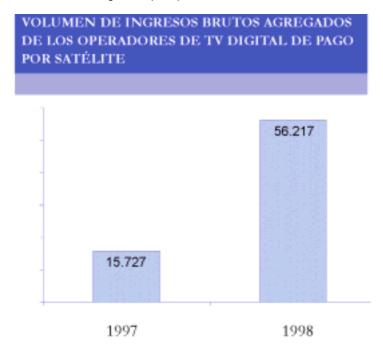
2.- DTS, Distribuidora de Televisión Digital, S.A.:

Vía Digital, (marca comercial con la que se presenta en el mercado DTS), se constituyó el 30 de enero de 1.997. Su creación fue promovida por Telefónica, TVE y Televisa, con el objeto de poner en marcha un operador de televisión de pago por satélite. Su operatividad como competidor real a CSD, se materializó el 15 de septiembre de ese mismo año, fecha en la que comenzó la emisión a través del sistema de satélites Hispasat.

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO

2.1 Volumen de ingresos:

Los datos de los agentes que operan en el mercado de la televisión digital de pago fueron los siguientes:

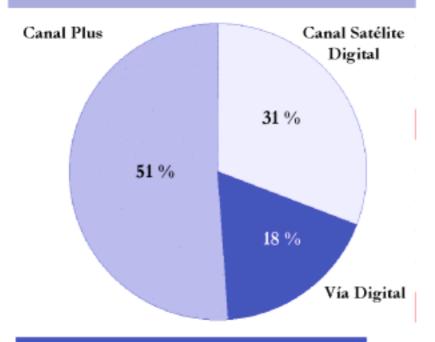


Fuente: Registro Mercantil e informaciones de medios de comunicación.

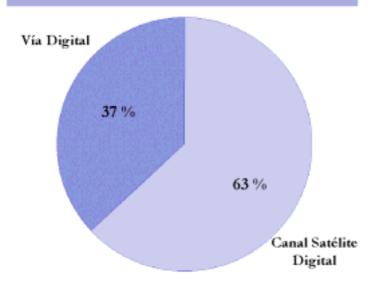
2.2.-Abonados:

Según las estimaciones de esta Comisión, el número de abonados a las dos plataformas de TV digital por satélite a 15 de enero de 1.999 alcanzaba la cifra aproximada de 960.000 abonados, sin tener en cuenta el millón aproximado de abonados a TV de pago hertziana.

CUOTA DE MERCADO DE LOS OPERADORES DE TV DE PAGO EN ESPAÑA, SEGÚN ABONADOS

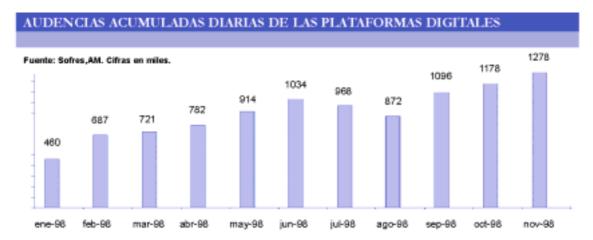


CUOTA DE MERCADO DE LOS OPERADORES DE TV DIGITAL POR SATÉLITE DE PAGO EN ESPAÑA, SEGÚN ABONADOS



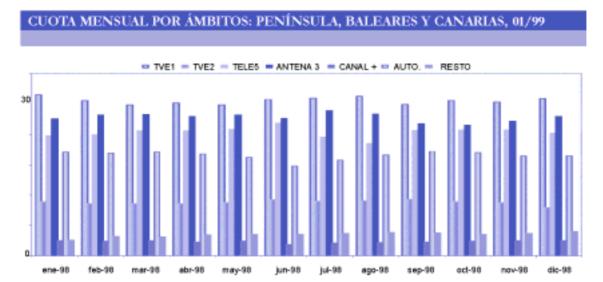
2.3.- Cuota de audiencia:

Los datos más significativos sobre las audiencias acumuladas de las dos operadoras de TV digital por satélite en 1998 fueron los siguientes:



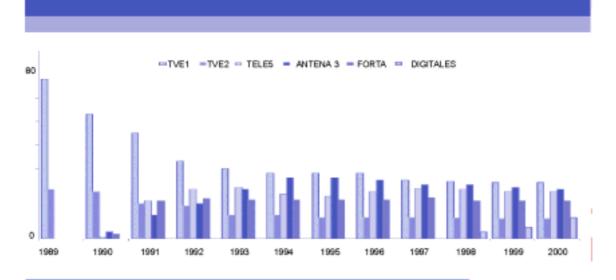
Como se puede comprobar, las audiencias de las televisiones digitales han experimentado un crecimiento progresivo, cuya cuota en términos porcentuales a enero de 1.999, fue del 2%, según datos de SOFRES, AM.

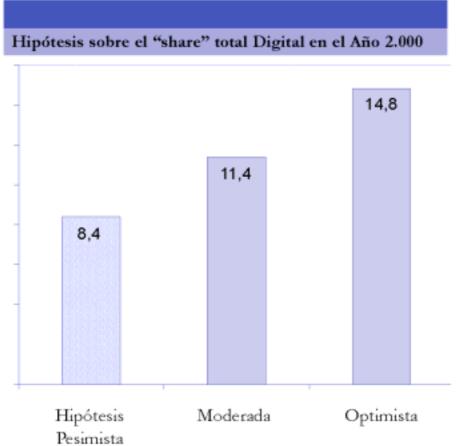
Si bien no se puede prejuzgar la consistencia en el futuro de este rápido crecimiento, teniendo en cuenta que las campañas de lanzamiento de ambas plataformas han sido verdaderamente "agresivas", resulta obvio que estas ofertas "a la carta" actúan en detrimento de las televisiones comerciales vía terrestre.



TENDENCIAS

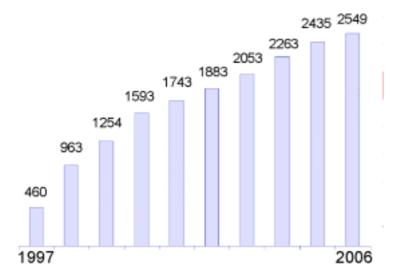
Con los datos suministrados por las entidades privadas de medición de audiencias, se exponen una serie de gráficas sobre hipótesis de las cuotas de audiencia de las televisiones digitales para finales del año 2.000, así como el número de hogares abonados a la televisión digital:





Por otro lado, según datos aportados por Kagan World Media 1998, la evolución y previsión estimada sería:

PREVISIÓN DE HOGARES ABONADOS A LA TV DIGITAL Años 1997 - 2006



Lógicamente, estas tablas deben ser valoradas en sus justos términos, es decir, las variables sobre las que se asientan no reflejan aspectos tales como el impacto generado por la introducción de la televisión por cable y la TDT. Se desconoce si la competencia horizontal generada por estos nuevos operadores, reduciría las cuotas de las plataformas por satélite y televisiones comerciales o por el contrario sólo reducirá las de las plataformas por satélite o todas ellas resultan complementarias según el "target group" de cada plan de negocio.

TELEVISIÓN POR CABLE

3.1.- Descripción de la oferta y servicios

En 1998, los operadores de cable iniciaron sus emisiones de programación en pruebas, ofertando a unos pocos clientes sus servicios audiovisuales, y ello con vistas a su lanzamiento definitivo en el transcurso de 1999. En ese sentido, el mercado de la televisión por cable, durante 1998, hecha la salvedad de los operadores que venían actuando con anterioridad a la constitución del nuevo panorama definido por la Ley 42/1995, de Telecomunicaciones por cable, se ha caracterizado por la búsqueda y definición de las ofertas y servicios que serán lanzados de forma generalizada en 1.999. Realizar por tanto, una descripción detallada de sus ofertas y servicios concretos, resulta prematuro de ahí; que se haya preferido exponer las potenciales características que brindan las telecomunicaciones por cable.

Las nuevas tecnologías aplicadas al establecimiento y explotación de nuevas redes de cable están permitiendo el desarrollo ordenado de las redes digitales de servicios integrados de banda ancha, con el consiguiente impacto positivo, tanto en el desarrollo tecnológico como en la prestación de servicios en el sector audiovisual.

Ello es debido básicamente a la digitalización de la señal que es inherente a las nuevas redes de cable y que permite la integración en un único medio o infraestructura física de servicios tales como la difusión de televisión, el fenómeno Internet y la prestación del servicio de telefonía, cuya prestación, hasta hace bien poco, estaban asociadas a sus redes específicas.

De los diferentes servicios audiovisuales que pueden ser suministrados por los operadores de telecomunicaciones por cable, hay que distinguir:

- * Servicios de acceso a Internet de alta velocidad mediante módem de cable y ordenador personal
- * Los que se ofrecen haciendo uso de un descodificador digital y que se presentan en una pantalla de televisión.

Estos sistemas pueden suministrar los mismos tipos de servicios, como acceso a Internet, vídeo bajo demanda, comercio electrónico, etc., pero son presentados en entornos diferentes, y el uso que se hace de un ordenador no es el mismo que el de la televisión.

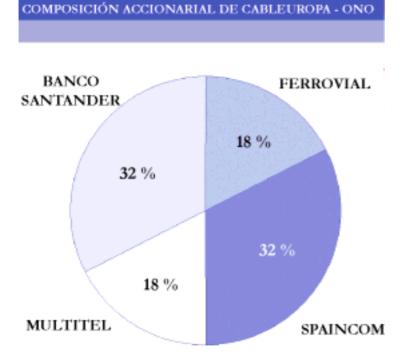
La televisión es un servicio básico a prestar por los operadores de cable. Normalmente, aparte de la oferta mínima exigible por sus títulos habilitantes, se ofrecen una serie de canales básicos sobre los que se puede, a su vez, adquirir paquetes temáticos o premium.

En la televisión por cable puede utilizarse el servicio de pago por visión (PPV) además de tener la gran ventaja sobre otras modalidades de televisión de ofrecer un servicio ampliamente interactivo mediante la utilización de descodificadores. Estos descodificadores cuentan con algunas limitaciones, como la de no poseer un dispositivo de almacenamiento como el disco duro de un PC; ello condiciona la estructura de las aplicaciones interactivas. El estándar DVB ha incorporado un conjunto de normas que definen cómo transmitir datos y aplicaciones mediante tramas MPEG-2. Una de las técnicas utilizadas es la de "carrusel", que permite transmitir diferentes programas o partes de programas de forma periódica. La interactividad en una aplicación tipo carrusel se produce entre el usuario del sistema y la aplicación que se ejecuta localmente en el descodificador. La tipología de servicios proporcionados es diversa:

- servicios de consulta meteorológica
- noticias
- anuncios
- resultados de competiciones deportivas
- información bursátil
- ocio interactivo: juegos en tiempo real, etc.
- 3.2.-Identificación de los agentes intervinientes:

Los operadores de cable de nuestro país se agrupan en torno a dos grandes entidades, la Asociación de Operadores de Cable, conocida como A.O.C. y CABLEUROPA, conocida con el nombre comercial de ONO.

La composición de CABLEUROPA corporación de operadores de cable es la siguiente:



La situación de los operadores de ONO en 1998 era la siguiente en cuanto a fechas de comienzo de emisiones de TV·

- Valencia de Cable: septiembre.
- Cádiz de Cable octubre.
- Albacete: octubre
- Murcia: octubre.

Por su lado, la Asociación de Operadores de Cable se constituyó en abril de 1998.

La situación de los operadores integrados en A.O.C. en 1998 era la siguiente en cuanto a fechas de comienzo de emisiones de TV:

- Telecable Asturias: en pruebas.

- Retecal: febrero

- Supercable Andalucía: febrero.

- Grupo Galego de Cable: mayo.

- Retena: mayo

- Aragón de Cable: mayo.

- Madritel: en pruebas.

- Cabletelca: julio.

El conjunto de operadores integrados en AOC ha previsto una inversión de 30.000 millones de ptas. aproximadamente en los próximos 5 años, teniendo como objetivos en 1999 alcanzar 2,5 millones de hogares cableados. Las estimaciones de AOC para dentro de 10 años totalizan 6,5 millones de hogares cableados y una penetración en el mercado cercana al 30%.

A continuación se muestra gráficamente el esquema que presenta el mercado del cable.

3.3.- Operadores de cable y accionariado

Participación accionarial CABLE Nombre	Accionistas	%	Fecha inicio oper.
able y Televisión de	Redesa	5,00	
Catalunya, S.A.	TISA	7,50	
	Multimedia Cable	7,50	
	Invercart	10,00	
	Gas Natural	10,00	
	Stet Int. (Telecom Italia)	12,50	
	Spain Com	12,50	
	Get (Endesa)	15,00	
	Cableeuropa	20,00	
Retecal	Retecal	80,00	
	Gesprocable	5,00	
	Supercanal de cable	5,00	
	Get (endesa)	4,00	
	Саја Евраñа	3,00	
	Unión Fenosa	1,00	
	Caja Segovia	1,00	
	Caja Ávila	1,00	
Región de Murcia de Cable	Cableuropa	44,57	
	Spain Com	25,00	
	Caja de Ahorros de Murcia	10,00	
	La Opinión de Murcia	2,00	
	Fuertes, S.A.	2,00	
	Varios	8,43	

Telecable Avilés	Sociedad Promotora de Telecom & Asturias	100,00
	Hidrocantábrico	69,20
	Caja de Asturias	17,20
	Ed. Prensa Asturiana	8,60
	El Comercio	5,00
Supercable Andalucía	Endesa	38,00
	Stet Int (Telecom Italia)	
	Sevillana de Cable	
	Procono TV	14,00
	Supercanal de España	10.00
	Unicaja	38,00
	Caja San Fernando	
	El Monte de Huelva	
	Caja General de Granada	
Cádiz de Cable y Televisión,	Cableuropa	90,00
S.A.	Dicio Jerez	10,00
Valencia de Cable, S.A.	Cableuropa Sanin Com	48,00
	Spain Com	25,00
	Multitel Cable	25,00
	Domenech	7,00
	Telecable	5,00
Telecable de Oviedo, S.A.	Sociedad Promotora de Telecom & Asturias:	100,00
	Hidrocantábrico	69,20
	Caja de Asturias	17,20
	Ed. Prensa Asturiana	8,60
	El Comercio	5,00
Telecable de Gijón, S.A.	Sociedad Promotora de Telecom & Asturias:	100,00
	Hidrocantábrico	69,20
	Caja de Asturias	17,20
	Ed. Prensa Asturiana	8,60
	El Comercio	5,00
Supercable de Sevilla, S.A.	Sevillana de Cable	35,00
	El Monte	15,00
	Caja San Fernando	15,00
	Procono	10,00
	Unicaja.	15.00
	Supercanal de cable	10,00
Corporación Mallorquina de	Cableuropa	58,00
Cable, S.A.	Hora Nova	18,00
	Sa nostra	6,00
	Grupo Moll	
	Editorial Balear	2,00
	Editorial Prensa Ibérica	8,43
	Non de Miguel	0,50
Axarquía, S.A. Albacete Sistemas de Cable	Cableman	
	Cableuropa	13.50
Cableuropa	Spain Com	32,50
	Banco Santander	27,50
	B.C.H.	10,00
	Toward of	10.00
	Ferrovial	10,00
Spain Com	Ferrovial Multitel Cable General Electric	10,00 15,00

Callaghan Associates

	Callaghan Associates		
	France Telecom	10,00	
MADRITEL	Unión Fenosa	24,25	
	Endesa	23,25	
	Telecom Italia	23,00	
	Cabletotal (Grupo Z)	15,00	
	Supercanal de cable	7,50	
	Ineuropa (Acciona)	7,00	
Telefónica Cable Madrid	Sociedad Promotora de Telecom & Asturias:	100,00	
	Hidrocantábrico	69,20	
	Caja de Asturias	17,20	
	Ed. Prensa Asturiana	8,60	
	El Comercio	5,00	
Telecable de Gijón, S.A.	Multipark Madrid:	34,00	09.07.99
	Telemadrid	13,60	
	Caja Madrid	10,20	
	Canal Isabel II	10,20	
	Telefónica Cable	66,00	
	Iberdrola	15,00	
	Itochu		
	Abengoa		
Telefónica Cable Navarra	Telefónica Cable	69,00	22.11.98
	Caja Pamplona	20,00	
	Zeroa Multimedia (Diario de Noticias)	5,00	
	Fundación Universitaria de Navarra	4,00	
	Universidad de Navarra	4,00	
	Grupo Everest	1,00	
Telefónica Cable Asturias	Telefónica Cable	100,00	29.02.99
Telefónica Cable Baleares	Telefónica Cable	100,00	29.02.99
Telefónica Cable Euskadi			
Telefónica Cable Castilla y León	Telefónica Cable	51,00	22.11.98
	Diario de Burgos	10,00	
	Iberdrola	10,00	
	Grupo Duero	10,00	
	Caja Burgos	5,00	
	Caja Circulo	5,00	
	Gaceta de Salamanca	3,00	
	Crónica León	2,00	

	Diario de Ávila	0,75	
	Diario de Soria	0,75	
	Diario Palentino	0,40	
	El Adelantado de Segovia	0,10	
Telefónica Cable Catalunya	Telefónica Cable	100,00	22.11.98
Telefónica Cable Murcia	Telefónica Cable	100,00	29.02.99
Telefónica Cable Andalucía			
Telefónica Cable Valencia	Telefónica Cable	100,00	17.02.99
Telefónica Cable La Rioja	Telefónica Cable	100.00	
Telefónica Cable Cantabria	Telefónica Cable	100,00	
SG Cablevisión Canarias (**)	Telefónica Cable	51,00	
	Cita	15,00	
	Sogecable	10,00	
	Caja Ahorros Canarias	5,50	
	Caja Insular Ahorros	5,50	
	El Día	4,50	
	Canarias 7	4,40	
	Canal 7	3,00	
	Canal Satélite Digital	1,00	
Telefónica Cable Andalucia	Telefónica Cable	74,00	10.06.99
	Caja Sur	15,00	10.06.99
	Abengoa	4,00	10.06.99
	Diario de Córdoba	1,00	
	Caja Rural de Sevilla	1,00	30.11.98
	Caja Rural de Granada	1,00	10.06.99
	Caja Rural de Málaga	1,00	22.04.99
	Caja Rural de Almería	1,00	17.02.99
	Caja Rural de Jaén	1,00	
	Caja Rural de Huelva	1,00	
	Caja Rural de Córdoba	1,00	

TENDENCIAS

Una de las características más apreciables de los servicios audiovisuales, telemáticos e interactivos, prestados por los operadores de cable es la gran variedad de los mismos asociada a una elevada interactividad, superior incluso a la que ofrece el satélite. La prestación de estos servicios resulta imprescindible para que los operadores de cable puedan rentabilizar sus inversiones millonarias.

El usuario de los servicios audiovisuales, telemáticos e interactivos que prestan los operadores del cable, está vinculado a los contenidos que recibe a través del televisor, disfrutando de la posibilidad de acceder directamente a la información y cambiarla, modificarla o utilizarla, según desee.

En la actualidad, las operadoras de cable están comenzando a ofertar servicios combinados, de tal manera que el usuario puede quedar suscrito a varios servicios, abonando facturas a un solo proveedor: (Teléfono+Televisión+Internet). No obstante, dicha oferta está experimentando un significativo retraso, motivado por la demora en la implantación de las redes de cable en las distintas demarcaciones. Este retraso va a implicar una previsible variación en el plan de negocio de los operadores de cable.

II.4.8.4 Servicios de Radiodifusión sonora

La radiodifusión consiste en la emisión por ondas de radio de contenidos sonoros. Para la recepción de los contenidos, es preciso disponer de un receptor de radio que capte tales ondas y las haga audibles por el usuario. Los receptores de radio tienen características y precios muy variados, por lo que se puede considerar que son accesibles para prácticamente toda la población (de hecho, el 96,9% de la población cuenta con un aparato de radio).

A modo de introducción, las empresas que compiten comercialmente en este medio (las privadas y algunas públicas) obtienen sus ingresos de la publicidad que realizan durante la emisión de contenidos. En este sentido, la radio compite con otros medios convencionales, como la televisión o la prensa, por obtener ingresos publicitarios.

Sirva como dato inicial que la radio representó en 1998 el 9,49% de la inversión publicitaria estimada en los medios

convencionales, dos décimas menos que en 1.997 en el que obtuvo el 9,7%. Resulta obvio el predominio en el mercado de la inversión publicitaria de la televisión, diarios y revistas.

IDENTIFICACIÓN DE LOS AGENTES

El número de agentes intervinientes en el medio radio, ha sufrido a lo largo de 1.998 un importante incremento fruto de los numerosos concursos y adjudicaciones de nuevas emisoras de Frecuencia Modulada otorgadas por las Comunidades Autónomas. El desequilibrio en número de emisoras de OM y FM (natural, debido a las diferencias técnicas de cada tipo de emisión) aumentará como consecuencia del nuevo Plan Técnico, que lleva aparejado el reparto de 350 licencias de FM adicionales.

Para identificar los agentes se han utilizado dos tipos de criterios, por un lado, la caracterización técnica (OM versus FM) y, por otro, los contenidos (Radio convencional versus radio fórmula). La clasificación resultante es la la siguiente:

- * CLASIFICACIÓN SEGÚN LA BANDA DE EMISIÓN
- * CLASIFICACIÓN SEGÚN LA NATURALEZA DEL CONTENIDO
- 1.- Clasificación según la banda de emisión

Atendiendo a este criterio, se distinguen dos mercados: las emisiones en Onda Media (OM) y las emisiones en Frecuencia Modulada (FM). Las características técnicas de ambas emisiones producen ciertas diferencias a considerar.

Emisiones en OM	Emisiones en FM
Calidad Mediana	Alta Calidad. Emisiones en mono y stereo
Limitación en número de canales (6 por día)	Gran oferta de programas (con un máximo entre 25 y 30)
Cobertura nacional: redes nacionales	Cobertura local: redes nacionales, autonómicas, provinciales y locales.
Mayor cobertura por emisora	Escasa cobertura por emisora. Emisiones localizadas
Cobertura de receptores en movimiento	Problema de recepción en móviles

Hay que añadir el interés manifestado en los últimos tiempos por diversos agentes, típicamente del sector de prensa o del televisivo, por diversificarse hacia el sector radiofónico. Para este fin entrada, tratan de aprovechar las 350 nuevas concesiones de frecuencia que se han otorgado durante 1998, o bien asociarse con alguna de las cadenas va instaladas.

2.- Clasificación según la naturaleza del contenido

Atendiendo a este criterio, se distingue entre radio convencional y radio fórmula o especializada. La primera incluye contenidos generalistas: programación variada y básicamente no musical. La radio fórmula incluye contenidos más especializados, como listas de éxitos, música internacional actual, música popular española, música sinfónica o todo noticias. Junto a éstas, cabe señalar la llamada radio mixta, de creciente importancia, que combina los dos tipos de programación: convencional por las mañanas, y fórmula por las tardes. Los 100 minutos de consumo diario de radio se distribuyen, en promedio, en 58 minutos para radio convencional y 39 para radio fórmula.

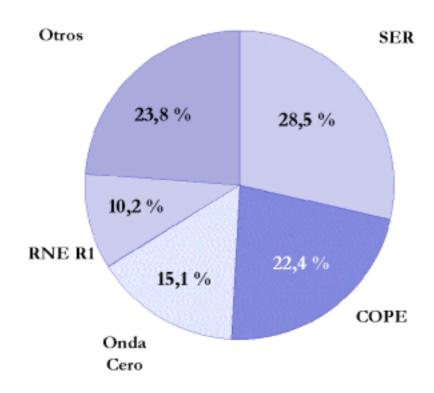
PERFIL DEL O	YENTE DE RADIO CONVENCION	AL Y FÓRMULA
	Radio Convencional	Radio Fórmula
SEXO	Decididamente, varón (58,2%)	Equilibrado entre ambos sexos (50,7% mujeres)
EDAD	Mayor de 25 años, y normalmente entre los 25 y los 44 (36,9%)	Muy concentrado entre 25 y 44 años (42,9%)
CLASE SOCIAL	Clase media-media (41,6%)	Decididamente, clase media-media (44,2%)
INSTRUCCIÓN	Nivel de secundaria destacadamente (63,2%) y equidistribuido entre los otros niveles: nulo, primaria y universitario	Principalmente, nivel de secundaria (73,3%) y universitario (13,5%)
ESTADO CIVIL	Principalmente, casados (62,1%)	Principalmente, solteros (57,3%)
HÁBITAT	Poblaciones de 10.000 a 20.000 habitantes	Poblaciones de más de 50.000 habitantes

El mercado de radio convencional está dominado por tres grandes cadenas privadas: SER, Cadena COPE y Onda

Cero, acompañadas por la cadena pública RNE 1, teniendo entre las cuatro el 76% de la audiencia. Las siguientes radios convencionales en importancia son autonómicas, siendo la de mayor cuota de audiencia Catalunya Radio con el 4,2% de la audiencia.

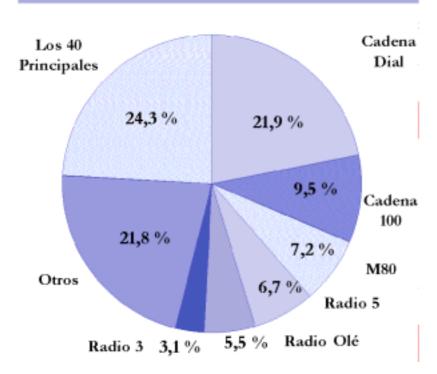
En el siguiente gráfico se muestra la participación en la audiencia de las citadas cadenas durante 1998:





Fuente: Elaboración propia.

El mercado de radio fórmula está dominado en audiencia por un agente, la SER, que opera con diversas marcas: 40 Principales, Cadena Dial, M80, Radio Olé y Sinfo Radio. De hecho, entre las dos primeras tienen el 46,2% de la audiencia. La Cope compite con el canal Cadena 100 y Onda Cero con Onda 10 y Onda Melodía. RNE tiene como radio fórmula los canales Radio 2 Clásica, Radio 3 y Radio 5 Todo Noticias. En el siguiente gráfico se muestra la participación en la audiencia de las principales cadenas de radio fórmula:



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro de emisoras a 1.998:

En el siguiente cuadro se recogen, en términos absolutos, el número de emisoras de OM y FM, a fin de evaluar de qué forma están repartidos los recursos disponibles. Hay que considerar que este reparto condiciona la forma en que luego estos pueden competir, tanto por cobertura como por número de programas que pueden emitir.

En el mercado de la radiodifusión encontramos un total de 1.086 emisoras de radio en Frecuencia Modulada y 107 emisoras en Onda Media.

Comunidad Autónoma	Emisoras Existentes	Nuevas Emisoras
Andalucía	136	26
Aragón	30	32
Asturias	23	11
Baleares	27	9
Canarias	44	46
Cantabria	14	10
Castlla-León	65	52
Castilla-La Mancha	44	17
Cataluña	73	22
Comunidad Valenciana	67	15
Extremadura	31	9
Galicia	56	46
Madrid	32	25
Murcia	26	12
Navarra	14	8
Pais Vosco	36	0
La Rioja	10	8

EMISORAS DE ONDA MEDIA 1998 Nº de Emisoras C.O.P.E. 43 ONDA CERO 7

Fuente: Informe anual de la Comunicación 1998. Bernardo Díaz Nosty. Grupo Zeta.

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO

1.- Volumen de ingresos:

Al igual que sucede con la televisión, e incluso con un carácter más marcado que en esta, pues no compite por la captación de recursos publicitarios, resulta imprescindible desglosar de la caracterización del mercado al operador público Radio Nacional de España, S.A.. La razón está en que sus ingresos y su situación economico-financiera, está vinculada al Ente público RTVE de la que obtiene el 100% de sus ingresos, de ahí que sea imposible en rigor, darle un trato homogéneo al del resto de cadenas de carácter privado.

Así, la cifra de ingresos de RNE, S.A. (que no de negocios), supera dada la amplitud de su oferta (6 canales de radiodifusión sonora) a la cifra de negocios del operador que más recursos comerciales obtiene.

Por lo que respecta a las cadenas privadas la cifra de negocio agregada de los tres operadores más relevantes de este mercado, asciende a 41.062 millones de ptas. durante 1997, según los datos obtenidos por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

La distribución porcentual de esa cantidad quedaría de la siguiente manera:

RADIO					
Inversión Real	Estimada		Inversión Contro	olada (sobre tarifa)
1998	1997	%	1998	1997	%
68.420	62.657	9,2	94.035	94.279	-0,3

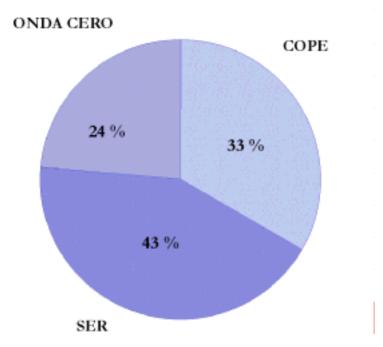
Fuente: Elaboración propia, sobre datos remitidos por los operadores.

2.- Inversión publicitaria:

A continuación exponemos los datos de inversión 1998 en el medio Radio, atendiendo a sus dos clásicos índices de medida. De un lado, la inversión real estimada y de otro, la inversión realizada atendiendo a los cuadros de tarifas publicitarias de los distintos grupos radiofónicos.

RADIO

CIFRA DE NEGOCIO DE LAS PRINCIPALES CADENAS 1997

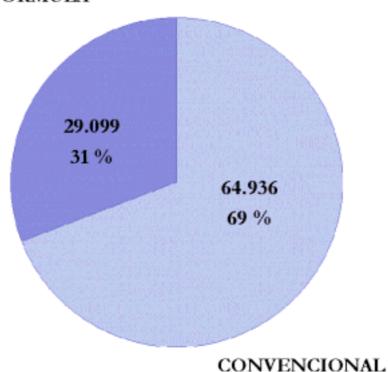


La inversión real estimada en el mercado de la radiodifusión experimentó un aumento del 9,2%, pasando de 62.657 millones en 1997 a 68.420 millones en 1998.

La distribución de la inversión según el tipo de programación en el que se inserta, atendiendo en este caso a la inversión controlada, sería la siguiente:

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN CONTROLADA, SEGÚN PROGRAMACIÓN 1998

FORMULA



Fuente: INFOADEX. Elaboración propia, datos en millones de pts.

3.- Cuota de audiencia

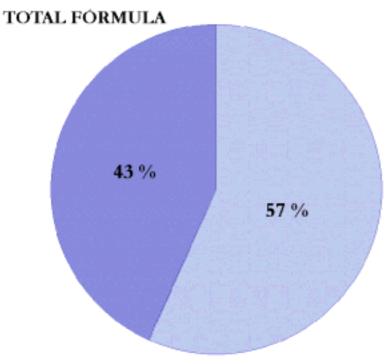
Durante la pasada temporada, se pudo constatar un descenso en el número de oyentes en el mercado de la radio con respecto de 1997. Así, se registró casi medio millón de oyentes menos en 1998. No obstante, es necesario aclarar que esa pérdida de audiencia sólo se ha producido en lo que se conoce como Radio Convencional, ya que la radio Fórmula no sólo no ha perdido oyentes sino que incluso ha visto crecer su audiencia.

Dado que esta distinción de mercados se ha hecho según un criterio técnico y no según los contenidos, no se manejan datos de publicidad repartidos entre emisión OM y emisión FM. Así, no se dispone de los porcentajes de audiencia de cada una de las grandes emisoras correspondientes a OM y a FM, ni los porcentajes de los ingresos de cada tipo de emisión.

Se exponen una serie de gráficos generales con el Ranking de cadenas de Radio por tipo de emisión para el periodo febrero a noviembre de 1998:

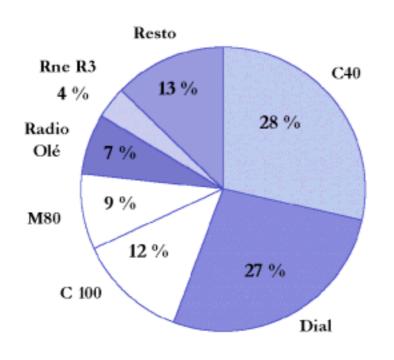
SHARE EMISORAS DE CADENA CON PROGRAMACIÓN COMÚN

Febrero a noviembre 1998



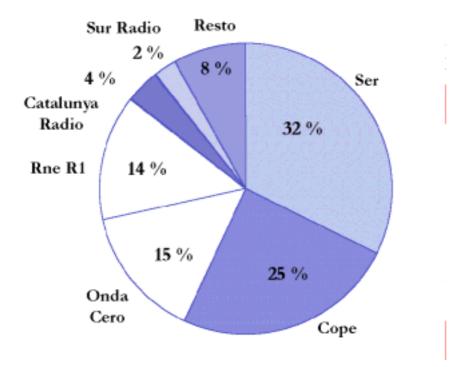
TOTAL CONVENCIONAL

DESGLOSE SHARE FÓRMULA MUSICAL



DESGLOSE DEL SHARE TOTAL CONVENCIONAL

Febrero a noviembre 1998

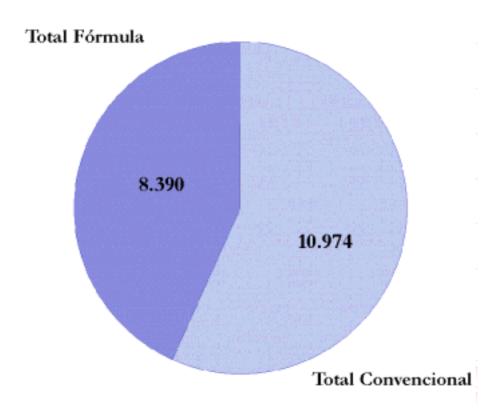


Elaboración propia sobre datos EGM,

Nota: Los % son aproximados y su fijación se ha ajustado para su representación gráfica.

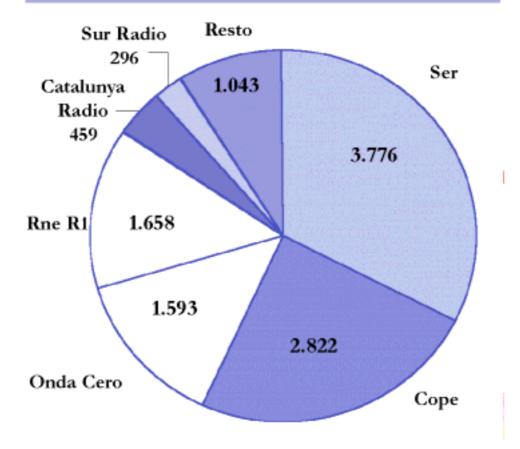
RADIO RANKING DE CADENAS

De lunes a domingo



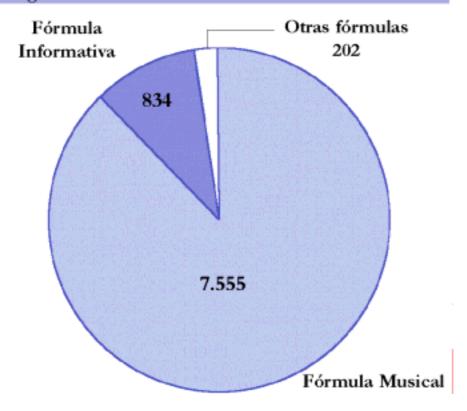
TOTAL CONVENCIONAL

Desglose



TOTAL FÓRMULA

Desglose



Emisora/Cadena	Oct/Nov 98	Abr/May 98	Dif.	% Inc.	Oct/Nov 97	Dif.	% Inc.
Total oyentes	18:144	18.003	141	0,78	18.459	-315	-1,71
OM.	4.283	4.269	14	0,33	4.848	-565	-11,65
FM.	14.468	14.386	82	0,57	14-418	50	0,35
Convencional	10.754	10.685	69	0,65	11-352	-598	-5,27
Fórmula	8.361	8.45	89	-1,05	8.122	239	2,94
Ser Convencional	3.738	3.672	66	1,80	3.879	-141	-3,63
Cope Convencional	2.61	2.8	-190	-6,79	3.058	-448	-14,65
Cadena 40 Fórmula	2.324	2.403	-61	-2,54	2-327	15	0,64
Radio 1 Convencional	1.737	1.575	162	10,29	1.561	176	11,27
Dial Fórmula	1.664	1.689	-45	-2,66	1.75	-106	-6,06
Onda Cero Convenciona	l 1.506	1.576	-70	-4,44	1.641	-135	-8,23
Cadena 100 Fórmula	893	879	14	1,59	875	18	2,06
M80 Fórmula	754	683	71	10,40	571	183	35,05

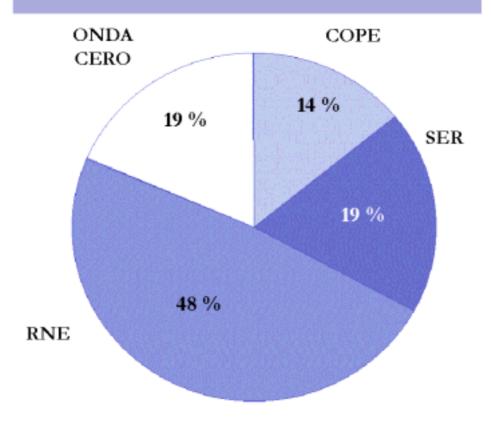
Radio 5 todo Noticias Fórmula	733	656	77	11,74	747	-14	-1,87
Radio Olé Fórmula	491	453	38	8,39	419	72	17,18
Catalunya Radio Convencional	478	430	48	11,16	515	-37	-7,18
Radio 3 Fórmula	326	255	71	27,84	351	-25	-7,12
Sur Radio Convencional	291	285			269		
Radio Voz Convencional	201	152			169		
Flash Fórmula	194	227			119		
Radio Euskadi	170	159			185		
Com Radio	150	109					
Convencional							
RAC 105 Fórmula	146	188			238		
Radio Gallega Convencional	143	181			118		
Top Radio Fórmula	138	120			206		
Onda 10 Fórmula	137	162			148		
Onda Rambla Convencional	135	125			133		
Catalunya Información Fórmula	133	116			88		
Catalunya Información Fórmula	131	135			156		
Radio España Convencional	110	125			153		
Euskadi Irratia Convencional	108						
Radio 9 Convencional	105				113		
Melodía Fórmula	91	108			103		

Fuente: EGM: No se establece comparaciones para aquellas cadenas con menos de 300.000 oyentes.

4.- Número de trabajadores en el sector:

En el sector de la radiodifusión y durante 1.998, según los datos obtenidos por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, se contabilizan un total de **4.785** empleados en los 4 operadores principales de este mercado: COPE, SER, RNE y ONDA CERO. Se expone un gráfico con el porcentaje de empleados de cada uno de los agentes mencionados:

NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL MERCADO DE LA RADIODIFUSIÓN



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos aportados por los difusores.

TENDENCIAS

Cabe destacar que durante el segundo semestre de 1999, el Ministerio de Fomento sacará a concurso la prestación del servicio de Radiodifusión Sonora Digital (DAB). Los concursos otorgarán canales multiplex de cobertura nacional, con posibilidad de desconexiones regionales.

Las cifras de negocio de este mercado confirman la poca elasticidad de este sector en el que cada vez concurren más agentes. La evolución de este mercado, con un crecimiento estimado en torno al 3,7% para el conjunto del sector en el último año, hace prever un futuro de fuerte competencia entre los operadores, en el que la introducción de la radiodifusión digital puede estimular y dinamizar el crecimiento de este mercado. La vigencia de este medio radicará en una demanda sostenida y en su capacidad para crear productos innovadores y no repetitivos.

II.4.8 Proveedores de acceso a Internet

II.4.7.1 Definición del servicio

Internet es una red integrada por múltiples redes de ordenadores situados en todo el mundo que usan como soporte para la comunicación las redes de telecomunicaciones públicas y privadas de los países donde se encuentran y que utilizan un protocolo específico de comunicación denominado TCP/IP, si bien se conectan otras redes basadas en protocolos distintos que han desarrollado pasarelas para conectarse con Internet y ofrecer así los servicios que en ella se prestan.

A través de Internet los usuarios finales pueden comunicarse entre sí, compartir y acceder a la información situada en ordenadores de todo el mundo.

Los proveedores de acceso a Internet disponen de los medios técnicos y humanos necesarios para que los usuarios finales (redes corporativas, proveedores de contenidos, usuarios residenciales, etc.) accedan y tengan presencia en Internet.

Estos medios se basan en capacidad para recibir los accesos de sus clientes (acceso directo al proveedor mediante

línea conmutada o dedicada o mediante un servicio de acceso a Información) y un medio (una línea de datos) para acceder desde las instalaciones del proveedor a los operadores de acceso internacional a Internet.

Los medios técnicos se completan con ordenadores servidores destinados a albergar los distintos servicios que se ofrecen en Internet como son correo electrónico, servidor Web, servidor de noticias, servidor de transferencia de ficheros, etc. Además se necesitan una serie de equipamientos para redireccionar las peticiones de los usuarios, un rango de direcciones IP, un nombre de dominio, un servidor primario de sistema de nombres de dominio, etc.

La siguiente Tabla muestra los principales servicios ofrecidos por los proveedores de acceso a Internet en España.

Tipo de Servicios	Definición del Servicio
Acceso a Internet corporativo	Destinado a entidades en general con varios usuarios de su red de área local que acceden de forma frecuente a Internet para obtener recursos de ella.
Acceso a Internet individual	Destinado a usuarios residenciales o pequeñas empresas con acceso individual a Internet
World Wide Web (WWW)	Servicio basado en hipertexto que permite acceso a información y servicios
Conexión como terminal a ordenadores remotos	Establece una sesión de trabajo con un ordenador remoto
Hospedaje Web	Alojamiento a individuos, entidades o empresas que quieran distribuir información a través de Internet. Alojamiento de páginas y servicios de publicación web.
Comercio electrónico	Activación comercio electrónico con software para tienda virtual. Hospedaje en servidor web seguro. Integración en gestor base de datos. Servicio de pago seguro para tiendas On-line
Diseño y producción Web	Desarrollo de sitios y páginas Web.
Publicidad y Marketing	Registro buscadores nacionales e internacionales. Estadísticas de acceso al web. Inserción de publicidad, banners, etc.
Servidor de correo	Servidor e-mail para dominio propio. Cuentas de correo corporativos
Servidor FTP	Acceso a servidor FTP para descargar ficheros, actualización páginas web y trasferencias de ficheros.
Servidor proxy	Servidor Proxy para clientes. Servidor proxy para mejora de rendimiento en comunicaciones.
Servidor Web	Servidor Web autónomo. Servidor Web para dominio propio de cliente
Gestión dominios	Gestión y mantenimiento de un dominio de nombres en Internet.

II.4.7.2. Identificación de agentes intervinientes

Durante muchos años la situación de Internet en España se caracterizaba por que sólo existían dos alternativas para el acceso pleno a Internet: RedIRIS, para las instituciones académicas y de I+D, y un único proveedor de acceso comercial para todo tipo de empresas y particulares.

Desde finales de 1994 la oferta de proveedores de acceso se ha incrementado notablemente coincidiendo con el auge de Internet en todo el mundo, el abaratamiento de los equipos, el desarrollo de la World Wide Web y de los programas para su utilización; el incremento de las empresas dedicadas a la ingeniería de comunicaciones e informática y la reglamentación adoptada durante estos últimos años para el establecimiento y liberalización de los servicios de acceso a Información.

Hay que destacar en este sentido la Orden del entonces Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente, de 11 de enero de 1.996, por la que se establecía el servicio de acceso a información de Telefónica (servicio denominado Infovía). La estructura de este servicio, único a nivel mundial por su configuración tarifaria, resultó ser una novedosa forma de acceso a la incipiente "Sociedad de la información". Su principal peculiaridad residía en que los usuarios finales podían acceder a los proveedores de acceso a Internet, desde cualquier lugar del territorio español, a coste de tarifa metropolitana. Ello produjo el incremento más notable de usuarios y proveedores de acceso a Internet en España en los últimos años.

Hoy en día, mercado del acceso a Internet es, dentro del sector de las telecomunicaciones, uno de los mercados más dinámicos y donde existe mayor competencia debido en parte a su reciente implantación en España, coincidente con una etapa de mayor liberalización en el sector. La facilidad para ofrecer dicho servicio por pequeñas empresas dedicadas a desarrollar soluciones de ingeniería de telecomunicaciones y sistemas de información, y el déficit de las empresas españolas en personal técnico especializado en dichas tecnologías que permitan a las empresas tener acceso y presencia en Internet, propicia un mercado muy atomizado.

Además, la posibilidad que ofrece Internet para mejorar la actividad de negocio de las empresas, la apertura de nuevos mercados, el atractivo que posee Internet para los clientes de la actividad fundamental de la empresa y la mejora del servicio que se presta al cliente a trav'es de Internet, crean una serie de expectativas entre empresas de sectores distintos al de las telecomunicaciones, que les inducen a participar en el mercado de acceso a Internet.

El Centro de Información para la red Internet en España (ESNIC), gestionado por el Centro de Comunicaciones CSIC RedIRIS, mantiene un registro con los proveedores de acceso a Internet españoles, aunque muchos de ellos no son proveedores en sentido estricto. En diciembre de 1998 el número de proveedores de acceso a Internet registrados en el ESNIC era de 709. A medidos de abril de 1999 la cifra ascendía a 795.

Hasta septiembre de 1998, los proveedores de acceso a Internet han tenido la obligación de solicitar a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones una autorización administrativa habilitante para la prestación del servicio de telecomunicaciones de valor añadido de proveedor de acceso a Internet, según lo dispuesto en la Ley 31/1987, de Ordenación de las Telecomunicaciones, de 18 de diciembre, modificada por la Ley 32/1992, de 3 de diciembre.

Con la entrada en vigor de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones y la orden de 22 de septiembre de 1998, por la que se establece el régimen aplicable a las autorizaciones generales para servicios y redes de telecomunicaciones y las condiciones que deben cumplirse por sus titulares, las entidades que prestan, establecen o explotan estos servicios deben solicitar una Autorización General tipo C, con el fin de ser incluidos en el Registro Especial de Titulares de Autorizaciones Generales. La Autorización General Tipo C, habilita para la prestación de servicios de transmisión de datos disponibles al público.

Los datos que a continuación se detallan, se refieren a 125 proveedores de acceso a Internet, autorizados por la CMT, y que dan servicio a una gran parte de los usuarios residenciales y corporativos españoles.

II.4.7.3. Caracterización del mercado

Los ingresos directos estimados durante 1998 debido a los distintos servicios que prestan los proveedores de acceso a Internet estudiados, han sido de 9.208 millones de pesetas. El 67% de estos ingresos se debe al servicio de acceso individual y el 19 % al servicio de acceso a Internet corporativo.

Tipo de Servicio	Ingresos (miles ptas.)	% / Total
Acceso Internet corporativo	1.753	19,03
Acceso Internet individual	6.170	67,00
Comercio electrónico	71	0,77
Correo electrónico	202	2,19
Diseño y producción Web	32	0,35
Hospedaje Web	440	4,78
Publicidad y Marketing	7	0,08
Servidor de correo	92	1,00
Servidor FTP	76	0,83
Servidor proxy	81	0,87
Servidor Web	38	0,42
Otros	246	2,68
Total	9.208	100

Esta tabla muestra los veinte principales proveedores de acceso a Internet según los ingresos estimados por los servicios especificados en la Tabla anterior, acumulando el 89% del total de los ingresos.

RE	RELACIÓN DE PROVEEDORES DE ACCESO POR INGRESOS ESTIMADOS				
	Provee dor de acceso	Ingresos (miles ptas.)	% / Total		
1	SERVIACCESO S.A.				
2	Jet Enlaces Telemáticos - CTV				
3	ARRAKIS SERVICIOS Y COMUNICACIONES				
4	Telefónica SCR				
5	Filnet Serveis i Comunicacions SL				
6	EUSKATEL, S.A.				
7	Centro de Asistencia Telefónica S.A. (CATSA)				
8	CAJAACTIVA, S.A.				
9	SARENET				
10	Futurnet & Globalnet, S.A.	8.176	88,79		
11	FUJITSU ICL ESPANAS.A.				
12	DISBUMAD, S.L INTERBOOK				
13	IBM Global Services España, S.A.				
14	INTERCOM SERVICIOS TELEMÁTICOS AVANZADOS, S.A.				
15	Xarxa Cinet, S.A.				
16	RETEVISION, S.A.				
17	INSTITUTO CATALÁN DE TECNOLIGIA				
18	GOYA SERVICIOS TELEMÁTICOS, S.A.				
19	BITMAILER, S.L.				
20	IBERNET TELEMÀTICA, S.L.				
	Resto	1.032	11,21		
	Total	9.208	100,00		

Para muchos proveedores la importancia del negocio de acceso a Internet no radica en los ingresos directos por los servicios que prestan sino en disponer de una base amplia de usuarios que proporcione ingresos en otro tipo de actividades económicas como es la inserción de publicidad en sus sitios web, la captación de clientes para su actividad principal, proveer de un servicio de ingeniería integral de telecomunicaciones y sistemas de información a los clientes corporativos o la expectativa de creación de nuevos negocios basados en el comercio electrónico.

El número de usuarios abonados a los 125 proveedores de acceso a Internet autorizados (incluyendo todos los servicios, principalmente acceso individual, corporativo, hospedake web, correo electrónico, etc.) es de 667.351, lo cual da una **tasa de 17 abonados a Internet por cada 1000 habitantes en España**. El número de abonados al servicio de acceso a Internet individual es de 528.212, lo cual incluye acceso de pago y gratuito. Los usuarios abonados al servicio de acceso corporativo son 27.542, a través de los cuales acceden a Internet un número indeterminado de usuarios finales.

En adelante el dato de usuarios englobará tanto usuarios individuales, corporativos y otros servicios ofrecidos por los proveedores de acceso y da una idea bastante aproximada del número de usuarios abonados a un proveedor de acceso de pago o gratuito para acceder o tener presencia en Internet en España. El numero de usuarios finales que acceden a Internet en España es mayor, teniendo en cuenta que hay que contabilizar los que acceden a través de la red académica (colegios, institutos, universidades, centros de investigación, etc.) y los que acceden a través de empresas, entidades, administraciones públicas y otras organizaciones que disponen de medios propios para acceder a Internet.

La siguiente tabla muestra que el 21% de los usuarios abonados a Internet acceden a través de 8 proveedores de acceso gratuito, que suponen un 6% del total de los proveedores. Este tipo de proveedores agrupa fundamentalmente a entidades financieras que ofrecen el servicio gratuito como un valor añadido a sus clientes, y cuyo objeto fundamental es, probablemente, captar clientes para la actividad principal de estas entidades y mejorar el servicio que se presta.

El 6% de los usuarios accede a través de un proveedor de uso exclusivo para asociados. Estos proveedores son organizaciones profesionales o empresariales que prestan servicio a sus asociados como un complemento a su actividad profesional o de negocio.

Tipo de proveedor	N° proveedores	% Total	Nº usuarios	% Total
roveedor de acceso de pago	95	76,00	459.186	68,81
Proveedor de acceso gratuito	8	6,40	140.631	21,07
Uso interno asociados	14	11,20	41.483	6,22
Otros	8	6,40	26.051	3,90
Total	125	100,00	667.351	100,00



El 69% de los usuarios optan por un proveedor de acceso de pago, los cuales representan el 76% de todos los proveedores de Internet.

Dentro de los proveedores de acceso de pago podemos distinguir dos grandes agrupaciones.

Un primer grupo corresponde a 8 proveedores de acceso que son filiales o han sido adquiridos por operadores globales de telecomunicaciones (Telefónica, Retevisión, BT Telecomunicaciones, Euskaltel y Lince), reúnen el 46% de los usuarios de Internet y suponen el 53% del total de los ingresos de los proveedores.

Proveedor de pago	Nº usuarios	% Total	N" Prov.	% / Total	Ingresos estimados	% / Total
Proveedor de operador global de Telecomunicaciones	306.509	45,93	8	6,40	4.958	53,84
Resto	152.677	22,88	87	69,60	3.844	41,74
Total proveedores de pago	459.186	66,81	95	76,00	8.801	95,58

El resto corresponde a proveedores independientes, muchos de las cuales son empresas de ingeniería de telecomunicaciones y tecnologías de la información, cuyo negocio fundamental no es el acceso a Internet, sino proporcionar una solución integral, personalizada y dedicada de telecomunicaciones e informática a sus clientes, generalmente empresas.

La Tabla 6 muestra los principales proveedores de acceso a Internet atendiendo al número de usuarios. El

proveedor con mayor número de usuarios es una entidad financiera que da el servicio de forma gratuita.

RELACIÓN DE PROVEEDORES DE ACCESO POR USUARIOS				
Proveedor de acceso	N° usuarios	% / Total		
1 BANKINTER S.A.				
2 SERVIACCESO S.A.				
3 Jet Enlaces Telemáticos - CTV				
4 ARRAKIS SERVICIOS Y COMUNICACIONES				
5 Telefónica SCR				
6 Banco Santander, S.A.				
7 Centro de Asistencia Telefónica S.A. (CATSA)				
8 Fundación Red de Colegios Profesionales				
9 EUSKATEL, S.A.	# co	00.00		
10 IBER EXPLORER, S.A.	589.226	88,29		
11 Futurnet & Globalnet, S.A.				
12 SARENET S.A.				
13 DISBUMAD, S.L INTERBOOK				
14 RETEVISIÓN, S.A.				
15 INSTITUTO CATALÁN DE TECNOLIGIA				
16 Open Bank Grupo Santander S.A.				
17 Filnet Serveis i Comunicacions S.L.				
18 IBM Global Services España, S.A.				
19 INTERCOM SERVICIOS TELEMÁTICOS AVANZADOS, S.A.				
20 IBERNET TELEMATICA, S.L.				
Resto	78.125	11,71		
Total	667.351	100,00		

Agrupando los proveedores por número de usuarios se observa que el 11 % de los proveedores dan servicio al 82% de los usuarios. Más de la mitad de los proveedores, (el 67%) tienen menos de 1000 usuarios.

Nº de usuarios	Nº proveedores	% Total	Nº usuarios	% Total
Menos de 100	27	21,60	1.175	0,18
100-1000	57	45,60	26.615	3,99
1000-5000	19	15,20	40.102	6,01
5000-10000	8	6,40	54.283	8,13
Más de 10000	14	11,20	545,176	81,69
Total	125	100.00	667,351	100.00

El número de personas empleadas para dar asistencia técnica a usuarios y para la gestión técnica de los sistemas de comunicación y servidores asciende 1305 de los cuales el 62% del personal se dedica a dar asistencia técnica y el 38% a gestión técnica de los equipos. Casi la mitad de los proveedores emplean 5 ó menos 5 personas para la gestión técnica y la asistencia técnica a los usuarios.

DISTRIBUCIÓN DE PROVEEDORES POR	PESONAL DEDICADO A ASISTENCIA	A TÉCNICA Y GESTIÓN TÉCNICA
Nº de personas	% proveedores	% / Total
0 - 2	21	16,8
2 - 5	41	32,8
5 - 10	39	51,2
10 - 20	11	8,8
20 - 30	5	4
30 - 50	3	2,4
50 - 100	4	3,2
Más de 100	1	0,8
Total	125	100,00

En cuanto a los recursos dedicados a la conectividad con Internet, el 88% de los proveedores contrata un único

operador para la conexión con Internet.

DISTRIBUCIÓN DE PROVEEDORES NÚMERO DE OPERADORES DE CONEXIÓN A INTERNET					
Nº operadores conexión Internet	Nº proveedores	% / Total			
1	110	88,00			
2	9	7,20			
3	5	4,00			
4	1	0,80			
Total	125	100,00			

El 73 % de las conexiones desde los proveedores de acceso con Internet se realizan a través de Telefónica Transmisión de Datos (hoy Telefónica Data España), seguidos de un 11% de conexiones a través de BT Telecomunicaciones.

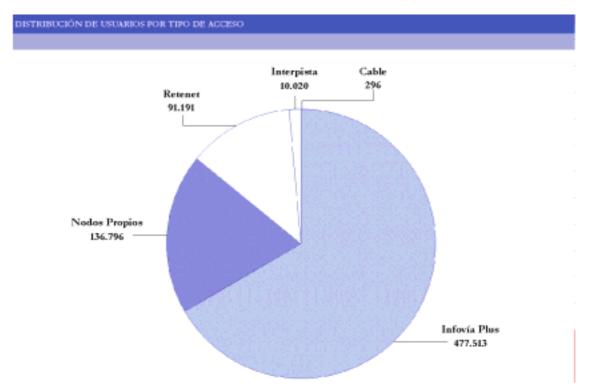
Operadores de conexión Internet	Nº líneas	% / Total
Telefónica Transmisión de Datos	104	73,24
BT Telecomunicaciones S.A.	16	11,27
IBM Global Services	6	4,23
Retevisión	5	3,52
Global One	5	3,52
Wisper	1	0,70
Verio	1	0,70
UUNET	1	0,70
UNISOURCE	1	0,70
Sprint	1	0,70
NETSAT	1	0,70

Respecto a la conexión de los usuarios con los proveedores de acceso el 50% de los proveedores poseen nodos propios para la conexión de sus usuarios como alternativa a los sistemas de acceso a Información que ofrecen los distintos operadores globales de telecomunicaciones.

DISTRIBUCIÓN DE LÍNEAS POR NÚMERO DE NODOS PROPIOS					
Número de nodos	N° proveedores	% / Total			
0	61	49,19			
1	40	32,26			
2	9	7,26			
3	3	2,42			
4	3	2,42			
5	1	0,81			
6	4	3,23			
17	1	0,81			
33	1	0,81			
52	1	0,81			
Total	124	100,00			

Los usuarios acceden al proveedor de acceso de forma mayoritaria a través del servicio de acceso a información InfovíaPlus.

DISTRIBUCIÓN DE USUA TIPO DE ACCESO ²⁶	ARIOS POR
Tipo de Acceso	Nº usuarios
Infovía Plus.	477.513
Nodos Propios	136.796
Retenet	91.191
Interpista	10.020
Cable	296



La Tabla siguiente muestra cual es la distribución de proveedores de acceso por Comunidades Autónomas y provincias, el número de proveedores que ofrecen acceso a nodo propio en dicha provincia y el número de usuarios que acceden a través de estos.

Los sistemas de acceso a información existentes garantizan acceso a Internet a tarifa metropolitana desde cualquier punto de la geografía española. No obstante, la presencia de proveedores que ofrezcan varias alternativas de acceso y que se encuentren cerca de los usuarios, especialmente si son corporativos, refleja la diversidad y calidad de la oferta de los servicios que se puede recibir en cada Comunidad Autónoma y provincia, así como la demanda existente en cada una de ellas.

DISTRIBUCIÓN DE PROVEEDORES, NODOS PROPIOS Y USUSARIOS CONECTADOS A TRAVÉS DE NODOS PROPIOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y PROVINCIAS

A TRAVÉS DE NO	ODOS PROPIOS	POR COM					
Comunidad	Provincia	Nº Prov.	% / Total P	Nº No dos	% / Total	N° usuarios ?	% /Tota
Autónoma				propios		nod. pro.	
ANDALUCIA	ALMERIA	1	0,81	5	1,28	67	0,10
	CÁDIZ	1	0,81	8	2,04	106	0,16
	CÓRDOBA	1	0,81	6	1,53	579	0,88
	GRANADA	1	0,81	5	1,28	171	0,26
	HUELVA	0	0,00	5	1,28	60	0,09
	JAEN	1	0,81	5	1,28	72	0,11
	MALAGA	2	1,61	10	2,55	2433	3,69
	SEVILLA	4	3,23	10	2,55	585	0,89
Total Andalucía		11	8,87	54	13,78	4973	6,17
ARAGÓN	HUESCA	0	0,00	4	1,02	19	0,03
	TERUEL	0	0,00	5	1,28		10 0,0
	ZARAGOZA	0	0,00	6	1,53	304	0,46
Total Aragón		0	0,00	15	3,83	333	0,50
ASTURIAS	ASTURIAS	2	1,61	9	2,30	341	0,52
Total Asturias		2	1,61	9	2,30	341	0,52
BALEARES	BALEARES	5	4,03	10	2,55	987	1,50
Total Baleares		5	4,03	10	2,55	987	1,50
CANARIAS	LAS PALMAS	2	1,61	9	2,30	2528	3,83
	SANTA CRUZ DI	E					
	TENERIFE	0	0,00	8	2,04	1419	2,15
Total Canarias		2	1,61	17	4,34	3947	5,98
CANTABRIA	CANTABRIA	1	0,81	5	1,28	253	0,38
Total Cantabria		1	0,81	5	1,28	253	0,38
CASTILLA	ALBACETE	1	0,81	6	1,53	46	0,07
LA MANCHA	CIUDAD REAL	0	0,00	5	1,28	34	0,05
	CUENCA	1	0,81	7	1,79	71	0,11
	GUADALAJARA	0	0,00	6	1,53	54	0,08
	TOLEDO	0 .	0.00	7	1.79	71	0.11
fotal Castilla La Manc			1.41	24	7.01	210	0.25
		2	1,61	31	7,91	219	0,33
ASTILLA LEÓN	ÁVILA	1	0,81	4	1,02	22	0,03
	BURGOS LEÓN	0	0,81	5 6	1,28	712 54	1,00
			0,00		1,53		10,0
	PALENCIA	0	0,00	5	1,28	32	0,05
	SALAMANCA	0	0,00	5	1,28	47	0,07
	SEGOVIA	0	0,00	4	1,02	21	0,03
	SORIA	0	0,00	4	1,02	9	0,01
	VALLADOLID ZAMORA	1	0,81	9	2,30	111 30	0,17
Foltal Castilla León	ZAMOKA	3	2,42	47	1,28	1038	0,05

CATALUÑA	BARCELONA	23	18,55	35	8,93	20018	30,33
	GIRONA	1	0,81	7	1,79	328	0,50
	LLEIDA	2	1,61	6	1,53	287	0,43
	TARRAGONA	1	0,81	5	1,28	217	0,33
Total Cataluña		27	21,77	53	13,52	20850	31,59
CEUTA	CEUTA	0	0,00	3	0,77	7	0,01
Total Ceuta		0	0,00	3	0,77	Ī	0,01
COMUNIDAD	ALICANTE	2	1,61	8	2,81	4384	6,64
VALENCIANA	CASTELLÓN DE						
	LA PLANA	2	1,61	8	2,04	317	0,48
	VALENCIA	7	5,65	17	4,34	6043	9,16
Total C. Valencians		11	8,97	36	9,18	10744	16,28
EXTREMADURA	BADAJOZ	1	0,81	5	1,28	125	0,19
	CÁCERES	0	0,00	5	1,28	40	0,06
Total Extremadura		1	0,81	10	2,55	165	0,25
GALICIA	LA CORUÑA	1	0,81	9	2,30	634	0,96
	LUGO	0	0,00	5	1,28	28	0,04
	ORENSE	0	0,00	5	1,28	34	0,05
	PONTEVEDRA	0	0,00	7	1,79	234	0,34
Total Galicia		1	0,81	26	6,63	930	1,41
LA RIOJA	LA RIOJA	3	2,42	7	1,79	113	0,17
Total La Rioja		3	2,42	7	1,79	113	0,17
MADRID	MADRID	43	34,68	34	8,67	19433	29,45
Total Madrid		43	34,68	34	8,67	19433	29,45
MELILLA	MELILLA	0	0,00	3	0,77	6	0,01
Total Melilla		0	0,00	3	0,77	6	0,01
MURCIA	MURCIA	3	2,42	5	1,28	160	0,24
Total Murcia		3	2,42	5	1,28	160	0,24
NAVARRA	NAVARRA	1	0,81	7	1,79	245	0,37
Total Navarra		1	0,81	7	1,79	245	0,37
PAIS VASCO	ÁLAVA	2	1,61	6	1,53	1801	2,73
	GUIPUZCOA	3	2,42	8	2,04	50	0,08
	VIZCAYA	3	2,42	6	1,53	300	0,45
Total Pais Vasco		8	6,45	20	5,10	2151	3,26
TOTAL GENERAL		124		392		65994	

La Tabla 14 muestra un resumen de medios y asistencia técnica de los proveedores de acceso a Internet en España. Destaca el elevado porcentaje de proveedores que no adoptan medidas de seguridad para la protección de los sistemas lógicos y físicos.

DISTRIBUCIÓN DE MEDIOS Y ASISTENCIA TÉCNIC	:A		
Medios y asistencia técnica	% SÍ	% NO	
Asistencia técnica	94	6	
Conexión internacional Internet	12	88	
Cortafuegos	70	30	
Medidas de seguridad en la sala ordenador	74	26	
Registrador de dominios	78	22	
Sala ordenador independiente	82	18	
Servidor DNS primario	54	46	
Servidor DNS secundario	86	14	
Servidor correo	89	11	
Servidor FTP	62	38	
Servidor proxy	90	10	

Uno de los factores que determinan la calidad del servicio de acceso a Internet es la disponibilidad de asistencia técnica semanal y diaria, que permite resolver problemas a los usuarios de Internet. Solo el 23% de los proveedores de acceso ofrecen este servicio todos los días de la semana, y el 17 % lo hacen las 24 horas del día.

	CIÓN DE PROVE DE ASISTENCIA	
Nº días	Nº proveedores	% /Total
0	6	4,80
5	72	57,60
6	18	14,40
7	29	23,20
Total	125	100,00

DISTRIBUC	ION DE PROVE	EDUKES				
POR HORAS DIARIAS DE ASISTENCIA						
TÉCNICA						
Nº horas diarias	N° proveedores	% /Total				
0	6	4,80				
1 - 8	44	30,20				
8 - 12	37	29,60				
12 - 16	17	13,60				
24	21	16,80				
Total	125	100,0				

DISTRIBUCIÓN DE PROVEEDORES

La oferta de servicios que prestan los proveedores de acceso es muy variada y evoluciona con las necesidades de los usuarios. La Tabla 17 resume y agrupa los servicios más importantes y la demanda existente para cada uno de ellos. El servicio más demandado es el servicio de acceso a Internet individual, seguido del correo electrónico y acceso a Internet corporativo. El resto de los servicios están muy orientados a entidades o empresas que desean tener presencia en Internet. Muchas ofertas de servicio de acceso a Internet individual y corporativo incluyen servicios como correo electrónico y hospedaje de páginas web.

DISTRIBUCIÓN DE USUARIOS					
POR TIPO DE SERVICIO					
Tipo de servicio	Nº usuarios				
Acceso Internet corporativo	27.542				
Acceso Internet Individual	387.581				
Comercio electrónico	4.367				
Correo electrónico	63.884				
Diseño y producción Web	1.774				
Hospedaje Web	17.179				
Publicidad y Marketing	584				
Servidor de correo	5.480				
Servidor FTP	14.487				
Servidor proxy	5.319				
Servidor Web	559				
Otros	40.818				

II.4.7.4 Tendencias

El mercado de los proveedores de acceso a Internet está en una continua reestructuración debido a varios factores que a continuación se detallan.

Durante 1998 y principios de 1999, los operadores globales de telecomunicaciones han desarrollado una estrategia de adquisición de grandes proveedores de acceso a Internet, lo que ha producido que en la actualidad estos controlen el 46% de los usuarios de Internet. La actuación de estos se completa con fuertes campañas publicitarias y tarifas muy competitivas que intentan aumentar su participación en el mercado.

También se registra una tendencia a ofrecer el servicio de forma gratuita (como está ocurriendo en otros países de nuestro entorno como Gran Bretaña) por entidades que buscan rentabilizar el coste de la oferta por canales indirectos. Al día de hoy, el 21 % de los usuarios de Internet que usan un proveedor de acceso en España, optan por esta vía.

Se aprecia interés por parte de entidades no específicamente del sector de las telecomunicaciones en entrar en este mercado, como ya ocurre con entidades financieras y se espera que ocurra lo mismo con entidades de otros sectores como el audiovisual, que tenderán a ofrecer un servicio convergente entre la televisión e Internet.

También existe un gran interés, declarado en medios de comunicación, por parte de proveedores de acceso a Internet de otros países en empezar a operar en España.

La participación de los operadores de cable en el mercado de acceso a Internet es escasa debido a la incipiente actividad que han desarrollado durante el último año. Se prevé un aumento de la oferta a través de estos operadores una vez completen sus infraestructuras y pongan a punto sus servicios.

Actualmente el 75% de los proveedores de acceso se reparten el 25% de los usuarios. Es probable que se produzcan agrupaciones de estos proveedores para compartir recursos de manera que puedan configurar una alternativa a los grandes proveedores de acceso.

La clave para la subsistencia de estos pequeños proveedores radica en la demanda que se produzca principalmente en los servicios de Internet orientados a las empresas y entidades en general.

La presencia de empresas y entidades españolas en Internet es todavía muy baja respecto a la de otros países, buena prueba de ello es el escaso número de dominios bajo el dominio genérico ".es", 12451 en diciembre de 1998. La demanda de acceso y presencia en Internet crecerá notablemente a medida que las empresas entiendan que estos servicios representan una ventaja competitiva para los negocios o para el funcionamiento de su organización.

Los pequeños proveedores crean un entramado amplio en todo el territorio que permite a aquellas empresas que no poseen los medios técnicos ni humanos, y desean un trato personalizado e integral que en muchas ocasiones los grandes proveedores de acceso no ofrecen o no están interesados en ofrecer.

El número de usuarios residenciales debe crecer notablemente, dado el bajo número de usuarios en comparación con otros países de nuestro entorno, solo hay 13 abonados individuales por cada 1000 habitantes en España. La clave para este crecimiento dependerá fundamentalmente de tres aspectos.

Los datos obtenidos por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones ponen de manifiesto que, respecto a la conexión de los proveedores con Internet, el operador dominante es el que suministra en el 73% de los casos este servicio y el 88% de los proveedores optan por un único operador que suministre la conexión. La tendencia es que se incorporen nuevos operadores que ofrezcan conexión a Internet y los proveedores de acceso opten por diversificar sus líneas de acceso a Internet.

Respecto a la conectividad entre los usuarios y los proveedores, con la liberalización del servicio de acceso a información, han surgido nuevas ofertas en el mercado. Es pronto para valorar la incidencia de la liberalización, ya que sólo han transcurrido unos meses desde que ésta se produjo. Los proveedores han optado mayoritariamente por ofrecer la conectividad a través del sustituto de la extinta Infovía, InfovíaPlus. A ello ha contribuido el hecho de que no ha existido una alternativa real, debido a que el servicio Retenet de Retevisión es ofrecido sólo a los proveedores de esta compañía y la oferta del resto de operadores ha sido muy tímida.

Se detecta una falta de diversificación de tipo de conectividad por parte de los proveedores que incide en la calidad que se presta al usuario cuando existen problemas con el sistema de acceso a Información más usado. Solo el 49% de los proveedores ofrecen nodos propios como alternativa a los sistemas de acceso a información de los operadores globales de telecomunicaciones. A ello contribuye el hecho de que no siempre los usuarios pueden acceder con tarifa metropolitana a los nodos propios de los proveedores.

II.4.9 Comparativa intrasectorial y grado de competencia

Hablar de análisis de competencia en los distintos mercados que componen el sector de telecomunicaciones durante 1998 puede parecer, con sólo un mes de liberalización efectiva, un poco prematuro dado que, a pesar de la liberalización del sector, la competencia en la mayoría de los mercados es todavía muy incipiente. A pesar de ello, se tratará de dar una serie de índices que permitan dilucidar qué estructura competitiva tienen los mercados de los distintos servicios y, a la vez, sirvan como base para, en un futuro, analizar la evolución de la competencia en el sector y determinar la estructura organizativa hacia la que se converge en los distintos mercados.

Como indicadores del grado de competencia se utilizarán distintos índices de concentración. En este informe sólo se utilizarán índices de carácter estático. En años sucesivos, conforme se vaya disponiendo de información histórica sobre la evolución del sector, se añadirán índices de carácter dinámico.

A continuación, se explica brevemente la definición e interpretación de los índices utilizados. Finalmente, se calculan los índices de concentración y se analiza el grado de competencia con base en ellos. Nótese que el análisis del grado de competencia basado únicamente en índices de concentración es bastante limitado en su alcance aunque proporciona una idea general de la situación competitiva de cada mercado.

II.4.9.1. Definición de los índices de concentración utilizados

En el presente informe se van a utilizar los siguientes índices para medir la concentración de cada mercado del sector que nos ocupa.

Índice de Concentración (Ck): Suma de las cuotas de mercado de las k mayores empresas del mercado.

$$C_k = 100 \text{ x} \sum_{i=1}^k S_i$$

donde s_i es la cuota de mercado de la empresa i. El valor de este ratio está entre 0 y 100. Cuanto más cercano a 100 sea el valor de este índice mayor será la concentración del mercado en cuestión.

Dada la alta concentración que se registra en los mercados analizados, se utilizarán el C₂ y el C₄; esto es, los índices de concentración para las 2 y las 4 empresas con mayor cuota de mercado, respectivamente.

Número relevante de empresas (NRx): Número de empresas que concentran el x% de la cuota de mercado.

$$NR_{x} = \left\{ \min \left\{ k \right\} / \sum_{i=1}^{k} S_{i} \geq x \right\}$$

Para una determinada cuota de mercado x%, cuanto mayor sea el valor de este índice menor será la concentración del mercado.

Índice de Herfindahl (IH): Suma del cuadrado de las cuotas de mercado de todas las empresas de un mercado.

$$IH_{k} = \sum_{i=1}^{n} S_{i}^{2}$$

Su valor oscila entre 0 y 1. Un valor cercano a 0 indica baja concentración mientras que un valor cercano a 1 indica concentración alta. Este indicador será menor cuanto mayor sea el número de empresas y más equitativamente distribuidas estén las cuotas de mercado

Número equivalente de empresas de Adelman (NE): Número de empresas de igual dimensión que daría lugar al mismo IH de un mercado. Valores altos de este índice indicarán, por tanto, baja concentración.

$$NE = \frac{I}{IH}$$

Este índice permite interpretar el IH de una forma más intuitiva ya que mide el grado de concentración utilizando un concepto más palpable como es el número de empresas.

II.4.9.2. Análisis del grado de concentración

Los índices que a continuación se muestran se han calculado a partir de las cuotas de mercado de cada operador por facturación.

Mercado		Nº operadores.	C_2	C ₄	NR ₉₀	IH	NE
Telefonía fija	Metropolitanas					I	I
	Provinciales					0,9802	1,02
	Interprovinciales					0,8698	1,14
	Internacionales	4(1)	100		I	0,8872	1,12
	Fijo a Móvil					1	I
	Servicios de						
	Inteligencia de Red					I	I
Servicios móviles	Servicios de Telefon	ia					
	Móvil Automática	2	100		2	0,6058	1,65
	Servicios de						
	Radiocomunicación	19					
	en Grupo Cernado d	:					
	Usuarios	4(2)	100	100	2	NA	NA
	Servicios de						
	Radiobúsqueda	>3(3)	70	86	>3(3)	0,3624	2,76
Alquiler de circuito	6	2	100	-	1	0,9608	1,04
Transmisión de dat	los	>4	92	97	2	0,6695	1,49
Grupo cerrado de u	suarios	>5	94	98	1	0,8121	1,23
Transporte y	Transporte y difusió	n.					
difusión de señal	de señal audiovisual						
audiovisual	convencional	1	100		I	I	I
convencional	Contribución	2	100	-	2	0,7738	1,29
Provisión de servic	ios de acceso						
a Internet		125	-	88,2(4)	>20	0,0979(5)	10,21(5)
Servicios	Televisión en abier(?) 9(⁸)	60	100	4	0,264	3,78
Audiovisuales(*)	Telev. de pago	3	91	100	2	0,4486	2,22
TOTAL SECTOR	7)		69.8	77,7	8		

(1) Hay múltiples operadores de cable con escasa facturación. Para calcular los índices de concentración, dado que el análisis es de ámbito nacional, se consideran agregadas las cuotas de Retevisión y Euskaltel ya que sus coberturas son complementarias y excluyentes.

(2) Dos de ellas actúan a nivel regional (en concreto, una en Madrid y otra en

Galicia).

(3) Existen numerosos operadores de ámbito local. En el cálculo del IH se toman como una sola empresa. (4) C_{20} .

(5) Calculado a partir de las 20

mayores empresas.

(6) No se dispone de información de las emisoras de

radio.

(7) Cuotas de mercado medidas por ingresos por

publicidad.

(8) Para calcular los índices de concentración se consideran agegadas las cuotas de las dos cadenas de TVE (no se dispone de información desagregada). También se agregan las cuotas de las 6 operadores autonómicos al ser sus coberturas prácticamente complementarias.

(9) Indicadores de la concentración total en el sector. Dada laheterogeneidad de los servicios, su interpretación debe ser tomada con precaución.

II.4.9.3. Conclusiones

El 1 de diciembre de 1998 es una fecha clave en el sector de las telecomunicaciones en España. A partir de esta fecha queda liberalizado completamente el mercado de las telecomunicaciones y se permite la libre entrada de cualquier empresa que quiera operar en el mismo, salvo si desea operar utilizando el espectro radioeléctrico, considerado como recurso escaso con la tecnología actual.

A pesar de que la entrada de nuevas empresas ya se había producido con anterioridad a esta fecha, la situación

competitiva en la mayoría de los mercados que componen el sector de las telecomunicaciones es todavía muy prematura. Es previsible que esta situación cambie en breve, ya que son muchos los operadores que cuentan con título habilitante para empezar a operar en los distintos mercados.

El año 1998 ha sido un año de inversiones iniciales en el que los nuevos operadores han empezado a extender sus redes. Es previsible que este esfuerzo inversor se mantenga durante los primeros años de funcionamiento del libre mercado y se traduzca, en breve, en un mayor grado de competencia y en una estructura de mercado menos concentrada.

Como se refleja en la tabla, el número de operadores actuantes en los distintos mercados en 1998 es muy reducido (salvo en el caso de los proveedores de internet donde, dadas las especiales características del mercado y la escasa inversión necesaria para iniciar la actividad, ha habido una excesiva proliferación de agentes). La concentración en los distintos mercados es muy alta. Los nuevos operadores han empezado a erosionar tímidamente la cuota de mercado del, hasta hace poco único operador del mercado, si bien todavía es pronto para hablar de una situación de mercado realmente competitiva.

El grado de penetración de los nuevos operadores es distinto dependiendo de las características técnicas de cada mercado y de las necesidades de inversión para poder competir de igual a igual con otros operadores establecidos.

En la mayoría de los mercados más del 90% del volumen de facturación se concentra en uno o dos operadores. El Número Equivalente de Empresas está, en la mayoría de los casos, muy por debajo de 2, es decir, el grado de concentración es muy superior al que existiría si hubiera dos operadores con la misma cuota de mercado actuando en el mismo.

Por mercados, los menos concentrados son, además del de proveedores de internet, aquellos en los que la entrada de nuevos operadores se produjo con bastante anterioridad a 1998, como el de servicios de telefonía móvil automática y el de servicios de radiobúsqueda (que tiene una relevancia marginal dentro del mercado de servicios móviles), si bien aún distan mucho de ser considerados mercados poco concentrados.

En el mercado de telefonía fija, la cuota de mercado del segundo operador es todavía muy reducida. El grado de penetración es mayor en aquellos submercados donde lleva más tiempo operando (llamadas interprovinciales e internacionales) pero, en ningún caso supera el 7% de la facturación total de estos segmentos. La situación se mantiene si se mide la cuota de mercado por número de minutos cursados. Por otro lado, como es lógico dada la fecha en que comenzó sus operaciones, la presencia del tercer operador es residual. La concentración del mercado de llamadas internacionales no se corresponde completamente con la descrita por los índices de concentración, ya que existen operadores de "Call Back" así como otros operadores que facilitan el acceso a sus redes internacionales principalmente a empresas. Aunque de momento su participación se estima en torno al 1% en el mercado de llamadas internaciones, parecen tener un gran potencial de crecimiento entre las medianas y grandes empresas.

Finalmente, hay que añadir que la entrada en funcionamiento de los operadores de cable, que ofrecerán una alternativa al actual bucle de acceso del abonado, incrementará la competencia en este mercado.

En cuanto a los servicios móviles, el mercado de telefonía automático es el de más peso (los servicios de radiocomunicaciones en grupo cerrado de usuarios y de radiobúsqueda representan un 1% cada uno de la facturación total). Este mercado, que era un duopolio durante 1998, refleja signos de competencia (guerras de precios, diferenciación a través de la oferta de servicios complementarios, etc.). Ambos operadores han extendido considerablemente su red y poseen una cobertura similar. Además, se observa que la cuota de mercado de Airtel ha aumentado con respecto al año anterior. Si medimos las cuotas de mercado por número de minutos cursados, la cuota de Airtel es aún mayor de la que refleja su facturación (35% de minutos cursados frente al 27% de la facturación). La entrada de nuevos operadores y la continua expansión de este mercado auguran mejoras en los servicios ofrecidos y bajadas en los precios.

En los mercados de alquiler de circuitos y grupo cerrado de ususarios, el grupo Telefónica acapara gran parte del mercado. En el primer caso, la competencia provenía exclusivamente de Retevisión, situación que debería cambiar en los próximos años con la aparición de las nuevas infraestructuras de los operadores entrantes.

En relación a los servicios de transmisión de datos, se denota la presencia de operadores internacionales que ya han ganado cuota de mercado. Aunque en 1998 este mercado estaba claramente dominado por Telefónica Transmisión de Datos, los nuevos operadores pueden incrementar su presencia aprovechándose del gran potencial de crecimiento del mismo, debido sobre todo al fenómeno de convergencia de voz y datos basado en tecnología IP.

En cuanto al transporte y difusión de señal audiovisual convencional, es un servicio que se encuentra, en su mayor parte, en monopolio legal en favor Ente Público de la Red Técnica Española de Televisión.

El caso de los proveedores de internet es peculiar dentro del sector debido a sus especiales características. Como se ha visto, su peso en la facturación total del sector de las telecomunicaciones es escaso pero su importancia estratégica dentro del mundo de las telecomunicaciones parece muy grande. Por otro lado, su estructura es atípica: entre los mayores operadores por número de clientes aparecen empresas ajenas al mundo de la telecomunicaciones (en general, entidades bancarias) que ofrecen el servicio gratuitamente como complemento a su objeto de negocio.

Los grandes operadores de telecomunicaciones tienen importantes cuotas de mercado. Aunque ha habido una gran proliferación de proveedores en poco tiempo, se tiende hacia la concentración en torno a entidades que ofrecen el servicio de forma gratuita y a operadores tradicionales. De hecho, esta tendencia parece reflejar el hecho de que el verdadero interés de negocio en Internet no es explotar el acceso a la misma, sino los servicios que se pueden prestar una vez realizado éste. El inicio de la actividad de los operadores de cable, junto con la implantación del acceso asimétrico vía ADSL, modificará el escenario competitivo.

Los datos de concentración en el sector audiovisual han de ser tomados con precaución. La clasificación de las televisiones se ha hecho en función de la homogeneidad en la fuente de ingresos con el fin de facilitar la comparación entre operadores. Como indicador de concentración en el caso de las televisiones en abierto se utiliza los ingresos por publicidad; considerando las cadenas autonómicas como un único agente, se advierte que todos los participantes en este mercado tienen una cuota significativa. En cuanto a las cadenas de pago, se observa, como es de esperar, una fuerte diferencia de ingresos entre los agentes ya consolidados (como Canal +) y aquellos que durante 1998 han estado en fase de lanzamiento.

En definitiva, 1998 ha supuesto el año de la aparición de la competencia, lo que se refleja claramente en los indicadores expuestos, y en este sentido ha supuesto un verdadero hito. Pero, por supuesto, los efectos de tal aparición se irán notando conforme la competencia se vaya desarrollando más y los nuevos operadores consoliden su posición, lo que debería ocurrir en los próximos años. Desde este punto de vista, será 1999 el año en que se produzca la explosión de competidores en el sector, como lo prueba el número de licencias y autorizaciones concedidas por esta Comisión, y tal participación se habrá de notar tanto en el desarrollo de infraestructuras como en los índices de concentración propuestos.

III. DETERMINACION DE LA SITUACION DE COMPETENCIA EN LOS MERCADOS ANALIZADOS, DEFICIENCIAS ADVERTIDAS Y MEDIDAS QUE SE PROPONEN.

El artículo 26 del Reglamento de la CMT establece como uno de los contenidos del informe anual el análisis de la situación de las condiciones de la libre competencia en el mercado y las medidas para corregir las deficiencias advertidas.

Analizados los diferentes mercados en epígrafes anteriores, procede a continuación enfatizar algunos aspectos, los más evidentes, en los que las condiciones de competencia no son las idóneas, por diferentes razones, para que el mercado se desarrolle de una manera adecuada y con bases sólidas y eficaces.

No se pretende pormenorizar todas las posibles deficiencias advertidas en el desarrollo del mercado y de la competencia entre los operadores, sino tan sólo llamar la atención sobre algunas de las más importantes, y que previsiblemente exijan en los próximos meses una actuación de los órganos reguladores.

En este sentido, además de la identificación de deficiencias o dificultades en el desarrollo de la competencia, se avanzan en algunos casos propuestas de actuación y soluciones que, sin perjuicio de un análisis más detallado, caso por caso, pueden ser interesantes como una primera valoración a los efectos de un ulterior tratamiento de cada uno de los asuntos.

A efectos expositivos distinguiremos tres grandes mercados: el de la telefonía y explotación de redes de telecomunicaciones; el de los servicios audiovisuales; y , por la singularidad con que ha sido tratado en los últimos tiempos, aunque muy bien podría encuadrarse en el primero de los mercados enunciados, el mercado de INTERNET.

III.1 TELEFONIA Y EXPLOTACION DE REDES DE TELECOMUNICACIONES

III.1.1 Dificultades al desarrollo de la competencia en el mercado de telefonía fija como consecuencia del actual sistema de precios autorizados.

La teoría económica coincide en señalar que hay dos tipos de argumentos o razones que justifican el establecimiento de un sistema de regulación en un mercado: por una parte, la consecución de objetivos de carácter político que deben prevalecer sobre los intereses de los agentes del mercado (por ejemplo, el servicio universal); y, por otra, la existencia de fallos en el mercado, por comparación con el funcionamiento de un mercado con competencia al menos eficaz (workable competition).

La corriente de pensamiento que hoy día prevalece en la economía mundial mantiene respecto de la regulación de cualquier sector económico un enfoque "minimalista y de permanente justificación": la menor intervención posible, siempre proporcionada y sometida su existencia a un constante y completo análisis coste/beneficio frente a la alternativa de su eliminación, y dejar dicha actividad sujeta únicamente a las leyes de la competencia.

En este sentido, hemos de pensar que el ritmo y condiciones en que se ha abierto el mercado de la telefonía básica fue diseñado esencialmente para promover la introducción de una competencia sana y fuerte en todos los mercados del sector y para evitar los potenciales efectos negativos de una apertura abrupta y no regulada.

A lo largo del año 1998 se establecieron los cimientos del sistema de regulación (normas, instrumentos y autoridad de regulación), al tiempo que se iban introduciendo progresiva y secuencialmente, como se ha explicado, los dos operadores - Retevisión y Lince/Uni2 - a los que se ofrecía la oportunidad de entrar a competir con Telefónica, con un decalaje de varios meses entre los dos, en fecha anterior a la apertura definitiva del mercado, la cual tuvo lugar en la primera semana de diciembre.

Al igual que en la práctica totalidad de los mercados de otros países que se han venido abriendo a la competencia, los operadores entrantes inician su actividad comercial en el mercado de telefonía de larga distancia por diversas razones, las principales:

- Disponibilidad de redes alternativas a la del operador preexistente en algunos tramos.
- Mayor facilidad, en términos de volumen de inversión y de tiempo para realizar la inversión, para la instalación de redes propias de larga distancia frente a las dificultades de instalar redes locales y conseguir abonados directos.

A todas ellas, en el caso español, habría que añadir una más: los márgenes con que operaba Telefónica en estos servicios de telefonía de larga distancia en razón de la estructura y niveles de los precios a satisfacer por los consumidores. Márgenes que hacían enormemente atractiva y fácil la entrada en este mercado a operadores a los que no se imponía ninguna restricción o limitación en la determinación de sus precios.

Precisamente esta particularidad del caso español, exige detenerse un instante en los efectos que está produciendo en el desarrollo de la competencia en el mercado, no tanto en el de servicios de llamadas de larga distancia, que también, como en el de llamadas locales.

El sistema español de determinación de precios, basado en un régimen de autorización gubernativa, previo informe de la CMT, presenta rigideces de dos tipos:

- a) Coyunturales, en tanto que los precios autorizados comportan márgenes diferentes respecto a los costes entre los servicios de disponibilidad de acceso y de corta distancia (metropolitanos), y los de larga distancia con lo cual difícilmente las operadoras entrantes encuentran incentivos para competir en los servicios de corta distancia.
- b) Estructurales, ya que el sistema de precios autorizados por la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, que compromete directamente a la principal operadora con unos precios (fijos o máximos), determinados específicamente uno a uno para más de mil items tarifarios, no permite a las operadoras diseñar su propia política de precios basada en su experiencia o expectativas del coste de producción de cada servicio.

De lo anterior se derivan efectos múltiples en el funcionamiento de los operadores, tanto del que debe someter sus precios a autorización como de los competidores, que, a grandes rasgos podemos resumir en los siguientes:

- Desincentivación de las operadoras entrantes para ofrecer, a precios atractivos para sus clientes potenciales, los servicios de corta distancia metropolitanos que ofrecen muy escaso margen entre los costes variables de interconexión y los ingresos que de ellos obtendrían con cualquier volumen de captación de mercado.
- La tendencia a la especialización de los operadores entrantes en servicios de larga distancia, con márgenes mayores de lo justificado por los costes de producción, lo que les induce a estrategias comerciales desproporcionadas, muy costosas y difícilmente sostenibles a medio y largo plazo. En este sentido, la competencia real se plantea en torno a la captación de los clientes "vulnerables", esto es, las empresas y los residenciales de alto consumo, sin extenderse a la mayoría de la población.
- Falta de estímulo parar el desarrollo de las redes, tanto de los operadores entrantes como de los establecidos, en el tramo de despliegue del "bucle de abonado", salvo en áreas muy concretas y poco extensas en las que las actuales tarifas hagan atractivo dicho despliegue.
- Riesgo para los entrantes de que los actuales precios de interconexión establecidos, en la O.I.R. aprobada el pasado mes de noviembre, se vean incrementados con una tasa complementaria para cubrir el "déficit de acceso", que es una consecuencia directa del desequilibrio de los precios autorizados para los servicios finales.
- Dificultad para los operadores entrantes de proyectar su posicionamiento en el mercado como "proveedores globales" de todos los servicios, ya que podrían incurrir en un "mix de servicios" de margen medio negativo, al incorporar los servicios de corta distancia y disponibilidad de acceso.
- Problemas de diseño en el despliegue de red, al estar configurada una estructura tarifaria oficial poco racional de las llamadas (metropolitanas, provinciales e interprovinciales) distinta a la estructura latente de los costes de interconexión para los operadores entrantes (local, tránsito simple y doble tránsito).

Desde el punto de vista de la racionalidad económica, la incipiente liberalización del sector de las telecomunicaciones sigue aconsejando un cierto grado de vigilancia y control de los precios de los servicios finales, modificando el tradicional "sistema de precios autorizados", raíz de las barreras de entrada que hemos comentado. Un sistema alternativo, de regulación de los precios de los servicios finales, debería comportar las siguientes características:

- 1. "Precios de referencia máximos" (no precios autorizados), fijados por la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, con objeto de verificar a partir de ellos la sistemática traslación al mercado de las mejoras de productividad y eficiencia del sector, a través de la evolución de los precios de los servicios que fijen libremente las operadoras.
- 2. Precios libremente establecidos por las operadoras que lideran el sector, con sometimiento a los máximos de referencia establecidos según el apartado anterior, bajo la responsabilidad de las operadoras y verificables por el regulador "ex-post", con obligación y responsabilidad de publicidad por parte de las mismas a través de "catálogos de precios básicos controlados".
- 3. Establecimiento de parámetros objetivos de reducción obligatoria anual mínima de los precios medios de distintas "cestas" de servicios básicos fundamentales, definiendo con precisión, oficialmente, los ponderadores que cada elemento tiene en cada cesta, a fin de objetivar el cálculo de la evolución de los precios medios.
- 4. Replanteamiento de la tipología de servicios telefónicos, adaptándola a categorías relacionadas con la estructura técnica y funcional de la red telefónica.

Un sistema definido atendiendo a las características señaladas no sería otra cosa que el conocido en la literatura del sector, y en la práctica de algunos países avanzados, como "sistema price-cap", y resultaría eficaz para permitir, en un corto período de adaptación al mismo, la eliminación de las actuales deficiencias en el funcionamiento en el mercado, haciendo converger el precio de cada servicio, de forma natural y de acuerdo con la política comercial de las operadoras líderes y la reacción de los competidores, hacia los costes de producción de los servicios respectivos,

clarificando las debilidades/fortalezas y amenazas/oportunidades que habrán de servir de escenario estratégico a las operadoras motivadas a competir en el mercado .

En caso contrario y mientras se mantenga la actual estructura tarifaria del operador dominante, la entrada de operadores puede canalizarse exclusivamente hacia los servicios de larga distancia, que si bien momentáneamente pueden permitir a los nuevos operadores captar una cierta cuota de mercado sin consumir grandes esfuerzos en el empeño, en cuanto se produzca una cierta flexibilidad en las posibilidades de fijación de precios por parte del operador dominante, los competidores van a encontrarse con serias dificultades para mantener sus posiciones en el mercado.

Obviamente, la implantación de un sistema como el propuesto no puede hacerse ni de cualquier manera ni sin un estudio riguroso de las cuentas del operador dominante, tarea en la que el regulador ya está involucrado. Lo que sí urge es la iniciación de las actuaciones precisas para ir diseñando el sistema futuro de fijación de precios, abandonando el vigente de simple autorización.

III.1.2 La apertura de la red de acceso a los competidores.

Uno de los principales argumentos que se dan para justificar que no existe competencia en determinado tipo de servicios, como puede ser el de llamadas metropolitanas, radica en la inexistencia de redes de acceso alternativas a la del operador dominante.

Conceptualmente, la denominación "Red de Acceso" se asocia a la parte de una red de telecomunicaciones comprendida entre la Central Local de un operador y los domicilios de los abonados. En su versión más básica, esta red está compuesta por pares de cobre, agrupados en cables de diferente capacidad en función del número de usuarios servidos. Existe a su vez un conjunto de puntos de derivación, donde los cables de baja capacidad se unen para formar un cable de capacidad mayor a lo largo del recorrido ascendente desde los domicilios de los abonados hasta la central local, donde confluyen todos ellos. Se trata por lo tanto de una estructura en forma de estrella, que ofrece conectividad eléctrica entre cada abonado y la central local donde se realiza el tratamiento de sus llamadas [de ahí que frecuentemente se utilice el término "bucle de abonado" (del inglés "local loop") para referirse a las conexiones de esta red. Esta expresión se deriva de la tecnología analógica que se ha venido utilizando y se utiliza todavía para la realización de este último tramo comprendido entre el proveedor del servicio telefónico y el usuario finall.

Aunque la descripción anterior refleja la estructura de una gran parte de las redes de acceso instaladas en el pasado, no se corresponde con las arquitecturas actualmente existentes para este tipo de redes. En particular y en lo que respecta a Europa, durante los últimos años se ha seguido una tendencia consistente en una disminución del número de centrales locales, junto con una ampliación de capacidad. Esto ha motivado la sustitución o reconversión de numerosas centrales locales en concentradores remotos, situados entre los domicilios de los abonados y la central local "maestra". Este elemento de conmutación realiza la función de agrupar el tráfico proveniente de un cierto número de líneas de abonado hacia un número menor de circuitos que terminan en una central directora local, en la cual un órgano de conmutación similar desconcentra el tráfico hacia el número original de líneas. Además, la instalación de concentradores conlleva normalmente el despliegue de fibra óptica, dado que éste es el procedimiento más común para realizar la conexión entre el concentrador y la central local de la que depende. El resultado es una arquitectura mixta compuesta por tramos de pares de cobre y fibra óptica, característica de las modernas redes de acceso. Este nuevo tipo de red de acceso viene amparado por la definición incluida en la Recomendación Q.9 del UIT-T, que describe a la Red de Acceso como el "sistema realizado entre la central local (LE) y el usuario, que sustituye una parte o toda la red de distribución de línea local".

En cualquier caso, se ha seguido manteniendo la denominación "bucle de abonado" para referirse a las conexiones entre los abonados al servicio telefónico y la central local, aun cuando éstas no tengan ya lugar a través de un simple par de cobre e intervengan otros tipos de sistemas de transmisión y elementos de concentración, del tipo de los que intervienen en las modernas redes de acceso.

Acreditado que por el momento no existe una red de acceso alternativa, se baraja la posibilidad de proceder a la apertura a la competencia de la red de acceso del operador dominante.

La principal razón en favor de la necesidad de permitir que los nuevos operadores entrantes utilicen la red de acceso del operador establecido, es la baja penetración y limitada tasa de crecimiento de las redes de acceso alternativas, circunstancia que no se da únicamente en España sino en todo el ámbito europeo. A este respecto, cabe señalar los puntos siguientes:

- Los operadores establecidos dominan totalmente la provisión de redes de acceso fijas, contando con el 98% de la totalidad de conexiones de usuario disponibles (a efectos de este cálculo se exceptúan las redes móviles).
- La provisión de conexiones de banda ancha es muy limitada. Además, sus destinatarios son casi exclusivamente las redes corporativas de empresas, por lo que la oferta a usuarios residenciales es prácticamente inexistente.
- Aunque existe una amplia diversidad de redes alternativas utilizando distintos tipos de tecnologías, el número de conexiones totales se mantiene muy bajo. La única alternativa real al bucle de abonado son las redes móviles.

Otra razón adicional para permitir la utilización del bucle de abonado del operador establecido se encuentra en la necesidad de cumplir las obligaciones de acceso directo impuestas por la CMT en algunas de las licencias individuales otorgadas a los operadores entrantes. Dichas obligaciones consisten en la provisión de un determinado porcentaje de minutos de tráfico mediante acceso directo, en función de la cuota de mercado global de cada operador. Para poder cumplir esta obligación los operadores deberían poder contar con la posibilidad de utilizar redes de acceso existentes, sin necesidad de tener que contar cada uno con una nueva infraestructura de acceso.

Por último, la apertura de la red de acceso unida al derecho a la conservación del número permiten minimizar el impacto sufrido por los usuarios del servicio telefónico cuando decidan cambiar de operador. Además de conservar el número de teléfono, los usuarios podrán mantener la misma instalación interior existente en su domicilio y los equipos terminales correspondientes, sin que sea necesario el tendido de una red adicional.

Los datos anteriores sugieren la existencia de dificultades importantes a la hora de realizar el despliegue de redes de acceso alternativas. Dichas dificultades se ponen especialmente de relieve si se examina la situación de los países con mayor experiencia liberalizadora. Dos son los factores principales que actúan a modo de freno para las posibles inversiones en redes de acceso por parte de los nuevos operadores:

- Costes de desarrollo comparativamente más altos.

El operador establecido disfruta de "economías de escala", que le proporcionan ahorros significativos en la provisión de redes de acceso, respecto a los costes soportados por los nuevos entrantes. Este ahorro depende fundamentalmente de la densidad de líneas por kilómetro cuadrado existente en el área donde se va a proporcionar el servicio, siendo mucho mayor en el caso de un operador establecido que en el de un nuevo entrante. Los nuevos operadores entrantes encontrarían grandes dificultades para poder competir en este tipo de mercado de acceso con los operadores establecidos, dado que en un principio no disponen de una base suficiente de clientes como para que los costes bajen a un nivel comparable a los de estos últimos.

Este factor constituiría, por lo tanto, una verdadera barrera de entrada a la inversión en redes de acceso fijas para el mercado residencial. Las únicas alternativas en manos del nuevo operador entrante para mitigar en parte este problema son la utilización de tecnologías de muy bajo coste, tales como las redes de acceso por radio, y la provisión conjunta de otros servicios con los que compartir el coste de la inversión (caso de las redes de televisión por cable). Obviamente, esta última alternativa resultaría viable si los nuevos servicios fueran útiles o intercambiables con la telefonía.

En este sentido, la oferta en alquiler del bucle de abonado desagregado trataría de compensar las economías de escala de las que disfruta el operador dominante en relación con el tendido de nuevas infraestructuras alternativas al bucle de abonado.

- Cuotas de abono por debajo de costes.

Una de las razones que ordinariamente se dan es que , a pesar de los recientes reequilibrios tarifarios realizados en la mayoría de los países europeos, el importe percibido por los operadores establecidos en concepto de las cuotas mensuales de abono al servicio telefónico no es suficiente para permitir la recuperación de los costes originados por la explotación del bucle de abonado. Estos precios desincentivarían la entrada en el mercado de las redes de acceso, dado que los nuevos operadores deben recuperar los costes asociados a la red de acceso a través de los beneficios obtenidos de los servicios que se presten sobre ésta.

En España este factor, para ser estimado, debería venir acompañado de la adecuada justificación de la existencia de ese deseguilibrio.

Dicho lo anterior, se ofrecen varias posibilidades de apertura de la red de acceso, (comunmente conocida como acceso al bucle de abonado), y que puede clasificarse en dos grupos principales:

- 1. Oferta del bucle de cobre desagregado. Esta opción consiste en el alquiler de los elementos físicos del bucle de abonado o pares de cobre para su utilización por el nuevo operador en la forma que mejor se adapte a sus necesidades, debiendo éste añadir los equipos necesarios para realizar la transmisión de las señales entre el domicilio del abonado y la central local en la que se conecta. El operador establecido sería responsable únicamente de la integridad física del par utilizado.
- 2. Servicios de conectividad extremo a extremo. En este caso, el operador establecido proporciona al nuevo entrante el servicio completo de transmisión extremo a extremo. Este servicio es similar al que proporciona un circuito alquilado, con la diferencia de que se suministra entre un abonado y la central local o punto de presencia, donde el nuevo entrante coloca sus equipos. Este servicio puede a su vez dividirse en los siguientes:
- Alquiler de ancho de banda. El nuevo entrante dispone de un canal de transmisión totalmente transparente, siendo el operador establecido el responsable de garantizar la naturaleza y calidad del servicio prestado.
- Servicio de caudal de bits. En este caso, el operador establecido proporciona un servicio con conectividad digital extremo a extremo. Un ejemplo son los servicios que proporcionan capacidad de conexión para servicios de Red

Digital de Servicios Integrados. Otro caso importante lo constituyen los servicios de acceso asimétricos a alta velocidad, para los que el operador establecido instalaría y gestionaría los modems ADSL de la central y el resto de los equipos de transmisión necesarios.

- Acceso en modo Circuito Virtual Permanente. En esta opción, similar a un servicio de caudal de bits ADSL, se realiza un grado de procesamiento adicional, a fin de facilitar la conexión de los nuevos operadores entrantes. Ésta se lleva a cabo mediante protocolos de conmutación estandarizados, normalmente ATM, en puntos de conexión donde se concentra el tráfico de múltiples usuarios conectados a varias centrales de conmutación. En una realización práctica de este servicio, las líneas ADSL explotadas por el operador establecido, se conectarían, tras separarse el tráfico telefónico, a equipos multiplexores, desde donde se proveería el servicio de transmisión digital hasta los puntos donde se realiza la conexión con los nuevos operadores o proveedores de servicios, por medio de una red basada en Circuitos Virtuales Permanentes ATM.

Ventajas e inconvenientes.

A continuación, se presenta un breve resumen de las ventajas e inconvenientes asociadas a las dos categorías principales anteriormente expuestas.

1. Alquiler del bucle de cobre desagregado.

Bajo esta opción, el operador dominante ofrece al nuevo operador entrante el alquiler de los pares de cobre de su red de acceso, sin ninguna otra facilidad complementaria. Este último operador deberá añadir los equipos de transmisión necesarios para acondicionar la capacidad de los pares a los servicios que tenga previsto ofertar a sus abonados.

Ventajas:

- El nuevo operador dispone en principio de una gran flexibilidad a la hora de diseñar nuevos servicios, ya que puede adaptar la capacidad de transporte de la red de acceso a medida que se vayan desarrollando nuevas tecnologías de transmisión. Puede de esta forma diferenciarse del operador establecido y establecer su estrategia de despliegue de servicios de forma independiente.

Inconvenientes:

- La introducción de nuevas tecnologías de transmisión de datos de alta velocidad, tales como ADSL o HDSL, presenta problemas de interferencias con otros servicios, debido a las componentes de alta frecuencia generadas en las líneas. La solución de este problema requeriría la definición de procedimientos de coordinación entre los operadores que compartieran la utilización de una red de acceso determinada.
- Necesidad de desarrollar procedimientos que permitan establecer de forma objetiva qué pares de cobre tienen el nivel de calidad adecuado para poder soportar los nuevos servicios de datos de alta velocidad, así como mecanismos para que los nuevos operadores entrantes puedan acceder a esta información. A este respecto, las posibilidades de utilización de los circuitos para servicios de alta velocidad dependen básicamente de su longitud. Por ejemplo, la tecnología ADSL, que permite velocidades hasta un límite de unos 6 Mbit/s, puede implementarse sobre bucles con una longitud máxima de unos 6 kilómetros. En el otro extremo, la tecnología VDSL, cuya velocidad binaria se sitúa en un máximo de 52 Mbit/s, limita la longitud del bucle a un máximo de unos 300 metros.
- La estructura de las redes de acceso en Europa, en la que el bucle de cobre no está conectado directamente a la central local sino a concentradores remotos intermedios, hace que el nuevo entrante deba establecer un número relativamente grande de puntos de presencia si desea tener acceso a todos los abonados situados en el área de cobertura de una determinada central local.
- 2. Alguiler de conectividad extremo a extremo.

Mediante este sistema, el operador establecido ofrece al nuevo entrante un servicio de transmisión, analógico o digital, entre el domicilio del usuario y un punto de conexión que se localizará normalmente en una central local. En su modalidad más elaborada, este servicio puede incluir una red de transmisión y concentración intermedia hasta los puntos donde se realiza la conexión con los nuevos operadores o proveedores de servicios.

Ventajas:

- El operador establecido conserva la gestión global de su red de acceso, pudiendo continuar con el despliegue de los servicios previstos.
- Esta opción no desincentiva la inversión del operador establecido para la modernización de su red de acceso, dado que mantiene el control de la misma.
- Esta opción resulta ventajosa a la hora de garantizar la integridad global de la red y los servicios prestados sobre la misma. Permite asegurar la compatibilidad de las tecnologías de transmisión utilizadas, al realizarse una

planificación conjunta de las mismas por parte de un único operador.

- Se minimiza la posibilidad de que existan incompatibilidades entre los servicios prestados por los nuevos operadores entrantes. Por ejemplo, la introducción de nuevas tecnologías de banda ancha podría realizarse con equipos normalizados, facilitando la interoperabilidad de los servicios prestados.

Inconvenientes:

- Los nuevos operadores entrantes ven limitada su capacidad de introducción de nuevas tecnologías, dado que deben atenerse a los servicios de transmisión de que dispone el operador establecido. En este sentido, sus servicios básicos de transporte sobre la red de acceso no pueden diferenciarse de los que ofrece el operador establecido.
- Los nuevos operadores se ven obligados a seguir el calendario y prioridades de modernización de la red de acceso marcados por el operador dominante.
- La implantación de nuevas tecnologías en la red de acceso podría requerir obligaciones específicas sobre el operador dominante, caso de considerarse que su introducción resulta prioritaria para el mercado de los servicios avanzados de telecomunicación. Esto requeriría una compleja intervención regulatoria, en la que sería preciso definir el tipo, las tecnologías y los precios de los servicios de transmisión que el operador dominante debería proporcionar, así como los requisitos obligatorios para garantizar la cobertura de la mayor parte posible de la población.

OTRAS CONSIDERACIONES.

Efectos sobre la inversión en infraestructuras.

La posible existencia de una barrera de entrada al mercado de las redes de acceso no significa que deba existir automáticamente una intervención regulatoria como la propuesta. Hay que tener en cuenta que en los Estados miembros existen ya una serie de acciones encaminadas a fomentar la competencia en este sector, entre las que se incluyen el desarrollo y reacondicionamiento de las redes de televisión por cable, procedimientos de licencia para redes inalámbricas de acceso y la progresiva orientación a costes de las tarifas de las cuotas de abono y servicio telefónico local.

Uno de los inconvenientes que con más frecuencia se asocia a esta medida es su potencial efecto desincentivador en la inversión en nuevas infraestructuras de telecomunicaciones. Si los nuevos operadores tienen a su disposición la infraestructura de acceso del operador establecido a unos precios razonables, no tendrán ningún interés en realizar las cuantiosas inversiones requeridas para el tendido de una red de acceso propia. A su vez, los operadores establecidos tampoco se sentirán especialmente motivados a modernizar sus infraestructuras, dado que han de cederlas a terceros aplicando precios orientados a costes. El efecto a largo plazo sería la "congelación" de las infraestructuras de acceso actuales y la perpetuación de la intervención regulatoria en este área.

Sin embargo, también hay que considerar, de acuerdo con la experiencia de los Estados Unidos, que la existencia de una oferta de elementos de la red de acceso del operador establecido podría llegar a tener el efecto de incentivar la inversión en infraestructuras, al eliminar la primera barrera de entrada al mercado residencial y permitir que los nuevos operadores alcancen una masa crítica de clientes que justifique el tendido de su propia infraestructura de acceso. Esto es lo que, según el FCC está ocurriendo en Estados Unidos, donde los nuevos operadores alquilan la red de acceso hasta el momento en que disponen de un número de clientes que les permita obtener economías de escala similares a las que disfrutan los operadores establecidos. Siguiendo el razonamiento anterior, el alquiler de la red de acceso aceleraría la competencia en el mercado de los servicios de ámbito local, sin desincentivar el despliegue de infraestructuras alternativas a medio plazo.

Efectos sobre la modernización de la red del operador establecido.

La mayoría de los operadores, entre ellos Telefónica, han venido llevando a cabo un proceso de modernización de su red acceso, caracterizado por la reducción y sustitución de centrales locales de pequeño tamaño por concentradores remotos. El objetivo es que las funciones de conmutación residan en un número más reducido de centrales dotadas de mayores capacidades de desarrollo de servicios, optimizándose de esta forma el tiempo necesario para el despliegue de los mismos. Esta concentración ha venido acompañada de la progresiva sustitución de pares de cobre por sistemas de transmisión basados en fibra óptica.

La cesión en alquiler de elementos de la red de acceso de los operadores establecidos podría interferir con los planes de modernización anteriormente descritos, sobre todo en caso de que éstos se vieran obligados a ceder pares de cobre como elementos desagregados.

En este sentido y aunque no existe ninguna experiencia significativa en torno a la provisión de servicios de acceso del tipo "caudal de bits" digitales, es probable que éstos tuvieran unas repercusiones mucho menos negativas sobre los planes de modernización de las redes de acceso. La razón es que la gestión y el mantenimiento de la red seguiría siendo realizada por los operadores establecidos, por lo que podrían diseñar los planes de inversión necesarios para adaptarla a las necesidades derivadas de los nuevos servicios previstos en sus planes de negocio. Éste es otro elemento adicional a tener en cuenta a la hora de tomar la decisión sobre el tipo de servicio de bucle de

abonado a ofertar por los operadores establecidos.

- Ubicación de los equipos necesarios para la conexión.

Una vez establecida la modalidad de acceso al bucle de abonado, es preciso definir cómo y dónde podrán situar los operadores entrantes los equipos necesarios para realizar la conexión con la red de acceso del operador establecido. Pueden citarse a este respecto las siguientes alternativas:

- * Co-ubicación física. En este caso, el operador entrante dispone de un recinto en las dependencias del operador establecido, en régimen de alquiler, donde puede situar sus equipos. Aunque se trata de la opción que más seguridad presenta para el nuevo operador, es también muy costosa y lenta de implementar (70 120 días en el caso de los Estados Unidos).
- * Co-ubicación virtual. Similar al anterior, con la diferencia de que el operador establecido controla y mantiene los equipos instalados, aun cuando éstos sean propiedad del operador entrante.
- * Ubicación remota. Bajo esta opción, el nuevo entrante sitúa sus equipos en una ubicación remota desde la que parten los circuitos de conexión hasta el repartidor del operador establecido. El inconveniente de esta modalidad puede ser que su precio puede hacerla inviable para algunos operadores.
- Procedimiento operativo para el cambio de abonado.

El proceso de transferencia del bucle de abonado desde un operador a otro, trae como consecuencia no deseada que el abonado experimente una interrupción del servicio durante un determinado intervalo de tiempo, que dependiendo de su duración, podría resultar inaceptable para los usuarios, terminando éstos por renunciar al cambio de operador.

Entre las estrategias para minimizar este problema, pueden citarse las siguientes:

- * Exigir a los operadores establecidos el cumplimiento estricto del principio de no discriminación en lo que respecta a la provisión, reparación y pruebas de los bucles de abonado.
- * Establecer regulatoriamente un límite superior máximo del tiempo de interrupción admisible durante la operación de cambio de operador.

Las ideas anteriores tan sólo pretenden ilustrar sobre las posibilidades que ofrece la apertura de las redes de acceso y la necesidad de afrontar cuanto antes un estudio serio y riguroso de la manera en la que pueda producirse esa apertura, más allá de puntuales soluciones destinadas a resolver problemas coyunturales. Este estudio, adaptado a las necesidades del mercado español, resulta más necesario si cabe a la vista de las tendencias que se advierten en el ámbito europeo, en las que las soluciones anteriores ya están esbozadas, y que pueden concluir en la implantación de un sistema particular ajeno a los intereses y exigencias de las redes españolas.

III.1.3 Otras dificultades para el desarrollo de la competencia en el mercado de telefonía fija.

Durante 1998 se produjo la ruptura definitiva del monopolio para la prestación del servicio telefónico básico que hasta la fecha tenía reconocido Telefónica, constituyendo el punto de partida para la entrada de nuevos operadores en dicho mercado.

No obstante, a lo largo de este período se detectaron ciertas dificultades a la entrada de dichos operadores telefónicos. Nos referimos, por un lado, a las dificultades advertidas a la hora de alcanzar acuerdos de interconexión con el operador dominante. Por otro lado, se reconocen incertidumbres de los nuevos operadores con respecto al marco regulatorio, lo que, si no impide, al menos dificulta la elaboración de estrategias comerciales a largo plazo.

A) Superación de los problemas existentes para la interconexión de las redes de los operadores establecidos y los entrantes.

La Interconexión constituye uno de los pilares básicos del proceso de apertura del mercado telefónico. Y ello porque en ausencia de unas condiciones técnicas, económicas, y de plazo adecuadas en el suministro de la interconexión, los nuevos operadores telefónicos no podrían acceder a los usuarios, con el fin de ofrecerles sus servicios.

Definir las condiciones de interconexión y operar satisfactoriamente redes diferentes en el mismo territorio e interconectadas, exige superar grandes dificultades que hasta la apertura de los mercados a la competencia no habían sido contempladas. En efecto, la interconexión de redes nacionales en puntos bien controlados de interconexión internacional, que ha sido el modelo histórico sobre el que se ha construido una gran experiencia, no permite abordar muchos de los problemas y cuestiones que surgen cuando dos o más redes cubren el mismo territorio e intentan competir por los mismos clientes en un escenario mucho más entrelazado de técnicas, de redes y de mercados.

Durante las negociaciones llevadas a cabo en 1998 para alcanzar acuerdos con Telefónica, se han manifestado ya

algunos de los problemas que han debido superar los nuevos operadores. Estas negociaciones han sido frecuentemente dilatadas, aplazadas e interrumpidas, en la mayoría de las ocasiones, por discrepancias interpretativas de las normas que rigen la interconexión y el acceso a redes.

Cabe señalar a este respecto, las discrepancias surgidas entre Telefónica y los operadores entrantes con respecto al número de puntos de interconexión que ésta debe ofrecer a los operadores, la exigencia de ser titular de una licencia individual para iniciar las negociaciones y, en general, a los plazos y procedimientos del proceso de negociación de los acuerdos. En particular, para la formalización de acuerdos de confidencialidad previos a la iniciación de las negociaciones, para la implantación de los puntos de interconexión, así como los plazos para formalizar el acuerdo de interconexión.

Un segundo factor que se advierte en materia de interconexión, en particular, a partir de diciembre de 1998, es la falta de aplicación efectiva de la Oferta de Interconexión de Referencia del operador dominante. Por Orden de 29 de octubre de 1998, el Ministerio de Fomento aprobó la Oferta de Interconexión de Referencia formulada por Telefónica, S.A. con las modificaciones en ella introducidas por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. La Oferta de Interconexión de Referencia consiste básicamente en una oferta de mínimos, que contiene los servicios, condiciones y precios de interconexiones desglosados, a la que se vincula el operador dominante - respetando, en todo caso, la libertad de negociación entre las partes -, y a la que podrán acogerse aquellos operadores con derecho a interconexión. La aplicación de la Oferta aumenta la probabilidad de concluir un acuerdo de interconexión en un plazo razonable, garantizando la existencia de una competencia efectiva en el mercado de las telecomunicaciones.

La Orden del 29 de octubre dispuso que ésta produciría efectos a partir del 30 de noviembre. La mayoría de los acuerdos de interconexión suscritos a lo largo de 1998 se formalizaron con anterioridad a dicha fecha, sobre la base de la vigente Orden Ministerial de 18 de marzo de 1997. Los acuerdos de interconexión suscritos a partir del 1 de diciembre de 1998 tampoco se han basado en la Oferta, la cual fue por lo demás recurrida ante los Tribunales por la propia Telefónica.

Nada impide que las partes puedan negociar términos y condiciones de interconexión distintos a los previstos en la Oferta. No obstante, este hecho pone de manifiesto una cierta caracterización de las dificultades que durante la primera fase de apertura de este mercado, se producen a la hora de negociar los acuerdos de interconexión: la preponderancia del poder de negociación del operador dominante y los equilibrios de intereses a los que se enfrentan los nuevos operadores. Éstos claramente optan por alcanzar acuerdos de interconexión con celeridad con condiciones, que por ser mejor aceptadas por el operador dominante, les permiten un funcionamiento con menores dificultades prácticas, desde el principio, aún a costa de obtener mejores precios de interconexión.

Los referidos obstáculos a la entrada de nuevos operadores en el mercado telefónico se producen en similares términos en otros países europeos. De hecho, en la Comunicación relativa al Cuarto Informe sobre la aplicación del conjunto de medidas reguladoras de las telecomunicaciones, la Comisión Europea ha puesto de manifiesto las dificultades y conflictos que se están produciendo en las negociaciones de interconexión en la mayoría de los países de la Unión Europea (Bélgica, Alemania, Francia, Austria, Dinamarca y Suecia).

Se ha de subrayar, finalmente, que la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones es el órgano encargado de velar por la libre competencia en el mercado de las telecomunicaciones, en particular, en relación con el acceso e interconexión de redes. Adicionalmente, es la autoridad encargada de resolver los conflictos que se susciten entre operadores en materia de interconexión. No obstante, hasta la fecha muy pocas discrepancias han sido recurridas por los operadores entrantes ante la Comisión, y cuando en alguna ocasión así ha sido, los interesados han desistido de su petición, lo que demuestra la preponderancia del poder de negociación del operador dominante.

B) Incertidumbre con respeto a la regulación.

Como se ha apuntado, otra dificultad para la entrada de nuevos operadores en el mercado telefónico es su falta de predictibilidad de los acontecimientos regulatorios que les afectarán a medio y largo plazo. Esta falta de previsión y, por tanto, la incertidumbre que genera, se deriva tanto del desconocimiento de la posición jurídica del operador dominante como de la propia posición jurídica de los nuevos operadores telefónicos.

Evidentemente, mucho se ha avanzado en la regulación y además en un corto espacio de tiempo. No obstante, la incipiente apertura a la competencia y la entrada de nuevos operadores, va poniendo de manifiesto nuevas necesidades y apunta a la conveniencia de despejar algunas incógnitas que se van presentando en el camino de la liberalización.

En este sentido, para la estrategia comercial de todos los operadores resulta de suma importancia conocer, con la mayor exactitud posible, la posición jurídica que ocupa el operador dominante en el mercado. En este sentido, será muy importante el cumplimiento de las previsiones establecidas en la Disposición Transitoria octava de la LGTel sobre el Contrato del Estado con Telefónica de España, S.A..

El apartado 2 de esta Disposición establece que a efectos de fijar el contenido de los derechos y obligaciones determinados en el título concesional, el Gobierno, previa audiencia de Telefónica e informe de esta Comisión, adoptaría el oportuno acuerdo. A este respecto, mientras no se adopte el acuerdo del Gobierno fijando el contenido

de derechos y obligaciones de Telefónica como operadora de servicios de telecomunicaciones, Telefónica y sus competidores están obligados a actuar en una situación de inseguridad jurídica.

La incertidumbre de los operadores entrantes en el mercado telefónico resulta también patente si se analiza su propia situación jurídica con respecto a las cargas y obligaciones que les impone la regulación sobre el servicio universal.

Los operadores titulares de licencias para la prestación del servicio telefónico deben cumplir las obligaciones de servicio público que les sean de aplicación, de acuerdo con lo establecido en la LGTel y el Real Decreto 1736/1998, de 31 de julio. Por lo que respecta al servicio universal, la Disposición Transitoria Tercera de la LGTel prevé que, hasta el 31 de diciembre del 2005, sea Telefónica el operador dominante designado para prestar el servicio universal. La Disposición Transitoria Primera del mencionado Real Decreto establece que la prestación del servicio universal por Telefónica dará lugar a contraprestación a partir del 1 de diciembre de 1998.

No obstante, a día de hoy los operadores entrantes desconocen cuál es el coste neto de la prestación de la obligación del servicio universal, y cuándo y en qué cuantía deberán contribuir a su financiación. La cuantificación de la aportación que cada operador telefónico estará obligado a financiar es objeto de un largo y complicado proceso de determinación. En principio, durante el año 1999 Telefónica deberá presentar, sobre la base de los criterios fijados por la CMT, el sistema de contabilidad de costes que va a aplicar y que deberá ser aprobado por la Comisión. Posteriormente, la Comisión determinará si la obligación de prestación del servicio universal implica un coste neto y una desventaja competitiva o no para Telefónica. En el primer caso, la Comisión establecerá las aportaciones que correspondan a cada uno de los operadores con obligación de contribuir, sobre la base de los ingresos brutos de explotación de cada operador y proporcionalmente al volumen total de su negocio.

Adicionalmente, los nuevos operadores desconocen los criterios y mecanismos de imposición de las demás obligaciones de servicio público a las que estarán sujetos. Así, por ejemplo, el Real Decreto relativo al servicio universal desarrolla lo previsto en el artículo 40.2 b) de la LGTel, pero sólo en lo que respecta al servicio de líneas arrendadas y al de red digital de servicios integrados. Todos los demás servicios que, según el artículo 40.2.b) de la LGTel, pueden ser incluidos en la categoría de servicios obligatorios (transmisión de datos, servicios telefónicos avanzados, etc.), han de ser aún objeto de desarrollo reglamentario por parte del Gobierno, que deberá designar los operadores obligados a suministrar cada tipo de servicio o los criterios y procedimientos para su determinación.

Lo mismo sucede con el resto de obligaciones de servicio público. Según el artículo 42 de la LGTel, el Gobierno podrá mediante Acuerdo del Consejo de Ministros, imponer otras obligaciones de servicio público a los nuevos operadores telefónicos por razones de cohesión territorial o de extensión del uso de nuevos servicios y tecnologías a la sanidad, a la educación y la cultura.

Por lo que se refiere a las obligaciones de calidad para la prestación del servicio telefónico, éstas son las establecidas en los títulos concesionales o en las licencias individuales. En septiembre de 1999 finaliza, según establece la Disposición Transitoria Primera, el período de acomodación de dichos titulares a las exigencias de calidad previstas por el Ministerio de Fomento mediante Orden. Mientras tanto, los operadores telefónicos no conocen las nuevas condiciones y objetivos de calidad, ni los sistemas de medición que se aplicarán.

En definitiva, la necesidad de una normativa que deberá ser elaborada y aprobada por el Ministerio de Fomento y de decisiones que deberán ser aprobadas por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, con las cargas y obligaciones que conllevará para los operadores entrantes, dificulta la elaboración de estrategias comerciales a medio y largo plazo y, en suma, afecta a su capacidad de competir.

III.1.4 Telefonía móvil: estado de los precios

El mercado de la telefonía móvil en España, al igual que en el resto de Europa, ha experimentado un gran crecimiento durante el ejercicio 1998, como así lo demuestran las cifras ampliamente publicadas por las operadoras relativas al número de abonados a 31 de diciembre de 1998 (7.051 miles de clientes) y porcentaje de penetración conseguido (18 %), lo que supone un ritmo de crecimiento respecto a 1997 cercano a un 63% y sobre el 7% de penetración del año anterior. Las previsiones actuales de crecimiento del sector para los próximos años son aún más optimistas. Todo ello parece indicar que la competencia entre las dos compañías de telefonía móvil operantes en este mercado en 1998, ha funcionado de forma favorable con efectos saludables en el mercado, incrementándose a partir de ahora con la presencia de un tercer operador. Sin embargo es necesario analizar más detalladamente algunos de los posibles factores determinantes de éste crecimiento:

- Marketing y publicidad. Las empresas de telefonía móvil se encuentran en los primeros puestos del ranking de empresas con mayor inversión en publicidad en 1998, consiguiendo una mayor aceptación de los móviles en la población en general. Se han ampliado los métodos de distribución de la oferta de productos a través de grandes superficies y supermercados y no únicamente a través de tiendas especializadas, provocando un mayor conocimiento e introducción de los móviles. Un ejemplo claro de ello son los contratos pre-pago, elemento clave del crecimiento de clientes y penetración del mercado durante 1998. Esta modalidad evita el pago de una cuota de abono mensual a cambio de unos precios por servicio medido en ocasiones más caros, facilitando el uso de móviles a personas que por su bajo volumen de uso y menor garantía crediticia no podrían acceder el servicio móvil post-pago. Actualmente las tarjetas pre-pago suponen entre un 65% y

un 70 % de los nuevos clientes, convirtiéndose en una buena alternativa a los servicios post-pago.

- Calidad y cobertura de la red. En 1998 se ha llegado a conseguir por ambas operadoras una cobertura cercana a un 98% de la población con tecnología digital, y los niveles de calidad en cuanto disponibilidad de red y eficacia de señal están entre los mejores del entorno europeo.
- Incremento de servicios. Los servicios de valor añadido como el correo de voz, transmisión de mensajes, banca telefónica, información, transmisión de datos, etc., han incrementado las aplicaciones de los móviles. La diversificación de servicios complementarios de los móviles en España actualmente cubre la totalidad de las prestaciones que se ofrecen en cualquier país europeo.
- Precios. El factor de reducción de precios como determinante para conseguir un crecimiento del mercado ha sido el menos utilizado por las operadoras en España. La tendencia en el mercado español no ha consistido en reducir los precios de los contratos o paquetes existentes a principios de año, sino más bien en el lanzamiento de nuevos contratos con precios más reducidos en determinados aspectos (horarios, ámbitos, etc..), y dirigidos a segmentos más específicos del mercado. Ello ha provocado la existencia de amplios catálogos de precios y contratos que, lejos de hacer más transparente la oferta, inducen a mayor confusión a los usuarios, exigiendo a éstos una especialización en el momento de elegir el contrato que mejor se adecua a su consumo.

En este punto debemos comentar la excepción de la telefonía móvil con tecnología analógica, que sí ha reducido los precios de los contratos existentes en virtud de la Orden de 31 de julio de 1998, dado que se mantiene el sistema de fijación de los precios por la Administración. Esta reducción se fundamenta en permitir una competencia leal con el servicio GSM, que se considera suficientemente desarrollado en 1998 y que ya no se considera necesario proteger, teniendo en cuenta el tiempo transcurrido y que ha desaparecido la amenaza que en un primer momento pudo suponer el monopolio del servicio de telefonía móvil analógica. Se han establecido unas tarifas mínimas y máximas para todos los conceptos que han dado lugar a las reducciones de precios siguientes: cuota de alta (aprox. 65%), cuota de abono mensual (aprox. 10%) y servicio medido (según los contratos aprox. 15-20%). Adicionalmente se permite la posibilidad de ofrecer contratos tipo pre-pago de forma similar a la telefonía móvil automática digital. Estas medidas de reducción de precios han permitido terminar el año 1998 con 850.000 clientes, manteniendo un ritmo moderado de sustitución de la tecnología analógica.

Como consecuencia de que la tendencia en el establecimiento de precios ha consistido en la introducción de nuevos contratos dirigidos a segmentos específicos del mercado (provincial, tarjetas pre-pago) con estructuras tarifarias diversas, la comparación de precios entre años resulta compleja de realizar, por lo que es necesario utilizar otros indicadores para analizar la evolución de precios en el mercado. A continuación detallamos los indicadores que nos permiten ver la no muy importante reducción de precios habida en el conjunto del mercado durante 1998.

Conceptos	1997	1998	% Variación
Pesetas por abonado/año	84.000	76.000	-9%
Pesetas por llamada	162	142	-13%
Pesetas por minuto real*	91	85	-6%

^{*} Hay que destacar que el indicador se ha calculado sobre los minutos aire (tiempo real de comunicación) y no sobre los minutos facturados, es decir, no se ha considerado el efecto de redondeo al facturar todavía los móviles por minuto o fracción. Aproximadamente dicho efecto redondeo se sitúa en torno a un 25% sobre los minutos reales.

Por otra parte, el sector de la telefonía móvil ha obtenido una buen rentabilidad durante el ejercicio 1998. Airtel ha pasado de una situación de pérdidas de 13.924 millones de pesetas en el ejercicio 1997 a obtener unos resultados positivos estimados en 4.280 millones de pesetas y Telefónica Móviles ha incrementado el resultado del ejercicio un 188%, aportando los mejores resultados al grupo Telefónica (un 34% del resultado consolidado).

De todo lo anterior, resulta una conclusión: la existencia de un duopolio en el mercado de telefonía móvil en España ha permitido un extraordinario desarrollo del mercado, al tiempo que ha mantenido unos crecidos márgenes, fruto

de la reducción de costes unitarios que acompaña al desarrollo del mercado y que tarda en trasladarse hasta el consumidor final.

Varias son las posibilidades que se ofrecen para impulsar una actuación efectiva por parte de los órganos reguladores en el objetivo de reducir los precios:

- Incrementar el número de competidores en el mercado. En el año 1999 se ha producido la entrada de un tercer competidor, que se espera pueda provocar algún descenso en los precios, aunque nunca de manera significativa, dadas las condiciones de interconexión acordadas y la necesidad de sufragar las inversiones cuantiosas que la entrada en el mercado de telefonía móvil implica.

Podría promoverse la entrada de un cuarto competidor, decisión nada sencilla, dadas las limitaciones que supone la utilización de un recurso escaso como es el espectro radioeléctrico, y la política seguida hasta la fecha de otorgar un período de tiempo a cada nuevo agente que se introduce en el mercado de telefonía móvil para recuperar las inversiones comprometidas.

- Promover una nueva estructura de los mercados, de tal forma que donde la competencia sea reducida por limitaciones derivadas del uso del espectro radioeléctrico, es decir en el despliegue y explotación de la red formada por estaciones base, concluya la actividad y negocio de algunos operadores y se habilite el uso de la capacidad así constituida para operadores de servicios que compitan para ofrecer productos de telefonía móvil al consumidor final.

Se trataría de operadores desligados de los tradicionales operadores de móviles y que se introduzcan en el mercado asumiendo riesgos propios, con su propia marca comercial y aprovechando las posibilidades que hoy ofrecen los márgenes en los precios de los servicios.

- Intervención del regulador en los precios de interconexión. Ya en la OIR de Telefónica se ha producido una significativa reducción de los precios de interconexión aunque sus efectos se demoren en principio hasta el mes de julio de este año-, que debería provocar una significativa reducción de costes para los operadores y, al tiempo y si los mecanismos del mercado funcionan correctamente, una sensible reducción de precios finales.
- En cualquier caso, y teniendo en cuenta que hasta la fecha la intervención en la interconexión se ha limitado a la que se produce para la prestación de servicios fijo móvil los ofrecidos en la OIR de Telefónica -, parece una buena línea de trabajo continuar profundizando en el estudio de los costes de los servicios móviles no sólo para la interconexión sino para el resto de aspectos básicos, de entre ellos y singularmente la fijación de precios.

De todas las soluciones que se proponen, y en lo que a esta CMT incumbe, en los próximos meses se tratará de profundizar en dos de ellas, que se antojan por otra parte eficaces y mínimamente intervencionistas: la entrada de operadores alternativos, en mercados como la reventa; y el análisis de los costes, principalmente para determinar precios de interconexión debidamente orientados al coste real de la prestación de este servicio.

III.1.5 Equiparación fijo-móvil. Mercado limitado.

El sector de la telefonía móvil en Europa ha experimentado un crecimiento singular a lo largo del pasado año. Según datos de la Comisión Europea, este crecimiento alcanzaría el 65% en términos de números de usuarios, contabilizando un total de 74 millones en los quince países de la Unión. La reducción de los precios, la introducción de nuevas formas de pago, la mejora de la calidad percibida de la voz y de la funcionalidad del servicio están haciendo que la telefonía vocal móvil compita cada vez más y mejor con la telefonía vocal fija, hasta el punto de llegar a convertirse en una opción de servicio sustitutivo e incrementando la competencia global en el mercado de las telecomunicaciones.

La demanda de comunicaciones móviles, por otro lado, está incentivando desarrollos tecnológicos e iniciativas comerciales que tienden a conducir al mercado hacia una situación de integración de servicios fijos y móviles. Un ejemplo paradigmático de los primeros es el desarrollo e introducción de los sistemas móviles de tercera generación, tipo UMTS, que se espera sea una realidad en Europa en torno al año 2002. Otro buen ejemplo es la fabricación de terminales multi-banda y multi-modo, que utilizan indistintamente redes celulares o otras redes inalámbricas y que contribuyen a diluir las separaciones entre servicios celulares e inalámbricos y entre terrenales y satelitales.

Más cercana en el tiempo, de hecho una realidad ya, aunque de forma embrionaria en muchos países —entre ellos España-, es la aparición en el mercado de ofertas comerciales fijo-móvil, en las que la integración se produce en el interfaz con el usuario en vez de en las infraestructuras. La integración puede resultar atractiva, tanto para el operador como para el usuario, como lo demuestra la demanda de este tipo de servicios allí donde se han ido ofreciendo. Resulta atractiva para el operador, por cuanto la oferta integrada de ambos servicios supone una ventaja competitiva, una mayor fidelización del cliente, la posibilidad de aprovechar sinergia en la comercialización y en la administración y atención al cliente, y un conocimiento de su gasto total en telecomunicaciones. Lo es para el usuario, pues le permite disponer de un solo número de teléfono, una única factura, previsiblemente precios más bajos, si el operador le traslada parte del ahorro en costes, y el acceso a una gama más amplia de servicios. Por ejemplo, la integración fijo-móvil permite al usuario de la telefonía móvil el acceso a servicios de datos e Internet a un nivel y a unos precios que no serían posibles de no contener el paquete el componente fijo.

En términos generales, el tratamiento que se da a la telefonía móvil en la legislación europea, y por ende en la española, es muy diferente al que se da a la telefonía fija. Podemos afirmar que la legislación actual no tiene en cuenta en absoluto la tendencia del mercado a producir la sustitución de los servicios fijos por los móviles, ni la integración de los dos servicios. Un hecho, no obstante, claramente identificado por parte de los reguladores y de la propia Comisión Europea, que lo incluye como uno de los temas importantes a considerar dentro del proceso de revisión de la legislación, que comienza este mismo año. Esta diferencia de trato se concreta en aspectos tales como la imposición de obligaciones en función de la posición en el mercado, la aplicación de derechos y obligaciones de interconexión e itinerancia ("roaming"), la provisión de acceso indirecto a teléfonos móviles y la preselección de operadores, y la regulación de los precios, entre otros.

Si bien no se pueden anticipar aquí los resultados de esta revisión, que además de los aspectos que estamos tratando en este punto deberán considerarse también otros como el aumento del grado de competencia en los mercados, la convergencia de los medios y la aparición de nuevos servicios y tecnologías, sí cabe señalar una realidad que deberá tener en cuenta y que, en cualquier caso, está ya presionando sobre el esquema regulatorio actual

Como acabamos de ver, la integración fijo-móvil, que responde a una demanda real de los usuarios, tanto en el segmento empresarial como en el residencial, trae beneficios y ventajas a todos los implicados. Sin embargo, plantea una consideración en el ámbito regulatorio relacionada con la limitación en los recursos naturales que precisan los operadores de móvil para ejercer su actividad: el espectro radioeléctrico. A diferencia del sector de la telefonía fija, donde no existe otro límite al número de agentes que aquel que el mercado sea capaz de acomodar, en el sector de los móviles este número viene limitado por la disponibilidad de espectro. La integración fijo-móvil pone así en situación de ventaja competitiva en el mercado de las telecomunicaciones a aquellas compañías que disponen ya de licencia de móvil. La futura regulación deberá tener en cuenta esta situación y asegurar, en la mayor medida posible, la igualdad de oportunidades entre los agentes. Estas medidas podrían incluir desde obligaciones de interconexión e itinerancia que permitieran la aparición de agentes como "operadores virtuales de redes móviles", hasta la de separación de cuentas y aplicación del principio de no-discriminación. En cualquier caso, la regulación deberá posibilitar que los usuarios puedan acceder a un conjunto consistente de servicios desde cualquier terminal fijo o móvil, a través de cualquier punto de acceso compatible. O dicho en otros términos, el marco resulatorio deberá ser más neutro en término de redes y tecnologías, para centrarse más en la regulación de los servicios.

De cualquier modo, el efecto que obligaciones regulatorias adicionales pueda tener sobre las inversiones futuras en servicios y redes móviles y en la aparición de nuevos servicios, en concreto en la introducción de la tercera generación, deberán también ser tenidos en cuenta.

III.1.6 Competencia imperfecta, consecuencia de la existencia de redes eléctricas y utilities.

De lo expuesto en la evolución del sector de telecomunicaciones del año 1998, el año en el que se abre el mercado y se aplica el nuevo régimen de licencias y autorizaciones, se ha constatado el hecho de que ninguna de las empresas de servicios públicos (las llamadas "utilities") que disponían de redes de telecomunicaciones para los servicios auxiliares a su objeto esencial, como son las empresas eléctricas, las de gas, los ferrocarriles, etc haya solicitado ningún tipo de licencia.

Repasando el esquema del régimen español de licencias, se advierte que recoge un tipo especial, el tipo C, que parecería estar especialmente diseñado para que este tipo de entidades aportaran al mercado español toda su capacidad de transmisión excedentaria; esto es para que pudieran ceder o alquilar sus medios de transmisión, incluida la fibra óptica, sin equipos de conmutación o terminación. Y, aún más, para interesarles en ampliar y diseñar nuevas redes específicamente para el mercado de telecomunicaciones como un operador más y no pensando únicamente en sus necesidades para los servicios auxiliares al principal.

Por otra parte se da la circunstancia de que antes de la apertura del mercado y durante muchos años, esas mismas empresas venían solicitando insistentemente en todas las instancias públicas, nacionales y comunitarias, que se les ofreciera la oportunidad de que pudieran ofrecer a terceros esa capacidad excedentaria de sus redes (lo que en la jerga comunitaria se venía en llamar las "redes alternativas").

La necesidad de obtener una licencia para el ejercicio de esta actividad – que implica una forma de explotación de una red pública de telecomunicaciones – no es baladí : se pretende evitar situaciones de discriminación respecto de otras operadoras (las que desarrollando la misma actividad sí recaban una licencia de telecomunicaciones),la garantía del respeto a la legalidad vigente; y una adecuada conformación del mercado, en el que estén perfectamente identificados los agentes que en él intervienen, clarificando sus derechos y obligaciones, dentro de un marco de libre y leal competencia entre ellos.

- De no encauzarse sus actividades a través de la obtención de la oportuna licencia, se podrían producir efector perniciosos para el mercado, entre otros:
- El aludido tratamiento discriminatorio en la aplicación de la regulación (unas entidades siguen las reglas del juego y otras no).
- Ocultación de una eventual existencia de derechos exclusivos o especiales.

- Ocultación de eventuales subvenciones cruzadas entre servicios de telecomunicaciones y otros servicios.
- Imposibilidad de control por parte de los organismos reguladores del conjunto de obligaciones establecidas por la legislación sectorial de telecomunicaciones, y que están previstas para quien reúna la condición de operador de telecomunicaciones, teniendo en cuenta que esta condición se adquiere al obtener un título habilitante otorgado por la autoridad competente.

Esta Comisión, en la esfera de las competencias y misiones que le han sido asignadas, tiene la intención de llevar a cabo dos tipos de actuaciones, con vistas a que todas las empresas que estén ofertando en el mercado español, en particular en en lo que hace a la capacidad de transmisión, dispongan del necesario título habilitante:

Primero: una labor de aproximación y explicación a las entidades que se encuentren en esta situación, con el objeto de sensibilizarlas sobre la necesidad de que se ajusten a la normativa establecida (régimen de licencias).

Segundo: prohibir a las empresas que operan en el mercado descendente (las proveedoras de servicios de telecomunicaciones que suelen ser las que contratan dicha capacidad de transmisión) que puedan computar en sus compromisos de despliege de red la capacidad surtida por quién no cuenta con la oportuna licencia.

Todo ello sin perjuicio de las iniciativas que puedan adoptarse repecto de quiénes, ejercitando una actividad sometida a licencia, no hayan obtenido el pertinente título habilitante.

Para mayor complicación, algunas de estas empresas se han integrado en el capital social de algunas empresas operadoras de telecomunicaciones, algunas de las cuales tienen licencia tipo B o tipo C, esto es, con capacidad para instalar y explotar sus propias redes. En estos casos sigue siendo necesario introducir transparencia en las relaciones que pudiera existir entre la empresa y su participada en relación con la utilización de las redes públicas de telecomunicaciones que se estén operando con vistas a evitar la existencia de posibles prácticas colusorias.

En resumen, un mínimo de transparencia exige que todas las empresas que operan en los mercados de telecomunicaciones dispongan de los correspondientes títulos habilitantes, sobre todo en el mercado de "materia prima" de las telecomunicaciones: el de la capacidad de transmisión.

III.1.7 Competencia imperfecta, despliegue de redes de cable locales.

El presente apartado tiene por objeto ofrecer una panorámica general de las dificultades experimentadas por los operadores de cable en el despliegue de sus redes, concluyendo con una serie de pautas o directrices que se podrían sugerir al objeto de promover el despliegue del mercado de referencia en un entorno competitivo y en beneficio último del ciudadano.

El despliegue de red referido se enmarca en un contexto caracterizado por la presencia de ciertos acontecimientos, a saber:

- intenso proceso de adjudicación de títulos habilitantes y firma de contratos concesionales.
- prórroga de la moratoria impuesta a TELEFONICA, S.A. (TELEFONICA).
- actuaciones de TELEFONICA en materia de capilarización o modernización del cableado interno de algunos edificios.

A fecha de hoy, el mapa de adjudicaciones y firma de contratos concesionales en el sector nacional de telecomunicaciones por cable presenta un aspecto acabado, como se refleja en el Anexo de este Informe Anual relativo al censo de operadores.

El año 1998 ha sido intenso en ese sentido, puesto que la gran mayoría de los títulos concesionales fueron otorgados a lo largo del mismo, firmándose los correspondientes contratos concesionales en el curso de dicho año, con escasas excepciones. Salvo en las demarcaciones de Isla de Menorca, Castilla-La Mancha, Ibiza-Formentera, Ceuta y Melilla, donde los concursos públicos correspondientes fueron declarados desiertos, las operadoras participadas por TELEFONICA CABLE, S.A. competirán con segundos nuevos entrantes.

Por otra parte, el mapa del cable español presenta un claro grado de concentración en términos de participaciones accionariales. Así, puede afirmarse que, en líneas generales, los segundos operadores pertenecían bien a la plataforma liderada por los socios de referencia de RETEVISION, S.A. (Agrupación de Operadores de Cable -AOC), bien a la liderada por CABLEUROPA, S.A., en la que el Banco de Santander tenía una presencia accionarial mayoritaria.

DIFICULTADES ADVERTIDAS POR LOS OPERADORES DE CABLE EN EL DESPLIEGUE DE REDES.

Concluido el proceso de otorgamiento de títulos, se advierte que aún no aparece una red alternativa a la red de acceso de Telefónica, no obstante el diseño realizado por el legislador respecto de este mercado, favorecedor de la creación de este tipo de redes.

En relación a esta evidencia, cabe reseñar que los operadores de cable, en diferentes ocasiones, han tratado de justificar la inexistencia de una red alternativa y de servicios de cable que pudieran ser prestados a los ciudadanos en la existencia de diferentes obstáculos, ajenos al proyecto empresarial, que han dificultado extraordinariamente su tarea.

La relación de obstáculos que figura seguidamente ha sido puesta de manifiesto a esta Comisión por los interesados, tanto verbal como documentalmente, con motivo de la elaboración de la propuesta de la CMT en cuanto a la prórroga de la moratoria ya aludida. Ulteriormente, han aportado nuevas razones para solicitar una segunda prórroga de la moratoria establecida originariamente.

1) Certeza jurídica, cuestiones de trámite burocrático y cómputo de plazos.

Los concesionarios de cable no tuvieron certeza de su presencia en el negocio del cable en diciembre de 1995 (fecha de publicación de la Ley 42/1995), sino con bastante posterioridad, a saber, cuando les fue notificada la concesión correspondiente (más de año y medio después en el caso de las primeras concesiones).

A ello se suma la tardanza en la formalización de los contratos, más allá, en muchas ocasiones, del mes preceptivo previsto por el legislador, a contar desde la fecha del otorgamiento. Conforme al artículo 55 de la Ley 13/1995, de 18 de mayo, de Contratos de las Administraciones Públicas, la formalización condiciona la posterior iniciación de la ejecución del contrato.

Por lo que a la explotación del servicio se refiere, el artículo 23 del Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Telecomunicaciones por Cable (RTPSTC), aprobado por el Real Decreto 2066/1996, de 26 de septiembre, condicionaba su inicio a la aprobación del correspondiente proyecto técnico. En cualquier caso, la autorización para la explotación del servicio tiene carácter provisional, hasta que los servicios de inspección del Ministerio de Fomento den su visto bueno definitivo. Fue en febrero de 1998 cuando el Ministerio remitió a los concesionarios (que lo eran desde julio del año anterior, en el caso de las primeras adjudicaciones), su propuesta sobre la estructura, alcance y contenido de dicho proyecto.

Además, exigencias urbanísticas/medioambientales, así como criterios de economía empresarial o de idoneidad y calidad de prestaciones pueden aconsejar o incluso imponer modificaciones posteriores a las previsiones iniciales.

Así, uno de los escollos más significativos que ha debido afrontar el despliegue de infraestructuras parecía ser el cumplimiento de las exigencias contenidas en la normativa urbanística y medioambiental de los municipios, así como el plazo para la emisión de los correspondientes permisos de acceso al dominio público y obra civil, y, en ocasiones, la espera que implicaba la aparición de nuevas disposiciones.

2) Concesión de derechos de paso.

La concesión de derechos de paso constituye probablemente el más serio de los escollos que señalan los operadores a la hora de desplegar su proyecto de tendido de infraestructura. Por lo que al dominio público se refiere, se remiten a lo manifestado anteriormente en relación a la normativa municipal. En cuanto al dominio privado, las comunidades de vecinos solían negar el acceso a los nuevos operadores cuando TELEFONICA, acogiéndose a las previsiones del legislador, había tendido ya su nueva infraestructura o había solicitado el correspondiente servicio, extremo éste último que parece producirse con cierta frecuencia. El Real Decreto-ley 1/1998, de 27 de febrero, sobre infraestructuras comunes en los edificios para el acceso a los servicios de telecomunicación, ha paliado parcialmente la inseguridad jurídica que alegaban los operadores, según estos. No obstante, aducían los interesados, existen aspectos que aún no han sido desarrollados (así, la capacidad de la infraestructura de obra civil, el punto de interconexión de la red interior con las redes públicas, la propiedad de la red telefónica interior de los edificios...), lo cual no les facilitaba la tarea.

Los segundos operadores han optado, fundamentalmente, por el establecimiento de su propia infraestructura. Según ellos, el uso de la infraestructura de TELEFONICA, S.A. no hubiera sido efectivo en términos de calendario, condiciones o, simplemente, disponibilidad. Estos operadores denunciaban que, por lo general, el operador dominante adoptaba una actitud escasamente cooperativa al negociar. Las ofertas de acceso a sus infraestructuras eran insuficientes, alegaban. El artículo 47 de la LGT (en relación con el 53.2) posibilita el uso compartido de bienes de propiedad pública o privada, sujeto a negociación entre las partes o, subsidiariamente, a la resolución vinculante de la CMT.

Por lo que al uso de infraestructuras alternativas se refiere, normalmente las compañías (fundamentalmente de electricidad, gas, ferrocarriles y correos) no eran muy receptivas a las demandas de información que les dirigen los operadores de cable. Las negociaciones, ponían de manifiesto los operadores entrantes, no eran fáciles, como tampoco las condiciones y precios exigidos a los solicitantes, que, por su parte, asumían el compromiso de ceder parte de la fibra que tiendan y habían de adaptarse al plan de despliegue de cada compañía.

En materia de interconexión, la ausencia hasta la segunda mitad de 1998 de un marco jurídico específico y de una oferta de referencia por parte de TELEFONICA, S.A. había acentuado la posición de ventaja de ésta. Los nuevos entrantes incidían pues una vez más en que la falta de seguridad en la regulación dificultaba su labor, habiéndose cerrado en ocasiones acuerdos basados en condiciones que no eran, para ellos, las más óptimas.

Por lo que se refiere al acceso al usuario a través de la comercialización de servicios, se veía dificultado, argumentaban, como consecuencia del despliegue de infraestructuras acometido por TELEFONICA para ultimar la red preexistente de la empresa matriz, previa solicitud a las comunidades de propietarios de los edificios pertinentes de la necesaria autorización. En muchas ocasiones, cuando los nuevos entrantes solicitaban el referido permiso, se encontraban con una negativa motivada por el hecho de que la comunidad había optado ya por la filial del operador dominante.

Con fecha 26 de febrero de 1999, la AOC ha presentado ante esta Comisión un documento en el que solicita la intervención de la CMT a los efectos de proponer al Ministerio de Fomento y, en su caso, al Gobierno, el establecimiento de una nueva prórroga de 5 años de duración. Conforme a dicho documento, han seguido manteniéndose, a veces incluso agravadas, las dificultades expuestas, habiendo asimismo aparecido otras distintas. En relación a éstas últimas se habla, concretamente, de:

- Lentitud e inseguridad en las negociaciones de interconexión con TELEFONICA.
- -Persistencia del desequilibrio tarifario y falta de regulación sobre financiación del déficit de acceso.
- Demora hasta el año 2000 del establecimiento de un sistema efectivo de portabilidad númerica.
- Agresividad comercial de TELEFONICA, que en ocasiones oferta conjuntamente servicios de telefonía fija, TV digital y acceso a Internet.
- Integración vertical por parte de TELEFONICA, mediante la toma de participaciones accionariales en empresas importantes tanto de telecomunicaciones como de audiovisual, para consolidar o alcanzar una posición de dominio.
- -Adopción por TELEFONICA de la tecnología ADSL para su servicio Gigacom C, con las modalidades Ralex, para interconexión de redes locales y Online, para servicios multimedia hasta el hogar.

PROPUESTA DE ACTUACIONES DESTINADAS A PROMOVER EL DESPLIEGUE DEL SECTOR.

A la luz de la información de que dispone esta Comisión, la trayectoria seguida el pasado año por los operadores del sector, tanto los participados por TELEFONICA CABLE, S.A. (en las demarcaciones donde el concurso correspondiente fue declarado desierto), como los ganadores de los concursos convocados en su día, no parece resultar especialmente favorable a la expectativa de un mercado dinámico y con un adecuado ritmo de crecimiento. La ejecución de inversiones y el despliegue de red no presentarían niveles suficientemente satisfactorios. En líneas generales y por lo que a 1998 se refiere, podría afirmarse que el desarrollo del sector español de cable no se ha producido.

Con independencia de otras consideraciones, no puede obviarse el hecho de que el despliegue de red por parte de los segundos operadores de cable ha estado sujeto a dificultades que han contribuido no sólo a condicionar, sino también a obstaculizar significativamente la puesta en marcha y el avance de sus proyectos, con el consiguiente retraso en el cumplimiento de los compromisos asumidos en su día. La ampliación de la moratoria no ha alterado sustancialmente este estado de cosas.

Así las cosas, la situación por la que atraviesa el sector debería ser abordada desde una doble perspectiva: el beneficio del usuario y el efectivo despegue del mercado español de cable.

En este escenario, y sin perjuicio de la decisión que se pueda adoptar respecto del otorgamiento de una segunda moratoria, es bien cierto que algunas de las dificultades advertidas presentan visos de ser reales y solucionables en el marco de las decisiones que cumplen a los poderes públicos, tanto locales como estatales.

En este sentido, y respecto de las dificultades en relación a la ocupación del dominio público y privado, por otra parte no exclusivas de los operadores de cable, nos remitimos a lo indicado en el siguiente epígrafe de este informe. Allí se ofrece alguna solución en la cual tendría un papel relevante la autoridad titular del dominio público.

Otro ámbito de actuación podría ser el de la transformación de títulos habilitantes. Efectivamente, el legislador configura la licencia como instrumento de acceso al mercado y, a fin de evitar desventajas competitivas que distorsionen dicho mercado, prevé un reequilibrio de derechos y obligaciones, de modo tal que quienes dispongan de títulos habilitantes otorgados al amparo de la legislación anterior no compitan en mejores condiciones que los nuevos entrantes. Teniendo en cuenta el espíritu del legislador, cabe interpretar a sensu contrario que procederá igualmente un reequilibrio de los derechos y obligaciones que posibilite a los operadores ya establecidos actuar en el mercado de forma eficiente, evitando en lo posible eventuales desventajas competitivas respecto de los recién llegados.

En el caso que nos ocupa la citada disposición normativa prevé la transformación de las concesiones de telecomunicaciones por cable en licencias individuales tipo B1, salvo en lo referente a servicios de difusión televisiva. A la hora de revisar el patrimonio jurídico que ha venido correspondiendo a los segundos operadores, podría ser oportuno que la autoridad competente, el Ministerio de Fomento, suprimiese o suavizase aquellos compromisos asumidos por los interesados que van más allá de las obligaciones impuestas por los pliegos de condiciones y la

legislación sectorial aplicable y que, dada la coyuntura del sector, no les permitirían competir en unas condiciones de necesaria eficacia.

III.1.8 Incidencia en la competencia de la adquisición por los operadores de derechos de paso, derechos sobre instalaciones y compartición de infraestructuras.

1.- PLANTEAMIENTO DE LA CUESTION

La entrada de nuevos operadores en el mercado exige la previa creación de las condiciones necesarias para que se pueda desarrollar una competencia sana y leal entre ellos. Asimismo, supone la supresión de aquellas barreras de entrada y la remoción de cuantos obstáculos, ajenos al buen hacer empresarial, puedan o bien impedir el acceso al mercado o bien dificultarlo en tal medida que hagan poco atractiva dicha entrada, menoscabando las posibilidades de crecimiento del mercado.

Dentro de los ámbitos en los cuales pueden darse barreras de entrada o dificultades de acceso al mercado ocupa un lugar significativo el relativo a los denominados derechos de paso y acceso a infraestructuras por parte de los nuevos operadores.

Sabido es que el operador dominante, durante décadas, ha ido poco a poco instalando una red pública de telecomunicaciones, contando para ello con diferentes facilidades: reconocimiento del derecho de ocupación del dominio público y privado (expropiación y servidumbre forzosa), permisos otorgados por las autoridades locales para la realización de labores en dicho dominio, creación e instalación de infraestructura en dicho dominio.

Fruto de la explotación de estas facilidades ha sido la creación de una vasta red de telecomunicaciones que ha llevado aparejada la adquisición de derechos sobre dos ámbitos: los derechos de paso y las infraestructuras instaladas sobre el dominio público y privado.

Cuando nos referimos a los derechos de paso aludimos a aquellos que otorgan un derecho especial a ocupar el dominio público o privado de manera exorbitante y excluyendo en principio su compartición, por cuanto se otorgan a su titular en razón a cierta actividad de servicio público que presta (en este caso la explotación de una red pública de telecomunicaciones). En cierta medida, estos derechos le permiten, sin necesidad de contar con otra voluntad que no sea la suya propia, ocupar el dominio público o privado para realizar en él determinadas obras o construir infraestructuras de telecomunicaciones.

El derecho sobre las infraestructuras instaladas, aún con la dificultad de precisar el concepto de infraestructuras, alude a los derechos susceptibles de ser adquiridos sobre cuanto constituye el soporte de una red de telecomunicaciones (entendiendo por red, con todas las matizaciones, "los sistemas de transmisión y, cuando proceda, los equipos de conmutación y demás recursos que permitan la transmisión de señales entre puntos de terminación definidos mediante cable, o medios ópticos o de otra índole"; conforme a la definición contenida en el Anexo de la Ley General de Telecomunicaciones).

Pues bien, un operador que entra en el mercado, se plantea varias opciones para decidir su estrategia competitiva y una de ellas puede ser la de explotar una red de telecomunicaciones, que al efecto pueda querer crear.

En este punto, necesitará para crear esa red contar con los oportunos derechos de paso y asimismo encontrarse con la posibilidad de crear las correspondientes infraestructuras que sirvan para otorgar soporte a una red de telecomunicaciones.

2.- SOLUCIONES QUE OFRECE LA NORMATIVA VIGENTE.

Tanto la Ley General de Telecomunicaciones como el Reglamento del Servicio Universal y la Orden de Licencias Generales han establecido un marco que en principio parece idóneo para que el operador pueda entender cubiertas estas necesidades. Así:

- Derecho genérico a la ocupación del dominio público, siempre que se trate de un operador titular de una licencia individual para la instalación de una red pública de telecomunicaciones y al que le sean exigibles obligaciones de servicio público. En la resolución de otorgamiento de la licencia se le reconocerá este derecho genérico a la ocupación de la propiedad pública y privada.
- Posibilidad de acudir a la autoridad titular del dominio, a fin de que la misma, visto el reconocimiento genérico otorgado en la licencia, autorice el uso del dominio público o bien la ocupación de la propiedad privada.
- Posibilidad de negociar con otros operadores la cesión de derechos de paso y del uso de infraestructuras, como medio alternativo a la obtención directa de los derechos correspondientes.
- Derecho a exigir a los operadores que estén obligados al uso compartido de infraestructuras, el referido uso compartido, resolviendo en caso de falta de acuerdo la CMT.

Especial importancia tiene, desde el punto de vista de la competencia, el derecho al uso compartido de

infraestructuras.

En efecto, presupuesto que se haya reconocido a los operadores entrantes el derecho genérico a la ocupación del dominio público, pueden encontrarse dificultades, en ocasiones insalvables, para materializarlo de manera concreta, bien por circunstancias urbanísticas, por razones de imposibilidad física, o simplemente porque resulte excesivamente gravosa, siendo inasumible si no va acompañada de cuantiosas inversiones.

Para superar estas dificultades, la legislación española reconoce el derecho a compartir las infraestructuras del operador que, en exclusiva, las viene utilizando.

No solamente la legislación española reconoce este derecho. También lo hace la normativa Comunitaria.

Sin ir más lejos, la Directiva 97/33/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 30 de junio de 1997, afirma en su Considerando 14 que " el compartir infraestructuras puede resultar beneficioso por motivos urbanísticos, medioambientales, económicos u otros, y, por consiguiente, las autoridades nacionales de reglamentación deben fomentarlo sobre la base de acuerdos voluntarios que en algunas circunstancias pueden resultar adecuado imponer la obligación de compartir instalaciones, pero sólo debe imponerse a los organismos tras un procedimiento completo de consulta pública"".

Ya en el articulado de la Directiva, el artículo 11, titulado " Coubicación e instalaciones compartidas", dispone lo que sigue:

"Cuando un organismo que preste redes públicas de telecomunicaciones y/o servicios de telecomunicaciones accesibles al público y disfrute, con arreglo a la legislación nacional, de un derecho general a montar instalaciones en un terreno público o privado, o por encima o por debajo del mismo, o pueda beneficiarse de un procedimiento de expropiación o utilización de una propiedad, las autoridades nacionales de reglamentación procurarán que tales instalaciones y propiedad sean compartidas con otros organismos que presten redes y servicios de telecomunicaciones accesibles al público, en particular, cuando unos requisitos esenciales priven a otros organismos de alternativas de acceso viables.

Los acuerdos de coubicación o instalaciones compartidas serán normalmente objeto de acuerdo técnico y comercial entre las partes afectadas. La autoridad nacional de reglamentación podrá intervenir para solucionar litigios, según prevé el artículo 9.

En particular, los Estados miembros sólo podrán obligar a celebrar acuerdos de uso compartido de instalaciones y/o propiedad (incluida la coubicación física), transcurrido un período adecuado de consulta pública durante el cual todas las partes interesadas deben tener oportunidad de expresar sus opiniones. Tales acuerdos podrán incluir reglas de prorrateo de los costes de uso compartido de las instalaciones y/o de la propiedad".

3.- DIFICULTADES ADVERTIDAS EN EL EJERCICIO DE ESTOS DERECHOS.

Examinado el panorama regulatorio, procede a continuación detenerse en algunos problemas que su aplicación práctica viene planteando y que han sido puestos de manifiesto de una u otra manera por los operadores, o han sido advertidos por esta Comisión. En líneas generales, los principales problemas son los siguientes:

- En el ejercicio de los derechos de ocupación.

Reconocido genéricamente el derecho de ocupación, los operadores se encuentran con grandes dificultades para su materialización efectiva. Ya se ha comentado que el reconocimiento genérico debe ir seguido de su ejercicio material mediante la obtención de la oportuna autorización de ocupación o uso del dominio público por la autoridad titular de dicho dominio o por la incoación del correspondiente expediente administrativo para el caso de la ocupación del dominio privado.

Pues bien, en lo que hace a la obtención de la autorización para la ocupación del dominio público se advierten ciertas dificultades para el operador, tales como puede ser la disparidad de criterios entre las Administraciones respecto al ámbito de reconocimiento de esta autorización. Cada Administración, fundamentalmente municipal, trata de diferente manera estos derechos de ocupación del dominio, según como articule las necesidades urbanísticas y del territorio, a las que se añaden intereses de otra índole (políticos, molestias a los vecinos....) Lo cierto es que mientras en algunas localidades puede resultar más rápido y sencillo obtener los pertinentes derechos para ocupar materialmente el dominio público, en otros resulta mucho más complicado, lento o incluso imposible de conseguir.

A ello se añade que en determinadas zonas se pueden exigir contrapartidas no previstas en el régimen vigente de telecomunicaciones para otorgar esos derechos de ocupación, y que se vinculan con los intereses municipales y de desarrollo de las ciudades.

A lo anterior se añade la posibilidad real de discriminación entre operadores, en la medida en que la falta de fijación de criterios claros puede dar lugar a que unos operadores obtengan los permisos antes que otros, incluso dentro del mismo territorio.

No todo es discrepancia con el gestor del dominio público. En ocasiones, es el propio desarrollo urbanístico y la ubicación de los espacios donde ejercitar los derechos de paso, no siempre armónicos con los deseos del operador para la instalación de la red, los que obligan a alteraciones en el trazado de las líneas y conducciones y la modificación de los proyectos empresariales.

- En la cesión de derechos y compartición de infraestructuras.
- a) En lo que hace a la cesión de derechos, sobre lo que no existe una regulación completa, son aplicables los principios generales que desde el punto de vista de la competencia presiden la relación entre operadores: igualdad de trato, no discriminación..., presuponiendo siempre el respeto al derecho a la libre negociación entre las partes.

Ahora bien, en punto a la aplicación de estos principios, se advierte alguna dificultad derivada de que los titulares de esos derechos de paso, para el caso de telecomunicaciones, pueden ser en algunos casos los operadores clásicos de telecomunicaciones (valga por todos Telefónica) y de otros sectores estratégicos (electricidad, gas, transportes...), que, al amparo de sus derechos exclusivos, han podido adquirir, además de derechos de paso en relación a los servicios que prestan en su actividad característica, derechos de paso en el ámbito de las telecomunicaciones.

Pues bien, desde el punto de vista de la competencia no tendría mucho sentido que tratándose de derechos de paso ejercitables para la instalación de redes de telecomunicaciones, una parte de los operadores titulares de dichos derechos estuvieran obligados a respetar los principios de igualdad de trato y no discriminación, además de cuantos se pudieran en este sentido imponer en sus licencias, mientras que el resto de operadores, simplemente por dedicarse además a otra actividad, no estuvieran obligados a respetar estos mismos principios.

De ahí, que esta Comisión, en la contestación a una consulta formulada al efecto en el año 1998, manifestara que para ejercitar esos derechos de paso, y, por ende para su cesión a terceros con finalidad de instalar una red de telecomunicaciones, estos operadores deberían contar con la oportuna licencia de telecomunicaciones.

De esta manera, se establecen en el mercado de las telecomunicaciones unos derechos que de otra manera podrían ser utilizados con carácter exclusivo o distorsionando la competencia en el mercado de las telecomunicaciones.

Es preciso que los operadores de telecomunicaciones tengan conciencia de la posibilidad de solicitar la cesión de estos derechos, que puede permitir la superación de algunas de las dificultades que se han señalado, teniendo en cuenta que en ningún caso el titular de los derechos podría incurrir en discriminación o desigualdad de trato en sus negociaciones con los diferentes operadores.

También debe quedar claro que la proscripción de la no discriminación no implica el tratar a todos los operadores por igual, sino que, atendiendo a las circunstancias concurrentes en cada caso, lo que se prohibe es que sin causas justificadas se pretenda exigir condiciones que en la misma situación no se han exigido a otros operadores.

- b) En lo que hace a la compartición de infraestructuras, caben dos posibilidades para solicitar esa compartición:
- Respecto de las infraestructuras ya instaladas, cualquier operador tiene el derecho a solicitar al titular de una infraestructura de comunicación su compartición, si bien sólo podrá imponerse esta utilización común, obviamente en defecto de acuerdo, cuando concurran determinadas circunstancias (ya referidas anteriormente: instalación esencial, inexistencia de otras posibilidades, que no existan razones objetivas para oponerse a la compartición...).

Pareciera que esta compartición es un último recurso para el caso de que se agoten el resto de posibilidades .

No se han detectado conflictos importantes hasta la fecha en el ejercicio de este derecho, aunque previsiblemente, si los operadores acuden a él, puedan darse discrepancias, que discurrirán básicamente en el precio que deba abonarse por la compartición.

- Respecto de nuevas infraestructuras a instalar. En este caso, la normativa aplicable prevé que la autoridad titular del dominio público, en el momento de permitir la ocupación concreta de bienes, proceda a la apertura de un procedimiento de consulta para determinar qué operadores están interesados en la compartición, al objeto de que los operadores se pongan de acuerdo y poder determinar los espacios de ocupación de cada uno de los interesados.

Parece en principio el procedimiento ideal por cuanto no implica coste especial para el operador (a diferencia de la compartición de infraestructuras ya instaladas), sin perjuicio de lo cual presenta dificultades de aplicación, derivadas del hecho de que en el momento de la consulta pueden presentarse a solicitar la compartición tal número de operadores que ni resulta factible el acuerdo, ni el espacio disponible resulta suficiente para dar cobertura a todas las necesidades.

Así, puede verse paralizado un procedimiento en principio no discriminatorio, por imposibilidad material de acoger los derechos de todos aquellos a quienes se reconoce interesados en ocupar el dominio público.

4.- SOLUCIONES QUE SE PROPONEN.

Se han esbozado algunas dificultades a las que se podrían añadir otras, que van surgiendo en el día a día del procedimiento de obtención de autorizaciones para ocupar el dominio público.

Ofrecer soluciones no resulta sencillo en la medida en que se entrecruzan muchos intereses –los de los operadores, pero también los de los vecinos, de las autoridades municipales, autonómicas y estatales-, que a priori resultan de difícil armonización.

No obstante, sí pueden sugerirse algunos caminos en los que podría avanzarse para diluir en alguna medida los problemas:

- Respecto del otorgamiento de autorizaciones de ocupación del dominio público.

Resulta esencial la explicación del diseño que sobre el particular establece la legislación de telecomunicaciones, para que sea debidamente entendido por las autoridades titulares del dominio, especialmente las municipales. Da la impresión de que el sistema de ocupación del dominio público para la creación de infraestructura diseñado en la Ley General de Telecomunicaciones no es conocido suficientemente por algunos de los sujetos que deben aplicarlo.

Si, no obstante este esfuerzo explicativo, no resultara posible una mínima armonización, parecería adecuada una modificación de la legislación local para evitar la arbitrariedad o la excesiva discrecionalidad en el reconocimiento efectivo e inmediato de un derecho que está otorgado en las pertinentes licencias de telecomunicaciones.

En este punto, podría estudiarse la posibilidad de establecer un régimen de silencio positivo para las solicitudes sobre obtención de licencias (hoy exceptuadas de este régimen según establece la Ley 4/1999 de modificación de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común), lo cual no supondría el otorgamiento automático de la licencia sino cuando menos la emisión de un pronunciamiento de la autoridad titular del dominio público en el sentido de otorgar o denegar la licencia, con la posibilidad inmediata, en el caso de que el pronunciamiento fuera negativo, de acudir a las vías subsidiarias previstas para estos casos como son fundamentalmente la cesión de derechos de paso y la compartición de infraestructuras.

- Respecto de la cesión de derechos de paso.

Ya se ha advertido que no cabe defender la existencia de derechos exclusivos sobre los derechos de paso en telecomunicaciones, con independencia de la naturaleza del operador que los haya adquirido.

En este punto, esta CMT deberá incorporar al mercado, mediante el otorgamiento de las preceptivas licencias, a todos aquellos titulares de derechos de paso sobre infraestructura de telecomunicaciones a fin de lograr dos objetivos: delimitar con claridad los operadores que están interviniendo en este mercado; controlar que no se producen distorsiones en la competencia mediante la cesión de derechos de paso a operadores de telecomunicaciones.

- Respecto de la compartición de infraestructuras.

Sin perjuicio de la necesidad de velar por los principios de no discriminación en los acuerdos de compartición sobre infraestructuras ya instaladas, las principales dificultades se advierten en la ejecución de los procedimientos sobre compartición de infraestructuras de nueva creación.

Pareciera que los procedimientos, al resultar tan abiertos en las posibilidades de ofrecer la compartición, hacen inviable finalmente la creación de la propia infraestructura.

En este punto, no parece razonable que todos aquéllos que deseen acudir a la compartición vayan materialmente y de inmediato a instalar infraestructura, o, por mejor decir, vayan a crear una red de telecomunicaciones. Pareciera que de lo que se trataría es de adquirir derechos de paso para su utilización futura.

Pues bien, respetando este legítimo derecho, no parece irracional tratar de discriminar entre unos operadores y otros, reconociendo un derecho prioritario al que materialmente y de manera inmediata vaya a instalar una red de telecomunicaciones, reservando a éstos últimos el derecho a la compartición y dejando para mejor ocasión las expectativas de los otros operadores.

Todo ello sin perjuicio de atraer a esta concepción de la compartición la infraestructura instalada y la por instalar de todos aquellos operadores que no cuentan en la actualidad con una licencia de telecomunicaciones y que de la misma manera que con los derechos de paso, han instalado o pretenden instalar infraestructura de telecomunicaciones.

Finalmente, se señala una idea que constituye un anticipo de lo que previsiblemente se produzca a no tardar mucho tiempo: la extensión del espíritu y filosofía que inspira la interconexión al régimen de la compartición de infraestructuras.

Aunque se trata de dos conceptos diferentes, en el fondo responden a una misma filosofía: abrir unas instalaciones

esenciales –ya se califiquen la red propiamente dicha o la infraestructura que la soporta- a los nuevos competidores, para eliminar cuellos de botella que puedan crear dificultades para la entrada o para la permanencia en el mercado de los operadores.

Adviértase que allá donde no llega la interconexión- porque el operador no quiera utilizar la red del operador dominante- puede llegar la compartición de infraestructuras, a la que se pueda acoger quien desee contar con red propia.

Siguiendo este razonamiento, pareciera necesaria respecto de la compartición y uso de las infraestructuras e instalaciones del operador dominante o de quienes cuentan con tales infraestructuras e instalaciones, revistiendo el carácter de esenciales, una construcción algo más sólida que la que hoy conocemos, pudiendo servir como modelo el de interconexión hoy implantado.

III.1.9 Competencia imperfecta en mercado de transmisión de datos

Introducción

En el mercado de los servicios de datos se recogen los servicios prestados bajo la antigua concesión de "Servicio de telecomunicación de valor añadido de suministro de conmutación de datos por paquetes o circuitos", y que actualmente se corresponde con una Autorización General de tipo C.

Es este un servicio que está liberalizado desde 1987, si bien la Ley de Ordenación de Telecomunicaciones exigía para su prestación disponer de una concesión administrativa al efecto. Las entidades concesionarias únicamente podían prestar el servicio, sin instalar sus propias infraestructuras.

En consecuencia, habían de alquilar los circuitos necesarios para la prestación a los operadores legalmente habilitados para prestar alquiler de circuitos, principalmente Telefónica, y, con posterioridad, Retevisión y el Organismo Autónomo de Correos y Telégrafos.

Si bien los clientes de este mercado son eminentemente empresariales, típicamente grandes empresas, es necesario referirse a su interrelación con la prestación del servicio de acceso a Internet, incluido el acceso mediante Red Telefónica Básica. Al respecto, y con la estructura de Infovía, ahora extinta, los operadores de datos podían prestar dos servicios: la conexión desde el nodo Infovía al nodo del PSI (Proveedor de Servicios de Internet) y la conexión desde el nodo del PSI a Internet.

Los agentes que prestan este servicio en España suelen corresponderse con filiales de los grandes operadores de telecomunicaciones, con la posible finalidad de completar el servicio internacional a sus clientes multinacionales. Por ello, cabe pensar que su aportación al negocio del operador es marginal.

Análisis de la competencia en el sector

Como resulta de los datos que se ofrecen en otra parte de este informe, a pesar de los años transcurridos, no se ha producido una significativa captura de cuotas de mercado por los competidores de la filial de Telefónica en este mercado.

Las causas de esta situación son diversas:

1) Elevado coste de los circuitos alquilados

Todos los estudios realizados al respecto a nivel nacional y supranacional coinciden en señalar lo elevado de los precios de este servicio en Europa, tanto para circuitos nacionales como internacionales.

El gran coste de este servicio, la materia prima de que se valen los proveedores de servicios de transmisión de datos les deja en definitiva con un escaso margen, que hace poco atractiva la entrada al sector.

La oferta de este servicio, en la práctica, está muy restringida, dado que ni Retevisión ni Correos parecen en condiciones de prestarlo con la amplitud y profundidad con que lo hace Telefónica, con lo que, actualmente, es ésta la única que puede ofrecerlo.

Finalmente, no existe una oferta de circuitos alquilados al por mayor de la que puedan beneficiarse los operadores del servicio de datos en razón de su mayor contratación. Por tanto, han de pagar lo mismo que el cliente final, lo que, una vez más, dificulta la obtención de los márgenes que le hagan viable.

2) Mercado objetivo de los operadores entrantes

Los operadores que compiten con TTD en este servicio son, como se ha dicho, filiales de operadores globales de telecomunicaciones.

3) Vinculación accionarial entre Telefónica y TTD

Aprovechamiento de las sinergias que se derivan del hecho de que Telefónica cuenta con una red de telecomunicaciones que le permite llegar a todos los abonados y de la provisión de circuitos especiales a este fin.

Determinados acontecimientos producidos a finales de 1998, plantean algunas incertidumbres en el desarrollo de este mercado. En concreto, nos referimos a la desaparición del servicio de Infovía, prestado por Telefónica, acordado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y cuyos efectos empiezan a producirse a principios del presente año 1999.

Como es sabido, Infovía era el nombre comercial del servicio mediante el que los abonados de la red telefónica conmutada podían acceder a servicios de información, principalmente Internet. En el modelo de negocio de Infovía, los operadores del mercado de transmisión de datos, podían prestar dos servicios: acceso desde el nodo Infovía al nodo del Proveedor de Acceso a Internet, y acceso desde el nodo del Proveedor a la red Internet.

En ambos servicios, TTD ocupa una cuota de mercado que le hace comportarse con independiencia de las actuaciones de sus competidores.

Con la desaparición de Infovía, el modelo de negocio varía considerablemente: los operadores de transmisión de datos que deseen transportar las llamadas de los usuarios al servicio de acceso a la información que suministran los proveedores de acceso a INTERNET han de habilitar una serie de números telefónicos a los que los abonados puedan llamar para acceder a Internet. Como quiera que el precio de esas llamadas debe ser pagado por el usuario, variando según donde se encuentre ubicado el nodo (en la misma ciudad, en otra ciudad, en otra provincia....), los operadores se ven obligados a establecer una red bastante extendida si quieren que el abonado continúe pagando un precio de tarifa metropolitana para el acceso.

En la práctica, estas exigencias se traducen en la nedesidad de una mayor inversión para la prestación del servicio, inversión que únicamente operadores de una cierta dimensión, como TTD, parecen estar en condiciones de hacer, a menos que los nuevos operadores en el mercado de telefonía y de provisión de circuitos creen redes alternativas que permitan que operadores de transmisión de datos puedan utilizar estas redes para replicar la oferta del operador dominante en este mercado.

Otro aspecto que es necesario señalar es la creciente tendencia a la utilización de redes IP; de hecho, operadores como Retevisión o BT Telecomunicaciones, aparte de la propia TTD, están desplegando redes de este tipo. Las razones de esta tendencia hay que buscarlas en la posibilidad de prestación de prestación de servicios de voz sobre IP, con lo que sobre una misma red se podrían prestar servicios que tradicionalmente se prestaban sobre redes distintas, con las repercusiones que esto tendría sobre el mercado empresarial, principalmente.

Así, operadores que estén en condiciones de prestar voz o datos utilizando tecnologías IP, posiblemente sean capaces de atraer a sus clientes al servicio integrado, con lo que se se podría producir una mayor apertura del mercado de transmisión de datos.

Líneas de actuación

Tres son los aspectos que resultan claves a la hora de conseguir una mayor competencia en el mercado de servicios de transmisión de datos, a la vista de lo dicho:

1. Abaratamiento de los precios de circuitos alquilados

En la medida que el precio de las líneas alquiladas sea más económico, mayor margen podrán obtener los operadores de transmisión de datos y más atractivo resultará el sector a los potenciales entrantes. Es necesario que los precios de este servicio se orienten a los costes de su prestación, al menos en el caso del operador dominante.

No obstante, este aspecto debería ir dejando de ser crítico, debido, primero, a la posibilidad de que los operadores puedan instalar sus propias infraestructuras, mediante la obtención de una licencia tipo C, por ejemplo, por lo que ya no dependerán exclusivamente del alquiler de circuitos a otros operadores para la prestación de servicios.

En segundo lugar, la aparición de operadores con infraestructuras alternativas, como los operadores de cable o los operadores con licencia de tipo B1, con su propia oferta de circuitos alquilados, introducirá un cierto dinamismo en este mercado, que debería conducir a una rebaja de los precios.

2. Integración de servicios de voz y datos en redes IP

En la medida en que se favorezca la prestación de ambos servicios sobre una misma infraestructura, es muy probable que se vaya abriendo el mercado de transmisión de datos. En la actualidad, son los servicios de voz los más demandados por el sector empresarial, por lo que es en estos servicios en los que los nuevos operadores buscan competir y conseguir clientes.

Si su red les permite la prestación de voz y datos, posiblemente consigan integrar la prestación de ambos servicios, incrementando así la competencia en el mercado que nos ocupa. Obsérvese que a la inversa, esto es, si los operadores del servicios de transmisión datos, basándose en el convergencia de los servicios, comienzan a

proporcionar servicios de voz a sus clientes, puede darse un importante impulso dinamizador al mercado del servicio telefónico básico.

3. Vigilancia de las prácticas de Telefónica en relación con sus filiales

Dada la posición de dominio de Telefónica en el mercado del servicio telefónico básico, hay que vigilar e impedir cualquier posible acción de ésta que dé algún tipo de preferencia a sus filiales, en particular a TTD, en relación con el citado servicio telefónico básico. Cualquier tipo de práctica discriminatoria en este sentido supondría unas mayores dificultades para competir en los servicios de transmisión de datos.

III.1.10 Competencia imperfecta grupo cerrado de usuarios.

La Orden Ministerial de 22 de septiembre de 1998 por la que se establece el régimen aplicable a las autorizaciones generales, crea, entre otras categorías, la autorización general de tipo A. Este título habilita para "el establecimiento o explotación de redes privadas para la prestación del servicio telefónico en grupo cerrado de usuarios". Esta categoría es ,sin duda, la heredera del concepto acuñado en el Real Decreto 2031/1995, de 22 de diciembre, por el que se regula el servicio de valor añadido de telefonía vocal en grupo cerrado de usuarios.

No obstante la existencia de esta categoría en el marco de la nueva Ley General de Telecomunicaciones plantea ciertos interrogantes en torno a la necesidad de su pervivencia como un servicio separado del de telefonía disponible al público.

En efecto, la autorización de tipo A habilita para prestar un servicio que gira en torno a tres características fundamentales:

- prestación del servicio telefónico
- en grupo cerrado de usuarios (en adelante G.C.U.)
- mediante el establecimiento y explotación de redes privadas, pudiendo estas últimas ser virtuales.

Por otra parte, la Ley General de Telecomunicaciones distingue dos tipos de servicios en función del usuario: aquéllos que se presten a terceros y los que se utilizan en autoprestación. Salvo los supuestos en que una empresa se preste a sí misma el servicio, el servicio telefónico en G.C.U. constituye una prestación en la que una entidad ofrece el servicio a terceros.

Llegados a este punto, resulta interesante comparar este servicio con el servicio de telefonía disponible al público.

En ambos casos nos encontramos con una explotación comercial puesto que se ofrece un producto a terceros de forma lucrativa. Otro aspecto común es que el producto que se ofrece es el transporte directo y la conmutación de la voz en tiempo real entre usuarios de terminales tanto fijos como móviles.

Ahora bien, el servicio telefónico, por el hecho de prestarse a grupos cerrados de usuarios, ¿deja de ser un servicio de telefonía disponible al público?

El quid está en determinar si la explotación comercial es "para el público" y si la red es o no "pública". Conceptos ambos, como ahora veremos, íntimamente ligados.

El concepto "explotación para el público" engloba aquellos servicios cuyo usuario no es el propio prestador, sino todo aquél que lo solicita al prestador. En este sentido, el empresario que ofrece el servicio de transporte de la voz dentro de grupos cerrados de usuarios (G.C.U.) lo ofrece a todo aquel que lo solicita y cumpla con la definición de G.C.U. que recoge el Real Decreto 1651/1998, de 24 de julio.

Luego se trata de un servicio disponible al público. Por otra parte el concepto de G.C.U. es tan extenso, que en ocasiones puede englobar a colectivos tan numerosos como amplio sea el lazo común que identifique al grupo. Esto puede deducirse de la expresión "formado por quienes desarrollen una actividad en común, para las comunicaciones derivadas de su ejercicio".

La Orden del Ministerio de Fomento vincula, por otra parte, la prestación del servicio al establecimiento y explotación de una red privada.

La autorización de tipo A exige que se instale una red privada para la prestación del servicio de telefonía en G.C.U., luego la prestación de este servicio telefónico usando redes públicas caería dentro del ámbito de las licencias individuales. El problema de esta solución normativa radica en el concepto de red pública y privada que establece la Ley General de Telecomunicaciones. La diferencia entre una y otra es que sobre esta última se prestan servicios de telecomunicaciones "no disponibles al público". Volvemos a un concepto que ya se ha manejado antes y, en defecto de una definición de la expresión "disponible al público", viene a exigir como ya vimos antes, que se ponga a disposición de terceros, sin discriminación, un servicio.

Como quiera que de acuerdo con el artículo 6 de la Ley General de Telecomunicaciones todos los servicios que se ofrezcan a terceros deberán respetar el principio de la no discriminación, la conclusión es que se produce una coincidencia entre el concepto de prestación a terceros y disponible al público. A sensu contrario existe un paralelismo entre autoprestación y "no disponibles al público

Sin perjuicio de lo anterior hay otro argumento esgrimible en los supuestos en los que el servicio de telefonía en G.C.U. se presta a través de "redes privadas virtuales".

El concepto de red privada virtual es un tecnicismo acertado desde el punto de vista didáctico o académico pero que se yergue como un caballo de Troya desde una perspectiva jurídica al posibilitar situaciones de fraude. Si una red es pública, conserva su carácter en todo caso sin que éste quede mermado o anulado por el uso que cualquier tercero haga de la red.

Por lo tanto, el actual concepto de servicio de telefonía disponible al público engloba, como una posible modalidad más, la prestación del servicio en "grupos cerrados de usuarios". La titularidad de una licencia de tipo A o B permite desplegar este tipo de actividad sin necesidad de una autorización de tipo A adicional.

¿ Por qué razón la normativa sigue utilizando y regulando de forma separada este servicio de telefonía en grupo cerrado de usuarios?

Se trata sin duda de una herencia del pasado. En 1995, cuando se aprobó el Real Decreto 2031/1995, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el servicio de valor añadido de telefonía vocal en grupo cerrado de usuarios, nos encontrábamos en un entorno no liberalizado respecto de la telefonía. En estas circunstancias el Real Decreto citado cumplía un objetivo claro: empezar a liberalizar el sector de manera que aquellos servicios telefónicos no destinados al público en general y que todavía eran objeto de monopolio de facto, pudieran prestarse en libre competencia. Este loable esfuerzo carece sin embargo de sentido en la coyuntura actual e incluso puede distorsionar el mercado al desarrollarse servicios similares al amparo de la autorización de tipo A y las licencias que amparan el servicio telefónico, estando la primera exenta de cualquier obligación de servicio público y, en particular, de la financiación del servicio universal.

Por todo lo anterior, podría resultar conveniente para el mercado, el replantearse el mantenimiento como servicio específico la telefonía vocal en grupo cerrado de usuarios, sujeto a la obtención de una autorización de tipo A, no pareciendo disparatado el considerar que esta actividad podría quedar muy bien encuadrada dentro de la categoría de los servicios sujetos a licencia.

Obviamente, una previsión de este tipo exigiría el pertinente cambio normativo por parte del Ministerio de Fomento.

III.2 COMPETENCIA EN EL MERCADO DE INTERNET

Introducción.

Internet se ha revelado en los últimos años como una auténtica revolución en los sistemas de comunicación a escala mundial, experimentando un crecimiento exponencial difícil de cuantificar. Con más de 150 millones de usuarios en todo el mundo (registrados a finales de 1.998), de los que a Europa le corresponderían unos 36 millones la denominada "red de redes" se está constituyendo en uno de los mercados más apetecidos.

Ante todo, Internet se presenta como un medio capaz de ofrecer acceso a una inmensa infraestructura de información y proveer una gran variedad de servicios a las empresas, a los gobiernos y administraciones y también a los usuarios residenciales. La evolución y crecimiento de Internet en los últimos años no tiene parangón con la registrada en otros medios situados en el hipersector de la comunicación, como son la radio o la televisión.

Las previsiones apuntan a que en los próximos años el uso de Internet se extienda y popularice a todos los ámbitos de la sociedad ,pese al creciente temor a que las infraestructuras no sean capaces de absorber la demanda que está generando este servicio, o que se puedan colapsar otros servicios que comparten la misma infraestructura de acceso.

Evolución de la reglamentación sobre Internet en España.

La primera conexión plena desde España a la red Internet tuvo lugar a mediados del año 1990, como un servicio experimental de RedIRIS.. Hasta el año 1994 la situación de Internet en España se caracterizaba por que sólo existían dos alternativas para el acceso pleno a Internet: RedIRIS, para las instituciones académicas y de I+D, y Goya Servicios Telemáticos, que surgió en 1992 de la evolución de Eunet España hacia el campo comercial, para todo tipo de empresas y particulares.

Desde finales de 1994 la demanda de los servicios que se prestan a través de Internet aumenta considerablemente debido al abaratamiento y popularización de los terminales de conexión, el desarrollo de la World Wide Web y de los programas para su utilización. Al mismo tiempo aumenta notablemente la oferta de proveedores de acceso.

Un factor que contribuyó a una mayor utilización de Internet en España fue la publicación de la Orden de 11 de

Enero de 1996 del Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente, por la que se dictaban instrucciones a "Telefónica de España, Sociedad Anónima", para establecer un servicio de acceso a información a través de la red pública conmutada y red digital de servicios integrados, cuyo nombre comercial fue Infovía.

Infovía permitió el acceso de los usuarios a las instalaciones de los proveedores de acceso a Internet a precios de llamada local, de manera que desde cualquier punto del territorio se pudiese acceder a este servicio en condiciones de precio muy económicas, dadas las tarifas aprobadas para las llamadas metropolitanas.

El siguiente paso en el establecimiento de un marco regulatorio que fomentase el desarrollo de Internet fue la Orden de 8 de septiembre de 1997 del Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente, por la que se determinan las condiciones de competencia efectiva para la prestación del servicio de acceso a información a través de las redes telefónicas públicas conmutadas o de las redes digitales de servicios integrados. Esta orden permitía la entrada de más operadores para la prestación de los servicios de acceso a información y fijaba un periodo transitorio hasta el 1 de agosto de 1998 durante el cual, Telefónica de España S.A., seguiría prestando el servicio de acceso a Información Infovía, regulado según las condiciones de la Orden 11 de enero de 1996, de manera que se permitiese a los nuevos operadores adecuar sus infraestructuras al nuevo régimen.

También se establecía que, una vez entrara en vigor el nuevo Plan de Numeración, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, para garantizar la libre competencia y el derecho de los usuarios finales a la recepción del servicio, podrá ampliar el plazo en el que éste habría de seguirse prestando por Telefónica de España, sociedad anónima, siempre que no superara la ampliación la fecha del 1 de enero del año 2000.

Las dificultades habidas para la transición al nuevo régimen tras la desaparición de Infovía provocó la resolución de 12 de marzo de 1998 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, por la que se prorrogaba el periodo transitorio hasta el 1 de diciembre de 1998.

La constatación de nuevas dificultades provocó una nueva Resolución de 26 de noviembre de 1998 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones por la que se extendía el periodo transitorio hasta el 17 de enero de 1999.

En esta última etapa, se advierte un importante impulso tecnológico al desarrollo de INTERNET, con la aparición de soluciones que suponen un importante avance y promoción del servicio, como las ofertadas por Telefónica (INFOVIA PLUS) y sus competidores en la creación de redes de telecomunicaciones idóneas para la prestación del servicio, así como las aprobadas por el Gobierno sobre la base de tecnologías del tipo ADSL.

Estas soluciones y otras que el mercado pueda ofrecer permiten presumir un extraordinario avance y desarrollo del mercado, que debe ir acompasado, como después se analizará, de otro tipo de iniciativas destinadas a extender el disfrute por la población de estos servicios.

Los sujetos que intervienen en el mercado de Internet en España.

Todo lo dicho ha configurado un entorno regulatorio que ha determinado en gran medida la utilización y el macceso de Internet en España desde enero de 1996 hasta nuestrosdías.

Usuarios y Abonados

El número de usuarios con acceso a Internet ha crecido notablemente desde febrero de 1996 a marzo de 1998, pasando de 487.000 ha 2.747.000 aproximadamente. Según esos mismos datos, las tasas de crecimiento anuales que se han producido durante ese periodo han ido disminuyendo, siendo de 55%, 42% y 33% en los años 1997, 1998 y 1999 respectivamente.

Otro dato a tener en cuenta es el número de abonados reales. El análisis del mercado de los proveedores de acceso a Internet que se presenta en este informe anual refleja que el número de abonados a Internet a través de proveedores autorizados en España es de 667.351, lo cual supone una tasa de abonados a Internet en España de 17 abonados por cada 1000 habitantes.

Las expectativas creadas sobre la utilización de Internet en todo el mundo para los próximos años, hacen pensar que estos dos parámetros están muy por debajo de lo que cabría esperar de nuestro país. Es evidente que el potencial de crecimiento tanto en el número de abonados como en el número de usuarios con acceso en España es enorme.

Sentadas las bases de un mercado liberalizado y poco regulado como es el de Internet, la evolución que se produzca en los próximos años, dependerá en gran medida de la actuación que tengan los distintos agentes que intervienen en el mercado para hacer más atractivo y asequible el acceso y utilización de Internet.

Operadores

La red INTERNET es una red a nivel mundial que une a diferentes ordenadores.

El nivel superior está constituido por las grandes redes troncales que son las redes federales de Estados Unidos

como NSF net o MIL net; las grandes redes comerciales como ALTER net , PSI o SPRINT ; y redes internacionales como EUROPANET, EUNET o EBONE.

El nivel intermedio está constituido por redes regionales de Estados Unidos, redes académicas nacionales como RedIRIS en España, Switch o DFN; redes nacionales comerciales como RedIP de Telefónica, RETENET de Retevisión, INTERPISTA de BTTel, ETC.

El nivel inferior está formado por redes corporativas, universidades, centros de administración, constituyendo lo que se denominan intranets y extranets. Las intranets son redes privadas que utilizan el software y los estándares propios de Internet, basados en el protocolo TCP/IP. Las extranets son similares a las intranets con la salvedad de que la entidad utiliza la red como un instrumento para desarrollar su negocio con sus usuarios, o empleados, los proveedores y los consumidores.

Para la interconexión entre las distintas redes que se han enunciado se establecen nodos específicos como los FIX, CIX, GIX, NAP o ESPANIX.

Los FIX (Federal Internet Exchange) son puntos de interconexión entre redes del Gobierno norteamericano e Internet. Los GIX (Global Internet Exchange) son puntos de conexión entre dos redes de todo el mundo. Los CIX (Commercial Internet Exchange) son puntos de conexión entre proveedores de acceso a Internet comerciales. Los NAP (Network Acces Point) son puntos de acceso a Internet utilizados por los proveedores de acceso a Internet y proveedores de redes locales y regionales de Internet.

El ESPANIX o punto neutro español es el punto de conexión de proveedores de acceso a Internet españoles, cuyo objeto fundamental es optimizar el tráfico de información local y llegar a acuerdos sobre el tráfico.

En España, los diferentes miembros del ESPANIX (Telefónica Transmisión de Datos, BT Telecomunicaciones, IBM Global Services, Sarenet, Fujitsu-ICL Medusa, Eunet Goya...) tienen infraestructura para el acceso internacional a Internet.

Este conjunto de operadores, forman parte de la cadena de valor que articula el mercado de INTERNET, y que estaría conformada en tres grandes categorías o submercados:

mercado del servicio de telefonía disponible al público, en la parte de acceso al abonado. El servicio que se presta en este submercado consiste en permitir al usuario conectarse a través de una línea telefónica con el nodo de un operador del servicio de transmisión de datos.

En este ámbito , durante el año 1998, únicamente existía un operador que prestara el servicio, Telefónica de España SA.

- Mercado de transmisión de datos, que recibe la señal telefónica y la conmutan en dirección hacia los proveedores de acceso a Internet.

En este mercado existen diferentes operadores, como se analiza en otra parte de este informe.

- Mercado de acceso a información. El usuario recibe el acceso a la información que le suministran determinados operadores, conocidos como proveedores de acceso a Internet o proveedores de acceso a información.

Respecto a este conjunto de operadores, de la información contenida en otra parte de este informe se desprende que nos encontramos ante un sector fuertemente atomizado, que está experimentando un proceso de concentración de abonados, proceso en el que, los operadores de telecomunicaciones están tomando un protagonismo especial. Se aprecia una tendencia a ofrecer el servicio gratuito como un valor añadido a la actividad principal de la entidad que presta el servicio. Así, aproximadamente el 20% de los abonados eligen este tipo de proveedores.

Los diferentes aspectos que inciden en el mercado de Internet.

Provisión de contenidos

Internet es un medio que, al contrario de los medios audiovisuales clásicos, ofrece igualdad de oportunidades para la provisión de contenidos en un ámbito mundial. El interés de las empresas por desarrollar sitios web que sirvan como escaparate y complemento de la actividad de su organización es creciente en España. No obstante el número de webs españoles en Internet es todavía bajo respecto a países de nuestro entorno. Según un estudio de la OCDE el número de sitios web bajo el dominio territorial .es fue de 529.020 en octubre de 1998, frente a los 4.098.814 de .de (Alemania) o los 1.012.372 que se encuentran bajo el dominio .fr (Francia).

Aunque la oferta de sitios es enorme, el tráfico de un país se suele concentrar en unas decenas de sitios web, que en España suelen ser de medios de comunicación escritos y buscadores. El 70% de los accesos a Internet se inician en éstos.

Portales

Las grandes corporaciones de medios audiovisuales y operadores de telecomunicaciones están realizando grandes inversiones para acaparar sitios webs especializados en dar el primer acceso a Internet a los usuarios, sitios denominados portales. Los portales surgieron como evolución de los buscadores de información en Internet, transformándose en lugares donde los usuarios tiene múltiples referencias a la mayor parte de la información que existe en Internet agrupada por materias y permitiendo un acceso fácil a la información. Desde los portales se pretende crear vínculos con el usuario para favorecer la utilización y presencia de los usuarios de manera que se incrementen los ingresos por publicidad y los accesos a galerías comerciales virtuales que se instalan en éstos.

Navegadores

El primer portal de Internet es el navegador, programa que sirven para acceder a la información y los servicios que se ofrecen en Internet. El 99% de los accesos que se realizan a Internet en España se reparten a partes iguales entre las distintas versiones que existen de dos navegadores fabricados por Netscape y Microsoft. Los navegadores constituyen el cuello de botella del acceso a Internet. La forma en que éstos se diseñan influye de manera importante en la utilización que los usuarios hacen de los servicios que pueden encontrar en Internet.

La libre competencia de los proveedores de estos servicios puede estar comprometida en función de los acuerdos a los que puedan llegar los fabricantes de software de navegación por Internet con los proveedores de servicios, sobre todo teniendo en cuenta que Microsoft y Netscape se reparten casi a partes iguales este mercado. Los proveedores de contenidos, portales y buscadores, agencias de certificación, tiendas virtuales, etc son algunos de ejemplos de servicios que se pueden beneficiar de acuerdos con estas dos empresas para facilitar su presencia directa a través de un icono o cualquier componente del programa.

Publicidad

La imparable presencia del sector comercial en Internet en los últimos años se debe en gran medida al enorme potencial que la red tiene para su utilización en el campo del marketing, convirtiéndose en un enorme escaparate donde acceder a nuevos mercados y clientes que por otros medios sería imposible de conseguir. La posibilidad que presenta Internet de llegar a un gran número de personas, le convierten en un canal de comunicación publicitaria.

La inversión marketing directo en Internet alcanzó en 1998 la cantidad de 4.500 millones de pesetas, lo que representa un incremento del 116,55% respecto los 2.078 millones de pesetas invertidos en el ejercicio 1997. Este volumen de inversión representa sólo el 0,6% de la inversión real estimada en medios no convencionales, por lo que a pesar de su espectacular crecimiento, éste se debe relativizar ya que como inversión es al día de hoy residual. A pesar de lo anterior, hoy resulta inconcebible el carecer de imagen corporativa en Internet, por lo que aún no computándose como publicidad en sí, resulta indudable que la presencia de productos y empresas en la Internet desde el punto de vista publicitario se ha convertido en una exigencia del mercado.

Telefonía en Internet (Voz IP)

La transmisión de voz a través de Internet y redes IP permite hablar con cualquier parte del mundo a precio de llamada local aunque con una peor calidad. Esto puede provocar que la utilización masiva por parte de las empresas de estas tecnologías se demore todavía algo en el tiempo, pero ya existe una tendencia a invertir en este tipo de tecnología.

Televisión en Internet (Web Casting)

Las posibilidades de interactividad que Internet ofrece está provocando un interés creciente de los medios audiovisuales para su utilización conjunta con los medios convencionales de comunicación como la televisión. La combinación entre el medio convencional de la televisión e Internet está llevando a los distintos operadores a ofrecer servicios de televisión interactiva y de valor añadido con la información que hay en Internet. La convergencia entre el PC y la televisión permitirá convertir a los televisores en dispositivos de acceso y proceso de información, y a los ordenadores personales en mejores PCs capaces de integrar contenidos de TV, en ambos casos mejorando la experiencia del usuario.

En España existen experiencias en fases de prueba para el desarrollo de la televisión interactiva tomando como soporte Internet.

Comercio electrónico

Una de las mayores expectativas que se están creando en los últimos tiempos es la utilización de Internet como instrumento para el Comercio Electrónico.

El comercio electrónico en España, al igual que casi la totalidad de los servicios que se prestan a través de Internet, se caracteriza por la ausencia de regulación específica, si bien la venta a través de Internet debe considerarse afectada por la Ley 7/1996 de 15 de Enero, de comercio minorista (venta a distancia).

El carácter global de Internet y las posibilidades que presenta de desarrollar esta actividad de comercio con otros estados, exige una armonización de la regulación que sobre este tema se desarrolle en todo el mundo y en particular

en los países de la Unión Europea donde nuestro comercio convencional es mayor. Muchas empresas españolas que se dedican a comercializar productos a través de Internet encuentran en Iberoamérica su principal fuente de clientes gracias al idioma y a la escasez de bienes y servicios que se pueden encontrar en estos países, que tienen un nivel de desarrollo inferior al nuestro.

La Comisión Europea está trabajando activamente para desarrollar directivas que sirvan para crear un marco armonizado para el desarrollo de esta actividad. En concreto hay una propuesta de directiva sobre firma digital, aprobada de forma definitiva el 22 de abril de 1999 y sobre aspectos jurídicos del comercio electrónico en el mercado interior.

Asimismo, está en fase de tramitación en España un anteproyecto de ley reguladora de la firma electrónica.

Códigos de autorregulación

Además de las iniciativas de carácter institucional se han producido acciones encaminadas a establecer códigos de autorregulación en el campo del comercio electrónico. El 26 de noviembre de 1998 se hizo público el primer código ético de protección de datos personales en Internet, elaborado por la Asociación Española de Comercio Electrónico con la especial aprobación y colaboración de la Agencia de Protección de Datos (APD). Asimismo la Asociación de Autocontrol de la Publicidad (AAP), la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU), la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) y la Unión de Consumidores de España (UCE) han colaborado estrechamente en la promoción de este Código ético de autorregulación elaborado por AECE.

Organización de Internet

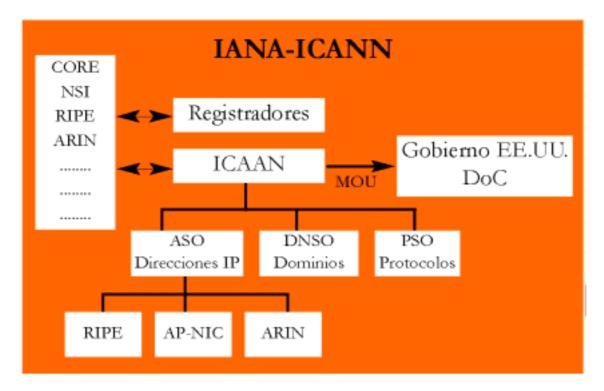
El año 1998 ha sido determinate para la reorganización de Internet a nivel Internacional, reestructuración en la que la Unión Europea ha jugado un papel importante.

La gestión de Internet ha sido realizada por la IANA (Internet Assigned Numbers Authority). La IANA ha tenido como objetivo fundamental gestionar los servicios centrales de Internet, y muy especialmente los principales servidores raíz del sistema de dominios.

Durante el año 1998 hemos asistido al establecimiento de las bases de lo que se puede denominar la reestructuración de la IANA y la creación de un nuevo organismo para gestionar Internet.

El 30 de enero de 1998 el Departamento de Comercio de EEUU presenta el documento "Green Paper", donde se hace una propuesta para crear una nueva organización responsable de la gestión de la red, junto con los requisitos que esta debía cumplir. Se abre un plazo de alegaciones al "Green Paper". Se presentan 650 alegaciones. El 5 de mayo de 1998 se presenta una propuesta definitiva, denominada "White Paper", donde se establecían las líneas básicas de la evolución futura de la gestión de Internet, y la creación del nuevo gestor de Internet, la ICANN. El 23 de noviembre de 1998 se aprueban los estatutos de la ICANN y la elección de la mesa de directores. Entre ellos se encuentra el español Eugenio Triana.

El nuevo proyecto para Internet se basa en la retirada de la Administración de EEUU de la gestión de Internet antes del 30 de septiembre del año 2000, La gestión de Internet estará en manos de una entidad sin ánimo de lucro con representación internacional que se denominará Internet Corporation for Assignes Names and Numbers (ICANN), que sustituirá a la IANA. La ICANN será regida por una mesa de directores, con un mínimo de 9 y un máximo de 19. La estructura básica de ICANN estará formada por tres áreas funcionales: Direcciones, Protocolos y Dominios (Domain Name System Organisation DNSO). La ICANN se constituirá bajo las leyes del Estado de California EEUU. La financiación de la ICANN se basará en organizaciones que le dan soporte como los registradores de direcciones y nombres de dominios. La gestión de los dominios superiores genéricos y del servidor raíz será responsabilidad de la ICANN, en concreto del DNSO. La ICANN no podrá actuar como registradora de nombres de dominio o direcciones IP en competencia con entidades que se dediquen en exclusiva a ello.



Elaboración: Dirección de Audiovisual CMT.

Nombres de Dominio .es (ES-NIC)

Uno de los aspectos clave para la presencia de entidades españolas en Internet es la utilización de nombres de dominio bajo el dominio territorial .es. Durante 1998 se ha intentado crear las bases de un marco jurídico estable para su utilización.

El Centro de Información de Internet en España (ESNIC) ha sido gestionado por el Centro de Comunicaciones CSIC RedIRIS del Consejo Superior de Investigaciones Científicas desde 1994 hasta la actualidad.

Dada la evolución que ha experimentado Internet en España, y su gran implantación en el mundo comercial fuera del ámbito científico y de investigación, los responsables del Centro de Comunicaciones CSIC RedIRIS han mostrado desde mediados del 1997 su inquietud acerca de la necesidad de dotar al registro de nombres de dominios bajo el dominio territorial ".es" de una normativa robusta y estable que permita su perfecta utilización. Desde diciembre de 1997 se han mantenido contactos entre miembros de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y responsables del Centro de Comunicaciones CSIC RedIRIS, a iniciativa de estos últimos.

El 30 de julio de 1998, se publicó en el B.O.E. 1651/1998, de 24 de julio, el Reglamento por el que se desarrolla el Título II de la Ley II/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones. En lo relativo a la interconexión y al acceso a las Redes Públicas y a la numeración, concretamente en el artículo 27.13 se establece que el Ministerio de Fomento designará al órgano o autoridad competente para el registro de nombres y direcciones, entre las que se encontraría el dominio nacional ".es".

Resultaría conveniente que con la mayor prontitud el Ministerio de Fomento procediera a la designación de la referida autoridad competente.

El número de registros inscritos bajo el dominio ".es" a diciembre de 1998 es de 12.451, lo cual supone un incremento respecto de enero del mismo año de un 238 %, que revela el creciente interés de entidades españolas en tener presencia en Internet. La demanda actual de inscripción de nombres de dominios no está reflejada en el número de inscripciones, debido fundamentalmente a que cada entidad sólo puede tener un nombre de dominio inscrito. Una de las reformas que se está planteando en la normativa es la posibilidad de aumentar este límite, sin que se produzca un desbordamineto del sistema por no existir una adecuación de los medios materiales actualmente existentes

Perspectivas del mercado en España. Dificultades advertidas.

El espectacular crecimiento en los últimos años en la utilización de Internet en todos los sectores de la sociedad está creando enormes expectativas entre todos los sectores de la economía mundial y la población en general. Hoy por hoy Internet es un fenómeno económico y social que requiere para su total consolidación que su utilización se extienda a todos los sectores de la población. Existen algunos factores que, en diferente grado, dificultan la

extensión del uso de Internet entre la población en España.

Así, el parque de ordenadores personales en España es todavía escaso. El porcentaje de hogares con ordenadores personales es del 25% en 1998, mientras que el porcentaje que poseen aparatos de televisión es del 99,5%. Hoy por hoy el precio de los ordenadores es una barrera para su adquisición para muchos sectores de la sociedad.

La previsiones existentes sobre el número de ordenadores en uso para el año 2000 en España, revelan que nuestro país se encuentra todavía muy por debajo en cuanto al uso de ordenadores respecto a otros países como EEUU y los países de nuestro entorno europeo.

Se estima que el número de ordenadores personales existentes en el año 2000 será de 8 millones, un 1,4 % del total mundial. El 70% de los ordenadores que existen en todo el mundo se encuentran en 16 países, incluyendo ordenadores de todo tipo, desde PCs a superordenadores, utilizados en las empresas, la educación y los en los hogares. El 95% de los ordenadores son PCs.

Las mismas fuentes señalan que España en 1997 no se encontraba dentro de los 15 países con más usuarios de Internet por cada mil habitantes.

En España según la última ola de la EGM hay 70 personas con acceso (es decir, usuarios en general) a Internet por cada 1000 habitantes. El análisis del mercado de los proveedores de acceso a Internet incluido en este informe, señala que la tasa de abonados (los que se han suscrito al servicio) a Internet en España es de 17 por cada 1000 habitantes.

El número de usuarios en España con acceso a Internet (2.7 millones según la 3ª ola del EGM) se encuentra bastante lejos de países de nuestro entorno europeo como Reino Unido y Alemania, con 8 y 7 millones respectivamente.

La facilidad de manejo del ordenador es, todavía, una barrera para una amplia mayoría de la población. En los próximos años se espera una avalancha tecnológica que permita acceder a Internet desde los principales dispositivos electrónicos de consumo en el hogar, así como la creación de nuevos dispositivos específicos que permitan un acceso fácil y más barato a Internet. Mientras tanto es necesario realizar una tarea de formación e información que debe empezar en la escuela.

La falta de adecuación de algunas infraestructuras de telecomunicaciones que permita una utilización eficiente de los servicios de la red que cada día son más exigentes en cuanto al volumen de información que circula por ella, aunque esta carencia no es exclusiva de nuestro país, sino que se puede generalizar en el ámbito europeo . . La liberalización de las telecomunicaciones en España está permitiendo la entrada de nuevos operadores que realicen inversiones en infraestructuras que mejorarán la situación actual, especialmente en la red de acceso.

La naturaleza del servicio de acceso a Internet implica una duración de la conexión que está todavía muy vinculada al régimen tarifario, concentrando en horas determinadas la conexión a la red. Según la segunda encuesta a usuarios de Internet de la AIMC de junio de 1998, el 60% de los encuestados afirmaban que la duración de la última conexión a Internet fue entre media hora y dos horas, mientras que el 22 % de los encuestados afirmaban que acceden una vez al día y el 31% varias veces a la semana.

A pesar de que hasta la fecha se ha dado un crecimiento sostenido en los consumos e incremento del número de usuarios, hosts, máquinas conectadas y altas de dominios territoriales ".es", se advierte un a cierta ralentización de dicho crecimineto.

Desde el punto de vista del desarrollo de la competencia, también se advierten algunas dificultades que deberían corregirse en los años sucesivos.

Así, en el submercado de acceso local a los usuarios (residenciales y empresas), en el año 1998 se mantenía la situación de monopolio por parte de Telefónica.

Esta ausencia de competencia ha provocado durante el año 1998 una fuerte presión por parte de los usuarios de INTERNET, sobre las autoridades reguladoras, dirigida a obtener una rebaja en los precios de las llamadas metropolitanas con destino a INTERNET, que han dado lugar a la aprobación de programas de descuentos y a la apertura parcial de la red de acceso de Telefónica a través de la utilización de la tecnología ADSL.

En cualquier caso, pareciera que la solución idónea, desde el punto de vista del diseño establecido genéricamente para las telecomunicaciones, pasaría por la incorporación de operadores alternativos a Telefónica en la provisión de la red de acceso (algunos operadores de cable ya están iniciando la provisión de red propia de acceso), para lo cual podrían estudiarse medidas como las planteadas anteriormente (en relación al sistema de precios y a la apertura de la red de acceso).

En el submercado de conmutación de datos, los problemas se derivan de la escasa presencia en cuota de mercado de operadores alternativos a Telefónica, aunque no se puede hablar de que dichos competidores no tengan oportunidades de ofertar sus servicios a los clientes. En cualquier caso, nos remitimos al análisis efectuado en torno

al mercado de transmisión de datos, reiterando las observaciones allí transcritas.

Respecto al submercado de los servicios de acceso a información, ya se ha indicado que se encuentra fuertemente atomizado, con multiplicidad de operadores de pequeño tamaño, algunos de los cuales ni siquiera están inscritos en el Registro existente en la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

El 70% de los proveedores de acceso tienen difícil la competencia con los grandes proveedores que reúnen el 46% de los abonados. No obstante, muchos de estos pequeños proveedores tienen como actividad principal el desarrollo de proyectos de comunicaciones y sistemas de información, por lo que pueden ofrecer a las empresas una solución integral a sus necesidades, que incluya el acceso y presencia en Internet. En este sentido las perspectivas de negocio son buenas para aquellos proveedores que sean capaces de ofrecer una amplia gama de servicios a las empresas por dos motivos fundamentalmente: por un lado, porque la presencia de las empresas españolas en Internet es muy baja, ofreciendo un gran potencial de crecimiento y, por otro lado, porque los recursos tecnológicos y humanos de que disponen las empresas para afrontar las tecnologías de la información son muy escasos.

En este punto , es previsible una concentración del mercado , que ya se está produciendo mediante la adquisición por los operadores de telefonía de los proveedores de acceso a INTERNET más importantes .

Por otra parte, la existencia de pequeños operadores que utilizan tecnologías más deficientes hará difícil su supervivencia en el mercado a medida que los operadores de transmisión de datos vayan creando soluciones para el acceso a INTERNET mas avanzadas y con necesidades de inversión y recursos muy superiores que sólo podrán ser seguidas, en la medida que recaben sus servicios, por operadores más potentes y eficientes.

ALGUNAS CONCLUSIONES

Dos son las aproximaciones al mercado de INTERNET, y que pueden dar lugar a diferentes intervenciones :

a) Como servicio de telecomunicaciones. Se advierte una tendencia, cada vez más acusada, que propicia su calificación como servicio universal.

La Ley 11/1198, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, establece en su artículo 37 el concepto y ámbito de aplicación del servicio universal de telecomunicaciones como "el conjunto definido de servicios de telecomunicaciones con una calidad determinada, accesibles a todos los usuarios con independencia de su localización geográfica y a un precio asequible".

Una eventual inclusión de Internet en el concepto de servicio universal de telecomunicaciones debería hacer reflexionar sobre las medidas que serían necesarias para que la sociedad pueda acceder de manera masiva a Internet. Entre esasposibles medidas podrían citarse:

Incrementar la accesibilidad. No existe una oferta suficiente de terminales de acceso a Internet que permita a los ciudadanos utilizar este servicio. Solo el 25% de la población dispone de un ordenador, y no todos disponen de módem para conexión con la red telefónica pública. El precio de un ordenador con estas prestaciones no está hoy por hoy al alcance de amplios espectros de la sociedad. Además la constante evolución tecnológica provoca un cierto retraimiento en su consumo por el temor de pérdida de valor de la inversión realizada.

Una iniciativa encaminada a favorecer el acceso a esta tecnología ha sido planteada en febrero de 1999 por el Gobierno portugués, que creará en el plazo de un año un servidor de correo electrónico gratuito para, al menos, un millón de usuarios. Además, el Gobierno portugués está negociando nuevas medidas con los fabricantes de ordenadores, empresas de software y servidores de acceso a Internet y otros operadores de telecomunicaciones con el fin de generalizar el uso doméstico de las nuevas tecnologías, entre ellas los créditos y subvención de prestaciones.

Mejorar la calidad del servicio. La dificultad para la utilización de los ordenadores personales y programas de navegación por Internet, aunque han mejorado notablemente en los últimos años, impide ofrecer un servicio de telecomunicaciones de calidad y de fácil uso. Cuestiones como la configuración del ordenador, errores del sistema operativo, mensajes ininteligibles, paradas en la comunicación, conexiones fallidas, etc., provocan en el usuario un retraimiento en su utilización, comparando con la calidad y facilidad de uso que da el servicio universal de telefonía vocal (descolgar y llamar) o el servicio público de televisión (accionar un interruptor y ver). Se hace imprescindible desarrollar software sencillo, autoinstalable y robusto que permita ofrecer un servicio de calidad superior al que actualmente se presta. Es necesario, por tanto, realizar un esfuerzo de investigación y desarrollo de nuevo software que palíe estas deficiencias y además eliminen la dependencia tecnológica que existe sobre este tema.

Ofrecer un precio asequible. El gasto medio del 87,4% de los usuarios de Internet en España es inferior a 2800 pesetas/mes. La denominada tarifa plana crea también una diferencia en los precios que pagan los usuarios que utilizan Internet de manera intensiva y aquellos cuya utilización es inferior, hacen un menor uso de los recursos e infraestructuras, aunque subvencionando la utilización de los que más lo usan.

El esfuerzo que se realice por parte de la Administración para subvencionar innovaciones tecnológicas, como pudiera ser la introducción de ADSL, no llegará a toda la población, teniendo en cuenta que el precio no es asequible para amplias capas de la población y dada la escasa penetración de los ordenadores personales y terminales de conexión a Internet en los hogares, centros educativos y empresas españolas.

Solo las pequeñas empresas con medios técnicos adecuados, los ciudadanos más dotados económicamente o colectivos reducidos (profesionales, autónomos, etc.) podrán beneficiarse de este precio.

Dotar de robustez y seguridad jurídica al ESNIC. Crear un marco estable para que el registro de nombres de dominio bajo el dominio territorial ".es" funcione con la seguridad que ha venido prestando hasta el momento y que se adecue a la demanda que la sociedad española realiza actualmente. En este sentido es importante que el Ministerio de Fomento designe al órgano o autoridad competente para el registro de nombres y direcciones, entre las que se encontraría el dominio nacional ".es".

Generar mecanismos de seguridad para las transacciones y operaciones comerciales a través de Internet, Incorporación al ordenamiento jurídico interno español de la Directiva sobre firma electrónica y en el futuro sobre regulación del comercio electrónico y designando a la autoridad del registro de proveedores de servicio de Certificación.

b) Como mercado en el que concurren diversos operadores. En este ámbito y en relación a los tres submercados que se han enunciado, se deberán adoptar en los próximos meses diferentes medidas, algunas incumbentes a la propia Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y otras al Ministerio de Fomento, en orden a propiciar una apertura de la competencia en unos casos (red de acceso) y en otros la existencia de una competencia adecuada y sostenible en el tiempo de los diferentes operadores.

III.3 MERCADO SERVICIOS AUDIOVISUALES

III.3.1 Servicios audiovisuales. Competencia y financiación TV.

A. INTRODUCCIÓN.

En el marco aperturista que inspira la actual política española de telecomunicaciones, el sector de la difusión televisiva está atravesando una fase de particular intensidad en cuanto a ritmo, trascendencia e impacto de acontecimientos. En esta tesitura, el debate entorno al modelo de financiación de las TVs públicas en España no resulta novedoso, pero sí significativamente oportuno en un entorno como el actual, con evidente vocación competitiva.

A partir de la irrupción de las TVs privadas y a lo largo de la última década, el tema ha permanecido en estado latente, incorporándose de modo intermitente a los foros de las discusiones de actualidad nacional con motivo de las reivindicaciones de las competidoras privadas o del replanteamiento de alternativas para poner remedio a los aprietos económicos, por todos conocidos, de la televisión pública estatal.

A nadie se le oculta el carácter sensible del asunto que nos ocupa, obviándose por evidente todo comentario acerca del ineludible entramado político-económico que lo acompaña. Podría explicarse así la permanencia en el tiempo del consenso parlamentario que, desde la promulgación en 1980 del Estatuto de la Radio y Televisión Públicas y hasta hoy, sostiene el modelo financiero de referencia, corroborando así el inevitable clima de inercia y reticencias que rodea la cuestión.

In mente estas consideraciones, tampoco se nos ocultan los inconvenientes que el vigente sistema de financiación plantea o puede plantear en términos de distorsión de la libre competencia en los mercados afectados. A este respecto, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en su calidad de garante de las condiciones de competencia efectiva en el sector audiovisual (artículo 1.Dos, apartado 1 de la Ley 12/1997), cuenta con amparo competencial para controlar no sólo el cumplimiento de las obligaciones de servicio público que se impongan a los titulares de servicios audiovisuales, sino también los medios para su financiación, dictando las resoluciones oportunas (artículo 1.Dos, apartado 2, letra d del mismo texto legal).

Este análisis se limita al mercado nacional de la televisión analógica por ondas herzianas de ámbito supralocal.

Por tanto, <u>se excluyen</u> las TV locales y las TV por cable, los canales vía satélite y la TV digital de pago vía satélite, en plena eclosión y con gran futuro, pero que dado su estado incipiente y la dificil medición del impacto sobre el mercado televisivo global, resulta aconsejable abordar su problemática en otra ocasión.

B. SITUACION GENERAL

En la actualidad, tras las sucesivas leyes aperturistas del tradicional monopolio de RTVE (2 canales nacionales) se han incorporado al mercado televisivo primero las TV autonómicas (1 ó 2 canales regionales, en 6 CCAA, 1983-1987) y después las TV privadas (3 canales nacionales, 1989-1990), quedando en la actualidad la oferta televisiva en ondas terrestres como sigue:

- Dos canales públicos nacionales: TVE1 y TVE2.
- Tres canales privados nacionales: Antena3TV, Tele5, y Canal Plus (éste último de pago, previo abono), aunque mantiene algunas emisiones en abierto.

Uno o dos canales públicos autonómicos en 6 Comunidades Autónomas: Euskadi (ETB1 y ETB2, que se reciben también en Navarra), Cataluña (TV3 y Canal 33, que se recibe también en Baleares y zonas de Valencia), Galicia (TVG), Andalucía (Canal Sur), Valencia (Canal 9) y Madrid (TeleMadrid).

Por tanto, el telespectador puede acceder a 2 canales públicos y 3 privados, todos ellos nacionales, y en las CCAA mencionadas además a 1 ó 2 canales regionales públicos adicionales.

La señal es transmitida por la empresa ahora privada RETEVISIÓN, operador global de telecomunicaciones, para todas ellas (salvo para los canales autonómicos vascos, catalanes y valenciano), contra el pago de unos cánones homogéneos para todas las TV públicas o privadas. Dicho operador, antes público y recientemente privatizado, rompió el monopolio que tenía TVE en este sector hasta 1987. Con la liberalización de las telecomunicaciones y el auge de las redes de cable, se va a poder disponer de una pluralidad de redes de difusión, tanto en régimen de autoprestación como por terceros.

TVE, al igual que la mayoría de TV públicas europeas, ha tenido tradicionalmente una marcada integración vertical en su sistema de creación, producción, programación, emisión y transmisión de la señal; progresivamente y con el advenimiento de las TV autonómicas y privadas se han Ido introduciendo nuevas productoras de contenidos en el mercado y se han externalizado buena parte de los contenidos televisivos, dinamizándose el mercado de programación. Pero al mismo tiempo se ha elevado el precio de las producciones, y por tanto los costes de explotación, pues ahora hay una mayor demanda de las mismas por los nuevos canales, mientras que antes existía un cuasi-monopolio de demanda a favor de TVE (factor éste que contribuye a incrementar el déficit actual de TVE, pues antes adquiría productos a precios más bajos que los del actual mercado abierto).

Respecto de la financiación de las TVs, todas ellas participan del mercado de la publicidad, algunas como fuente principal y exclusiva de financiación (las privadas Antena3 y Tele5), otras en parte importante (las públicas TVE1 – sobre todo- y TVE2, y las Autonómicas, completando sus presupuestos con aportaciones públicas estatales y autonómicas, respectivamente, esto es, dándose una doble financiación que es el meollo de la cuestión), y una marginalmente (Canal Plus, que se financia sobre todo con las cuotas de sus abonados).

Aún habiendo retrocedido mucho en el mercado publicitario televisivo en los últimos 8 años, las TV públicas en España captan todavía entre todas casi la mitad del volumen total de publicidad televisiva del mercado, como resulta de los datos suministrados en otra parte de este informe.

C. EL MERCADO DE LA PUBLICIDAD TELEVISIVA

La competencia por la captación de publicidad, al romperse el monopolio televisivo a nivel nacional de TVE en 1989-90 y surgir las TV privadas (singularmente Antena3 y Tele5, pues Canal Plus se financia básicamente con las cuotas de los abonados), ha crecido enormemente y se da una feroz lucha por captar anunciantes, ofreciendo grandes descuentos, paquetes muy rebajados, programas de gran audiencia para captar publicidad y patrocinadores, etc., lo que ha propiciado en general la saturación de la oferta de tiempo publicitario televisivo en España y la bajada de los precios del mercado de la publicidad televisiva: según el informe anual de Fundesco de 1996 y el Informe a la Comisión Europea sobre la financiación de las TVs públicas en la UE de 1995 (datos de 1995-96), se estima que el total de ingresos reales netos percibidos por la cadenas de TV por publicidad es, tras las rebajas y descuentos, de menos del 25 % del valor estimado inicial del valor del tiempo publicitario vendido por el conjunto de canales de TV; es decir, que las rebajas y descuentos de diversos tipos realizadas por los canales de TV superan el 75 % del valor del tiempo publicitario adquirido por las empresas anunciantes.

La situación actual del mercado de la publicidad televisiva, en una dinámica de crecimiento sostenido de la inversión de las empresas en la publicidad en todos los medios, se caracteriza por el aumento del tiempo ofertado a los posibles clientes en todos los canales, el aumento del tiempo de publicidad emitido, el descenso de ingresos totales por publicidad de los canales públicos, la adecuación de la programación, tanto en horarios como en contenidos, a las demandas de los anunciantes, y el suministro de grandes ofertas y paquetes de compensaciones y descuentos a los anunciantes para atraerlos en competencia con los demás canales, dada la lucha existente entre los canales nacionales por buscar un medio de financiación .

La paradoja de todo esto es que, a pesar de emitirse más tiempo de publicidad televisiva (según los mencionados informes de Fundesco y de la Comisión Europea, casi el triple que hace 6-7 años, pasando de unas 2.000 horas/año de publicidad en 1990 a casi 6.000 horas/año en 1997), los ingresos por emitirla se han estancado o han descendido merced a descuentos y ofertas, por lo que el abaratamiento real del precio de la publicidad televisiva ha sido evidente; por poner un ejemplo, el precio medio de un "spot" publicitario de 15 a 20 segundos de duración en las cadenas nacionales ha descendido entre 1990 y 1996 desde algo más de 400.000 ptas. a algo más de 200.000 ptas., es decir, casi a la mitad.

La publicidad televisiva en España se contrata mayoritariamente a través de "Centrales de Compras", que negocian

con las cadenas de TV la compra de paquetes amplios de tiempo publicitario y de programas a patrocinar, actuando como grandes compradores para las empresas anunciantes, presionando los precios a la baja y pagando a las TV a plazos amplios de hasta 120 y 180 días, acaparando el 90 % del mercado.

D. LA FINANCIACIÓN MEDIANTE FONDOS ESTATALES, O REGIONALES EN SU CASO, DE LOS CANALES PÚBLICOS DE TV.

Según las fuentes mencionadas, <u>en lo que se refiere a TVE</u>, la situación ha evolucionado considerablemente desde la existente con anterioridad al advenimiento de las TV privadas, donde TVE se autofinanciaba con sus ingresos publicitarios merced a su monopolio a nivel nacional (en 1989 ingresó por publicidad 165.330 millones de ptas.), hasta la situación actual, en la que tras irrumpir las TV privadas en el mercado de la publicidad, y repartirse además las audiencias, los ingresos publicitarios descendieron a menos de la mitad para TVE (72.915 millones de ptas. en 1997, de los que unos 48.000-50.000 corresponden a TVE1, 12.000-14.000 a La2, y el resto, unos 7.000-8.000, a los circuítos regionales), y ante el creciente déficit de explotación ha necesitado de subvenciones públicas y de endeudarse en el mercado financiero (las pérdidas acumuladas ascienden a más de 600.000 millones de ptas.) para poder cubrir su presupuesto, que en 1997 ascendió a 209.909 millones de ptas. Total, que en sólo 8 años ha pasado de autofinanciarse con sólo la publicidad y tener incluso beneficios, a poder cubrir con los ingresos de la publicidad poco más de un tercio de sus necesidades financieras actuales.

Las televisiones autonómicas, lejos de los umbrales de rentabilidad económica, se ajustan desde su creación al modelo mixto de financiación al que están autorizadas legalmente, sin las resonancias negativas de las cadenas públicas pues la mayoría se justifican en la promoción de la lengua y cultura propias. Según los datos recogidos en diversas fuentes, la financiación pública cubre en general la mayoría del presupuesto de cada televisión, aunque algunas cadenas como las catalanas, la valenciana y la madrileña captaban asímismo cuotas apreciables de publicidad que les permitía cubrir entre el 40 y el 60 % de sus presupuestos. El presupuesto conjunto de las cadenas autonómicas asciende anualmente a más de 100.000 millones de ptas. de los cuales alrededor de un tercio se financia con publicidad, concretamente los ingresos publicitarios en el conjunto de canales autonómicos ascendieron a 36.786 millones de ptas. en 1997.

Para adquisición de contenidos y derechos de retransmisión, así como para negociar determinados contratos de difusión publicitaria en común, las TV autonómicas actúan en común a través de la FORTA (Federación de Organizaciones de Radio y Televisión Autonómicas).

E. LAS OBLIGACIONES DE SERVICIO PÚBLICO DE LAS TV PÚBLICAS.

Un aspecto destacado de la justificación del déficit de explotación de las TV públicas es el coste de las obligaciones de servicio público que soportan, y que no gravan en cambio a las TV privadas.

Sin embargo, los modelos de TV pública y las mismas obligaciones de servicio público son bastante diferentes entre los diversos Estados miembros de la UE, por lo que no resulta sencillo encontrar un parámetro común y medible sobre lo que se entienda por obligación de servicio público.

Parece existir una convención según la cual la TV pública ha de proveer una oferta distintiva, de alta calidad y que complemente, más que competir, a la oferta de la TV privada. Por eso ha de concentrase en la programación más original y arriesgada: entretenimiento original, noticias inteligentes y contrastadas, transmisión de los eventos de actualidad, foro de debate público, servicio de educación, científico y de potenciación de la cultura nacional.

A las especificadas legalmente tanto para TVE como para las TV autonómicas, se añaden otras de política cultural, educativa, de oportunidad, etc., que de hecho supongan una parte importante de los costes.

Si para las TV autonómicas de regiones con lengua y cultura propia (los canales catalanes TV3 y Canal 33, el canal valenciano Canal9 –bilingüe-, el canal vasco ETB1, y el canal gallego TVG) la mera existencia de un medio televisivo en el idioma regional es de por sí una justificación de su actividad en orden a promocionar lengua y cultura propias, para el resto de canales autonómicos (TeleMadrid, Canal Sur, ETB2, parte de Canal9, todos ellos emiten en castellano) la justificación no es tan evidente, y por eso sería necesario y conveniente que se especificasen las concretas obligaciones de servicio público que justifiquen la financiación de los mismos vía fondos públicos, pues en otro caso se daría una teórica duplicidad de funciones con los circuitos regionales de TVE, con las mismas funciones de servicio público y cultural territorial.

F. BREVE REFERENCIA AL DERECHO COMPARADO EN MATERIA DE FINANCIACIÓN DE LAS TVS PÚBLICAS.

Según las fuentes mencionadas, la financiación de las TV públicas en Europa es diversa, articulando distintos medios que responden a unas circustancias y cultura nacionales propias de cada país, pero que tienen en común el sistema mixto de financiación que, en mayor o menor grado, define a las corporaciones europeas públicas de radiodifusión.

Pasamos a realizar una breve referencia de las fuentes de financiación de los entes públicos de TV de los países de la UE:

Gran Bretaña: Los canales públicos son BBC1, BBC2 y Channel4, financiados los dos primeros exclusivamente por una tasa sobre los receptores, y el segundo exclusivamente por publicidad. Es el único caso en el cual las TVs públicas no tienen un sistema mixto de financiación.

Alemania: Los canales públicos son ARD y ZDF, financiados mayoritariamente por tasas sobre la tenencia de receptores (ADR en un 89 % y ZDF en un 80 % de sus presupuestos), y el resto (entre el 11 % de ADR y el 20 % de ZDF) por publicidad. * El canal franco-alemán "Arte" se financia íntegramente con una parte de las licencias sobre la tenencia de receptores.

Italia: Los canales públicos (3) se integran en la RAI, financiados mayoritariamente por tasas sobre la tenencia de receptores (más de un 57 % de sus presupuestos), otra parte (11 %) con subvenciones y ayudas públicas directas, y el resto (32 %) por publicidad.

Francia: Los canales públicos son Antenne2 y FR3, financiados mayoritariamente por tasas sobre la tenencia de receptores (50 % Antenne2 y 72 % FR3), y por subvenciones gubernamentales para programas educativos y culturales (entre un 5 y un 8 % de sus presupuestos), y el resto por publicidad (45 % Antenne2 y 20 % FR3). * El canal franco-alemán "Arte" se financia íntegramente con una parte de las licencias sobre la tenencia de receptores.

Portugal: Los 2 canales públicos se gestionan por la RTP, financiada mayoritariamente (90 %) mediante publicidad, y el resto (10 %) mediante ayudas públicas. Hasta 1989 se financiaba también mediante licencias sobre receptores, pero actualmente esta fuente de financiación está suprimida.

Bélgica: Existen 2 corporaciones públicas de TV, la RTBF (Francófona), financiada en un 80 % por licencias sobre receptores y en un 20 % por publicidad —existe una limitación legal máxima del 25 %-, y la BRTN (flamenca), financiada íntegramente por licencias sobre receptores y algunos espacios patrocinados.

Dinamarca: Existen 2 canales públicos, DR, financiado íntegramente por licencias sobre receptores, y TV2, financiado mayoritariamente por ingresos publicitarios (72 % del total), y el resto con fondos y ayudas públicas (un 18 % por licencias sobre receptores, y el restante 10 % con subvenciones directas a contenidos y exenciones de intereses en créditos y otras ventajas indirectas).

Grecia: El ente público ERT, con 3 canales, se financia mayoritariamente con fondos públicos directos (subvención que cubre en torno al 6 % del total de ingresos) e indirectos (la licencia por tenencia de receptores cubre el 89 % del total de ingresos), siendo los ingresos por publicidad residuales (en torno a un 5 % del total).

Irlanda: Los dos canales públicos de RTE se financian casi a partes iguales mediante licencias por tenencia de receptores (48 %) y mediante publicidad (52 %); en 1993-1994 se debatió el conceder adicionalmente subvenciones públicas directas para sostener la programación en gaélico si se ponía en funcionamiento un canal adicional exclusivamente en dicho idioma.

Holanda: Los canales públicos holandeses se financian mayoritariamente a través de las licencias por tenencia de receptores (en un 75 % del total), siendo el resto ingresos publicitarios (25 % del total).

Luxemburgo: No existe ningún ente público de televisión.

G. ANÁLISIS JURÍDICO DE LA DOBLE FINANCIACIÓN DE LAS TELEVISIONES PÚBLICAS DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA.

- 1) Derecho Comunitario de la Competencia y doble financiación de las televisiones públicas
- El Derecho comunitario de la competencia ha analizado esta cuestión fundamentalmente desde la perspectiva de las ayudas públicas a las empresas.

El Derecho Comunitario no prejuzga el status público o privado de las empresas de los Estados miembros. Este principio de neutralidad viene recogido en el artículo 222 del Tratado de Roma y nunca ha sido puesto en duda por las autoridades comunitarias. Esto supone que no existe ninguna norma que prohiba la existencia en sí misma de las televisiones públicas ni que determine el modo en que cada Estado deba organizar el sector.

Sin embargo, el Tratado sí prohibe en su artículo 92.1, y en la medida en que afecten a los intercambios comerciales entre los Estado miembros, las <u>ayudas otorgadas por los Estados</u> o mediante fondos estatales, bajo cualquier forma, que falseen o amenacen falsear la competencia favoreciendo a determinadas empresas o producciones.

El concepto de ayuda estatal comprende "cualesquiera atribuciones de ventajas patrimoniales a favor de empresas determinadas, individualmente o de forma global, realizadas directa o indirectamente con cargo a fondos públicos en condiciones distintas a las que serían normales en el mercado". Así, se consideran ayudas estatales a los efectos del derecho comunitario las dotaciones de capital, los créditos a fondo perdido para inversiones, los subsidios para cubrir pérdidas corrientes y los préstamos a tipos reducidos de interés, entre otras. Esto ejemplos confirman que no cabe albergar duda alguna sobre la calificación de ayuda que merecen las subvenciones a nuestras televisiones.

Por otra parte, para la calificación de una ayuda estatal contraria al Derecho comunitario será necesario que concurra además el elemento de afectación a los intercambios comerciales entre los Estados miembros. No es nuestra intención analizar si en el caso del mercado español de la publicidad televisiva se produce o no esta afectación. Por el contrario, nos basta aquí con precisar que de no producirse este efecto en el comercio intracomunitario, aunque el artículo 92 ya no sería aplicable, el análisis que sigue a continuación tendría plena vigencia a los efectos de determinar las posibles implicaciones desde la óptica de los principios del derecho de la competencia en nuestro mercado nacional.

Sentada la existencia de una ayuda estatal el Tratado contempla determinados casos en los que las ayudas se considerarán compatibles per se con sus disposiciones y otros respecto de los cuales la Comisión puede declarar su compatibilidad de concurrir determinadas circunstancias. Respecto a estos últimos el artículo 92.3, d) establece que podrán considerarse compatibles con el mercado común las ayudas destinadas a promover la cultura y la conservación del patrimonio, cuando no alteren las condiciones de los intercambios y de la Comunidad en contra del interés común. Pese a que podría considerarse su pertinencia en el ámbito de las televisiones europeas, este supuesto no ha sido nunca utilizado en el contexto de la radiodifusión televisiva, por lo que no parece a primera vista que esté pensado para esta actividad.

Al margen de los casos de compatibilidad de las ayudas expresamente contemplados en los puntos 2 y 3 del artículo 92, se permite otra vía de excepción prevista en el propio artículo 92. 1 que establece que no considerarán incompatibles con el mercado común aquellos casos en que "el Tratado disponga otra cosa".

Pues bien, el Tratado precisamente contempla una excepción a la aplicación de las normas de defensa de la competencia a las empresas encargadas de misiones de interés general en el artículo 90.2 que estimamos es pertinente en el contexto de la compatibilidad de ayudas públicas, como veremos a continuación.

El artículo 90 del Tratado dispone que los estados miembros no adoptarán ni mantendrán respecto de las empresas públicas (es decir aquellas sobre las que las autoridades públicas puedan ejercitar directa o indirectamente una influencia dominante en virtud de su propiedad sobre la misma, su participación financiera o las reglas que la gobiernan) ninguna medida contraria a las normas del presente Tratado, especialmente las previstas en los artículos 6 y 85 a 94 ambos inclusive.

Ahora bien, el apartado 2 del artículo 90 establece, una excepción al principio general de aplicación de las normas de competencia a las empresas públicas al disponer que "las empresas encargadas de la gestión de servicios de interés económico general (...) quedarán sometidas a las normas del presente tratado, en especial a las normas sobre competencia, en la medida en que la aplicación de dichas normas no impida, de hecho o de derecho, el cumplimiento de la misión específica a ellas confiada."

Se consagra aquí el principio de libertad de los Estados miembros para definir las misiones de interés general, otorgar derechos especiales o exclusivos necesarios para realizar estas misiones a las empresas responsables, ordenar su gestión y encargarse, en su caso, de su financiación.

Esta excepción ha sido matizada, no obstante por la práctica de las Instituciones comunitarias que insisten en que sólo podrá invocarse si las restricciones de la competencia que entraña la medida estatal son proporcionales a los fines de interés general que se pretende defender.

En este sentido la significación de este punto 90.2 ha sido perfilada por la jurisprudencia el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas y del Tribunal de Primera Instancia en distintas ocasiones. Así, por ejemplo en la sentencia "Corbeau" se establece que las empresas encargadas de la gestión de servicios de interés económico general podrán eludir las normas sobre competencia del tratado en la medida en que las restricciones de la competencia o incluso la exclusión de toda competencia por parte de otros operadores económicos, sean necesarios para garantizar la realización de la misión específica que les ha sido confiada. Los elementos esenciales de la función especial de gestión de servicios de interés económico general serían, de acuerdo con esta resolución, el beneficio de todos los usuarios, en la totalidad del Territorio del Estado miembro interesado (...) sin considerar las situaciones particulares ni el grado de rentabilidad económica de cada operación en particular."

Ahora bien, en vista de que las Televisiones Públicas desarrollan actividades que pueden considerarse obligaciones de servicio público y otras que no difieren de aquellas desempeñadas por sus competidoras privadas, para aplicar el test de proporcionalidad en principio parecería necesario aplicar un principio de separación contable entre las actividades que gozan de financiación privilegiada y las actividades que no, justamente para evitar que se crucen los apoyos financieros destinados a cubrir los costes de las obligaciones de interés general y se destinen a cubrir el coste de los programas en las que las televisiones publicas deberían competir en régimen de igualdad. Esta imposición de separación contable que se exige en otros sectores como por ejemplo el de las telecomunicaciones, paradójicamente no se ha exigido todavía por las autoridades comunitarias en el ámbito de la doble financiación de las televisiones públicas, lo que no obsta para que su existencia se acoja favorablemente llegado el caso como, por ejemplo, sucedió en la decisión sobre la Televisión Portuguesa.

En este caso, la Comisión no consideró que constituyese una ayuda de estado prohibida por el Tratado el sistema de financiación de las cadenas públicas de televisión portuguesas puesto que estas cadenas tenían obligaciones impuestas por el poder público con vistas a garantizar la realización de determinadas actividades a las cuales no

estaban obligadas las cadenas que funcionaban según las reglas del mercado. Se estimó que las medidas de financiación estatal se limitaban a compensar los costes adicionales que estas obligaciones implicaban, para lo que aparentemente fue decisivo el sistema de contabilidad analítica puesto en marcha por las autoridades portuguesas que permitió constatar que la financiación no excedía del precio real de las actividades.

La aplicación de esta línea de razonamiento a la financiación de las televisiones públicas es a nuestro juicio la más coherente con el marco jurídico comunitario, pero resulta muy controvertida.

Efectivamente, el sistema de financiación de las televisiones públicas tiende a considerarse un tema "sensible" en la mayoría de los Estados Miembros de la Unión Europea al entenderse que el sistema de radiodifusión pública "está directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad y con la necesidad de preservar el pluralismo en los medios de comunicación". Basándose en esta premisa el Tratado de Amsterdam, anteriormente citado, incorpora un Protocolo específico en el que se conviene que "Las disposiciones del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea se entenderán sin perjuicio de la facultad de los Estados miembros de financiar el servicio público de radiodifusión en la medida en que la financiación se conceda a los organismos de radiodifusión para llevar a cabo la función de servicio público tal como ha sido atribuida, definida y organizada por cada Estado miembro y en la medida en que dicha financiación no afecte a las condiciones del comercio y de la competencia en la Comunidad en un grado que sea contrario al interés común, debiendo tenerse en cuenta la realización de la función de dicho servicio público".

Esta fórmula, un tanto ambigua, deja traslucir el significado altamente político de cualquier solución que se proponga. Así, mientras que los partidarios de mantener un sistema de televisión pública a ultranza han querido ver en su tenor literal un triunfo frente a aquellos que consideran que las televisiones públicas deben someterse también a las condiciones de mercado, la DG III de la Comisión Europea, por el contrario considera que confirma la línea ya emprendida por la Comisión en su Comunicación sobre los Servicios de Interés General en Europa y la práctica de las autoridades comunitarias en este y otros campos en los que se discute la intervención del sector público en la economía.

En cualquier caso y sea cual sea la voluntad política de las instituciones comunitarias, los principios de aplicación del derecho de la competencia según se ha establecido para sectores similares son bastante claros. En primer lugar corresponde a cada estado miembro organizar su sector público y decidir cúales son los servicios de interés general que debe garantizar a sus ciudadanos, así como organizar las vías para su financiación.

En cuanto a los criterios que se han estimado en el ámbito comunitario a la hora de definir lo que se considera servicio público o en terminología comunitarias servicios de interés general, en el ámbito de las televisiones cabe citar los siguientes, teniendo siempre en cuenta que corresponderá a cada Estado su delimitación.

La sentencia "Eurovisión" caracteriza la función especial de servicio de interés económico general en el ámbito de las televisiones, como la obligación de ofrecer una programación variada que comprenda programas culturales, educativos científicos y destinados a minorías y (...) la de alcanzar a toda la población nacional independientemente del coste.

En la Comunicación sobre los Servicios de Interés General, antes citada, la Comisión Europea después de exponer su interpretación sobre la postura de la Instituciones comunitarias frente a tales servicios, dedica un capítulo específico a la Radio y la Televisión en el que constata que las consideraciones de interés general en este sector tratan esencialmente del contenido de los programas emitidos y están relacionados con los valores morales y democráticos, como el pluralismo, la deontología de la información y la protección de la persona.

Por último, la Decisión de la Comisión Europea sobre la financiación de la televisión portuguesa antes citada toma en cuenta como obligaciones de servicio público, la cobertura sobre todo el territorio nacional, la explotación de regiones autónomas de Madeira y las Azores, la explotación de los archivos audiovisuales, la cooperación con los países de lengua oficial portuguesa, la cesión del derecho de antena para las emisiones religiosas, el mantenimiento de un canal internacional, la financiación de un teatro público y el mantenimiento de delegaciones o corresponsales en los lugares donde las cadenas privadas no están presentes.

2) Aplicación de estos principios a la financiación de las televisiones públicas españolas

La aplicación de los principios anteriormente expuestos a nuestro sistema de televisión pública no resulta difícil en teoría. Así, parece que bastaría con determinar cuáles son las obligaciones de servicio público impuestas a las Televisiones Públicas, estatal y autonómicas. A continuación se estimaría el coste que soportan las citadas televisiones por tener que asumir estas obligaciones y por último, nos limitaríamos a constatar si la financiación pública que reciben las televisiones se limita a compensar los costes adicionales en que incurren por razón de estas obligaciones o si por el contrario, excede del precio real de las actividades, en cuyo caso se podría resolver que se está afectando mediante una medida estatal no necesaria ni justificada a las condiciones de libre competencia en el mercado, con efectos inhibidores del sector privado.

En la práctica, no existe unanimidad en cuanto a lo que deba considerarse obligaciones de servicio público en el ámbito de las televisiones y resulta todavía más complicado realizar estimaciones sobre los costes que se asocian a dichas obligaciones. En este sentido, sin abordar ambas cuestiones, con estudios debidamente fundados, no resulta

factible emitir un pronunciamiento sobre si la competencia resulta o no alterada como consecuencia de la doble financiación.

H- CONCLUSIONES.

El fenómeno de la doble financiación pública y privada de las televisiones públicas está presente en mayor o menor medida en todos los países del entorno comunitario, alcanzando en nuestro país proporciones de envergadura en lo que hace al volumen de la financiación pública que se destina a este tipo de televisiones.

En efecto, las televisiones públicas españolas compiten con las cadenas privadas en el mercado audiviosual de contenidos y en el mercado de publicidad televisiva, donde acaparan casi la mitad de la inversión total del sector. Este hecho no sería más que una consecuencia directa de la existencia de distintos operadores en el mercado si no fuera porque, a priori, la financiación publica de parte de los costes de estas televisiones potencialmente puede situarlas en una posición de ventaja comparativa a la hora de competir en precios y calidad, lo que podría suponer una discriminación contraria a las normas de competencia.

Los últimos desarrollos del derecho comunitario en relación con las ayudas estatales y la aplicación de las normas de competencia a las empresas públicas nos llevan a concluir que la defensa de la libre competencia en el mercado de las televisiones implica que la financiación con cargo a fondos estatales de las televisiones públicas sólo será legítima si se limita a compensar a las cadenas públicas por el sobrecoste que suponen los servicios de interés general que están obligadas por ley a proporcionar a los consumidores.

Esta línea de razonamiento, que por otra parte, sólo ha sido aplicada por las autoridades comunitarias en relación con la financiación de las televisiones públicas en una ocasión, se opondría a las posturas que entienden el servicio público de televisión como un todo y cuyo coste estiman es imposible de cuantificar, por lo que resulta en cualquier caso muy controvertida.

Asimismo la aplicación de este razonamiento en el ámbito de las televisiones públicas se enfrenta, también al nivel europeo, con graves obstáculos que radican fundamentalmente en la dificultad de definir lo que se considera servicio público en el ámbito de las televisiones. A este respecto habrá que tener en cuenta no sólo obligaciones específicas a cargo de las cadenas públicas como puedan ser, por ejemplo, la existencia de un canal internacional o el mantenimiento de retransmisiones en las lenguas propias de cada Comunidad Autónoma, sino también otras obligaciones como el mantenimiento de una programación plural de calidad que implicará necesariamente descender al nivel de regulación de contenidos y en última instancia al control político sobre los medios de comunicación.

Sentadas las bases de lo que se deba considerar como servicio público en nuestro modelo de televisión, quedará pendiente la cuestión todavía más difícil, si cabe, de evaluar su coste.

En este sentido, para poder determinar con rigor si se están produciendo efectos anticompetitivos como consecuencia de la doble financiación, sería necesario contar con datos más completos y fiables y aplicar un sistema de contabilidad lo suficientemente transparente como para poder determinar los costes reales y que nos permita a su vez controlar la financiación cruzada de las áreas susceptibles de ser financiadas con fondos públicos a las que no lo son.

Una vez realizado este análisis económico y verificada la presunta distorsión del mercado que la cuestión de la doble financiación de las televisiones públicas parece implicar, se podría estudiar adoptar alguna de estas soluciones:

- a) Evolucionar hacia una televisión pública financiada exclusivamente con ayudas e ingresos públicos, es decir sin publicidad, en la línea de la BBC Británica y con una programación de calidad, de interés general. Este modelo supone separar radicalmente la televisión pública del mercado publicitario, incurriendo, eso sí, en un mayor coste que repercutiría directa o indirectamente en el consumidor.
- b) En el otro extremo, se plantea la posibilidad de prescindir del modelo de televisión pública, imponiendo a las televisiones privadas las obligaciones de servicio público que se considerasen convenientes y arbitrando los mecanismos adecuados para su financiación. Para ello se aplicarían los mismos principios que se han aplicado en otros sectores como el de las telecomunicaciones, definiendo el servicio universal en el mercado de la televisión y asegurando la transparencia de su sistema de financiación.

La implantación de este sistema supondría la revolución total del modelo actual, y se antoja difícilmente implantable sin un previo debate y consenso de todos los agentes involucrados y de las fuerzas políticas y sociales.

- c) Por último, se plantea la posibilidad de mantener el sistema de financiación mixta actual, pero introduciendo una serie de cautelas con objeto de garantizar los deseables niveles de competencia:
- 1) Así las televisiones públicas deberían hacer públicas sus estimaciones de costes, desglosando aquellos que se deriven del cumplimiento de las obligaciones de servicio público.
- 2) Asimismo quedarían obligadas a la exigencia de separación contable entre los costes de los contenidos de

servicio público, que serían financiados con ayudas públicas, y los contenidos comerciales cuya vía de financiación sería exclusivamente la publicidad.

3) Quedaría prohibidas las subvenciones cruzadas.

Con este modelo, que parece respaldado por los últimos desarrollos jurisprudenciales en derecho comunitario, se permitiría la financiación pública de las televisiones públicas sólo en la medida en que esos fondos se destinasen íntegramente al cumplimiento de las obligaciones de servicio público.

De esta forma se mantendría el modelo actual, permitiendo la presencia de las televisiones publicas en el mercado de la publicidad televisiva, sin más límites que los impuestos por la necesaria lealtad de comportamientos entre competidores en ese mercado.

Para esta solución, se hace preciso la realización de un estudio económico en profundidad sobre los costes del servicio público en el ámbito de las televisiones, el nivel de financiación estatal de las televisiones públicas y el grado de distorsión de la competencia en los mercados que esta produce.

III.3.2 El mercado de los contenidos

Introducción

El mercado de la televisión se encuentra en este momento atravesando una fase especialmente dinámica que viene impulsada por la introducción de las nuevas tecnologías digitales de retransmisión (terrestre y por satélite), que amplían la capacidad existente y posibilitan la multiplicación de las cadenas y la generalización de nuevas formas de hacer televisión frente a las tradicionales televisiones de emisión en abierto. Este hecho trae como consecuencia una escasez momentánea de contenidos, y una competencia encarnizada por la audiencia, en el caso de las televisiones en abierto y por el número de abonados en el caso de las televisiones de pago.

El mercado de los contenidos televisivos: distintos submercados

A los efectos de este apartado dentro del marco general del mercado de la televisión en España, hemos considerado los siguientes mercados: mercado de servicios de difusión de programas de televisión y el mercado de los contenidos televisivos.

a) Mercado de la disusión de programas de televisión (televisión desde el punto de vista de los medios de transmisión).

A su vez dentro de este mercado existen dos grandes submercados, televisiones en abierto y las televisiones de pago, con características específicas que los configuran como mercados distintos, aunque la televisión en abierto ejerce una cierta presión competitiva sobre la televisión de pago.

b) El mercado de las televisiones en abierto

Estas televisiones tienen una vocación generalista, y al estar destinadas al conjunto de la población, las parrillas de su programación se caracterizan por su variedad.

Hay una relación entre el distribuidor de programas y la industria publicitaria. El servicio es gratuito para el consumidor por lo que las televisiones se deben financiar con los ingresos publicitarios que obtienen. Por este motivo son determinantes las cuotas de audiencia y las tarifas de publicidad.

Los datos ofrecidos en otra parte de este informe, indican que pese a que TVE asume el liderazgo en cuota de mercado, no se puede presumir que goce de posición en el mercado que le permita actuar en el mismo con independencia de sus competidores o clientes, es decir que no se le puede atribuir sin más una posición de dominio, pues las cuotas de mercado de sus competidores son bastante altas y han aumentado con el tiempo. Para poder hablar de dominancia habría que analizar la existencia de barreras de entrada y especialmente si puede considerarse como tales la limitación de los ingresos publicitarios, pues con la introducción de la televisión digital desaparecerá la limitación técnica existente en cuanto al número de cadenas.

Sin embargo, sí cabe indicar que TVE y las televisiones autonómicas cuentan, bien directamente con subvenciones, bien con el respaldo gubernamental que les permite endeudarse en condiciones distintas que las que disfrutan las otras cadenas, lo que a su vez les faculta para competir en mejores condiciones que sus competidores en el mercado de los ingresos publicitarios. Esta situación provoca distorsiones en el juego de la competencia aunque no se puede afirmar que se traduzca en la existencia de esa posición de dominio que equivale a la posibilidad de comportarse en el mercado con independencia de su clientes y competidores.

c) El mercado de las televisiones de pago

Distintas tecnologías están permitiendo la aparición de una oferta específica de televisión de pago que la configura como un mercado con rasgos distintos del de la televisión en abierto. Junto a la multiplicación de la capacidad se

constata la existencia de barreras de entrada específicas como por ejemplo la capacidad de controlar el acceso.

En la TV de pago no son determinantes las cuotas de audiencia sino el número de abonados. El servicio, a diferencia de lo que ocurre con las televisiones en abierto, no se financia con ingresos publicitarios sino que se sujeta a la contraprestación económica del televidente o abonado por lo que, además, no experimenta cortes de publicidad (aunque en el futuro próximo es probable que se introduzcan ciertas formas de publicidad interactiva).

Por otra parte, la TV de pago se caracteriza por tener una vocación especializada, en la medida en que buena parte de la programación se articula mediante la creación de canales temáticos que se ofrecen empaquetados (fenómeno también denominado "bundling") y, junto con ello, se permite al usuario contratar determinadas emisiones en régimen de pago por visión (este modelo no es transplantable, sin embargo, al caso de Canal Plus).

Sin embargo, pese a tratarse de distintos mercados el de la televisión de pago y el de la televisión en abierto están muy relacionados: los grupos presentes en la televisión de pago coinciden muchas veces con las televisiones en abierto y los contenidos que integran la oferta de programación de las televisiones también pueden coincidir, aunque serán distintas las condiciones de emisión (por ejemplo, la televisión de pago ofertará películas de estreno o dentro de un canal temático, mientras que la televisión en abierto podrá ofertar la misma película transcurrido un año e inserta en una parrilla de programación más variada).

La incorporación a este mercado de los operadores de cable se plantea como una oferta acumulada a la de los servicios de televisión digital por satélite. En 1998 alcanzaron los 290.000 abonados, pero las perspectivas de crecimiento para 1999 son mucho mayores.

Aunque la inclusión de estos operadores de cable en el mismo mercado que las televisiones vía satélite pueda ser discutida por algunos (puesto que la oferta difiere por razones técnicas, de costes, de los servicios telefónicos, de acceso a internet con mayor ancho de banda y de televisión interactiva que ofrecen) estos operadores compiten con aquéllas por obtener los mismos contenidos para su oferta televisiva, por lo que a los efectos de este estudio hemos considerado pertinente situarlos al mismo nivel. (Cabe indicar asimismo que los operadores de cable pueden funcionar también como minoristas de TV Digital por Satélite).

Lo mismo se puede decir de los canales digitales terrestres de pago, que surgirán próximamente como consecuencia de la introducción de la tecnología digital a la televisión terrestre tradicional.

Finalmente se podría decir otro tanto de los operadores de acceso condicional a la televisión digital, que por la vía de la regulación pueden ser considerados como operadores de un mercado específico, aunque a los efectos de este análisis los tratamos conjuntamente como parte del mercado de televisión de pago.

- d) El mercado de los contenidos televisivos (televisión a nivel mayorista)
- 1) Formulas de adquisición de contenidos

En un nivel "anterior" a la difusión de los programas se sitúa el mercado de los contenidos televisivos a los que acceden las cadenas de televisión utilizando las siguientes fórmulas:

- El propietario de los derechos adquiere una licencia exclusiva (derechos de antena o pases) que les permite emitir su programa durante un número de veces, en un periodo de tiempo y en un territorio geográfico previamente determinado. (El propietario del programa puede otorgar otras licencias no coincidentes).
- La televisión compra todos los derechos del producto audiovisual (en la fase de producción o una vez realizado)
- La televisión realiza y comercializa ella misma el programa o producto, o lo coproduce con otros, reservándose derechos de emisión más o menos amplios.
- En todos los casos se podría distinguir entre la cesión de derechos sobre el contenido en sí o sobre el formato del programa que también puede ser objeto de cesión como suele ocurrir con los concursos.

Como ya se ha indicado la demanda de los contenidos televisivos está en estos momentos creciendo enormemente, pues la introducción de las nuevas tecnologías digitales permiten la multiplicación de los canales que, a su vez, necesitan rellenar su programación.

Por su parte la oferta de contenidos televisivos está en proceso de adaptación, existiendo momentáneamente una escasez de los mismos, por lo que las televisiones están dispuestas a pagar grandes cantidades de dinero especialmente por los programas que les reportan altos índices de audiencia y normalmente se garantizan el retorno de estas inversiones con pactos de exclusividad.

2) submercados

Dentro del mercado de los contenidos es preciso distinguir tres submercados que funcionan según reglas y características distintas.

- Contenidos por los que los emisores están dispuestos a pagar precios muy altos, cuyo grado de sustituibilidad entre uno y otro es muy limitada y donde el momento de emisión es un factor esencial: son los contenidos que normalmente se emiten en régimen de pago por visión,como acontecimientos culturales, deportivos y determinadas películas, sobre los cuales se suelen conceder licencias en exclusiva y cuyo precio de adquisición es muy alto. Dentro de este segmento los derechos sobre las retransmisiones de los partidos de fútbol pueden constituir un mercado en sí mismo, como se verá más adelante.
- Contenidos por los que los emisores están dispuestos a pagar un cierto precio, que desde el punto del cliente son sustitutos relativos y el tiempo en que se emiten no es crucial: estos contenidos son los candidatos a canales "premium" y pueden ser canales de películas y series americanas sobre las que las grandes productoras americanas conceden licencias en exclusiva, competiciones deportivas de elite, canales de noticias, etc.
- Contenidos por los que los emisores no están apenas dispuestos a pagar, cuyo grado de sustituibilidad es alto y donde el tiempo de emisión no es un factor clave. Integran los canales básicos de las televisiones de pago y cierta oferta de programación de las televisiones en abierto .

Dependiendo del tipo de programación que cada televisión pretenda ofrecer (generalista o temática) se precisará disponer en mayor medida de uno u otro tipo de contenido. Además un mismo tipo de contenido, dependiendo por ejemplo del momento de emisión ,integrará una categoría u otras (por ejemplo el pase de una película a los 6 meses de su estreno o en un momento posterior)

La disponibilidad de contenidos "clave" y de contenidos susceptibles de formar los canales "premium" es crucial para el modelo de negocio actual de estas televisiones y por lo tanto para la viabilidad del proyecto. Lo que ha impulsado al alza los precios de este tipo de contenidos. La posición dominante en la disponibilidad de estos contenidos determina directamente la posición dominante en emisoras de TV.

A continuación se detallan la situación de los contenidos que en estos momentos resultan clave para las televisiones de pago:

3) situación de los contenidos "clave" y "premium"

Fútbol

El mercado de los derechos de retransmisión de fútbol por televisión en territorio español constituye un mercado en sí mismo .En este mercado, las televisiones se disputan la emisión de los partidos "estrella" de las distintas temporadas para lo cual adquieren la cesión en exclusiva de los derechos de emisión de las imágenes.

La cesión de los derechos sobre las emisiones de fútbol en nuestro país, tras la promulgación de la denominada "Ley del Futbol" se configura a grandes rasgos de la siguiente manera:

Los derechos de emisión de los partidos de liga y Copa han sido cedidos por los clubes a los socios de la entidad Audiovisual Sport (TV·3, Canal Satélite Digital y Antena 3) que gestiona los derechos en abierto ,en codificado y en pago por visión. Esta entidad ha cedido a la FORTA los derechos de emisión en abierto de determinados partidos (hasta el 2001) aunque allí donde no exista televisión autonómica los emitirá TVE. Asimismo Audiovisual Sport ha cedido a Canal + y a Canal Satélite Digital los derechos de emisión codificada hasta el 2003 y de pago por visión hasta el 2001 respectivamente.

Por su parte la Federación Española de Fútbol controla los derechos de emisión de las retransmisiones de Fútbol de la Selección Española que cede a TVE, habiendo adquirido esta misma entidad los derechos de emisión de las competiciones europeas, algunos de los cuales han sido cecidos asimismo a la entidad Vía Digital.

La Ley del Fútbol antes mencionada incide en alguna medida en el panorama descrito pues obliga a retransmitir en abierto de entre los partidos que se disputen en cada jornada aquél que haya sido calificado de antemano por una Comisión ad hoc de "interés general por su especial relevancia y transcendencia social". Además, respecto de los partidos emitidos en pago por visión o pago por consumo, la Ley resulta ambigua, pues establece que el titular de los derechos negociará con todo aquel que esté interesado en la adquisición de los mismos respetando los principios de libre concurrencia y publicidad.

Según lo expuesto anteriormente Canal + y Canal Satélite Digital se reparten la totalidad de los derechos de retransmisiones de fútbol en el mercado de las televisiones de pago. De ahí que, aparentemente, únicamente las compañías de cable que lleguen a acuerdos con las plataformas digitales, podrán, en la fecha actual, disponer de contenidos de fútbol.

La experiencia de Tele5, que únicamente dispone de los derechos de emisión de imágenes de resúmenes de estas competiciones futbolísticas y que sin embargo no sólo ha mantenido, sino que ha visto incrementar significativamente su cuota de audiencia, demuestra que es posible ofrecer parrillas televisivas en las que no se disponga del contenido "fútbol". Sin embargo este dato que ha demostrado ser cierto en una televisión en abierto no puede extrapolarse al mercado de las televisiones de pago, para el que, al menos por el momento constituye un contenido esencial.

Determinados contenidos de competiciones de fútbol, como por ejemplo los partidos de liga alemana e inglesa cuyos derechos de emisión han sido adquiridos recientemente por Vía Digital y las demás competiciones deportivas (exceptuando quizás la retransmisión de corridas taurinas, aunque en menor medida) son elementos cuya importancia es relativa en las televisiones de pago, en tanto que integrantes de los canales premium, y que pueden tener menor trascendencia que los paquetes de películas de estreno.

Películas Americanas

Canal Satélite Digital dispone de los derechos en exclusiva para televisión de pago y pago por visión de los títulos más taquilleros del cine americano, para lo que habría formalizado contratos de licencias de exclusiva de larga duración con las siguientes productoras americanas: Time Warner, Turner, Buena Vista Disney, Paramount, Universal, Columbia Tristar, Dream Works y Polygram.

Respecto a Vía Digital, ha llegado a acuerdos con otras productoras como Polygram), aunque esto no le permite ofrecer un número de títulos taquilleros tan elevado como Canal Satélite Digital. Respecto a los operadores de cable, carecen de pactos de exclusiva de esta naturaleza y están tratando de obtener acuerdos con las operadores de televisión digital por satélite (estos acuerdos se han producido en el caso del conjunto de operadoras agrupadas en torno a Cableuropa).

Resto de contenidos

Distinguiremos como más significativos los que a continuación se indican. Además no hay que olvidar que la Directiva Televisión Sin Fronteras obliga a las televisiones a la emisión obligatoria de cierto porcentaje de programación europea, lo que está favoreciendo la tendencia a la inversión en producciones españolas. Junto a ello cabe destacar que la producción española de contenidos no cuenta con una financiación fuerte a diferencia de los que ocurre en EEUU por lo que se ven obligados a ceder estos contenidos en las condiciones que marquen las televisiones que normalmente cofinancian los proyectos.

- Películas españolas: tradicionalmente TVE adquiría en exclusiva los derechos de emisión por televisión pues financiaba el 40% del coste de la producción en cine español. En la actualidad las productoras de cine no dependen tanto de TVE, puesto que las demás cadenas están invirtiendo en cine español.

En cuanto a las productoras cinematográficas, se estima que Sogetel controla el 40% del mercado español de la producción cinematográfica, pues se asocia con productoras independientes financiando sus proyectos. En segundo lugar se situaría Lolafilms (participada por Telefónica), seguida de otras como Tornasol Films y un gran número de pequeñas productoras.

Cabría concluir que pese a que a corto plazo es posible que TVE y Vía Digital, dispongan de un 60% de la producción de películas españolas, este es un sector en el que no existen barreras de entrada pues un operador de cable puede invertir en la producción de películas, al existir una industria de producción independiente de las televisiones a las que a priori podría interesarles asociarse con las operadores de cable.

- Series y concursos españoles: Este tipo de contenido se caracteriza por los relativamente bajos costes de producción, la posibilidad de atracción de altos índices de audiencia relativamente constantes en el tiempo si resulta un éxito (ej. Médico de Familia), la fuerte inversión en producción propia por parte de las televisiones y el gran grado de atomización de las productoras independientes.

De los datos estudiados podemos concluir que existe suficiente oferta de producción independiente de las cadenas que un tercer operador con recursos financieros, (incluso no muy elevados pues el coste es bajo), pueda acceder a este tipo de contenidos, especialmente porque a diferencia de lo que sucede con la inversión en películas, el operador no necesita esperar a que se exhiban durante un periodo de tiempo previo en las pantallas cinematográficas.

Lo mismo se podría decir de la producción de telefilms, en cuya producción las televisiones están empezando a invertir, aunque este producto solamente ofrece un interés relativo a las televisiones de pago.

Como conclusión de este apartado podríamos poner de manifiesto la existencia de una producción independiente de las televisiones ya establecidas y la fuerte tendencia a la inversión en producción propia por parte de las distintas cadenas, además de la inexistencia de barreras de entrada a medio plazo.

Parrillas

La aparición en el mercado de nuevas televisiones de pago ha supuesto la creación de una demanda específica de canales completos o de parrillas ya confeccionadas de programación, en los dos últimos años. Este fenómeno se debe en parte a la multiplicación de canales que permiten las nuevas tecnologías.

En el caso de las operadoras de telecomunicaciones por cable que pretendan ofrecer servicios de televisión, el acceso a estas parrillas de programación es, si cabe, todavía más importante pues su modelo tradicional de negocio se circunscribe a la distribución de los canales y no tanto a la producción y emisión de los mismos.

Todo el sector, desde televisiones generalistas, operadores de televisión de pago, productoras independientes o multinacionales, se ha entregado al desarrollo de nuevos canales que serán adquiridos por las dos plataformas digitales y por las operadoras de cable, y en el futuro, por las televisiones digitales terrestres.

Dificultades que se advierten en el desarrollo de la competencia entre los operadores como consecuencia de la dificultad de adquirir contenidos

Expuestos los mercados, un primer acercamiento a la situación de competencia en el mercado tanto de la televisión de pago como de la televisión en abierto nos permite adelantar que existe una potencial fuente de conflictos entre operadores y de eventual distorsión de la competencia como consecuencia del hecho de que determinado tipo de contenidos, en especial los calificados como clave o premium, no están disponibles para todos los operadores que pretenden ofertar servicios televisivos y pueden llegar a ser acaparados por uno o dos operadores de servicios de difusión televisiva.

Este planteamiento, todavía en el estado de hipótesis, aunque con presencia de importantes indicios que permiten aventurar que se va a producir, exige un adecuado estudio y análisis por parte del regulador, en previsión de futuras denuncias o situaciones de conflicto.

Estos análisis deberían centrarse en los siguientes puntos, que se avanzan aunque sea sin la debida profundización, que deberá producirse en un momento ulterior:

La relación que existe entre la protección de la libre competencia y la protección de la propiedad intelectual

La emisión por televisión de los contenidos audiovisuales se sujeta a la protección de las normas sobre propiedad intelectual.

La Ley de Propiedad Intelectual es muy amplia en la protección que confiere a los autores pues les atribuye la plena disposición y el derecho exclusivo a la explotación de la obra o imagen audiovisual protegida sin más limitaciones que las establecidas en la Ley. Como tal derecho, se puede ceder para su explotación por el nuevo titular cesionario en las modalidades de explotación, ámbito y plazos expresamente previstos en el contrato. Esta cesión podrá ser en exclusiva, en cuyo caso no podrá transmitirse a terceros sin previo consentimiento expreso del cedente.

En el caso de producciones audiovisuales se entiende que los autores (director-realizador, guionistas y compositores musicales) ceden en exclusiva sus derechos de autor al productor, correspondiendo a este último el derecho de autorizar la distribución de la misma o de sus copias mediante venta, alquiler o préstamo y, a su vez, de transferir ceder o conceder a terceros ese derecho.

En el caso de las retransmisiones deportivas, y en nuestro caso concreto, la retransmisión de imágenes de las competiciones de Liga y Copa, al Club le corresponde la explotación comercial de la imagen y logos del equipo y los contratos de cesión de derechos de emisión televisiva (tiene los derechos que en el párrafo anterior hemos atribuido al productor.

Por último cabe señalar que las entidades de radiodifusión cuentan con el derecho exclusivo de autorizar la grabación de sus emisiones, la retransmisión de las mismas y su reproducción, la comunicación pública de las mismas cuando tal comunicación se efectúa en lugares de acceso previo pago de entrada y la distribución de las grabaciones de sus emisiones y retransmisiones.

Como se ha explicado, el derecho a ceder en exclusiva total o parcialmente su derecho es parte integrante de los derechos de propiedad intelectual que la Ley reconoce al titular de los mismos. Así, cuando el productor de la obra audiovisual o el titular de las imágenes de las competiciones deportivas, cede en exclusiva a una cadena de televisión la retransmisión de ese contenido, está ejercitando un derecho protegido por las leyes nacionales e internacionales. Estos contratos en nuestro ordenamiento se sujetan a derecho mercantil y civil y se rigen por el principio de libertad de pactos.

Ahora bien, el derecho a la concesión de licencias exclusivas de retransmisión puede verse limitado, en ciertas circunstancias, por la aplicación de las normas de defensa de la competencia, ya que si bien no se discute el fundamento jurídico de tales derechos sí es posible oponerse a un uso anticompetitivo que pueda constituir un abuso de los mismos.

Habrá que examinar caso por caso y determinar , según el tipo de derecho que se cede en exclusiva y quienes son los sujetos que alcanzar el acuerdo para determinar si nos encontramos o no ante prácticas contrarias a la libre competencia en el mercado.

Acuerdos de exclusividad contrarios al derecho de la competencia

Siguiendo en la misma línea, cabe afirmar que la exclusividad de los derechos de retransmisión de las competiciones deportivas y de las películas y otros contenidos de los que hemos denominado "clave" y "premium" puede ser necesaria para conseguir financiar la considerable inversión que se requiere realizar para lanzar una televisión digital u otro tipo de inversión similar. Para evaluar los posibles efectos anticompetitivos de estos acuerdos

habría que analizar si sin la citada exclusividad la inversión también se habría realizado o no, pues en este segundo caso, el acuerdo podría ser contrario a las normas de la competencia.

El Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas ha mantenido que un contrato por el que se concede un derecho exclusivo de representación de una película por un periodo determinado en el territorio de un Estado miembro por el titular de un derecho de autor sobre esa obra, no debe considerarse en sí mismo como anticompetitivo. Sin embargo es posible que las modalidades del ejercicio del derecho exclusivo concedido por este contrato, se sitúen en un contexto económico o jurídico cuyo objeto o efecto sea el de impedir o restringir la distribución (de la película) o de falsear la competencia en el mercado. Este ejercicio abusivo puede materializarse en la creación de barreras artificiales e injustificadas a la vista de las necesidades de la Industria, en la posibilidad de exigir royalties que sobrepasan la justa remuneración de las inversiones realizadas y en una duración de la exclusividad excesiva.

En una sentencia posterior el Tribunal de Primera Instancia ha mantenido que la denegación directa de una licencia de transmisión podría considerarse una práctica anticompetitiva en el caso de que hubiese sido objeto de un acuerdo entre los titulares de los derechos de explotación de la propiedad intelectual que impidiese a cada una de ellas conceder al solicitante una licencia de transmisión de las imágenes, pues puede tener el efecto de restringir una competencia potencial en el mercado, por cuanto priva a cada una de las partes contratantes de su libertad de contratar directamente con un tercero y de este modo de competir con las demás partes contratantes en el mercado pertinente.

Abusos de posición de dominio contrarios a la libre competencia: negativas de acceso.

La negativa de venta, o de otorgar determinadas licencias a un competidor, en la medida en que puede tener el efecto de "limitar la producción, el mercado o el desarrollo técnico en perjuicio de los consumidores", puede considerarse una conducta abusiva bajo determinadas circunstancias, incluso cuando el contenido de la licencia está protegido por derechos de propiedad intelectual e industrial.

En el caso de las televisiones de pago ,la dificultad de acceso a los contenidos puede resultar una barrera de entrada, puesto que la oferta es limitada y el grado de sustituibilidad también, no tanto en los canales básicos pero si en los premium que resultan el elemento clave desde el punto de vista del suscriptor.

La negativa de venta podía considerarse abusiva si se dieran una serie de circunstancias:

- Entendemos que constituiría un abuso claro de posición de dominio la negativa de otorgar licencias sobre los contenidos de que disponga una televisión con una posición de dominio sobre el mercado de esos contenidos, cuando ella misma no los utiliza en su programación y la negativa tiene como única explicación posible el intento de excluir a sus competidores.
- También se puede considerar abusiva la negativa arbitraria a suministrar a un cliente, con la posibilidad de eliminar toda competencia por su parte, incluso cuando el suministrador ha entrado a competir directamente con el fabricante o cuando éste comercializa productos de los competidores del fabricante. (Es posible que esta negativa de suministro afecte a la competencia en un mercado distinto pero subordinado al mercado en el que el suministrador está en posición dominante). En este contexto no se considera suficiente para apreciar la existencia de causa objetiva, la intención de entrar en el mercado uno mismo sustituyendo al cliente o la reacción contra la política comercial de un cliente que no sea proporcionada.
- Podrá ser abusiva la vinculación de bienes y servicios de mercados vecinos. Así el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas ha establecido el principio de que se comete un abuso de posición dominante cuando sin necesidad objetiva una empresa en posición dominante en un mercado determinado se reserva para sí mismo o reserve a una empresa perteneciente al mismo grupo que ella una actividad auxiliar que podría ser ejercida por una tercera empresa en un mercado vecino pero distinto, con la posibilidad de eliminar toda competencia de esa empresa.
- La negativa de acceso en relación con un servicio en el caso de que el proveedor haya concedido acceso a otro operador para ejercer su actividad en dicho mercado de servicios puede constituir una discriminación prohibida, en tanto que supuesto de abuso de posición de dominio, siempre que tenga por efecto restringir la competencia y no pueda justificarse objetivamente.
- También puede considerarse abusiva la negativa no justificada de los titulares de derechos de propiedad intelectual para proporcionar el material necesario para que un tercero pueda introducir en el mercado un producto nuevo que los titulares no ofrecen y para el que existe una demanda potencial por parte de los consumidores, con la posibilidad de eliminar toda competencia por parte del entrante.

III.3.3 El mercado de acceso condicional a la televisión digital

Introducción

Para conocer el grado actual de competencia en el mercado, existen determinados aspectos técnicos de la televisión

digital de pago que conviene sean analizados aisladamente, ya que a diferencia de la TV en abierto y de la TV de pago analógica, estos elementos, imprescindibles para intervenir en el mercado, exigen una gestión empresarial con características propias.

Los descodificadores:

Uno de estos elementos inherentes al negocio, es el componente técnico que permite generar y cuantificar los ingresos; el denominado sistema de acceso condicional, y dentro de este, reviste especial importancia el denominado descodificador.

Este elemento técnico dadas sus funciones, puede ser utilizado para conocer el grado de potencial competencia, existente entre los operadores de televisión digital, por varias razones:

- 1) Debido a que los receptores de televisión que existen en los hogares de los telespectadores son analógicos, la recepción de ofertas digitales requiere el uso de estos receptores. Su función es doble; demodulan la señal digital que se recibe convirtiéndola en señal analógica que puede ser tratada por el receptor de televisión, y de otra discriminan entre las diferentes señales a fin de decodificar exclusivamente aquellos contenidos por los que el abonado ha pagado.
- 2) La tecnología que incorporan estos aparatos es tecnología propietaria, es decir, esta sometida a derechos de propiedad industrial e intelectual. Los propietarios de esta tecnología, están sometidos al cumplimiento de ciertas normas que garantizan su estandarización a determinados niveles (Directiva 95/47/CE, su transposición interna en la Ley 17/1997 y normas de la industria como DVB), sin embargo, disponen de gran libertad a la hora de establecer su funcionalidad final.
- 3) Está asociada al acceso al usuario final, es decir, la red de transmisión de la señal de televisión (el satélite, cable, terrestre), tiene su punto de terminación de red en este descodificador. Todo aquel que desee tener acceso al abonado, debe canalizar su oferta a través de uno de estos aparatos, con independencia del canal de transmisión que utilice, ya sea el cable, satélite u ondas terrestres.
- 4) Atendiendo a su configuración técnica, establecida por el operador de televisión o por el fabricante-montador de los mismos, la interoperabilidad del descodificador puede ser mayor o menor, es decir, su uso por el usuario final está más o menos vinculado a una oferta de un operador de servicios digitales. Si la interoperabilidad es la máxima, el IRD no estará vinculado exclusivamente a un operador de servicios digitales, pudiendo servir para recibir las ofertas de otros operadores.

Los aspectos señalados ponen de manifiesto la importancia del descodificador respecto del usuario, los operadores de servicios digitales, fabricantes-montadores, y terceros proveedores de servicios que pretendan prestar sus servicios a través de esta red audiovisual.

Un mercado de TV de pago abierto a la libre competencia exige que el acceso a cualquier punto de la cadena de valor no esté condicionado más que por la propia naturaleza del negocio, cuyas barreras de entrada naturales, definidas a grandes rasgos, serían exclusivamente las siguientes:

- a) Necesidad de autorización administrativa: Esta barrera puede ser soslayada por cualquier operador ya que en España el mercado está abierto a la competencia y se requiere únicamente una autorización administrativa
- b) Necesidad de disponer de determinados recursos necesarios para lanzar y mantener ofertas de servicios de televisión digital por satélite, incluidos determinados recursos tecnológicos avanzados. Su adquisición o uso, requiere de inversiones en capital e infraestructura y en la disponibilidad de recursos humanos (con gran cualificación técnica) por lo que constituye una barrera de entrada natural.
- c) Dimensión del mercado: Como en cualquier otro sector de la actividad económica, las posibilidades de entrar en un mercado varían según las dimensiones de este. Es decir, el número de agentes que pueden intervenir en la cadena de valor que lo conforma, está condicionado por la dimensión que cada agente necesita poseer para rentabilidad su participación en condiciones competitivas. En los mercados con un componente tecnológico muy marcado, esta dimensión viene condicionada por la necesidad de economías de escala la producción que reduzcan los costes derivados de la letra b) anterior.

A excepción de los anteriores, el resto de condicionantes pueden ser calificados a priori como barreras de entrada erigidas artificialmente, salvo justificación en sentido contrario por aquellos que las erigen.

Con la finalidad de permitir una evolución rápida en la implantación de las nuevas tecnologías, tanto en el ámbito reglamentario como en el ámbito competencial de la CMT la línea de actuación pretende permitir a las fuerzas del mercado operar y desarrollar sus propias estrategias, eliminando las barreras de entrada al mercado que deban ser calificadas como artificiales.

La situación actual en España es la de que cada operador de TV digital gestiona su propio parque de descodificadores con sus sistemas de acceso condicional incorporados. Es decir, cada plataforma digital por satélite,

actúa como gestor de su propio sistema de acceso condicional, y disponen de toda la infraestructura y equipos necesarios para la difusión en distintas modalidades de pago, los diferentes servicios de TV y los servicios interactivos.

Puesto que los descodificadores están diseñados por y para el sistema de acceso condicional de cada operador, el suministro de descodificadores está canalizado por el propio operador, que hace entrega a sus abonados del descodificador que comercializa, al que está incorporado su propio sistema de acceso condicional a un precio subvencionado.

Si bien técnicamente podrían recibirse las señales de ambos operadores por un mismo descodificador MPEG 2 (cualquiera que sea el fabricante), pues al respecto existen normas técnicas de obligado cumplimiento, la falta de acuerdos técnicos y económicos entre los operadores de sistemas de acceso condicional distintos, determinan como resultado final, la incompatibilidad inmediata de ambos sistemas de acceso condicional.

Así las cosas, los abonados de una de las plataformas no pueden acceder a ninguno de los servicios de su competidor a través de un único decodificador. El resultado de esta falta de interoperabilidad es que cada operador tiene cautivos a sus abonados no por motivos tecnológicos, sino por falta de acuerdos técnicos, económicos y comerciales entre los operadores, tendentes al uso compartido de sistemas de acceso condicional y/o compartición de descodificadores propietarios.

Por tanto no existe la interoperabilidad en el mercado de la televisión digital por satélite, cuya exigencia subyace en la Ley 17/1997, según redacción definitiva dada por el Real Decreto-Ley 16/1997, bajo los términos "inmediata y automáticamente abiertos y compatibles".

A pesar de la previsión contenida en el último párrafo del artículo 9 de la Ley 17/1997 en la que expresamente se indica que, de acuerdo con el artículo 10 c) de la Ley 26/1984, de consumidores y usuarios, ningún operador de acceso condicional podrá supeditar la contratación de sus servicios a la utilización de sus propios equipos descodificadores y de control de facturación, la política de subvención en la adquisición de decodificadores practicada por los operadores respecto de aquellos que los mismos comercializan, hace inviable la comercialización de descodificadores al margen de sus canales de comercialización.

Las previsiones contenidas en la Directiva 95/47/CE tendentes a establecer un mercado abierto, en el sentido de acceso libre al mismo sin restricciones motivadas por tecnologías cautivas, pasa por la estandarización de aquellos elementos esenciales de la estructura de la TV digital de pago. Sin duda responde a esas previsiones el artículo 6 de la Ley 17/1997 (obligación de incorporar una interfaz común en la nueva generación de receptores de TV integrados con un sistema de acceso condicional), pero esta medida sólo se materializará a medio plazo, dada la vida útil del parque actual de receptores de TV.

Por otra parte, un volumen importante de las inversiones realizadas por los actuales operadores de televisión digital o satélite está destinada a la adquisición de aparatos descodificadores, tarjetas smart-card y en su caso PCMCIA´s necesarias para ofrecer sus descodificadores a sus abonados, lo que les supone soportar fuertes pasivos tanto por la necesidad favorecer la economía de escala en la producción como por la necesidad de acopio para garantizar la disponibilidad, agravado por la política de subvención de los descodificadores que, con diferente alcance han venido practicando.

Será preciso estudiar la posibilidad y la conveniencia, que se evalúa en otros países, de establecer nuevos modelos de desarrollo del sector que permitan establecer un plan de inversiones sobre la base de los ingresos a obtener mediante las cuotas de acceso y las suscripciones a los paquetes básicos, permitiendo a los usuarios acceder simultáneamente al paquete básico de un operador y a los paquetes premium y/o el pago por visión de sus competidores.

Las antenas parabólicas y su orientación:

El mercado de la TV de pago por satélite, exige para su recepción directa por el usuario, disponer de una parábola que sea capaz de recibir la señal procedente del satélite, a la vez que esté correctamente orientada al sistema de satélites desde el que se transmite una determinada señal.

CanalSatélite Digital, S.L. utiliza los satélites Astra situados en la posición orbital 19.2º, Vía Digital utiliza el sistema de satélites Hispasat con posición orbital 30 grados Oeste (en medio del Atlántico). La posición de ambos sistemas de satélites impide, por tanto, que una parabólica este a la vez orientada a ambos sistemas para captar una u otra señal, será necesario reubicar la orientación.

Esta situación en principio, parece complicar la recepción simultanea de ambos sistemas. Aunque existen dispositivos que permiten la corrección de la orientación de manera automática, su exigencia constituye una barrera natural evidente con costes asociados para el usuario.

Sin embargo la reciente normativa sobre infraestructuras comunes en los edificios, puede facilitar su recepción simultanea, al menos para los residentes en comunidades de vecinos, pues la existencia en la mayor parte de los edificios de una red UHF, permite la existencia de dos antenas parabólicas, cada una de las cuales puede estar

orientada a distintos satélites. Un 47% dispone de los hogares españoles dispone en la actualidad de antena individual (597.000 hogares), frente al 53% restante (676.000 hogares), que disponen de antena colectiva. La proporción de hogares con antena individual se verá sustancialmente reducida tras la entrada en vigor de la citada normativa.

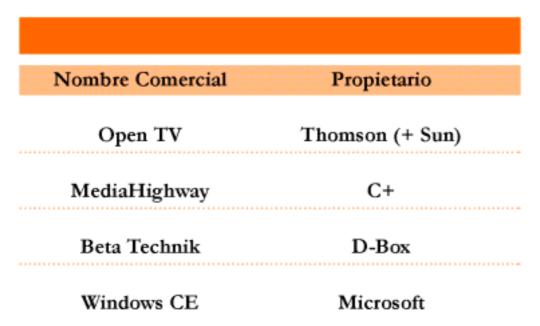
La emisión a través de distintos sistemas de satélites no supone, según lo expuesto, una barrera técnica insalvable.

Cuestión distinta es si el coste de la compra e instalación de parábolas esta subvencionado por las plataformas digitales mediante la subcontratación de la instalación de parábolas sin repercutir los costes al abonado

Las Interfaces de Programación de Aplicaciones:

Las Interfaces de Programación de Aplicaciones (APIs, según el acrónimo de la traducción al inglés), constituyen el software que permite el desarrollo de servicios interactivos asociados a la televisión. Son por tanto, en la actualidad, uno de los elementos claves a la hora de diseñar el futuro receptor digital sobre el que se encuentra trabajando la DVB, a través de su proyecto "Multimedia Home Platform", que permitiría superar el actual estancamiento de la tensión entre los sistemas "simulcrypt" y "multicrypt".

En la actualidad existen en el mercado los siguientes APIs con sistema propietario:



El desarrollo de una API como plataforma no propietaria debe reunir los siguientes requisitos:

- Portabilidad.
- Escalable.
- Operativa en Red.
- Abierta
- Extensible.
- Compatible.

En nuestro país la Asociación Nacional de Industrias Electrónicas y de Telecomunicación (ANIEL) propone utilizar la API MHEG-5 European Profile, según la norma definida en la ISO/IEC 13522-5, a la espera de las especificaciones DVB-JAVA, con el objeto de definir los requisitos mínimos que debieran de cumplir en España los receptores de televisión digital terrenal ya sean integrados en un televisor (IDTV) o bien como descodificador externo (STB)

En tanto no exista una API común y dado que los proveedores de contenidos, incluidas las empresas de publicidad, que vendan sus servicios o bienes a las operadoras de televisión precisan escribir sus aplicaciones interactivas de tal manera que sean compatibles con la API de los descodificadores propietarios de tales operadoras, será necesario prestar atención a las condiciones de concesión de las licencias para la utilización de las APIs a fin de que no contengan cláusulas de exclusividad que funcionen como barreras de entrada en el mercado de los servicios técnicos y administrativos de la televisión de pago.

EXAMEN DE LA SITUACIÓN DEL MERCADO

Acceso condicional

No existe la interoperabilidad en el mercado de la televisión digital por satélite, cuya exigencia subyace en la Ley 17/1997, según redacción definitiva dada por el Real Decreto-Ley 16/1997, bajo los términos "inmediata y automáticamente abiertos y compatibles".

El resultado de esta falta de interoperabilidad es que cada operador tiene cautivos a sus abonados no por motivos tecnológicos, sino por falta de acuerdos técnicos, económicos y comerciales entre los operadores, tendentes al uso compartido de sistemas de acceso condicional y/o compartición de descodificadores propietarios.

Las previsiones contenidas en la Directiva 95/47/CE tendentes a establecer un mercado abierto, en el sentido de acceso libre al mismo sin restricciones motivadas por tecnologías cautivas, pasa por la estandarización de aquellos elementos esenciales de la estructura de la TV digital de pago. Sin embargo la obligación de incorporar una interfaz común en la nueva generación de receptores de TV integrados con un sistema de acceso condicional sólo se materializará a medio plazo, dada la vida útil del parque actual de receptores de TV.

Será preciso estudiar la posibilidad y la conveniencia, que se evalúa en otros países, de impulsar nuevos modelos de desarrollo del sector que permitan establecer un plan de inversiones sobre la base de los ingresos a obtener mediante las cuotas de acceso y las suscripciones a los paquetes básicos, permitiendo a los usuarios acceder simultáneamente al paquete básico de un operador y a los paquetes premium y/o el pago por visión de sus competidores.

Igualmente será preciso analizar, ante la entrada de nuevos competidores, las posibilidades del usuario respecto de la sustitución de proveedores, a la vista de las condiciones de contratación y de la amortización, en su caso, de la inversión en equipamiento que hayan realizado para su suscripción.

En cualquier caso, un análisis más detallado de los diferentes aspectos que caracterizan en estos momentos el mercado del servicio de acceso condicional a la televisión digital, se realizará en el informe específico que esta Comisión debe elevar al Gobierno en cumplimiento de lo previsto en la Ley 17/1997, de 3 de mayo.

III.3.4 El mercado de la radiodifusion

Introducción

El marco jurídico de la radiodifusión sonora en España no contempla el mercado como un instrumento de regulación de la actividad. De hecho, el modelo normativo descansa en el principio de la gestión pública sobre los servicios de radiodifusión, se presten éstos de forma directa por el Estado o mediante los mecanismos de gestión indirecta.

El legislador español, aún no ha contemplado al mercado como un instrumento racionalizador de la prestación de los servicios de radiodifusión sonora. En ese contexto, la aparición de un mercado real de servicios de radiodifusión sonora íntimamente unido a dos mercados asociados, el de publicidad y el de contenidos es una consecuencia, no tanto de una política expresa de liberalización, sino del incremento del número de operadores (tanto públicos como privados) a causa de la aparición de nuevas tecnologías que permitieron ampliar el espectro radioeléctrico útil.

Como consecuencia de lo anterior, el mercado de la radiodifusión sonora que se ha desarrollado en los últimos años, lo ha hecho en ausencia de normas sectoriales promotoras de la competencia y en presencia de una importante intervención por parte de los poderes públicos, basada no tanto en la defensa de un mercado como en principios de pluralidad de la información o en la defensa del concepto de servicio público.

La competencia en la actividad de radiodifusión sonora presenta caracteres específicos, derivados de la propia naturaleza del sistema de gestión indirecta del servicio público de radiodifusión:

- existen reglas especiales para la entrada y salida del mercado (al someterse al régimen de concesión administrativa),
- no existe una relación económica directa entre las entidades emisoras y los oyentes, que no han de satisfacer precio o tarifa alguna por la recepción del servicio,
- asimismo, las normas sobre concentración no son las generales, sino las que aceptan las empresas al recibir la concesión.

Todo ello implica que, en el ámbito estricto de la actividad de radiodifusión, las empresas no actúan en un régimen de competencia normal y, por ello, no es de fácil aplicación la normativa general sobre competencia a dicho ámbito de actuación.

No obstante, lo anterior no impide que estas empresas actúen en un régimen de competencia en actividades distintas a la estricta de radiodifusión: en especial el mercado de la publicidad y el de los contenidos que suponen la

base de su programación (derechos de propiedad intelectual de obras musicales, acceso a los acontecimientos deportivos, actuación de los profesionales más destacados.). Por ello, en tales mercados conexos sí es posible que se produzcan fenómenos a los que haya de aplicarse la normativa general sobre competencia.

Es, en tales mercados conexos en los que se producirá la competencia entre las empresas de radiodifusión, pues lo que en ellos suceda repercutirá en toda su actividad, y por ello será de especial importancia no sólo para las Autoridades que regulen la competencia con carácter general, sino también para quien tenga la responsabilidad de salvaguardar la libre competencia en el mercado de la radiodifusión, como es el caso de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, conforme a la Ley 11/1998, de 24 de Abril, General de Telecomunicaciones, y la Ley 12/1997, de 24 de Abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones.

Estructura de mercado

La actividad de la radiodifusión en España está estructurada simultáneamente desde tres puntos de vistas, el de la tecnología utilizada (Onda Corta, Onda Media y Frecuencia Modulada), el del carácter público o privado de los operadores, y el del territorio objetivo del servicio (nacional, regional o local).

De las tres tecnologías mencionadas, la primera (radiodifusión en Onda Corta) no constituye ni afecta al mercado de radiodifusión nacional, sin embargo las otras dos son la base del mismo.

A partir de los datos recogidos durante 1998 y que nos servirán para identificación y análisis de este mercado, se observa que la radio mantuvo durante el año mencionado prácticamente el mismo índice de inversión publicitaria que en años anteriores .

Por otra parte se incrementó de forma significativa el número de agentes debido a los nuevos concursos y adjudicaciones de frecuencia modulada convocados por las Comunidades Autónomas. Se espera, tras un reparto previsto en 350 nuevas licencias de F.M., que aumente el desequilibro en número de emisoras de O.M. y F.M..

En relación con las audiencias se mantiene en su conjunto la evolución ligeramente a la baja, aunque siempre, al menos desde 1990, la frecuencia modulada va muy por delante. Aunque en 1998 se registro casi medio millón de oyentes menos, conviene aclarar que esa pérdida se ha producido casi en su totalidad en la onda media. El reparto del número de emisoras nos permite apreciar un cierto equilibrio en conjunto entre el sector público y el sector privado, con una cierta diferencia a favor del sector privado.

Atendiendo a la naturaleza de los contenidos, se distinguen entre radio convencional y radio fórmula o radio especializada.

Prácticamente todas las grandes cadenas ocupan ambos segmentos de estos contenidos, que les han proporcionado durante el último año un volumen de negocio que supera los 60 mil millones de pesetas. Las cadenas privadas se nutren principalmente de la publicidad a la hora de configurar estos recursos.

Del análisis realizado de este mercado, se pueden establecer algunas conclusiones, entre las que destacan:

- 1. El mercado de radiodifusión sonora integra a las distintas tecnologías y técnicas de explotación que se utilizan de forma complementaria para competir con los mismos contenidos en las mismas audiencias objetivo, cuando éstas son de ámbito nacional. Desde este punto de vista se complementa la tecnología de Onda Media con la tecnología de F.M. emitiendo en cadena.
- 2. La falta de definición de los objetivos de servicio público, y la ausencia de datos analíticos suficientes de explotación de los operadores públicos, impiden establecer una evaluación adecuada de costes y la eficacia de la prestación de servicios en comparación con otros servicios comerciales, aunque ha de tenerse en cuenta la condición de entidad pública.

De este análisis, podría concluirse que no existen, a priori, factores de diferenciación sustanciales en materia de audiencias objetivo, de formas de explotación o de contenidos de los programas entre la gestión pública y la gestión privada.

Acceso al mercado

La permisividad administrativa en los procesos de transferencia de titularidad y en muchos casos de renovación automática de las concesiones, ha generado una segunda vía de acceso al mercado mediante mecanismos de adquisición de concesiones, de formulación de acuerdos de asociación de emisoras y de transferencia de propiedad. Esta segunda vía ha constituido el principal instrumento del mercado para reconfigurarse hacia estructuras más modernas de prestación de servicio. No obstante la inexistencia de un reconocimiento legal del modelo de prestación de servicio en FM basado en la emisión en cadena y la dependencia de la renovación concesional de la discrecionalidad de los poderes públicos genera problemas de inseguridad jurídica en el mercado.

Una nueva situación se presentará previsiblemente con motivo de la próxima implantación progresiva de la radiodifusión digital cuyo marco jurídico ha sido anunciado en el transcurso de este año por el Ministerio de

Fomento. Los radiodifusores que operan en el sector privado han manifestado su preocupación por el coste tanto tecnológico como de contenidos que, según una primera aproximación, va a suponer la implantación de este nuevo sistema.

Se sigue observando también que el acceso al mercado de la radiodifusión está basado en el procedimiento de planificación de los recursos radioeléctricos sin los cuales la actividad es imposible. Cabría plantearse la conveniencia de unificar el marco jurídico que existe sobre la radiodifusión y concretar los objetivos y criterios de servicio destinados a guiar los aspectos puramente técnicos de dicha planificación con la consecuencia falta de transparencia y discrecionalidad con la que se han venido confeccionando los distintos instrumentos de planificación de las frecuencias.

Ante la existencia de dificultades para aumentar el número de programas, los agentes del sector han respondido, como ya se ha apuntado, mediante la adquisición de las concesiones existentes, mediante acuerdos privados de asociación que se ha constituido en el sistema habitual utilizado para completar coberturas y para redistribuir los recursos de frecuencias entre los distintos programas o servicios emitidos.

Nivel de Concentración. Posiciones de dominio.

El mercado de la radiodifusión es por su propia naturaleza de dependencia de un recurso escaso un mercado imperfecto donde la totalidad de los agentes disfrutan de derechos especiales. Al menos son dos los aspectos detectados como susceptibles de provocar situaciones de dominio del mercado de la radiodifusión:

- a) La ausencia de una regulación procompetitiva y la dificultad de aplicar al sector la normativa general de competencia, en particular la referida a abusos de posiciones de dominio (poder significativo de mercado),
- b) La incidencia sobre el mercado de la regulación en materia de los recursos escasos que lo limitan.

Respecto a las posibles posiciones de dominio en el mercado de los contenidos radiofónicos puede decirse que, la base de contenidos con mayor incidencia en la competitividad de las operadoras descansa en la disponibilidad de los locutores estrella, un recurso que por sus propias características difícilmente puede ser considerado como un activo permanente de los operadores y que además presenta una distribución razonablemente equilibrada entre las tres grandes cadenas comerciales que compiten en el mercado de la publicidad.

Por lo que respecta a la distribución entre las grandes cadenas nacionales de la inversión en publicidad, si bien se observa que existen posiciones de liderazgo destacado por parte de una cadena, no se puede concluir que se registre por ello una posición de claro dominio. Hay que destacar que la radio pública, salvo contadas excepciones en el ámbito autonómico, no recurre a la publicidad como fuente de financiación.

En relación con las cuotas de audiencia las tres grandes cadenas comerciales SER, COPE, ONDA CERO y la pública RNE se reparten el 76% del total, y aunque existen diferencias sensibles entre ellas no se puede decir que se aprecie una posición hegemónica.

En conclusión, aunque se trata de un sector muy concentrado alrededor de tres operadoras comerciales y una pública, de la situación actual no se desprende que alguna de ellas esté en condiciones de fijar de forma independiente las condiciones del mercado, requisito indispensable para considerar que existe una posición de dominio, aunque la situación actual sí permitiría mediante acuerdo o proceso de concentración de algunas de ellas llegar a esa posición. Existe por tanto, un nivel razonable de competencia en la estructura del mercado de referencia.

EVOLUCION DE LA SITUACION DEL MERCADO DE LA RADIODIFUSION

La introducción de más competencia en el mercado requiere la reducción de las barreras de acceso por parte de nuevos agentes, barreras que descansan principalmente en el acceso al nuevo espectro radioeléctrico y en la aplicación al mercado de radiodifusión de las reglas generales de la competencia.

Planificación de la radiodifusión sonora digital

La situación actual de agotamiento de las bandas de frecuencias atribuidas a servicios de radiodifusión analógica, en las zonas cuya cobertura es potencialmente atractiva para los mercados impide a corto plazo la entrada de nuevos operadores por la vía concesional.

En los servicios que utilizan tecnología de Frecuencia Modulada dos posibles vías de incrementar la competencia a corto plazo viene de la mano del reconocimiento y regulación de la explotación en cadena de todas las emisoras existentes, y de la igualación de los distintos regímenes de explotación del servicio hoy existentes.

Una vía de incremento de la competencia es la de facilitar a nuevos agentes recursos radioeléctricos de las bandas de la radiodifusión digital. Sin embargo es dudosa la viabilidad de nuevos operadores basados únicamente en la explotación servicios digitales, debido a la necesidad de promocionar el uso de receptores de esa tecnología.

La optimización en el uso del espectro implica la digitalización de las emisiones, que asimismo permite la

implantación de nuevos servicios complementarios a la radiodifusión sonora convencional.

Diversos factores dificultan una implantación a corto plazo de la radiodifusión sonora digital, por lo que, de acuerdo con lo que demandan los agentes del sector, cabría una nueva consideración de un proceso de reordenación del sector a medio plazo.

Los factores que impiden la rápida implantación están directamente relacionados con el elevado índice de penetración del servicio (el 96,8% de los hogares cuentan con un receptor de radio). Resultaría gravoso para los usuarios un cambio tecnológico inmediato que suponga la incompatibilidad del parque de receptores.

La transición del modelo actual al modelo futuro ha de producirse con la adopción de un período transitorio en el que se permita la coexistencia del sistema analógico con el digital, así como la introducción progresiva de nuevas bandas de frecuencia. El calendario de implantación debe establecerse como una solución de compromiso entre la voluntad de una rápida implantación del nuevo modelo y la salvaguarda de los derechos de los oyentes o usuarios del servicio de radiodifusión sonora.

De igual modo, ha de asegurarse que la transición no provoca una alteración brusca en la configuración del mercado, sino que debe ofrecer nuevas posibilidades tanto a los radiodifusores existentes como a aquéllos que deseen incorporarse el mercado.

Este último aspecto está directamente relacionado con el modelo concesional a adoptar, en el que habrá de evitarse que se produzca una mera transposición del modelo existente en la radiodifusión analógica, sino que habrá de permitir la adición de servicios de valor añadido a los tradicionales de radiodifusión sonora, enriqueciéndose así la oferta.

El nuevo modelo de radiodifusión sonora digital podría seguir una evolución análoga a la seguida del mercado de la radiodifusión de televisión, donde los ingresos por publicidad no son suficientes para sufragar el coste de emisión de los programas, por lo que se recurre a otras formas de financiación basadas en la transformación de la estrategia de negocio hacia la percepción directa de contraprestaciones de los usuarios por el servicio que reciben, mediante la utilización de sistemas de acceso condicional.

IV. LA ACTIVIDAD DE LA COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES DURANTE EL AÑO 1988

En la misma línea del informe anual correspondiente al año 1997 se desarrolla a continuación el contenido de las principales actividades de la CMT, en relación a las funciones que tiene encomendadas.

Estas funciones son fundamentalmente las previstas en la Ley 12/1997, de 24 de abril, de Liberalización de las telecomunicaciones, y en la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones y reglamentos de desarrollo.

IV.1 FUNCION DE ARBITRAJE

En relación a esta función de la Comisión, regulada genéricamente en el artículo 1 Dos 2 a) de la Ley 12/1997, de 24 de abril y de manera más pormenorizada, en lo que hace al procedimiento y tramitación, en el Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, debe ponerse de manifiesto que, al igual que en el año 1997, ningún operador ha solicitado el arbitraje de este organismo durante el año 1998, prefiriendo de nuevo solicitar la intervención de la CMT para que adopte medidas o imponga comportamientos respecto de competidores.

IV.2 OTORGAMIENTO DE TITULOS HABILITANTES Y REGISTROS

IV.2.1 Introducción

Si bien el título competencial de la Comisión para el otorgamiento de títulos habilitantes sigue teniendo su amparo en el artículo 1.Dos.2.b) de la Ley 12/1997, de 24 de abril, en 1998 se produce un cambio fundamental en la naturaleza de los títulos habilitantes otorgados a partir del 27 de septiembre de ese año. En esta fecha entran en vigor sendas Órdenes Ministeriales de 22 de septiembre por las que se regulan, por un lado, el régimen aplicable a las licencias individuales y por otro el régimen relativo a las autorizaciones generales.

A partir de la citada fecha, cesa el régimen transitorio establecido en la Ley General de Telecomunicaciones, que mantenía en vigor la normativa anterior, incluso para el otorgamiento de títulos habilitantes, y se abre la primera puerta hacia la liberalización del sector.

El 27 de septiembre pueden solicitarse títulos habilitantes para explotar servicios que hasta entonces se prestaban en monopolio o cuyo acceso era restringido como consecuencia de su naturaleza "pública".

IV.2.2 Tipología de los títulos habilitantes otorgados

En estas circunstancias, se van a enumerar en primer lugar los tipos de títulos habilitantes que hasta el 27 de septiembre de 1998 otorga la Comisión y los que concede a partir de entonces, existiendo, como se verá, algunas coincidencias.

Tipología de títulos habilitantes hasta el 27 de septiembre de 1998:

- Concesiones:
- * Concesión para la prestación del servicio de conmutación de datos por paquetes o circuitos (Real Decreto 804/1994, de 28 de mayo, por el que se aprueba el correspondiente Reglamento técnico y de prestación del servicio).
- * Concesión provisional para la prestación del servicio de televisión por cable (Disposición transitoria primera de la Ley 42/1995, de 22 de diciembre, de las telecomunicaciones por cable).
- * Concesión especial para la prestación del servicio de televisión por cable (Disposición transitoria primera de la Ley 12/1997, de 24 de abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones).
- * Concesión para la prestación de servicios de valor añadido que utilizan redes propias basadas en el uso del Dominio Público Radioeléctrico (artículo 23 y Disposición adicional octava de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones).
- *Concesión para la prestación de servicios de valor añadido que utilizan redes propias físicas (artículo 23 de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones).

Autorizaciones:

- Servicios de telecomunicación por satélite:
- * Autorización para la prestación del servicio portador de telecomunicaciones por satélite (Ley 37/1995, de 12 de diciembre, de Telecomunicaciones por satélite y Real Decreto 136/1997, de 31 de enero, por el que se aprueba el correspondiente Reglamento técnico y de prestación del servicio).

- * Autorización para la prestación a terceros de servicios de telecomunicación por satélite con portador propio.
- * Autorización para la prestación a terceros de servicios de telecomunicación por satélite con servicio portador ajeno*.
- * Autorización para la prestación del servicio de difusión de televisión por satélite con servicio portador propio*.
- * Autorización para la prestación del servicio de difusión de televisión por satélite con portador ajeno*.
- Servicios de valor añadido:
- * Autorización para prestar el servicio de reventa de capacidad. (Real Decreto 152/1997, de 3 de febrero, sobre reventa de capacidad de servicio portador de telecomunicaciones).
- * Autorización para prestar el servicio de telefonía vocal en grupo cerrado de usuarios (Real Decreto 2031/1995, de 22 de diciembre, por el que se regula el servicio de valor añadido de telefonía vocal en grupo cerrado de usuarios).
- * Autorización para prestar el servicio de telefonía vocal a través de líneas arrendadas, haciendo uso de una única interconexión con la red pública conmutada (artículo 2.3 del Real Decreto 2031/1995, de 22 de diciembre por el que se regula el servicio de valor añadido de telefonía vocal en grupo cerrado de usuarios).
- * Autorización para la prestación del servicio de explotación de los equipos terminales de uso público (Real Decreto 1647/1994, de 22 de julio por el que se delimita el servicio telefónico básico, modificado por el Real Decreto 769/1997 de 30 de mayo).
- * Autorización para la prestación de otros servicios de valor añadido diferentes a los enumerados (artículos 20 y 21 de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones).

En **negrita** aparecen aquellas autorizaciones o concesiones susceptibles de otorgarse, en algunos casos, mediante concurso, en cuyo caso la competencia para su expedición corresponde al Ministerio de Fomento

Tipología de títulos habilitantes desde el 27 de septiembre de 1998:

- Concesiones:
- * Concesión provisional para la prestación del servicio de televisión por cable (Disposición transitoria primera de la Ley 42/1995, de 22 de diciembre, de las telecomunicaciones por cable y Derogatoria Unica de la L.G.T.)
- * Concesión especial para la prestación del servicio de televisión por cable (Disposición transitoria primera de la Ley 12/1997, de 24 de abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones y Derogatoria Unica de la L.G.T.)
- Autorizaciones y Licencias:
- * Autorización para la prestación del servicio de difusión de televisión por satélite (Ley 37/1995, de 12 de diciembre, de Telecomunicaciones por satélite. Real Decreto 136/1997, de 31 de enero, por el que se aprueba el correspondiente Reglamento técnico y de prestación del servicio. Disposición derogatoria única de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones)
- * Autorizaciones Generales (Capítulo II del título II de la Ley General de Telecomunicaciones y Orden del Ministerio de Fomento de 22 de septiembre de 1998, por el que se regula el régimen de las autorizaciones generales).
- * Autorización general de tipo A, que habilita para el establecimiento o explotación de redes privadas para la prestación del servicio telefónico en grupo cerrado de usuarios.
- * Autorización general de tipo B, que permite el establecimiento o explotación de redes privadas.
- * Autorizaciones generales de tipo C, que habilitan para la prestación de servicios de transmisión de datos disponibles al público.
- * Licencias Individuales (Capítulo III del título II de la Ley General de Telecomunicaciones y Orden del Ministerio de Fomento de 22 de septiembre de 1998 por los que se establece el régimen aplicable a las licencias individuales.
- * Licencia de tipo A, que habilita a su titular para la prestación del servicio telefónico fijo disponible al público, mediante la utilización de un conjunto de medios de conmutación y transmisión, y sin asumir para ello los derechos y obligaciones propios de los titulares de licencias B ó C, en relación con el establecimiento o explotación de la red.
- * Licencia de tipo B1, que permite la prestación del servicio telefónico fijo disponible al público, mediante el

establecimiento o la explotación, por su titular, de una red pública telefónica fija.

- * Licencia de tipo B2, que habilita para la prestación del servicio telefónico móvil disponible al público mediante el establecimiento o explotación por su titular de una red pública telefónica móvil.
- * Licencia de tipo C1, que permite el establecimiento o explotación de redes públicas.
- * Licencia de tipo C2, que habilita el establecimiento o explotación de redes públicas que impliquen el uso del dominio público radioeléctrico.

Evoluciónde los títulos habilitantes durante 1998

0			Vigentes a 31/12/98		
	3	3			
0	6	6			
0	0	0			
0	1	1			
0	0	0			
0	26	0			
0	0	0			
0	127	127			
Vigentes a 31/1/97	Otorgadas año 98	Vigentes a 31/1	2/98		
431	1	432	(1)		
210	0	210	(0)		
0	5	5			
2)					
10	10	6			
6	15	1			
1	1	0			
nal	2	2			
ųeno	3	3			
T					
461	313	0	(3)		
179	171	124	(4)		
14	4	5	(4)		
	431 210 0 5) 10 6 1 mad ipeno 0T 461	0 0 127 Vigentes a 31/1/97 Otorgadas año 98 431 1 210 0 0 5 0 10 10 6 15 1 1 1 and 2 ujeno 3 OT 461 313 179 171	0 0 0 0 0 127 127 Vigentes a 51/1/97 Otorgadas año 98 Vigentes a 31/1 431 1 432 210 0 210 0 5 5 0 10 10 10 6 6 15 1 1 1 0 0 0 ad 2 2 0 2 0 3 3 3 0 77 461 313 0		

	Pendientes	Total	Total	Total	Ptes.
	31-DIC.98	Entrada	Tramitados	Resueltos	31-DIC-9
Autorizaciones y Concesiones (L.O.T.)					
- S.V.A. artículo 21	85	574	659	659	-
- S.V.A. artículo 22	4	3	7	7	-
- S.V.A. artículo 23	1	-	1	1	-
- Telecomunicaciones por Cable	58	200	258	221	37
- Telecomunicaciones por Satélite	3	32	35	35	-
Total Autorizaciones y Concesiones (L.O.T.)	151	809	960	923	37
Transformación Títulos (L.O.T.)					
y Licencias (L.G.T.)					
- Transformación Títulos Habilitantes S.V.A		148	148	117	31
- Transformación Títulos Habilitantes Cable		1	1	-	1
- Transformación Títulos Habilitantes Satéli	te -	2	2	-	2
-Licencias Individuales		37	37	14	23
Total Transformaciones SVA					
y Licencias (L.G.T.)		188	188	131	57
Total Expedientes L.O.T. y L.G.T.	151	997	1.148	1.045	94
Registros de telecomunicaciones					
L.O.T. yGL.G.T.					
- Sociedades Concesionarias de Televisión	-	24	24	23	1
- Concesionarios SVA Dominio Público					
Radioeléctrico	2	33	35	31	4
- Concesiones SVA Conmutación de Datos	2	13	15	15	-
Empresas Radidifusoras	-	20	20	19	1
Inscripciones Autorizaciones Genereales		310	310	154	156
TOTAL SOLICITUDES DE INSCRIPCIÓ	N				
(LO.T. y L.G.T.)	4	400	404	242	162
TOTALES	155	1.397	1552	1.296	256

IV.2.3 Principales resoluciones adoptadas por el consejo de la CMT

a) Los denominados servicios audiotex.

Al amparo de la derogada Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones y, en particular, de su art. 21, el Ministerio de Fomento y, desde la entrada en vigor de la Ley 12/1997, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones han otorgado autorizaciones "para la prestación de servicios de telecomunicación de valor añadido soportados en el servicio final telefónico en su modalidad de tarifación adicional a través del prefijo 903 o 906".

Estos servicios, conocidos con la denominación genérica de "audiotex" plantearon desde sus inicios un problema en torno a su verdadera naturaleza de servicios de telecomunicación.

Es evidente que el servicio de telecomunicación existe como tal. Sin embargo, lo que parece equívoca es la perspectiva desde la que se ha considerado el servicio o, planteado de otra forma, la identificación del verdadero prestador del servicio. Los prefijos 903 o 906 constituyen una parte de los servicios de telecomunicación que presta Telefónica, S.A. dentro de una amplia variedad de servicios de inteligencia de red. Este servicio de telecomunicación tiene dos tipos de clientes: el que suministra información y el que accede a la misma. Telefónica ofrece a quien lo solicita y a un precio "x" un número de telefono asociado a los prefijos indicados. Como contrapartida este cliente recibirá una parte de la tarifa que Telefónica de España cobra a los usuarios de la red pública telefónica que acceden al número 903 o 906 de que se trate. Evidentemente, este acceso lo facilita igualmente Telefónica a todo aquel usuario que desea conectarse con el número considerado. En esta trama, el "prestador del servicio audiotex" no hace sino dar un servicio consistente en suministrar información a aquél que llame. Este servicio no es de telecomunicación. El servicio tanto de llamada como de conmutación e inteligencia de red, en definitiva, la posibilidad de que esa información suministrada sea comunicada a distancia, lo presta Telefónica S.A.

A pesar de lo anterior y del hecho de que la naturaleza del servicio levantó desde el principio cierta polémica, la hoy extinta Dirección General de Telecomunicaciones empezó en 1992 a otorgar autorizaciones de S.V.A. a los suministradores de información a través de los prefijos 903 y 906. Este precedente resultó al final muy útil como instrumento para zanjar la polémica e inquietud social que durante ese mismo año estalló como consecuencia de las cuantiosas facturas que Telefónica de España generó por el uso de estos servicios de Red Inteligente.

Esta situación se mantiene hasta el 27 de septiembre de 1998, fecha en la que entra en vigor la Orden de 22 de septiembre de 1998, por la que se establece el régimen aplicable a las autorizaciones generales para servicios y redes de telecomunicaciones y las condiciones que deben cumplirse por sus titulares.

Hasta entonces y a pesar de la publicación de la nueva Ley General de Telecomunicaciones, la normativa anterior se mantiene en vigor de conformidad con la Disposición Transitoria primera punto 2.

Por lo tanto y ante las numerosas peticiones de autorización de "audiotex" nuevas que se presentaron en la Comisión desde la aprobación de las nuevas Ordenes Ministeriales, se consideró oportuno estudiar de nuevo la naturaleza de los servicios de audiotex a la luz del concepto de Telecomunicaciones recogido en la nueva Ley General de Telecomunicaciones.

Como consecuencia de lo anterior la Comisión decidió resolver que el suministro de información a través de los prefijos 903/906 no es un servicio de telecomunicación -puesto que el servicio lo presta Telefónica, S.A. u otro operador habilitado- y que por lo tanto no era necesario obtener una autorización administrativa para tener derecho a que Telefónica suministrara una línea 903/906.

En este sentido, se declaró nula por esta Comisión la cláusula del contrato-tipo de Telefónica que exigía el título habilitante de telecomunicación previo para la obtención de la línea 903/906 objeto del contrato.

b) Las concesiones especiales de televisión por cable.

Durante 1998 se desestimaron 211 solicitudes de concesiones especiales de televisión por cable.

Estas concesiones aparecen reguladas en la Disposición Transitoria primera de la Ley 12/1997 de 24 de abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones.

Las razones por las que se denegaron estas concesiones son fundamentalmente tres:

- Inexistencia del requisito subjetivo al que se refiere la disposición transitoria primera:
- * ser adjudicatario de un concurso convocado por un Ayuntamiento en los términos establecidos en la Disposición.
- * ser titulares de redes incluidos en el régimen de la Disposición Transitoria primera de la Ley 42/1995 de Telecomunicaciones por cable.
- No coincidencia del ámbito territorial de la concesión especial solicitada con el ámbito territorial del título que se ostenta.
- La no participación en el concurso público convocado para la adjudicación de una concesión para la prestación del servicio público de telecomunicaciones por cable en aquella demarcación que incluyera el ámbito territorial en el que hasta ahora desplegara su actividad. De las tres causas expuestas esta última es sin duda la más frecuente.

Para comprender esta última causa de denegación es necesario profundizar en la razón de ser de las concesiones especiales, y en este sentido, hemos de referirnos primero a las concesiones provisionales. Con la publicación de la Ley 42/1995 de Telecomunicaciones por cable, el legislador, consciente de la existencia de un importante número de empresas dedicadas a la explotación de la televisión por cable, sin la existencia de una norma jurídica que regulara esa explotación, quiso regularizar su situación y permitir que continuaran provisionalmente su actividad con el objeto de que pudieran amortizar sus inversiones o, en el mejor de los casos, consiguieran una concesión mediante concurso al amparo de la citada ley.

Surgen en este contexto las concesiones provisionales y, más adelante, a través de la Ley 12/1997 de 24 de abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones las concesiones especiales. Estas últimas vienen a ser una prórroga de las primeras, y su razón de ser está en la concurrencia de una serie de requisitos en aquel que la obtiene, puesto que sólo se le otorgará si participa en el concurso que se convoca para la correspondiente demarcación y no resulta adjudicataria.

La participación en el concurso pone de manifiesto que el sujeto participante cumple con todos los requisitos exigidos para ser adjudicatario.

El concepto de "participación" es el que más polémica ha creado en torno a estas denegaciones en tanto que los afectados consideraban que presentarse al concurso convocado equivalía a participar en él. Esta argumentación ignora que el que se presenta sólo participa si en el concurren todos los requisitos objetivos mínimos exigibles para

poder entrar en la fase de concurso "strictu sensu".

Todo ello sin perjuicio de que recientemente el legislador haya permitido que estos concesionarios provisionales que no han obtenido una concesión especial, continúen realizando su actividad hasta que empiecen a prestar servicio los concesionarios del servicio de telecomunicaciones por cable.

IV.2.4 Registro

A) Registros existentes

Registros de concesionarios de Servicio de Valor Añadido:

- * Orden de 24 de Septiembre de 1992 del Ministerio de Obras Públicas y Transportes por el que se regula el Registro de Concesionarios de Servicios de Telecomunicación de valor añadido que utilicen el Dominio Público Radioeléctrico, creado al amparo del artículo 24.4 de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones, por el Reglamento que sobre el Dominio Público Radioeléctrico aprobó el Real Decreto 844/1989.
- * Orden de 24 de Noviembre de 1993 del Ministerio de Obras Públicas y Transportes por el que se regula el Registro de Concesiones del Servicio de Telecomunicaciones de Valor Añadido de Suministro de Conmutación de datos por paquetes o circuitos, creado al amparo del artículo 24.4 de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones, por el artículo 15 del Reglamento Técnico y de Prestación del servicio de conmutación de datos, aprobado por el Real Decreto 804/1993.

Registros de concesionarios de servicios de difusión:

- * Real Decreto 951/1989, de 28 de julio, por el que se regula el Registro Especial de Sociedades Concesionarias para la Gestión indirecta del servicio público esencial de televisión, creado en el artículo 20 de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada.
- * Orden de 30 de marzo de 1974 del entonces Ministerio de Información y Turismo, por la que se aprueban las normas de inscripción en el Registro de empresas radiodifusoras creado por Decreto de 9 de julio de 1954.

Registro de operadores de servicios de acceso condicional para la televisión digital:

* El Registro de operadores de servicios de acceso condicional para la televisión digital, está regulado en el artículo 2 del Real Decreto 136/1997, de 31 de enero y se creó por la Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE.

Registro especial de Operadores de Cable:

* Registro Especial de Operadores de Cable, creado por el artículo 5 de la Ley 42/1995, de 22 de diciembre, de las telecomunicaciones por cable y desarrollado por el Anexo III del Real Decreto 1652/1998, de 24 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de los Registros Especiales de Titulares de Licencias Individuales y Autorizaciones Generales para la prestación de servicios y para el establecimiento y explotación de Redes de Telecomunicaciones.

Registros Especiales de Titulares de Licencias Individuales y de titulares de Autorizaciones Generales:

- * Registro Especial de Titulares de Licencias Individuales, creado al amparo del artículo 8 de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones y regulado por el Real Decreto 1652/1998, de 24 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de los Registros Especiales de Titulares de Licencias Individuales y de Titulares de Autorizaciones Generales para la prestación de servicios y para el establecimiento y explotación de Redes de Telecomunicaciones.
- * Registro Especial de Titulares de Autorizaciones Generales, regulado por la misma normativa

B) Registros pendientes de desarrollo:

Registro general de operadores de redes y prestadores de servicios de telecomunicación (artículo 1.Dos.2.n) de la Ley 12/1997, de 24 de abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones.

C) Evolución de los registros.

Registros de concesionarios de Servicios de valor añadido.

Estos registros siguen existiendo en tanto no se produzca la transformación o extinción de todas las concesiones cuyos titulares aparezcan inscritos.

Registro especial de operadores de cable.

La Orden de 22 de septiembre de 1998, por la que se establece el régimen aplicable a las licencias individuales, establece en su Disposición Transitoria primera que los títulos otorgados al amparo de la Ley 42/1995, de 22 de diciembre, de las Telecomunicaciones por cable, deberán ser transformados antes del 1 de agosto de 1999 en Licencia de tipo B1 y cuantas autorizaciones generales correspondan. Estos nuevos títulos serán objeto de inscripción, no ya en el Registro de Operadores de Cable, sino en los correspondientes Registros Especiales de Licencias Individuales o Autorizaciones Generales.

No obstante y en sintonía con el artículo 1 y Disposición Derogatoria única de la Ley General de Telecomunicaciones, la citada Disposición Transitoria de la Orden de Licencias añade que los operadores de telecomunicaciones por cable mantendrán y, por lo tanto, no será objeto de transformación, su actual concesión para los servicios de difusión de televisión.

De lo anterior cabe destacar la necesidad de mantener el Registro Especial de Operadores de Cable como medio para dejar constancia y dar publicidad de las concesiones que estos operadores mantienen en sus respectivas demarcaciones para prestar el servicio de difusión de televisión. Ello no obstante la Disposición Transitoria segunda del Real Decreto 1652/1998, de 24 de julio, que señala que la inscripción de los operadores de cable en el Registro Especial creado ad hoc para ellos, se producirá hasta que transformen sus títulos en licencias y autorizaciones.

Proliferación innecesaria de Registros.

El Real Decreto 1652/1998, de 24 de julio, crea dos nuevos registros: el de Titulares de Licencias Individuales y el de Titulares de Autorizaciones Generales.

Estos Registros se suman al amplio abanico de los ya existentes y, en muchos casos, todavía vigentes. Sin embargo, la publicidad que se persigue con el mantenimiento de estos Registros quiebra por dos razones fundamentales.

- * La existencia de registros diferentes puede dificultar la consulta global de un ciudadano que quiera conocer no ya los titulares de cada tipo de servicio sino los diferentes servicios que presta cada operador
- * A pesar de los numerosos registros, no todos los títulos habilitantes aparecen inscritos en alguno de ellos. A modo de ejemplo las autorizaciones de televisión por satélite, las concesiones provisionales o especiales de cable, las licencias de redes privadas radioeléctricas, la gestión directa del servicio de televisión, o las concesiones de televisión local por ondas radioeléctricas terrestres.

La universalidad y unidad de los diferentes registros puede alcanzarse a través de la creación de un Registro General de Operadores previsto en la Ley 12/1997, de Liberalización de las Telecomunicaciones.

IV.3 ASIGNACIÓN DE NUMERACIÓN

IV.3.1 Resoluciones adoptadas durante 1998

Las solicitudes de recursos del espacio público de numeración durante 1998 han venido marcadas por el inicio de las actividades de los operadores de cable, el gran crecimiento de usuarios en la telefonía móvil y a finales de año, por las nuevas licencias otorgadas.

Han sido 84 Resoluciones las que se han aprobado por el Consejo de la CMT durante 1998 clasificadas según los tipos de numeración:

Números Geográficos	28	
Números servicios móviles	8	
Números cortos	5	
Números servicios inteligencia de red	5	
Códigos selección operador	7	
Códigos Puntos Señalización Nacional	23	
Códigos Puntos Señalización Internacional	6	
Indicativo de Red Móvil	2	

En los estudios previos para atender las solicitudes de numeración se han ido elaborando los criterios necesarios para facilitar la gestión del espacio y conseguir que los recursos de numeración disponibles estuvieran al alcance de cualquier operador.

Las resoluciones más importantes adoptadas durante 1998 fueron las siguientes:

- Resolución de 26 de marzo de 1998, sobre numeración geográfica, por la que se asigna a Telefónica S.A. 4.037 bloques de 10.000 números, de los que una parte corresponden a numeración que dicha operadora venía utilizando y los restantes a numeración destinada a atender la demanda de nuevos abonados.

A partir de esa resolución se han atendido solicitudes de 25 operadores, además de la propia Telefónica, que ha solicitado nuevas asignaciones.

En total, se han asignado 4.342 bloques de diez mil números, que permiten atender a unos 18 millones de usuarios, lo que supone un 42% de utilización de los recursos disponibles.

- Resolución RS 48/98 de fecha 14 de mayo de 1998, por la que se aprueba en materia de servicios de telefonía móvil la migración de todos los números de abonados del primer dígito 9 al 6, lo que supone la apertura de los 100 millones de números asignables en el Plan Nacional de Numeración, para este tipo de servicios. Con los números que han migrado y los asignados a los tres operadores de móviles se obtiene un total de 18 millones asignados para algo más de 7 millones de clientes, por lo que el porcentaje de utilización de los recursos disponibles es del 39%.

Se debe señalar que además se utilizan gran cantidad de números para facilitar la itinerancia y el uso de tarjetas prepago, superando entre todos los conceptos el 70% de utilización de los recursos asignados.

- Resolución RS 147/98, de 10 de septiembre, sobre asignación de números cortos dentro del rango 14XY. En esta resolución se fija criterio sobre asignación de números cortos que permite a los operadores poder utilizar este recurso para atención de los usuarios con independencia del origen de la llamada y de los números utilizados únicamente para marcaciones internas de cada red.
- Resolución RS 20/98 del 12 de marzo, por la que se asigna numeración a servicios de inteligencia de red. En ella se asignan a Telefónica 117 bloques de 10.000 números de los 900 a 906 y se determinan los que quedan libres para poder atender solicitudes de otros operadores. A partir de esta resolución, se han aprobado por el Consejo resoluciones similares asignando este tipo de numeración a otros operadores.
- En lo que se refiere a los códigos de selección de operador, con fecha 3 de abril de 1998 la Secretaría General de Comunicaciones emite una Resolución por la que se atribuyen determinados códigos a este fin. En esta Resolución se dispone que los códigos de selección van a tener una longitud de 4, 5 o 6 dígitos, y los códigos de 3 dígitos

asignados a este uso tendrán validez hasta el 1 de enero del año 2.000. A partir de esta fecha estos códigos de 3 dígitos pasarán a estar disponibles para su atribución, lo que afecta directamente a Retevisión y a Lince, que tienen asignados respectivamente los códigos de selección de operador 050 y 052.

- Mediante Orden del Ministerio de Fomento de 22 de septiembre de 1998 se establece el régimen aplicable a las licencias individuales. De lo dispuesto en esta Orden, la CMT ha interpretado que los códigos de selección de 4 dígitos se asignan a aquellas entidades titulares de una licencia de tipo B1 de ámbito nacional, los de 5 dígitos a los titulares de licencia de tipo B1 de ámbito territorial inferior al nacional, y los de 6 dígitos a los titulares de una licencia de tipo A.
- Respecto a espacio público de numeración de códigos de puntos de señalización nacional (CPSN), la CMT ha continuado la asignación de bloques de códigos para el nivel de interconexión nacional en el rango del indicador de red 10, dando así continuidad a la práctica iniciada por Telefónica al comenzar a emplear este rango.

Se ha continuado asimismo la asignación de códigos de puntos de señalización internacional (CPSI) para el nivel de interconexión internacional. Estos códigos se asignan individualmente a aquellos operadores con derecho e intención de contar con centrales de conmutación o puntos de transferencia de señalización internacionales, siguiendo lo estipulado en la Recomendación Q.708 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

- Finalmente, con fechas 1 de octubre y 5 de noviembre de 1998 se han resuelto los expedientes RS 169/98 y RS 197/98 de asignació n a Telefónica Móviles y a Amena de sendos indicativos de red para el servicio móvil (IRM), de acuerdo con la Recomendación E. 212 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

Al no haberse aprobado formalmente por el Ministerio de Fomento el Registro Público de Numeración a que hace referencia el Reglamento de procedimiento de asignación y reserva de recursos de numeración, se ha puesto a disposición de los interesados de forma provisional el estado de la numeración telefónica a través del Web de la CMT. De esta forma es posible acceder tanto a consultas particulares sobre determinados rangos de numeración, como a un fichero conteniendo información detallada del estado.

IV.3.2 Necesidades de numeración para nuevos servicios.

Las necesidades de numeración para la prestación de servicios de red privada virtual han sido objeto de una consulta entre los operadores, con el fin de valorar diferentes posibilidades, que puedan reconducirse a dos tipos de servicios: un servicio de red privada virtual que sería prestado en la red de cada operador, y un segundo servicio de red privada virtual, dirigido principalmente a corporaciones de tamaño medio con varias sedes geográficamente dispersas. Su característica principal es que la conexión de los usuarios se lleva a cabo por medio de terminales convencionales conectados directamente a la red telefónica conmutada, por lo que la disponibilidad de recursos de numeración públicos específicos para este servicio es un factor fundamental para posibilitar su prestación en un entorno multioperador. Esta numeración debe ser reconocida por la red telefónica conmutada a fin de que la llamada pueda ser encaminada al operador del servicio, que puede ser distinto del que proporciona el acceso a los usuarios.

Durante el año 1999, el Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones concluirá el proceso de consulta realizado, dando una solución al servicio de red privada virtual y a la numeración asociada a dicho servicio.

IV.3.3 Conservación del número telefónico de abonado

Como resultado de la Resolución del Consejo de 22 de octubre de 1998, por la que se establece el procedimiento a seguir por los operadores (y otros sujetos del mercado) para la determinación de las soluciones técnicas aplicables a la conservación del número de abonado en caso de cambio de operador (portabilidad), el 12 de noviembre de 1998 la CMT convocó a operadores, suministradores y organizaciones de usuarios para la creación de un Foro de debate sobre Portabilidad que permitiese a los operadores consensuar unas especificaciones antes del 31 de enero de 1999.

El Foro sobre Portabilidad, en lo que respecta a la conservación de números geográficos y números de servicios de inteligencia de red soportados en redes fijas, se creó sobre la base de un Grupo de Operadores (GOP), compuesto solamente por operadores y coordinado por los Servicios de la CMT, y de tres Subgrupos de trabajo dedicados a estudiar los aspectos Técnicos (SGT), de Procedimientos Administrativos para la gestión de la portabilidad entre operadores (SGPA), así como de Costes (SGC), cuyos trabajos comenzaron en enero de 1999, una vez que los aspectos técnicos de red y de procedimientos administrativos de intercambio de información entre operadores estuvieron básicamente resueltos.

Para la portabilidad de números de telefonía móvil, en el Foro se creó también un Grupo sobre Portabilidad en redes Móviles (GPM). Este grupo está discutiendo posibles soluciones técnicas, aunque éstas no están condicionadas por una fecha límite prefijada como en el caso de la portabilidad en redes fijas.

Los trabajos del Foro sobre portabilidad han sido seguidos desde su fecha de constitución con un enorme interés por el sector, como así lo refleja una participación cercana a las 130 personas pertenecientes principalmente a organizaciones de operadores fijos, operadores móviles y suministradores de equipos y servicios de telecomunicación, en los distintos grupos de trabajo formados.

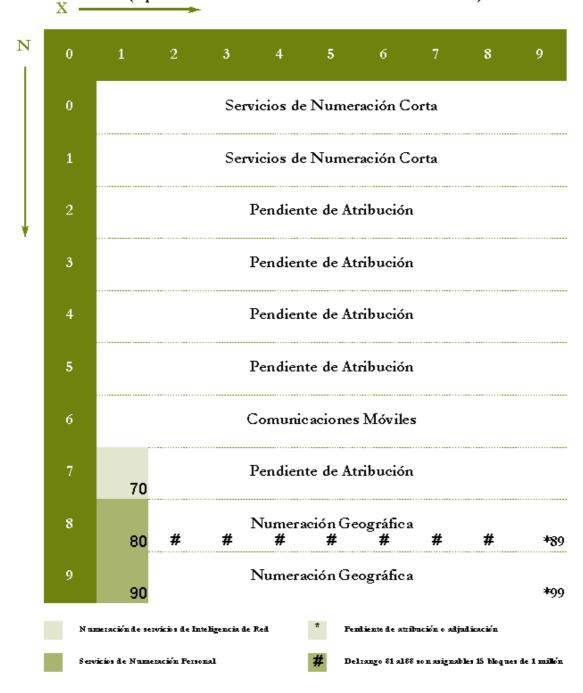
Como resumen de la situación en 1998, se puede decir que para la conservación del número en redes fijas, la base de las especificaciones para los aspectos de red (escenarios y señalización inter-redes) estaba básicamente acordada. En cuanto a las especificaciones técnicas para los procedimientos administrativos, aspecto éste muy complejo de la portabilidad de números, las especificaciones avanzaban también hacia una solución de consenso.

Hay que valorar por tanto muy positivamente la marcha de los trabajos del Foro y agradecer en particular a los ponentes y a todos los operadores la actitud constructiva y el esfuerzo realizado por lograr acuerdos, dentro de unos márgenes de tiempo muy reducidos.

NUMERACION NXYABMCDU

(Geográfica, servicios de inteligencia de red, móviles, personales,etc.) Cuadrículas de 10 Millones de números Capacidad total de numeración: 100 millones de números

(capacidad de numeración a 9 cifras: 800 millones de números)



1050	Retevisión	1090XY	10'300' Munditricom 10'300 Comunite! 10'30'0 Interterminal
1051	ВТ	1071	Airtel
1082	Uni2	1072	
1053	RSLCom	1073	!
1064		2074	Jazztel
1055	LDI	1073	
1056	Interoute	10%	
1067		1077	Telefónica
10785 10786 10787 Calit 10788 Expelt 10789 Grupa Cable	10580 10581 10582 10583 10584	90790 90781 90782 90783 90784	10 990 10 991 10 992 10 993 10 994
10585 10586 10587 10588 10589	10895 10896 10897 10898 10899	30790 Cabbetelica 30791 30792 30793 30794	10795 10796 10797 Grupo Cabte de La Coruña 10798 10799
1400 - 1404	Valencia de Cable	1405 - 1409	Aragón de Cable
1410 - 1414	Lince	1415 - 1419	СТС
1420 - 1424	Colt Telecom	1625 - 1629	RSLCom
1430 - 1434	вт	1435 - 1439	TSM
1640 - 1644	Airtel	1443 - 1449	Grupo Cable
1450 - 1454	Retena	1455 - 1450	Madritel
1650 - 1464	Reterioja	1465 - 1469	Interoute
1670 - 1474	Retev. Móvil	1475 - 1479	Axarquía
1480 - 1484	Telecable	1485 - 1499	TSM
1490 - 1494	Supercable Sevilla	1495 - 1499	Mundi telecom

SERVICIOS MÓVILES

NUMERACIÓN 6XYABMCDU Bloques de 1 Millón de Números

6XY	•									
X										
	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09
	10	11	12	13	114	15	16	17	18	19
	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
- ↓	30	31	32	33	34	35	3 6	37	38	39
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49
	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59
	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69
	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89
	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
	Moviline Capacidad total de 100 millones de númer							úmeros		
	Rete	evisión M	óvil		4					
	Movistar				Total bloques Bloques			18 82		
	Airtel				Total 100					

NUMERACION 8XYABMCDU (Geográfica y de inteligencia de Red)

Indicativo Nacional de Destino:XY

Bloques de 1 Millón de números

8XY	Y —		-							
X	Sei	vic	ios	dе	Int	elig	e n c	i a	de F	ed
	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09
	+	+	#	+	#	+	+	#	+	+
	10	11	12	13	114	15	16	17	18	19
			Tenerife		Badajoz				Стан	
	+	#		#		#	#	#	Санагіа	#
	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
	+	#	+	#	+	#	#	#	#	#
- 🕴	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
				Guipuzkoa					Navarra	
	#	#	#		#	#	#	#		#
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49
							Cádiz		Granada	
	+	#	#	#	#	#		#		#
	50	51	5 2	53	54	55	56	57	58	59
									Murcia	
	+	#	#	#	#	#	#	#		#
	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69
		Balears	Girona	Lleida			Zaragoza	Tarragona		
	+				#	#			#	#
	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
		А Согийа					Ponteved 12			
	+		+	#	+	#		#	#	#
	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89
	+	#	+	+	+	+	+	+	+	#
	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99

Numeración geográfica suignable
Núm. Bloques: 15

Bloque vacantes (no sd judicables) Núm. Bloques: 75 Capacidad total de 100 millones de números

Total bloques asignables: 15
Bloques no adjudicados: 75
Bloques Inteligencia de Red: 10
Total bloques 100

NUMERACION 9XYABMCDU

(Geográfica, radiobúsqueda y servicios de inteligencia de Red)

Indicativo Nacional de Destino:XY

Bloques de 1 Millón de números

9XY										
X	Sei	vic	ios	d e	Int	elig	enc	i a	de F	e d
1	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09
	# 10	# 11	12 M	13	d 114	r 15	i 16	d 17	18	# 19
	Avila	Segovia		13 Salamanca	114 Badajoz	To le do	Ciudad	17 Cáceres	18 Gran	19
							Real		Санатіа	+
	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
	#	# B				,				+
.↓	30	# B 31	32 ^a	33	34	35	36	37	a 38	39
•	Radio Búsqueda	La Rioja	Cantabria	Guipuzkoa	Bizkaia	Alava	Bizkaia	Burgos	N avarra	Guadakjara
	_	44	40	42		45	4.0	45	40	40
	40 Almería	41 M 41	42	43 Jaén	44	45	46	47 Córdoba	48 Granada	49 Hueka
	Annena	IVI a I	a g a	jaen	Sev	1111	#	Coldoba	Станаца	IIuewa
	50	51	5 2	53	54	55	# 56	57	58	59
					C aste ll ó	Alac	ant	Albacete	Murcia	Сценса
	#V	a 1 e	n c i	a		/ -		45		
	# V 60	61	62	63	64	65	66	67	68	69
	60				64 Huesca	65 Soria	66 Zaragoza		68 Teruel	69 Palencia
		61	62	63						
	60 # 70	61 Balears	62 Girona	63 Lleida	Huesca	Soria 75	Zaragoza	Татгадопа	Teruel	Palencia
	# 70 Z amora	61 Balears 71 A Coruña	62 Girona 72 Lugo	63 Lleida 73 Valladolid	Huesca 74 Astu	Sonia 75 rias	Zaragoza 76 Fontevedra	Tarragona 77 León	Teruel 78 Outense	Palencia 79 +
	60 # 70	61 Balears 71	62 Girona 72	63 Lleida 73	Huesca 74	Soria 75	Zaragoza 76	Tarragona 77	Teruel	Palencia 79
	# 70 Z amo ra 80	61 Balears 71 A Coruña	62 Girona 72 Lugo 82	63 Lleida 73 Valladolid	Huesca 74 Astu 84	75 rias 85	Zaragoza 76 Pomesedua 86	Tarragona 77 León 87	Teruel 78 Outense	79 # 89
	# 70 Z amora	61 Balears 71 A Cormia	62 Girona 72 Lugo	63 Lleida 73 Valladolid 83	Huesca 74 Astu	Sonia 75 rias	Zaragoza 76 Fontevedra	Tarragona 77 León	Teruel 78 Outense	Palencia 79 +
	60 + 70 Z amo ra 80 + 90	61 Balears 71 A Coruña 81 # 91	62 Girona 72 Lugo 82 # 92	63 Lleida 73 Valladolid 83 # 93	74 A s t u 84 # 94	75 rias 85 # 95	76 Fontesedia 86 # 96	77 León 87 # 97	78 Ourense 88 # 98	79 # 89 # 99
	# 70 Z amora 80 # 90	61 Balears 71 A Coruña 81 # 91 icios de Intela	62 Girona 72 Lugo 82 # 92	63 Lleida 73 Valladolid 83 # 93	74 A s t u 84 # 94	75 rias 85 # 95	76 Fontesedia 86 # 96	77 León 87 # 97	78 Outense 88	79 # 89 # 99
	# 70 Z amora 80 # 90 Senvi	61 Balears 71 A Coruña 81 # 91 irios de Imeli 1 Eloques: 10 io Brinqueda 1 Eloques: 1	62 Girona 72 Lugo 82 # 92 gencia de Red	63 Lleida 73 Valladolid 83 # 93	Huesca 74 Astu 84 + 94 Ca Blo	Soria 75 rias 85 # 95 pacidad togues IR: ques Radiol	Zaragoza 76 Fomewedix 86 # 96 o tal de 10	77 León 87 # 97	Teruel 78 Ourense 88 # 98 s de mim 10	79 # 89 # 99
	# 70 Z amora 80 # 90 Senvin	61 Balears 71 A Coruña 81 # 91 irios de Imeli 1 Eloques: 10 io Búnqueda	62 Girona 72 Lugo 82 # 92 gencia de Red	63 Lleida 73 Valladolid 83 # 93	Huesca 74 Astu 84 # 94 Ca Blo	Soria 75 rias 85 # 95 pacidad to ques IR: ques Radiol ques uniti	Zaragoza 76 Fomewedin 86 # 96 o tal de 10 biisqueda:	77 León 87 # 97	Teruel 78 Ourense 88 # 98 s de mim 10	79 # 89 # 99
	60 # 70 Zamora 80 # 90 Servi Núm Radi Núm Num Núm H Blog	61 Bale ars 71 A Coruña 81 # 91 irios de Intelli a Eloques: 10 io Brinqueda a Eloques: 2 Eloques: 69 ues Biores ani;	62 Girona 72 Lugo 82 # 92 gencia de Red	63 Lleida 73 Valladolid 83 # 93	Huesca 74 Astu 84 + 94 Ca Blo Blo Blo	Soria 75 rias 85 # 95 pacidad togues IR: ques Radiol	Zaragoza 76 Fontevedus 86 # 96 o tal de 10 buisqueda: ados:	77 León 87 # 97	Teruel 78 Ourense 88 # 98 s de mim 10 1 69	79 # 89 # 99
	# 70 Z amora 80 # 90 Senvi Núm Radi Núm Num Núm # Blog Núm	61 Bale ars 71 A Coruña 81 # 91 into de Imeli a Bloques: 10 to Bringueda a Bloques: 1 meración geog	62 Girona 72 Lugo 82 # 92 gencia de Rei	63 Lleida 73 Valladolid 83 # 93	Huesca 74 Astu 84 + 94 Ca Blo Blo Blo	Soria 75 rias 85 # 95 pacidad to ques IR: ques Radiol ques unilizadues libres:	Zaragoza 76 Fomewedin 86 # 96 o tal de 10 bisqueda: ados:	77 León 87 # 97	Teruel 78 Ourense 88 # 98 s de mim 10 1 69 3	79 # 89 # 99

IV.4 CONTROL DEL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE SERVICIO PUBLICO

En relación a esta función, en el informe anual correspondiente al año 1997 ya se destacaba su importancia, indicándose que en el seno de la Comisión se había constituido una ponencia con el objeto de preparar a la organización a fin de asumir dichas obligaciones.

Durante el año 1998, la ponencia finalizó sus trabajos. En sus conclusiones de la ponencia, además de describir lo que podrían ser algunos rasgos deseables del Servicio Universal, se ofrecían criterios que podrían ser de utilidad al Ministerio de Fomento para el Reglamento regulador de las obligaciones de Servicio Público, en esos momentos en tramitación.

Los resultados de la ponencia han resultado de utilidad para la Comisión en la medida que le han permitido conocer, tanto en el ámbito estatal como en el internacional, las peculiaridades que presentan las obligaciones de servicio público.

Téngase en cuenta que el Reglamento que regula estas obligaciones ha otorgado a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones importantes funciones, entre las que cabe destacar, el control genérico sobre el cumplimiento de las mismas por parte de los operadores obligados.

Con más detalle, se enuncian a continuación las principales funciones que asume la Comisión:

- Informe al Mº de Fomento sobre cese de la obligación de prestar servicio público.
- Informe al Mº de Fomento sobre Orden relativa a objetivos de calidad del servicio público.
- Instrucciones a operadores sobre remisión de información respecto a obligaciones de servicio público.
- Gestión de base de datos de abonados para confección de guías.
- Informe al Mº de Fomento sobre criterios para determinar lo que se considera oferta suficiente de teléfonos en cada ámbito geográfico.
- Informe a la Comisión Delegada Asuntos Económicos sobre precios de los servicios incluidos dentro del Servicio Universal.
- Informe al Mº de Fomento sobre RD de revisión de servicios que se engloban dentro del Servicio Universal.
- Informe al Mº de Fomento sobre designación de operadores como prestadores de Servicio Universal.
- Informe al Mº de fomento sobre Orden de convocatoria de concurso para la licitación pública del Servicio Universal.
- Resolución determinando si la obligación de prestar el Servicio Universal implica un coste neto y desventaja competitiva.
- Resolución sobre exoneración de operadores de la obligación de contribuir a la financiación del Servicio Universal.
- Determinación de criterios aplicables para la determinación e imputación de costes y aprobación del resultado del cálculo de los costes netos.
- Resolución sobre fijación de coeficientes ponderadores de los ingresos de operadores de móviles.
- Determinación anual de operadores y aportaciones de cada uno de los operadores que contribuyen a la financiación del Servicio Universal.
- Informe al Mº de Fomento sobre establecimiento de otros parámetros que permitan distribuir al contribución a la financiación del Servicio Universal.
- Gestión del fondo nacional de financiación del Servicio Universal.

IV.5 INTERCONEXIÓN

IV.5.1 Oferta de interconexión de referencia

Proceso de aprobación

Para dar cumplimiento al artículo 28 de la Ley General de Telecomunicaciones, la CMT comenzó en diciembre de 1997 conversaciones con Telefónica, con los operadores ya establecidos y con futuros demandantes de interconexión, al objeto de configurar la primera Oferta de Interconexión de Referencia (OIR) que Telefónica, como operador dominante, tiene obligación de publicar. A este efecto se creó una ponencia en la CMT en la que participaron los distintos Servicios.

La consulta por parte de la ponencia a los distintos sujetos del mercado afectados por la interconexión tenía como objetivo identificar cuál habría de ser la oferta suficiente de servicios de interconexión en función de la demanda de los nuevos operadores entrantes y de la capacidad de Telefónica de responder adecuadamente a dicha demanda.

El Reglamento sobre interconexión y numeración, publicado el 30 de julio de 1998, concedía un plazo de un mes para que Telefónica presentase su propuesta de OIR a la CMT.

El 31 de agosto de 1998 Telefónica presentó a la CMT su propuesta oficial de OIR, la cual sufrió algunas modificaciones hasta el 8 de octubre.

El estudio por parte de la ponencia de la propuesta de Telefónica consideró a ésta insuficiente en servicios ofertados y elevada en precios. El Consejo de la CMT, tras analizar la propuesta de Telefónica y los resultados finales de la ponencia, introdujo modificaciones a la propuesta presentada sobre la base de las competencias que le otorga el Reglamento de interconexión y numeración para dar respuesta adecuada a las demandas del mercado. El 28 de octubre de 1998, la CMT presentó al Ministerio de Fomento el informe propuesta con las modificaciones a introducir a la versión presentada por Telefónica. El 29 de octubre de 1998, el Ministerio de Fomento aprobó, mediante Orden Ministerial, la OIR formulada por Telefónica con las modificaciones introducidas por la CMT sin ninguna alteración, estando por tanto la nueva OIR en vigor desde dicha fecha.

La publicación de la Oferta de Interconexión de Referencia de Telefónica es un elemento decisivo para que las condiciones del mercado permitan la competencia efectiva entre los operadores. La OIR viene a ser una oferta de mínimos del operador dominante a la que se puede acoger cualquier operador entrante cuyo título habilitante le permita interconectarse y en la que figura un desglose adecuado de los servicios, condiciones, plazos y precios. Con ello se respeta el principio de primacía de la negociación entre las partes, pues éstas siempre pueden mejorar las condiciones contenidas en la Oferta, al tiempo que se asegura un equilibrio en el poder de negociación, dado que el nuevo entrante, cuyo poder en el mercado es en buena lógica significativamente menor que el del dominante, puede mediante la Oferta tener aseguradas unas condiciones mínimas de interconexión, que, además son transparentes y no discriminatorias.

OIR aprobada.

La OIR aprobada se basa en un modelo de red de referencia a dos niveles, local y de tránsito, que permite orientar los precios de interconexión a los costes incurridos en el soporte eficiente de la interconexión, identificando claramente de manera causal qué componentes de red incurren en costes para cada servicio de interconexión.

La oferta incluye tres servicios básicos de interconexión, tanto para terminación como para acceso: interconexión al nivel local, tránsito simple y tránsito doble, en línea con la gran mayoría de las ofertas de interconexión europeas. Asimismo, se incluyen servicios de tránsito unicentral, tránsito nacional y extensión local del tránsito nacional que cubrirían la demanda de tránsito de los distintos tipos de operadores.

Tal y como se recoge en el artículo 28 de la Ley General de Telecomunicaciones y el artículo 11.3 del Reglamento sobre interconexión y numeración, la OIR recoge distintas condiciones y precios según la licencia del operador, lo que ha dado lugar de hecho a tres ofertas diferenciadas para operadores con licencia de tipo "B", "A" o "C".

Desde el punto de vista de red, algunas modificaciones introducidas por la CMT son de gran relevancia y merecen ser comentadas.

En primer lugar, la OIR establece el marco de la interconexión con independencia de las condiciones y obligaciones que los operadores hayan adquirido según sus respectivas licencias, permitiendo por ejemplo el acceso en tránsito doble a aquellos operadores de ámbito nacional que en el primer año de operación habrán de desplegar cincuenta puntos de interconexión, sin limitar la capacidad de que ofrezcan servicio desde un primer momento a la totalidad del Estado.

Otro aspecto esencial introducido es la supresión de la cobertura máxima de numeración alcanzada en acceso y terminación cuando la interconexión se realiza al nivel de tránsito. La OIR elimina las ventanas provinciales y establece el principio de que cada central de tránsito abierta a la interconexión permitirá la interconexión mediante tránsito simple a la numeración de las centrales locales que dependen de ella en la estructura jerárquica de la red y mediante tránsito doble al resto de la numeración. Dada la arquitectura de la red de Telefónica, ello supone que desde las centrales de tránsito nodales la numeración alcanzada en tránsito simple pueda llegar a cubrir varios ámbitos provinciales en un buen número de los casos.

Un tercer aspecto clave de la OIR aprobada y condicionante en gran medida del despliegue concreto de red que los operadores demandantes de interconexión habrán de hacer, es la obligación de Telefónica de ofrecer en interconexión la totalidad de las centrales de tránsito y todas las centrales autónomas locales (digitales), en cumplimiento del artículo 9.3 del Reglamento sobre Interconexión. La relevancia de este aspecto es aún mayor si se tiene en cuenta que el listado de centrales de tránsito propuesto por Telefónica no incluía la totalidad de sus centrales de tránsito.

Habría también que destacar las provisiones incluidas en la OIR para que los operadores demandantes de interconexión puedan establecer sus puntos de interconexión de manera flexible y en unos tiempos máximos razonables, al igual que para la realización de las correspondientes pruebas técnicas, con el objeto de que en ningún caso pueda demorarse su entrada en el mercado.

La OIR incluye, además de los servicios conmutados básicos de red, los de terminación en servicios de emergencia (112); terminación en servicios de operadora (1003, 025); acceso a cobro revertido por operadora de Telefónica; acceso a los servicios de inteligencia de red del operador, acceso a los servicios de inteligencia de red de Telefónica, servicio de interconexión de líneas alquiladas, así como el acceso a servicios que Telefónica venía ofreciendo a sus abonados tales como acceso a servicios de móvil marítimo, radiobúsqueda, acceso a redes de datos y acceso a servicios de información.

Otro aspecto muy importante de la OIR aprobada es la aplicación de las tarifas de interconexión, a partir del 1 de julio de 1999, también a las entidades habilitadas para la prestación de los servicios de telefonía móvil automática (Orden Ministerial de 26 de noviembre de 1998), con lo que la oferta es única con independencia de si la red que demanda interconexión es fija o móvil.

La OIR de Telefónica, aprobada con las modificaciones propuestas por la CMT, establece un buen equilibrio entre las posiciones negociadoras de Telefónica por un lado y de los operadores demandantes de interconexión por otro.

La OIR será revisada antes de un año, con el objeto de adaptarla al ritmo cambiante del sector y acomodarla a las nuevas demandas del mercado en el marco de la legislación vigente.

Para acabar con la OIR, se refiere a continuación el listado de precios de interconexión que la misma contiene, principiando por un cuadro en el que aparecen las tarifas que sobre el particular se aprobaron en la Orden de 18 de marzo de 1997.

LLAMADAS DE FIJO A FIJO (ptas./min.)					
	Punta	Normal	Reducido		
Metropolitano	2,50	2,50	2,30		
Provincial	4,25	3,87	2,38		
Interprovincial	7,00	4,97	3,01		

Con la publicación de la OIR, los precios de interconexión vigentes quedan como sigue a continuación:

PRECIOS OPERADORES TIPO A

ACCESO

	Punta	Normal	Reducido		
Tránsito simple	3,45	3,00	2,10		
Tránsito doble	6,64	5,77	4,04		
TERMINACIÓ	N				
Precio minuto (tiempo medido en segundos) (Ptas.)					
	Punta	Normal	Reducida		
Tránsito simple	3,45	3,00	2,10		
Tránsito doble	6,64	5,77	4,04		
TRÁNSITO					
Precio minuto (tien	npo med	ido en segun	ndos) (Ptas.)		
	Punta	Normal	Reducida		
Tránsito unicentral	0,94	0,82	0,57		
Tránsito nacional	4,29	3,73	2,61		
Tránsito nacional					
con extensión local					
(Tránsito nacional	+				
extensión local)	6,64	5,77	4,04		

PRECIOS OPERADORES TIPO B

ACCESO

	Punta	Normal	Reducido
Local	1,65	1,65	1,05
Tránsito simple	2,65	2,31	1,62
Tránsito doble	5,11	4,44	3,11
TERMINACIÓ	N		
Precio minuto (tie	empo medi	do en segun	dos) (Ptas.)
	Punta	Normal	Reducida
Local	1,65	1,65	1,05
Tránsito simple	2,65	2,31	1,62
_			-,

TRÁNSITO Precio minuto (tiempo medido en segundos) (Ptas.) Normal Punta Reducida Tránsito unicentral 0,72 0,63 0,44Tránsito nacional 3,30 2,87 2,01 Tránsito nacional con extensión local (Tránsito nacional + extensión local) 5,11 3,11 4,44

IV.5.2 Otras intervenciones en materia de Interconexión

Durante el año1998, y con ocasión de la firma de los primeros acuerdos de interconexión (excluidos los firmados en su momento por los operadores de móviles), la CMT ha analizado las declaraciones de confidencialidad realizadas por los operadores afectados, en relación con el contenido de parte de los acuerdos de interconexión que a continuación se relacionan, y ha dictado las pertinentes resoluciones sobre el mantenimiento, o no, de la confidencialidad de los mismos.

a) Análisis de las declaraciones de confidencialidad en los acuerdos de interconexión.

Todo ello en ejercicio de su función de dar la debida publicidad a los acuerdos de interconexión, tal como dispone la Ley General de Telecomunicaciones y el Reglamento de interconexión.

La propuesta de levantar la confidencialidad de la totalidad o parte de los acuerdos que han sido declarados confidenciales por los suscribientes de los mismos, se ha acompañado de la correspondiente fundamentación realizada tras el estudio minucioso del contenido de los documentos, procurando que el mantenimiento o levantamiento de la confidencialidad sea proporcional a la finalidad perseguida por la Ley y a los perjuicios que se pudieran causar a los firmantes de los acuerdos, teniendo en cuenta que, sin perjuicio de la garantía del secreto comercial e industrial, ciertos aspectos de los acuerdos, como pueden ser los precios de interconexión, deben ser conocidos por los competidores para evitar prácticas discriminatorias por parte del operador dominante.

* Acuerdo General de Interconexión suscrito entre Telefónica de España, S.A. y Retevisión, S.A. de fecha 30 de diciembre de 1997. Una vez comprobado que su contenido se limita exclusivamente a la información sobre la cuantía de los precios de interconexión, sin incluir información sobre la estructura de costes que los definen, ni sobre indicaciones estratégicas de los firmantes ni otras informaciones que pudieran ser consideradas como secretos comerciales, el Consejo acordó, en su sesión 36 de 8 de octubre de 1998, declarar no confidenciales los anexos 3C y 3.3.C. Por lo que respecta a los anexos 2C y 3T, que también habían sido declarados por los suscribientes como confidenciales, se pospuso la decisión sobre su confidencialidad a una posterior resolución, de fecha 22 de octubre de 1998, en la que el Consejo, al considerar que el posible beneficio que podría aportar a los terceros interesados conocer el contenido del mismo era de entidad mínima en relación con los presuntos perjuicios alegados por los operadores suscribientes del Acuerdo, decidió mantener la confidencialidad del anexo 2C. Asimismo, declaró la no confidencialidad del anexo 3T por comprobar que no contenía información alguna que pudiera afectar a la estrategia comercial de las empresas suscribientes del Acuerdo.

Esta resolución presenta singular importancia al ser la primera de las dictadas por el Consejo decidiendo sobre la confidencialidad de los acuerdos de Interconexión.

Las restantes resoluciones se refieren a los siguientes Acuerdos:

- * Acuerdo General de Interconexión suscrito entre Telefónica, S.A. y Valencia de Cable, S.A., de fecha 22 de junio de 1998. El Consejo acordó, en su sesión 43 de 19 de noviembre de 1998, declarar no confidenciales los anexos 3C y 3.3.C.
- * Acuerdo General de Interconexión suscrito entre Telefónica, S.A. y Cádiz de Cable y Televisión, S.A., de fecha 22 de julio de 1998. El Consejo acordó, en su sesión 43 de 19 de noviembre de 1998, declarar no confidenciales los anexos3C y 3.3.C.
- * Acuerdo General de Interconexión suscrito entre Telefónica, S.A. y Albacete Sistemas de Cable, S.A., de fecha 22 de julio de 1998. El Consejo acordó, en su sesión 43 de 19 de noviembre de 1998 declarar, no confidenciales los anexos 3C y 3.3.C.
- * Acuerdo General de Interconexión suscrito entre Telefónica, S.A. y Región de Murcia de Cable, S.A., de fecha 22 de julio de 1998. El Consejo acordó, en su sesión 43 de 19 de noviembre de 1998, declarar no confidenciales los anexos 3C y 3.3.C.
- * Acuerdo General de Interconexión suscrito entre Telefónica, S.A. y Corporación Mallorquina de Cable, S.A., de fecha 22 de julio de 1998. El Consejo acordó, en su sesión 43 de 19 de noviembre de 1998, declarar no confidenciales los Anexos 3C y 3.3.C.
- b) La CMT se ha constituido en depositaria de los acuerdos de interconexión, y además, es el órgano que interpreta, mediante la contestación de consultas, las dudas que puedan surgir en el desarrollo de la OIR en particular y la interconexión en general.

En este sentido, la obligación de notificación a la CMT de los acuerdos de interconexión se extiende a los alcanzados por los operadores en los siguientes supuestos:

- * Acuerdos sobre accesos especiales suscritos por operadores de redes públicas que tengan la consideración de dominantes.
- * Acuerdos de interconexión propiamente dichos entre operadores titulares de redes públicas de telecomunicaciones y entre éstos y los prestadores de servicios telefónicos disponibles al público.
- * Acuerdos de interconexión formalizados por operadores de servicios de telecomunicaciones disponibles al público, siempre y cuando su licencia o autorización les haya otorgado derechos y obligaciones de interconexión

En torno a la interpretación sobre diferentes aspectos de la normativa de interconexión y su aplicación práctica, en especial lo que pudiera resultar de la OIR, teniendo en cuenta que esta última se aprobó a finales del año 1998, pocas han sido las cuestiones suscitadas durante dicho año (a diferencia del año 1999, en el que están proliferando las consultas en torno a la interconexión).

De todas ellas destaca la consulta planteada por CYC (hoy MADRITEL) sobre el número mínimo de puntos de interconexión en Madrid con la red de Telefónica S.A., para la prestación del servicio telefónico disponible al público, acordando el Consejo interpretar que no era necesario disponer de un punto de interconexión por demarcación territorial a efectos de la prestación de servicios de telecomunicaciones por cable, sino que bastaba únicamente con contar con un punto de interconexión por provincia .

c) Cables submarinos.

Los operadores que suministran servicios internacionales de telecomunicaciones obtienen la capacidad de transmisión internacional que necesitan bien a través de circuitos internacionales, bien construyendo o adquiriendo infraestructuras o bien alquilando tramos o segmentos de infraestructuras existentes para completar la infraestructura que se posea.

La conexión internacional con otros países se realiza a través de diferentes tipos de infraestructuras de transmisión, una de las cuales viene representada por los sistemas de cables submarinos.

El acceso a esta capacidad de infraestructura de transmisión por parte de los operadores de telecomunicaciones constituye un elemento clave para garantizar la deseable competencia efectiva en el mercado, y por tal razón, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones constituyó una ponencia que analizó los diferentes problemas que se planteaban respecto de dicho acceso, concluyendo con la elaboración de una consulta pública entre los operadores afectados cuyos resultados se harán públicos durante el año 1999.

IV.5.3 Accesos especiales.

El denominado "acceso especial a la red" es un concepto introducido en la Directiva de Telefonía Vocal, concretamente en su artículo 16, con la finalidad de facilitar el crecimiento del mercado de proveedores de servicios en Europa. En nuestra legislación aparece regulado fundamentalmente en el artículo 7 del Reglamento de Interconexión.

El avance en el proceso de liberalización de las telecomunicaciones hace prever un incremento en el número y variedad de peticiones de acceso especial, dada la incorporación a este mercado de nuevas entidades que necesitarán capacidades de red no disponibles en los accesos normalmente ofertados a los usuarios. De aquí se deriva la importancia de que la negociación sobre las solicitudes de acceso especial se lleve a cabo por parte de los interesados de forma que se agoten todas las posibilidades antes de tener que recurrir a la intervención del organismo regulador. Es por tanto deseable que las partes se rijan por algún tipo de procedimiento que permita tener la garantía de que el eventual desacuerdo se produce realmente por cuestiones de fondo, evitando que la CMT tenga que analizar sistemáticamente el desarrollo del proceso de negociación.

A finales del mes de Septiembre de 1998, la CMT elaboró un documento consultivo sobre el tratamiento de las solicitudes de accesos especiales. Esta consulta tenía como finalidad recabar la opinión de los interesados sobre la conveniencia de establecer unos principios que permitiesen la evaluación y tratamiento objetivo de las solicitudes de acceso a las redes en puntos de terminación distintos de los suministrados normalmente a usuarios finales. Los principios se refieren a los comportamientos a observar por las partes durante el proceso de negociación, así como a los puntos concretos objeto de evaluación para determinar si una petición de acceso puede considerarse o no razonable. También se consideran las diversas fases que deben seguirse durante el proceso negociador.

El resultado de esta consulta se conocerá a lo largo de 1999.

Sin perjuicio de la consulta, durante el año 1998 el Consejo resolvió una solicitud de acceso especial a la red de Telefónica, S.A., formulada por la entidad BT Telecomunicaciones(Resolución de 29 de octubre de 1998), considerando que lo reclamado por esta última operadora no era en realidad un acceso especial sino un acceso normalizado, concluyendo que en la concesión de dicho acceso BT debía ser tratada en las mismas condiciones que Telefónica S.A., otorgaba a su filial Telefónica Transmisión de Datos.

IV.5.4 Establecimiento de criterios y condiciones del sistema de contabilidad de costes

Conforme a los precedentes legales en España y en la Unión Europea, a los referentes doctrinales comunitarios y a la práctica de la Comisión Europea, los operadores de redes públicas de telecomunicaciones y los de servicios de telecomunicaciones disponibles al público que tengan la consideración de dominantes, tendrán la obligación de presentar anualmente a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones cuentas separadas y auditadas referidas a las distintas actividades que realicen.

Tanto la Ley General de Telecomunicaciones como el Reglamento de Interconexión y Numeración, atribuyen a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones la función de establecer los criterios y condiciones del sistema de contabilidad de costes para el establecimiento, entre otros, de los precios de interconexión.

Asímismo, es función de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones comprobar que el sistema de contabilidad de costes finalmente adoptado por los operadores de redes referidos, se adapta a los criterios por ella establecidos.

A lo largo de 1998 y principios de 1999, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones ha trabajado en la determinación de los criterios y principios de contabilidad de costes. El objetivo de los trabajos desarrollados es establecer las bases contables de la "Contabilidad de Costes y Separación de Cuentas" de los operadores de telecomunicaciones designados como dominantes sin traspasar ni prejuzgar los mecanismos y decisiones, que habrá de tomar el regulador, en relación con la orientación de precios y tarifas a los costes.

Se trata únicamente de conseguir que los Sistemas de Contabilidad que se implanten en los operadores sean homogéneos, aporten la transparencia y utilidad necesarias para proveer, con suficiente detalle, al órgano regulador y al conjunto de los agentes concurrentes, una visión de los márgenes (entre ingresos y costes) que obtienen los operadores en las distintas actividades de producción de los servicios, y demostrar así la neutralidad de su intervención en el mercado.

En los trabajos desarrollados en torno a la determinación de los principios, criterios y condiciones del sistema de contabilidad de costes y separación de cuentas en el sector de las telecomunicaciones, se ha contado con la colaboración de un consultor externo, contratado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, de reconocido prestigio nacional e internacional en la elaboración de estudios y análisis similares.

IV.6 VELAR POR LA LIBRE COMPETENCIA EN EL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

IV.6.1 Mercado de los servicios de telecomunicaciones

IV.6.1.1 Mercado de los servicios de telecomunicaciones

1998 fue en nuestro país el año de la liberalización de las telecomunicaciones, pues se produjo la ruptura del monopolio de Telefónica sobre el servicio telefónico básico.

La apertura del servicio telefónico básico a la competencia se ha desarrollado de forma gradual, con la entrada de un segundo operador. La entrada efectiva de Retevisión en el mercado tuvo lugar el 23 de febrero de 1998, llegando en un año a obtener, según diferentes estimaciones, casi el 10% de la cuota de mercado del tráfico internacional.

La adjudicación de la tercera licencia se produjo en el mes de marzo, aunque Lince, ahora Uni2, no empezó a prestar sus servicios hasta el 1 de diciembre de 1998.

Por su parte, los operadores de cable que resultaron adjudicatarios de los correspondientes concursos han tenido libertad para ofrecer el servicio telefónico básico en sus respectivas demarcaciones desde el 1 de enero de 1998, aunque, de facto, hasta finales de 1998 y principios de 1999 no han iniciado su comercialización.

Este proceso de apertura gradual de la competencia en servicio telefónico básico culminó el 1 de diciembre de 1998, fecha a partir de la cual puede prestar este servicio cualquier operador que disponga del oportuno título habilitante, sin más limitaciones en cuanto a número de operadores que las que permita el libre juego del mercado.

El servicio de telefonía móvil automática se ha continuado prestando durante 1998 en régimen de monopolio por Telefónica Servicios Móviles en su modalidad analógica, y en régimen de competencia limitada, en razón del uso que se hace del espectro radioeléctrico, en la modalidad GSM, por TSM y Airtel. Aunque estas dos compañías disponen también de la concesión de la prestación de servicios de comunicaciones móviles personales con tecnología DCS 1800, ha sido la tercera concesionaria, Retevisión Móviles, la que ha iniciado su comercialización en enero de 1999.

Respecto al mercado de acceso a los servicios de información, durante 1998 se ha mantenido la posición monopolística de Telefónica como única proveedora de servicios de acceso a servicios de información desde la red telefónica conmutada, lo que cambiará radicalmente en 1999 con el nacimiento de la nueva Infovía plus y la aparición de una oferta alternativa.

Esta situación ha permitido prolongar la atomización que experimenta el mercado de provisión de acceso a la información, donde se manejan cifras de entorno a 600 proveedores en nuestro país.

En cuanto a los movimientos más significativos en el mercado de provisión de acceso a Internet durante 1998, hay que destacar que Telefónica empezó a operar como proveedor a través de su servicio "Teleline", Retevisión a través del servicio "Iddeo" para lo que compró a RedesTB y Servicom, y Euskaltel empezó a ofrecer gratis a sus clientes de telefonía su servicio "Euskalnet". Arrakis, el mayor proveedor español, fue adquirido en enero de 1999 por BT, que a su vez ofrece acceso a su red Interpista.

Por último cabe señalar que durante 1998 ha surgido un fuerte movimiento de presión de los usuarios de Internet para obtener de Telefónica una tarifa plana y asequible, especialmente tras la aprobación de la Orden de agosto de 1998 de Reequilibrio Tarifario, que incrementó los costes de llamadas metropolitanas de larga duración. Estas demandas han sido acogidas favorablemente por la Administración, lo que ha favorecido la aparición de planes de descuento y de iniciativas como la propuesta de introducción de la tecnología ADSL durante 1999.

Lo más destacable en relación con el mercado de los servicios audiovisuales durante 1998 ha sido, por una parte, la

consolidación y crecimiento del número de abonados de las dos plataformas de TV digital vía satélite existentes en nuestro país, Canal Satélite Digital (Sogecable) y Vía Digital (Telefónica); y por otra parte, los intentos, hasta ahora frustrados, de fusión de ambas plataformas digitales en una sola.

Además hay que señalar que durante 1998 empezaron a prestar servicios audiovisuales algunas operadoras de cable, principalmente en las demarcaciones del Grupo Cableuropa-ONO (Valencia, Albacete, Murcia, Cádiz, Mallorca...), así como en las gestionadas por Supercable (Grupo Eléctricas) en Andalucía; de momento el número de usuarios a los que llega el cable es escaso, esperándose que a lo largo de 1999 la cobertura sea mayor y alcance a un mayor número de hogares.

Respecto a la TV digital terrena, se aprobó el RD de plazos de transición tecnológica, asignación de canales a los operadores actualmente existentes y convocatoria de concurso público para operar una plataforma digital terrestre, que se resolverá durante 1999.

Se espera que a lo largo de 1999, con la multiplicación de la oferta audiovisual de pago (mediante variadas tecnologías: satélite, cable, TV terrena), el mercado de servicios audiovisuales se dinamice y perfeccione, beneficiando al consumidor tanto por el aumento de la oferta y de su calidad, como por la disminución de los precios finales.

IV.6.1.2 Actuaciones más significativas de la CMT

El proceso de liberalización del mercado de las telecomunicaciones impulsado por las directivas comunitarias, que encuentra su punto culminante en la Ley 11/1998, General de Telecomunicaciones, de 24 de abril, resultaría frustrado si no se viera acompañado de una actuación decidida de apoyo a la introducción efectiva de la competencia en el mercado por parte del organismo regulador. Pese a que la entrada en el mercado desde el punto de vista jurídico es posible para cualquiera que disponga de título habilitante, la posición de Telefónica en el mercado en relación con la de los nuevos operadores entrantes aconseja imponer sobre el operador dominante la responsabilidad especial de no permitir que su conducta impida el nacimiento y consolidación de una competencia genuina y no falseada en el mercado.

En este sentido y a la luz de esta premisa debe entenderse el trabajo desarrollado por la CMT durante 1998, en sus distintos aspectos.

a) Actuaciones relacionadas con la caracterización del mercado

Para mejor cumplimento de la misión encomendada a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, además de los requerimientos de información que se dirigen a los operadores para el análisis específico de determinadas conductas en los mercados, la CMT se ha encargado durante 1998 de articular un proceso sistemático de obtención de los datos relevantes de todos los operadores en los mercados de referencia y de asegurar su tratamiento automatizado.

La disponibilidad de estos datos facilitará el desempeño de las distintas funciones que tiene encomendadas la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones, como son la elaboración de estadísticas sobre cuestiones relativas al mercado y los operadores, la elaboración del informe anual sobre evolución de la competencia en el mercado, la calificación de operador dominante en los correspondientes mercados, y, en general, la adopción de medidas para salvaguardar la libre competencia. Además, permitirá a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones convertirse en el punto de referencia obligado en cuanto a la caracterización de los mercados en el ámbito de su competencia.

Se ha procurado que la recopilación de los datos se realice de forma ordenada y sistemática y que los agentes asuman como obligación la presentación periódica, generalmente una vez al año, de una serie de datos a esta Comisión, y actúen en consecuencia para poder presentarlos de una manera eficiente en costes para ellos.

La información recogida de los operadores proporcionará datos de fuentes primarias que permitan a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones el necesario conocimiento estático y evolutivo de los mercados de servicios de telecomunicaciones.

En concreto, de la información obtenida se podrán extraer los siguientes resultados:

- Caracterización del desarrollo de infraestructuras en el mercado, en particular:
- * Desarrollo de las redes de cable.
- * Evaluación de los compromisos de infraestructuras realizados por los distintos operadores.
- Caracterización del mercado de servicios, lo que permitirá la identificación de posiciones dominantes, el grado de utilización de los servicios por los usuarios y, en general la penetración de los mismos en España.
- Valoración del impacto de los servicios de interconexión dentro del mercado.

- Caracterización e identificación de los distintos agentes intervinientes en cada mercado.

Durante los primeros meses de 1999 se espera la recepción de los datos procedentes de los principales operadores del sector durante los años 1997 y 1998.

- b) Actuaciones en materia de planes y descuentos.
- b.1 Informes preceptivos en materia de planes de descuentos.

Se entiende 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, y con mayor razón en esta etapa inicial de entrada de nuevos operadores, el descuento en los precios puede constituir una conducta anticompetitiva. En general, los descuentos que reflejen diferencias subyacentes en los costes de suministro, según sea la base del descuento, no serían anticompetitivos. Otras formas de descuentos pueden tener importantes efectos negativos en la competencia siendo, en concreto, merecedoras de especial atención las siguientes:

- Descuentos o primas por fidelidad, en los que el descuento (o su nivel) depende de que, de facto o mediante acuerdo, el usuario no se provea o restrinja su capacidad de elección en la provisión de otros operadores.
- Descuentos por volumen, que se calculan sobre la base del gasto total del cliente en telecomunicaciones, pero en los que el descuento sólo se aplica al gasto realizado en una parte de los servicios consumidos.
- Descuentos por volumen calculados sobre la base del gasto total en telecomunicaciones, pero que se aplican selectivamente a ciertos usuarios.
- Descuentos dirigidos a un grupo muy reducido de usuarios que aproximadamente son únicamente aquellos que potencialmente pueden tomar como suministradores a otros operadores.

En muchas ocasiones los descuentos van acompañados de ventas ligadas o condicionadas de diferentes servicios.

A lo largo de 1998, la CMT tuvo ocasión de examinar diversos planes o programas de descuentos que el operador dominante ha solicitado para su oferta y comercialización.

De los siete Planes de Descuento propuestos por Telefónica a lo largo de 1998, dos se dirigían a las llamadas interprovinciales, dos a las llamadas provinciales, dos a las llamadas internacionales, y uno a las llamadas metropolitanas de larga duración (fundamentalmente las que se realizan para acceder a Internet).

Así, en los Programas de descuentos "Amigos y Familia Interprovincial", en sus variantes Regional, Oro, Joven y núcleo familiar, se establecían descuentos porcentuales en las llamadas a ciertos números y en ciertas franjas horarias.

El Programa "Amigos y Familia Internacional" se destinaba a llamadas internacionales, estableciendo descuentos porcentuales en las llamadas a ciertos números y en ciertas franjas horarias.

En los Programas "Plan negocio total" y "Plan negocio destino", ambos dirigidos al mercado empresarial, se proponía, en el primero, descuentos por volumen de consumo, y en el segundo, descuentos porcentuales a abonados con 3 o más líneas y a ciertos números, y ambos iban destinados a empresas y grandes clientes.

En estos tres casos Telefónica tuvo en cuenta las consideraciones realizadas por esta Comisión en su Resolución de 4 de diciembre de 1997 para asegurar que los descuentos deriven en un beneficio real y duradero para los usuarios y el mercado, de tal manera que no se imponen compromisos previos de consumo, las ofertas son públicas y transparentes y son los abonados quienes se adscriben o no libremente a dichos programas; además los precios no eran predatorios (la prueba es que no han impedido a sus competidores hacerse con crecientes cuotas de mercado). Unicamente se hizo notar la discriminación que suponía el Plan Regional para los residentes en Comunidades Autónomas uniprovinciales, que fue corregida por Telefónica al darles la opción de llamar a las provincias limítrofes.

En el Programa de descuentos para el servicio telefónico provincial de Telefónica, se establecen descuentos porcentuales en las llamadas a ciertos números y en ciertas franjas horarias.

En el Programa de Descuentos Metropolitanos "Plan Masternet" y "Plan Bononet" propuesto por Telefónica, esta Comisión apreció que las ventajas reales para los usuarios eran mínimas y estableció que no debía de discriminarse a los usuarios que efectuasen llamadas a números de titularidad diferente de la del operador dominante. Finalmente estos planes fueron retirados por Telefónica antes de su aprobación por el Gobierno.

En el Programa de Descuento Internacional "Masterbono", en sus modalidades "Básico", "Megavip" y "Proveedores", se adaptan los descuentos en llamadas internacionales a las nuevas tarifas vigentes conforme a la OM de 31 de julio de 1998.

En los Programas de Descuento sobre servicio telefónico provincial "Plan negocio destino" y "Plan negocio total", dirigidos a clientes empresariales, se adoptan en el primer caso descuentos análogos a los del Plan de descuento provincial, y en el segundo se establecen unos descuentos en función de los volúmenes de consumo.

En todos los casos (salvo en el de los descuentos en llamadas metropolitanas, en los que se recomendó eliminar la cláusula discriminatoria en función de la titularidad del número de destino), la Comisión estimó que no había objeciones a su puesta en marcha, por cuanto venían a ser una continuación de planes ya aprobados por el Gobierno, con ocasión de aprobación anterior de tarifas de este servicio con el carácter de máximas, en algún caso, y en otros por cuanto no se apreciaba que su aplicación pudiera tener efectos negativos en la competencia en este mercado.

En cualquier caso, se ha recomendado a la operadora la conveniencia de dotar de mayor claridad a las ofertas de los mismos con vistas a una mayor transparencia e información por parte del usuario.

Por último cabe indicar que la Orden Ministerial de 31 de julio de 1998, sobre reequilibrio tarifario, hace que se reajusten a la baja los descuentos vigentes a la fecha de entrada en vigor, dado el descenso en las tarifas provinciales y de larga distancia nacional e internacional propiciado por aquélla (con una correlativa subida en las tarifas metropolitanas y en la cuota de abono mensual).

b.2 Expedientes abiertos previa denuncia de otros operadores respecto a la conducta tarifaria de otros operadores.

A lo largo de 1998 se han producido una serie de denuncias de diversos operadores y entidades contra Telefónica acerca de temas tarifarios y de precios. En materia de denuncias relativas a precios y tarifas, se han tramitado un total de siete expedientes al respecto.

Las quejas de los operadores se referían a la incorrecta aplicación de las tarifas aprobadas o a supuestas conductas discriminatorias relativas, bien a la aplicación de planes de descuento cuando el número que recibe la llamada no corresponde a Telefónica, bien a la aplicación de tarifas de líneas adicionales.

Asimismo se plantearon dos denuncias contra los "Planes Claros" de descuento de Telefónica, que eran tildados de anticompetitivos, colusorios y vulneradores de los derechos del consumidor. La CMT resolvió en sentido contrario a dichas denuncias, declarando que los citados planes de descuento eran perfectamente compatibles con la libre competencia, y una señal del buen funcionamiento del mercado y de la sana capacidad de respuesta competitiva del operador dominante, y que los mismos no incurrían en abuso de posición dominante ni en precios predatorios.

Por último la CMT instruyó de oficio un expediente informativo sobre la oferta de prestación gratuita de acceso a Internet por parte de Euskaltel en el que se concluyó que Euskaltel no era dominante en el mercado vasco de provisión de acceso a Internet, y que la medida de política comercial examinada era accesoria de sus servicios principales de telefonía, por lo que no había nada que objetar de momento desde el punto de vista de la libre competencia en el mercado.

c) Actuaciones en relación con la moratoria del cable impuesta a Telefónica.

La importancia de favorecer el desarrollo de alternativas de acceso al bucle de abonado que hasta la fecha únicamente facilita Telefónica justifica la prohibición impuesta a esta entidad de iniciar por el momento la prestación del servicio de telecomunicaciones por cable en aquellas demarcaciones en las que existen operadores habilitados para prestar estos servicios.

Esta obligación, contenida en la derogada disposición adicional 2ª de la Ley 42/95 de 22 de diciembre, se ha mantenido en la disposición transitoria 1ª.6.d) de la Ley General de Telecomunicaciones por un periodo de 16 meses. La citada disposición atribuía al Gobierno, a propuesta de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, la facultad de retrasar hasta un máximo de 24 meses o adelantar la fecha de inicio de las actividades de Telefónica de España S.A. relativas a la prestación del servicio de telecomunicaciones por cable en los respectivos ámbitos territoriales.

A estos efectos, la CMT presentó en septiembre de 1998 Informe en el que se recomendaba al Gobierno agotar el plazo previsto para la moratoria de Telefónica, debido al impacto que sobre la competencia efectiva tendría la adopción de una decisión contraria a la concesión de dicho plazo.

Entre los criterios utilizados para medir las repercusiones de esta medida desde el punto de vista del derecho de la competencia, se tuvo en cuenta la existencia de barreras de entrada a este mercado emergente, especialmente respecto del acceso a infraestructuras. Estas barreras tenían un origen diverso, como era la inexistencia de una oferta de interconexión de referencia aprobada, la presencia de Telefónica en bucle de abonado en todas las demarcaciones, las dificultades surgidas por las exigencias urbanísticas y medioambientales de los municipios, por la obtención de servidumbres de paso, y las derivadas del régimen de tasas y tributos locales. Asímismo se tuvo en cuenta el desequilibrio de posiciones entre ambas partes y el hecho de que a Telefónica no le afectaban muchas de estas dificultades, o si le afectaban, su incidencia era mucho menor.

Otros criterios analizados, como puede ser el grado de concentración en el mercado o el acceso a capital financiero,

no resultaron determinantes en la decisión.

Finalmente, el Acuerdo del Consejo de Ministros de 4 de diciembre de 1998, hecho público mediante la Resolución de 9 de diciembre de 1998, de la Secretaría General de Comunicaciones (publicada en el BOE nº 308, de 25 de diciembre de 1998), amplía hasta 24 meses la citada moratoria, conforme al dictamen de la Comisión.

La CMT además de participar activamente en la elaboración del Informe de referencia, ha intervenido en repetidas ocasiones sobre cuestiones concretas relacionadas con el cumplimiento de la prohibición impuesta a Telefónica.

Así por ejemplo, a raíz de una consulta formulada por Cable i Televisió de Catalunya acerca de la fecha desde la cual comenzaba a computar el plazo de la moratoria impuesto a Telefónica para operar servicios de telecomunicaciones por cable, y de varias solicitudes de intervención formuladas por varios operadores de cable asociados a la Agrupación de Operadores de Cable (Retecal, Supercable Andalucía, Supercable Sevilla y Madritel), respecto al despliegue de red e infraestructuras de cable que pretendía efectuar Telefónica en edificios de sus respectivas demarcaciones durante la citada moratoria, la CMT ha interpretado y aclarado la normativa vigente al respecto, estableciendo que el cómputo de la moratoria comienza desde la fecha de adjudicación de la concesión y que la misma se refiere únicamente a la comercialización y prestación efectiva de servicios, pero no a las actividades previas de despliegue de red e infraestructuras, a la solicitud de permisos pertinentes y en general a todas las necesarias en orden a preparar dicha futura prestación, que pueden ser ejecutadas por Telefónica durante el período de duración de la citada moratoria, y por tanto no son reprochables conforme a la normativa sectorial de aplicación.

También Cableuropa presentó denuncia contra Telefónica acerca de un presunto comienzo en fase experimental de prestación de servicios de cable por Telefónica que, a juicio de la actora, supondría una vulneración de la moratoria del cable a la que está sujeta dicha compañía, pero dicha denuncia fue retirada sin que se acreditara la efectiva vulneración de la normativa vigente sino una mera realización de pruebas experimentales tecnológicas, carentes de contenido comercial.

Por último, en un expediente iniciado a instancias de Madritel, se analizó, entre otras cosas, si la publicidad conjunta (y oferta conjunta) de diferentes productos del Grupo Telefónica (telefonía básica, acceso a Internet y TV digital vía satélite) como un paquete integrado, de contenido similar a la oferta de servicios de los operadores del cable, podría interpretarse como una vulneración de la obligación de la moratoria impuesta a Telefónica.

d) Actuaciones en relación con acceso a Internet.

Al margen de su participación en los expedientes mencionados en otros epígrafes de este documento sobre las condiciones comerciales de acceso a Internet, la CMT ha tomado la decisión de prorrogar el servicio Infovía consistente en la prestación de servicios de red telefónica conmutada para el acceso a Internet.

Este servicio Infovía se prestaba por Telefónica en régimen de monopolio de acuerdo con lo regulado en la Orden Ministerial de 11 de noviembre de 1996, modificada por las Ordenes Ministeriales de 22 de noviembre de 1996 y de 8 de septiembre de 1997.

Por resolución de la CMT de fecha 12 de marzo de 1998 se decidió prorrogar dicho servicio en las condiciones reguladas hasta el 1 de diciembre de 1998, fecha coincidente con la liberalización total de las telecomunicaciones.

A medida que se acercaba esa fecha se hizo patente la falta de adaptación, tanto de la red de Telefónica como de los proveedores de acceso a Internet, para realizar los cambios necesarios para la transición al nuevo régimen de provisión de acceso a INTERNET ofrecido por Telefónica, lo que unido a lo limitado de la oferta alternativa de redes para prestar servicios de acceso, justificó la intervención de la CMT que, mediante resolución de 26 de noviembre de 1998, prorrogó el final del servicio Infovía hasta el 17 de enero de 1999, conviviendo en el interim ambos servicios (el de Infovía a extinguir y los nuevos que surjan en competencia).

e) Control de operaciones de concentración y de toma de participación alianzas estratégicas.

La Ley 12/1997, de Liberalización de las Telecomunicaciones, atribuye a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones la función de ejercer el control sobre los procesos de concentraciones de empresas, de las participaciones en el capital y de los acuerdos entre los agentes participantes en el mercado de los servicios de telecomunicaciones y de los servicios audiovisuales, telemáticos e interactivos.

La CMT ha tenido ocasión durante 1998 de pronunciarse sobre estas cuestiones, tanto de oficio como a instancia de parte, siendo la resolución más significativa la adoptada con ocasión de la presencia simultanea de accionistas de Retevisión Móvil en Airtel.

En la citada resolución se analizaba, con objeto de garantizar la prestación en condiciones de libre competencia del servicio de telefonía móvil, la participación simultánea de Grupo Eléctrico de Telecomunicaciones, perteneciente al Grupo Endesa, y de Unión Fenosa de Inversiones (UFINSA) integrada en el Grupo Unión Fenosa, en el accionariado de Airtel Móvil, S.A. y de Retevisión móvil, S.A.

La CMT, tras recordar la peculiar conformación del mercado de telefonía móvil en España, -en el que no existe un

libre acceso, estando limitada a tres agentes la presencia de operadores-, consideró que las previsiones contenidas en la Base 26 de la Orden de 26 de febrero de 1998, por la que se convocaba el concurso de la tercera licencia de telefonía móvil, y que prohibía tener una participación significativa en el control de la nueva concesionaria si a su vez se mantenía algún tipo de presencia accionarial en otra concesionaria, de telefonía móvil GSM , eran plenamente aplicables a las entidades GET y UFINSA, que mantenían una situación de control en RTM y al mismo tiempo acreditaban una presencia accionarial en AIRTEL.

La aplicación de la Base 26 se realizaba tras analizar la incidencia en el mercado de esta simultánea presencia de las entidades mencionadas en las dos operadoras de telefonía móvil. Asímismo, se imponían a dichas entidades las siguientes obligaciones:

- comunicar a la CMT antes del 1 de marzo de 1999 si mantenían la situación de control en RTM o no.
- de comunicar su voluntad de mantener su situación de control debían indicar a la CMT la manera en la que se produciría su salida de AIRTEL.
- se establecían una serie de medidas cautelares para garantizar la no distorsión de la competencia mientras se mantuviera su presencia accionarial en AIRTEL.

Es de destacar, asímismo, que la CMT en su decisión no consideró esta solución contraria a la posición tomada por la Comisión Europea, que había autorizado la toma de control de Retevisión Móvil por considerar que no reforzaba la posición de dominio en el mercado, sin entrar a enjuiciar las repercusiones de la participación simultánea de los accionistas de referencia en los dos operadores.

f) Actuaciones relativas a negativas de acceso del operador dominante y otras conductas abusivas.

La negativa del operador dominante a suministrar sus servicios puede considerarse abusiva en determinadas circunstancias. Este tipo de problemática ha sido analizada en diversas resoluciones, siendo quizás la más significativa la decisión del caso Cabitel, en la que la CMT decidió adoptar medidas cautelares.

La Comisión se enfrentó a la supresión por parte de Cabitel durante el período estival de la posibilidad de efectuar llamadas a los números de inteligencia de red desde teléfonos públicos situados en aeropuertos y estaciones de ferrocarril de las principales localidades turísticas. El citado prefijo de inteligencia de red es utilizado, entre otras cosas, para prestar el servicio de cobro revertido automático mediante tarjetas de prepago. Tras la denuncia de un operador de este servicio, la CMT adoptó medidas cautelares que confirmó posteriormente en su Resolución de 22 de diciembre de 1998, a la vez que imputaba a Cabitel un abuso de posición de dominio.

Se trata de un caso de mercados conexos en el que una conducta realizada en un mercado donde una entidad es dominante, restringe o elimina la competencia en otro mercado, protegiendo a su vez de esta forma los intereses de la empresa matriz de la entidad que protagoniza el abuso. El análisis de la delimitación de los mercados afectados resultó por ello especialmente complejo.

Cabitel es dominante en el mercado de explotación de terminales telefónicos de uso público situados en centros terminales de transporte de viajeros (aeropuertos, estaciones de ferrocarril y autobús) del territorio nacional, tanto por número de terminales como por los acuerdos suscritos por las entidades concesionarias. Por su parte Telefónica, de la cual Cabitel es filial 100%, es dominante en cuanto a la prestación de los servicios de inteligencia de red a través de número 900. Ambos servicios son utilizados por los operadores de telefonía a través de tarjetas telefónicas prepago para prestar su servicio.

El mercado en que se produce el abuso es el de la prestación de servicios comerciales y de interés social mediante llamadas a números 900 efectuadas desde terminales telefónicos de uso público. El abuso consiste en la interrupción del acceso a los números 900 desde algunos de los terminales telefónicos situados en los puntos de transporte de viajeros antes mencionados, que afectó a todos los suscriptores de números 900 (servicios comerciales y servicios de interés general) y entre ellos a los servicios de telefonía prestados a través de llamadas a números 900 efectuadas desde terminales telefónicos de uso público y a los usuarios de tarjetas telefónicas prepago.

La Comisión entendió que la interrupción del acceso era abusiva por tratarse de una negativa de acceso injustificada. En este sentido la CMT apreció que el perjuicio económico que podría sufrir Cabitel por los costes proporcionales de mantenimiento de las cabinas y por el lucro cesante derivado del uso de la cabina por clientes de los servicios de tarjeta prepagada, no eran suficientes para justificar la medida adoptada, teniendo en cuenta los siguientes factores: la posición de dominio de Cabitel, su relación de filial 100% de Telefónica que, a su vez, es dominante en mercados conexos, la naturaleza de los servicios, el porcentaje de los terminales y la situación de los mismos, el daño producido a los usuarios que ya han pagado por los servicios, el carácter súbito de la medida, la desinformación que rodeó su comportamiento y por último, la naturaleza emergente del mercado afectado. Por último, la resolución reconoce el derecho de Cabitel a recibir una compensación, por los perjuicios económicos que le cause el uso de sus terminales por los clientes de los operadores de tarjetas, que no resulte abusiva, para lo cual Cabitel deberá acreditar los costes en los que incurra y su lucro cesante.

Otro tipo de conductas abusivas podría consistir en el empaquetamiento de productos por parte del operador dominante, motivo por el cual se abrió un expedientes de seguimiento del programa Pymes 98 de Telefónica.

g) Actuaciones en relación con la publicidad del operador dominante.

A lo largo de 1998, la CMT ha tramitado una serie de expedientes en relación con la conducta publicitaria del operador dominante y su eventual incidencia en el correcto funcionamiento del mercado.

Así, por ejemplo, las denuncias de ciertos operadores como Madritel y Cableuropa y de asociaciones de defensa del consumidor como FACUA, en las que se acusaba a Telefónica de la realización de prácticas desleales (principalmente asuntos de publicidad engañosa), que vulneraban los derechos de los consumidores y eran contrarias a la libre competencia, han permitido a la CMT dejar clara su posición al respecto y delimitar el ámbito de sus competencias.

En este sentido la CMT ha puesto de manifiesto que los asuntos relacionados con la publicidad en aspectos diferentes a su incidencia en la libre competencia, así como la defensa de los derechos del consumidor en general, pertenecen a una esfera competencial ajena a las funciones y atribuciones de la Comisión, por lo que no le corresponde entrar a analizar supuestos de mera deslealdad publicitaria o de defensa del consumidor, pues las conductas desleales no vulneran per se los niveles de competencia efectiva en los mercados afectados.

Ahora bien, la intervención de la Comisión en materia de competencia desleal sí está justificada desde el momento en que la conducta en cuestión rebasa el ámbito de la mera deslealtad y tiene un impacto significativo sobre el mercado, perturbando sensiblemente su normal funcionamiento. Esta intervención de la CMT se efectuará no a título principal, como corresponde a los tribunales ordinarios, sino a título incidental, a los efectos de resolver sobre una conducta anticompetitiva provocada por un comportamiento desleal de especial relevancia.

Así durante el año 1998, se inició un expediente relativo a la promoción conjunta, como un solo paquete de servicios integrados, de diversos servicios prestados por diferentes empresas pertenecientes o participadas mayoritariamente por su grupo empresarial, y a comercializar en su red de Tiendas Telefónica. Si bien de hecho no se ofrece dicho servicio como tal, sino cada servicio por separado, se anunció en los medios como un servicio integrado, lo que podría dificultar la penetración de los nuevos servicios de cable.

Por otra parte, los efectos anticompetitivos a que pudieran dar lugar las campañas publicitarias de los operadores dominantes han suscitado la preocupación de la Comisión y han justificado la elaboración de la primera Circular adoptada por la CMT en base a las facultades a ella atribuidas en el artículo 1.dos f) de la Ley de Liberalización de las Telecomunicaciones para dictar circulares con objeto de proteger la libre competencia, en este caso, en el ámbito de la comercialización de los servicios por los operadores de telecomunicación.

La Circular 1/1998 de 30 de julio, publicada en el BOE de 31 de agosto, sobre campañas publicitarias efectuadas en el mercado, parte del principio de que la publicidad realizada por el operador dominante es susceptible de constituir un abuso contrario a la libre competencia cuando presenta una particular relevancia, provocando un impacto sensible sobre los mercados afectados. La apreciación de dicho efecto está ligada a la valoración de la posible existencia de barreras de entrada erigidas por los operadores dominantes a través de la realización de gastos publicitarios excesivos.

La aprobación de esta Circular responde a un esfuerzo por presentar con claridad cuáles son los criterios que presidirán la actuación de la CMT, por prevenir posibles conductas anticompetitivas y dar, por tanto, mayor seguridad jurídica al sector. Junto con la exposición de dichos criterios se prevé un procedimiento de notificación previa voluntaria, sin efectos suspensivos de la campaña y cuya resolución no será vinculante.

- La Circular mantiene que los gastos publicitarios excesivos realizados por el operador dominante podrán considerarse abusivos si cumulativamente:
- a) Tienen por objeto reforzar la fidelidad de sus clientes, inhibiendo, de forma sensible, la contratación de potenciales clientes con los nuevos operadores y configurando así mercados cautivos;
- b) Resultan desproporcionados respecto de la magnitud económica que, con arreglo a criterios generalmente aceptados en el mercado relevante, pudiera tener un operador entrante para poder competir de forma eficiente; y
- c) Privan a los operadores entrantes de un legítimo margen de respuesta, exponiéndolos a la necesidad de efectuar elevadas inversiones que resulten inviables o seriamente gravosas para su economía, así como a un proceso de posicionamiento en el mercado más lento y difícil, al tener que hacer frente a hábitos de consumo y asociaciones de ideas fortalecidos ambos a través de la correspondiente campaña publicitaria.

En aplicación de dichas competencias de control de las campañas publicitarias, la CMT tramitó un expediente informativo de análisis de la campaña de publicidad comparativa que desarrolló Telefónica para promocionar sus Planes Descuento frente a las tarifas de Retevisión.

En dicha campaña, iniciada a mediados de septiembre en Televisión, prensa, radio y otros medios, se ponía de

manifiesto la bondad de las tarifas aplicadas por Telefónica a las llamadas de larga distancia de telefonía fija en determinados días y horas de la semana, por comparación con los precios establecidos para los mismos servicios por un competidor, Retevisión, aludido con la expresión "otra compañía".

Se concluyó que dicha campaña comparativa no erigía barreras de entrada ni resultaba en general contraria a la libre competencia, al no darse ninguno de los tres requisitos cumulativos exigidos para la aplicación de la Circular 1/1998 de la CMT, puesto que la campaña publicitaria de Telefónica no suponía la creación de mercados cautivos, ni una desproporción en el gasto publicitario de Telefónica respecto del competidor, ni la privación de la capacidad de respuesta por parte de Retevisión.

IV.7 INTERVENCION DE LA CMT EN MATERIA DE TARIFAS.

Durante 1998 se ha mantenido el régimen y procedimiento de autorización de las tarifas de los servicios de telecomunicaciones establecido en el Real Decreto-Ley 6/1996 de 7 de junio. De acuerdo con este Real Decreto-Ley, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones informará preceptivamente toda propuesta de determinación de tarifas para su consideración por el Gobierno. Éste, a través de la Comisión Delegada para Asuntos Económicos, tendrá la competencia de aprobar la estructura y el nivel de tarifas que el operador dominante aplica al servicio telefónico básico.

El régimen de precios actualmente vigente para el operador en España sigue siendo el de "Precios Autorizados", revalidado por el R.D-Ley 6/1996. En la exposición de motivos de este Decreto, se indica que algunos precios de determinados sectores de actividad económica "habrán de continuar por el momento sujetos a la aprobación del Gobierno, si bien la experiencia internacional aconseja que su seguimiento y autorización competa a órganos reguladores independientes y sectoriales". Entre los precios y los sectores de actividad sujetos a este régimen de precios autorizados se encuentran "las tarifas telefónicas y algunos servicios de telecomunicaciones (...)" determinados por la normativa del sector, cuya determinación es competencia de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

En este contexto, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones ha realizado durante 1998 los siguientes informes preceptivos:

- Informe preceptivo sobre propuesta de modificación de tarifas de las llamadas "FIJO a MÓVIL".
- Informe preceptivo sobre la propuesta de tarifas de interconexión por terminación de llamadas "MOVIL-FIJO" en la Red Fija.
- Informe preceptivo sobre propuesta de tarifas de servicio móviles analógicos.
- Informe preceptivo sobre interpretación del carácter de máximas de determinadas tarifas para el tráfico telefónico.
- Informe preceptivo sobre propuesta de modificación del cuadro general de tarifas.
- Informe preceptivo sobre tarifas de servicio de alquiler de circuitos internacionales.
- Informe preceptivo sobre propuesta complementaria de modificación de las tarifas de determinados servicios prestados por Telefónica de España, S.A.
- Informe preceptivo único sobre propuesta de:
- 1. Modificación de tarifas del servicio de alquiler de circuitos internacionales.
- 2. Fijación de nuevas tarifas de "circuitos internacionales garantizados".
- 3. Fijación de tarifas para "servicios Novacom Multiplan, modalidad conmutada" y "Novacom Multiplan, modalidad permanente".
- Informe preceptivo sobre tarifas Servicio "Centrex".
- Informe preceptivo en relación con las tarifas sistema Iridium.
- Informe preceptivo en relación con las tarifas servicio Gigacom.
- Informe de tarifas para la facilidad de identificación de línea llamante.
- Informe preceptivo sobre Déficit de Acceso de Telefónica.

De todos los informes elaborados durante el ejercicio 1998 destacan el informe realizado sobre la propuesta de tarifas de servicios móviles analógicos y la propuesta de modificación del cuadro general de tarifas.

La propuesta de modificación de las tarifas del servicio de telefonía móvil analógico, inalteradas desde 1994 para favorecer el crecimiento de la telefonía móvil GSM, se orientaba hacia la promoción de una disposición que fijara una "banda de fluctuación de las tarifas" de los servicios de telefonía móvil analógica, como régimen de flexibilización de los precios. Esta flexibilización permite al servicio Moviline de Telefónica Servicios Móviles, S.A. (único operador de telefonía móvil analógica) proponer al mercado diferentes opciones alternativas de precios, tal como hacen los GSM, respetando siempre que la mejor oferta de móvil-analógico nunca sea inferior a la mejor oferta de móvil-digital, para evitar el "efecto depredación" que se presume podría ejercer el analógico frente al digital.

La aprobación de una banda de fluctuación de las tarifas del servicio de telefonía móvil analógica permite una competencia leal del servicio analógico con el servicio GSM.

Epigrafe			Régimen anterior	O.M. 31/7/98 (Mínime - Míxime)
Abono General	Alta Inicial		10.000	3,000-3,500
Abono tipo A	Segunda linea		0	0-3.500
	Cuota Mensual de Abono		4.500	3.400-4.000
	Establecimiento de llamada		20	17-20
	Por duración de la llamada	Normal	51	34-40
		Reducida	34	25-30
		Superred.	20	14-17
Abono Personal	Alta Inicial		10.000	3.000-3.500
Abono tipo B	Segunda línea		0	0-3.50
	Cuota Mensual de Abono		2.200	1,700-2,000
	Establecimiento de llamada		20	17-2
	Por duración de la llamada	Normal	85	64-79
		Reducida	30	25-30
		Superred.	12	10-12
Abono Negocios	Alta Inicial		10.000	3,000
Abono tipo C	Segunda línea		0	
	Cuota Mensual de Abono		15.000	2.000
	Establecimiento de llamada		20	17-26
	Por duración de la llamada	Normal	51	21-66
		Reducida	34	21-60
		Superred.	20	N/A

La C.M.T. informó favorablemente esta ampliación de banda tarifaria de los servicios móviles analógicos, al entender que los precios en ella propuestos, permitirían al servicio de telefonía móvil analógica competir en mayor igualdad de condiciones con la telefonía móvil digital. La C.M.T. consideraba asimismo que los precios aprobados no se consideraban precios predatorios, y así ha quedado demostrado en la evolución posterior del número de abonados a los distintos operadores del mercado de móviles en España.

Por su parte, la propuesta de modificación del cuadro general de tarifas tenía como objetivo acometer una primera fase del denominado "reequilibrio tarifario", por el que los precios de los servicios telefónicos básicos se orienten a los costes reales de su prestación.

La Orden de 18 de marzo de 1998, por la que se determinan las condiciones de interconexión a la red pública, establecía en su disposición adicional cuarta un calendario de modificaciones tarifarias tendentes a la compensación del posible déficit de acceso de Telefónica y al reequilibrio de sus tarifas en 1998. Diversos motivos y entre ellos, la entrada de nuevos operadores en el sector de las telecomunicaciones, frenó el cumplimiento de este calendario por parte de Telefónica. A finales del mes de julio y tras informe consultivo de la C.M.T. a la propuesta de Telefónica, se aprueba la Orden de 31 de julio de 1998 sobre reequilibrio tarifario.

La liberalización del mercado de los servicios telefónicos hace necesario pues, abordar el reequilibrio de las tarifas telefónicas de forma que éstas se orienten al coste real de prestación de dichos servicios.

El objetivo de orientar a costes la prestación de los servicios telefónicos originó cambios fundamentales en las hasta entonces tarifas vigentes. Las principales modificaciones tarifarias resultados de esta Orden fueron:

- Subida de 200 pesetas en la cuota mensual de abono del servicio telefónico básico, desde las 1.242 (en vigor desde el 28-7-94) a las 1.442 pesetas finalmente aprobadas (aumento de un 16,10%).
- Cambio del sistema de tarificación por pasos al sistema de tarificación por segundos.
- Introducción de una franquicia de 160 segundos de comunicación en las llamadas metropolitanas, tras el establecimiento de llamada.
- Modificación de las tarifas por tráfico metropolitano, provincial, interprovincial, fijo a móvil e internacional que junto con el cambio del sistema de tarificación de pasos a segundos, supusieron las siguientes variaciones en el precio medio de las llamadas:

	R	égimen anterior	Reequilibrio Tarifario (O.M.31/7/98)	% Variación Precio Medio Llamada
Metropolitana	Punta	13,47	14,57	8,19 %
	Normal	14,03	15,63	11,42 %
	Reducida	13,42	13,41	-0,10 %
	Total			+7,5 %
Provincial	Punta	54,67	51,59	-5,64 %
	Normal	56,97	53,50	-6,09 %
	Reducida	41,83	38,86	-4,71 %
	Total			-5,6 %
Interprovincial	Punta	132,13	119,53	-9,53 %
	Normal	115,48	98,32	-14,86 %
	Reducida	102,15	72,53	-29,00%
	Total			-13,9 %
Fijo a Móvil				0 %
Internacional				-11,3 %
Total Cesta				-0,9 %

CUADRO DE TARIFAS APROBADAS CORRESPONDIENTES AL AÑO 1998.

Servicios	Cuota inicial de alta (Ptas.)	Cuota mensual de Abono (Ptas.)	Disposición por la que se autorizaron
• Línea individual.	21.250	1.442	O.M. 31/07/98
• Línea de enlace.	21.250	1.797	O.M. 31/07/98
• Punto de terminación de red			
telediagnosis. (Alta + instalación).	3,000	-	O.M. 31/07/98
Abono especial		250	O.M. 31/07/98
• R.D.S.I.4 Linea acceso básico.	28,000	3.800	O.M. 31/07/98
• R.D.S.L.: Línea acceso centralitas.	28,000	4.750	O.M. 31/07/98
• Línea acceso primario.	600,000	57.000	O.M. 31/07/98
• Acceso digital 30 canales a R.T.B.	600,000	57.000	O.M. 31/07/98
Lineas 900, 901, 902, 903, 905 y 906			
- Con número subasignado.	7.900	3.900	O.M. 31/07/98
- Con número elegido.	20,000	5.200	O.M. 31/07/98
• Lineas 904 (telefonia personal)			
- Con número subasignado.	5.000	500	O.M. 31/07/98
- Con número elegido.	10.000	2.000	OM.31/07/98
• Línea móvil automática (T.M.A.)			
- Abono general.	3.500	3.960	O.M. 31/07/98(A)
- Abono personal	3.500	1.980	O.M. 31/07/98(A)
- Abono negocios (1ª lines).	3.500	12.000(B)	O.M. 31/07/98(A)
- Abono negocios (líneas adicionales).		12.000(B)	O.M.31/07/98(A)

DISPONIBILIDAD DE SERVICIO Servicios C1	uota inicial de alta	Cuota mensual de	Disposición por la que
	(Ptas.)	Abono (Ptas.)	se autorizam n
Marcación multifrecuencia	1.000	50	O.M. 28/07/94
• Servicio contestador en red.	1.000	100	O.M. 31/07/98
• Llamada en espera.	1.000	100	O.M. 31/07/98
• Llamada a tres.	1.000	100	O.M. 31/07/98
· Llamada sin mawar	1.000	150	O.M. 31/07/98
• Desvío inmediato.	1.000	100	O.M. 31/07/98
• Salto de llamada.	2.000	1.000	O.M. 31/07/98
• Telecómputo.	2.000	800	O.M. 31/07/98
· Desvío si comunica.	1.000	100	O.M. 31/07/98
· Desvío por ausencia.	1.000	100	O.M. 31/07/98
· Desvío distante.	1.000	1.000	O.M. 31/07/98
· Llamada intercomunicada.	1.000	400	O.M. 28/07/94
· Desvío en bajas y traslados:			
- 2 meses.	1.200	-	O.M. 31/07/98
- 6 meses.	7.500	-	O.M. 31/07/98
- Indefinida	7.000	3.500	O.M. 31/07/98
· Información cambio de número.	1.000	100	O.M. 31/07/98
SERVICIOS SUPLEMENTARIOS SOBRE R.	D.S.I.:	•	•••••••••••••••••••••••••••••••••••••••
Múltiples números por acceso.	273	273	O.M. 31/07/98
· Señalización de usuario - clase 3 (acceso básic	o). 950	190	O.M. 31/07/98
Señalización de usuario - clase 3 (acceso prir	mario). 950	2.280	O.M. 31/07/98
· Agrupación de usuarios - por número o grupo	. 475	380	O.M. 31/07/98
Subdireccionamiento.	273	273	O.M. 31/07/98
Línea directa sin marcación.	950	143	O.M. 31/07/98
Información de tarifación (acc. básico)	950	190	O.M. 31/07/98
Información de tarifación (acc. primar)	950	2.280	O.M. 31/07/98
Grupo de salto.	950	950	O.M. 31/07/98
Marcación directa de extensiones.	273	273	O.M. 31/07/98
Agrupación de usuarios - por línea y grupo (acceso básico)	1.187	1.050	O.M. 31/07/98
Agrupación de usuarios- por línea y grupo (acceso primario)	9.500	5.700	O.M. 31/07/98

SERVICIOS SUPLEMENTARIOS SOBRE

SERVICIOS SUPLEMENTARIOS SOBRE RED INTELIGENTE:			
• Terminación de las llamadas en RTB/RI.	1.000	600	O.M. 31/07/98
Terminación llamadas en locuciones.	2.000	200	O.M. 31/07/98
• Selección de área.	9.500	3.800	O.M. 31/07/98
 Acceso restringido por código seguridad 	10.000	4.350	O.M. 31/07/98
• Multidestino S/selección posterior(en 900).	9.000	3.600	O.M. 31/07/98
Multidestino S/origen.	9.000	3.600	O.M. 31/07/98
• Multidestino S/día	3.600	1.500	O.M. 31/07/98
Multidestino S/hora.	3.600	1.500	O.M. 31/07/98
Multidestino S/porcentaje.	3.600	1.500	O.M. 31/07/98
 Desvío alternativo por tono ocupado. 	900	360	O.M. 31/07/98
 Desvío alternativo (ocupado) S/día y hora. 	3.000	1.200	O.M. 31/07/98
• Desvío alternativo por comando.	900	360	O.M. 31/07/98
■ Colas de espera	1.350	540	O.M. 31/07/98
Destinos alternativos.	360	180	O.M. 31/07/98
Planes alternativos.	4.500	1.800	O.M. 31/07/98
 Locuciones personalizadas. 	50.000	-	O.M. 31/07/98

Servicios	Cuota de establecimiento de la comunicación (ptas./llamada).(1)	Tarifación por tiempo real (ptas./minutos).(1)	Disposición por la que se autorizaron
• Metropolitano (a):			
- H. Punta	11,4	4,52	O.M. 31/07/98
- H. Normal	11,4	4,52	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	11,4	1,64	O.M. 31/07/98
• Provincialı			
- H. Punta	15	15,45	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15	13,44	O.M. 31/07/98
-H. Reducido	15	6,71	O.M. 31/07/98
* Interprovincial			
- H. Punta	15	39,45	O.M. 31/07/98
-H. Normal	15	25,01	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	15	10,44	O.M. 31/07/98
* Fijo a móvik			
- H. Punta	11,4	47	O.M. 31/07/98
- H. Normal	11,4	47	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	11,4	26	O.M. 31/07/98

* 900X (nacional)			
- H. Punta	15	25,09	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15	15,09	O.M. 31/07/98
-H. Reducido	15	6,71	O.M. 31/07/98
* 9007 (intraprovincial)			
- H. Punta	13	4,81	O.M. 31/07/98
- H. Normal	13	4,21	O.M. 31/07/98
-H. Reducido	13	1,97	O.M. 31/07/98
9007 (interprovincial)			
-H. Punta	15	39,45	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15	25,01	O.M. 31/07/98
·H. Reducido	15	10,44	O.M. 31/07/98
* 900 (desde red móvil):			
- H. Punta	15	65	O.M. 31/07/98
H. Normal	15	60	O.M. 31/07/98
• 900 y 901 (internacional):	Serv. Automát. Internac		
• 901 - 1, 2, 3 (nacional):			
- H. Punta	7,5 y 7,5	12,55 y 12,55	O.M. 31/07/98
- H. Normal	7,5 y 7,5	7,55 y 7,55	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	7,5 y 7,5	3,36 y 3,36	O.M. 31/07/98
• 901 - 5 (intraprovincial):			
- H. Punta	11,40 y 1,6	4,52 y 4,31	OM.31/07/98
- H. Normal	11,40 y 1,6	4,52 y 3,71	OM. 31/07/98
- H. Reducido	11,40 y 1,6	1,64 y 1,78	O.M. 31/07/98
* 901 - 5 (interprovincial):			
- H. Punta	11,40 y 3,6	4,52 y 39,22	O.M. 31/07/98
- H. Normal	11,40 y 3,6	4,52 y 24,51	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	11,40 y 3,6	1,64 y 10,26	O.M. 31/07/98
902 (intraprovincial)			
902 (intraprovincial) - H. Punta	15	25,09	O.M. 31/07/98
and the control of th	15 15	25,09 15,09	O.M. 31/07/98 O.M. 31/07/98 O.M. 31/07/98

* 903 y 906 (soporte); (2)			
- H. Punta	15	27,84	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15	17,04	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	15	7,25	O.M. 31/07/98
* 9033 y 9063 (llamante Nivel I): (2)			
- H. Punta	15	57,84	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15	47,04	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	15	57,25	O.M. 31/07/98
* 9064:			
- H. Punta	15	122,84	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15	112,04	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	15	102,25	OM. 31/07/98
* 9065:			
- H. Punts	15	162,84	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15	152,04	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	15	142,25	O.M. 31/07/98
* 904 (intraprovincial):			
- H. Punta	15,00 y 0	15,45	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15,00 y 0	13,44	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	15,00 y 0	6,71	O.M. 31/07/98
* 904 (interprovincial):			
- H. Punta	15,00 y 0	15,45 y 24,00	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15,00 y 0	13,44 y 11,57	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	15,00 y 0	6,71 y 3,73	O.M. 31/07/98
* 905. 1 (encuestas):			
- H. Punta	15	39,25	O.M. 31/07/98
- H. Normal	15	25,01	O.M. 31/07/98
- H. Reducido	15	10,44	O.M. 31/07/98
* 905. 5 (3 minutos):	45		O.M. 31/07/98
* 905. 5 (soporte); (2)	20	-	O.M. 31/07/98
Ámbito local:			
090 Bomberos -local-	5,7	-	O.M. 31/07/98
092 Policía Municipal	5,7		O.M. 31/07/98

010 Servicio atenci. Ciudad	(7)	(D)	O.M. 31/07/98
Ámbito autonómico:			
061 Urgencia INSALUD	(7)	Ø	O.M. 31/07/98
062 Guardia Civil	(7)	Ø	O.M. 31/07/98
085 Bomberos -provincial-	-	-	O.M. 31/07/98
091 Policía Nacional	5,7	-	O.M. 31/07/98
092 Policía autonómica	-	-	O.M. 31/07/98
1006 Servicio Emergencia	-		O.M. 31/07/98
012 Servicio atenc. Ciudad	-	-	O.M. 31/07/98
112 Servicio Emergencia E			O.M. 31/07/98
Otros Servicios:			
1002 asistencia Técnica	-	-	O.M. 28/07/94
093 Información Horaria	57	-	O.M. 28/07/94
095 Información R.N.E.	91,2	-	O.M. 28/07/94
096 Aviso despertador	91,2	-	O.M. 28/07/94
097 Información Deportiva	91,2	-	O.M. 28/07/94
098 Información Diversa	136,8	-	O.M. 28/07/94
099 Despertador operador	136,8	-	O.M. 28/07/94

- (a) con franquicias de 160 segundos.
- (1) En general estas tarifas son a cargo del abonado de la línea "llamante", excepto en los Servicios 900: "De cob revertido" que son a cargo del "llamado".
- (2) Los servicios "premier" (903, 906 y 905.1) tienen un cargo adicional "a favor del llamado", además de las tarificonsignadas que son las que percibe netas la operadora por el soporte del servicio utilizado por el "llamante". Hay diferentes opciones autorizadas de cargo adicional "a favor del llamado".
- (3) Las llamadas efectuadas desde "cabinas públicas" tienen un recargo autorizado en el precio del 35%.
- (4) También están reguladas las tarifas de algunos de estos servicios cuando se prestan con la "intervención de operadora", así como las locuciones grabadas de respuesta convenida.
- (5) No se incluyen los Planes de descuento en Servicio provincial, interprovincial y acceso a internet.
- (6) En cabinas, serán gratuitas. Se computa una consulta por llamada.
- (7) Tarifa metropolitana.
- (8) A solicitud de Ayuntamientos o CCAA respectivamente, y siempre que existan posibilidades técnicas, podrá tarifarse con 91,2 ptas por cada 3 min. o fracción, previa solicitud a la Secretaría General de Comunicaciones, resolverá sobre las mismas. En tal caso, la remuneración al Ayuntamiento será de 57 ptas, por cada 3 minutos fracción y a la CCAA de 34,2 ptas, por el mismo concepto.

	SERVICIO MEDIO DE LLAMADAS EFECTUADAS (INTERNACIONALES)				
Servicios	Cuota inicial de alta	Cuota mensual de	Disposición por la que		
. 0	(Ptau.)	Abono (Ptm.)	se autorisaro n		
- C on Andorra: - H. Normal	20	47	O.M. 31/07/98		
- H. Re dwido.	20	41	O.M. 31/07/98		
- C on U. Europea y otros:			C.M. 51707750		
- H. Normal	20	59	O.M. 31/07/98		
- H. Re ducido.	20	54	O.M. 31/07/98		
• C on Islandia y Noruega:					
- H. Normal.	20	66	O.M. 31/07/98		
- H. Re ducido.	20	58	O.M. 31/07/98		
• C on resto Europa (I):					
- H. Normal - H. Redwido.	20 20	74 66	O.M. 31/07/98 O.M. 31/07/98		
- C on resto Europa (II):	20		C.M. 31,07,96		
- H. Normal	20	88	O.M. 31/07/98		
- H. Ke ducido.	20	72	O.M. 31/07/98		
• C on EE.UU:					
- H. Normal.	20	74	O.M. 31/07/98		
- H. Reducido.	20	66	O.M. 31/07/98		
- H. Superreducida	20	58	O.M. 31/07/98		
• С он Санаdá у Caribe:					
- H Normal	20	95	O.M. 31/07/98		
- H. Re ducido. - H Superreducido	20 20	85 78	O.M. 31/07/98 O.M. 31/07/98		
- Con Argentina, Chile, etc.:			Care Diyory		
- H. Normal	20	160	O.M. 31/07/98		
- H. Reducido.	20	118	O.M. 31/07/96		
- C on resto América:					
- H. Normal	20	165	C.M. 31/07/98		
- H. Reducido.	20	118	O.M. 31/07/98		
•Сон Јаро́н, Australia, etc.:					
- H. Normal - H. Reducido.	20 20	172 157	O.M. 31/07/98 O.M. 31/07/98		
- FL Reducido.	20	137	CM. 31,07,00		
• Con Archin China atau					
Con Arabia, China, etc:					
- H. Normal.	20	194	O.M. 31/07/98		
- H. Reducido.	20	176	OM 31/07/98		
Con Resto del Mundo:					
- Con Nesto del Mundo.					
- H. Normal.	20	194	OM 31/07/98		
- H. Reducido.	20	176	OM 31/07/98		
Via Inmarsat					
- via ciimatsac					
- A y Aero.	20	800	OM 31/07/98		
-ByM	20	600	O.M. 31/07/98		
- Mini-M	20	400	OM 31/07/98		
- B-RDSI (64 Kbps)	20	1.500	OM 31/07/98		

- (1) Cada uno de los ámbitos de destino señalados tiene especificamente establecidos en la normativa los países que comprende. El enunciado de la presente tabla es meramente orientativo.
 (2) Existen otras tarifas, también reguladas, para los supuestos de que las llamadas se efectúen "a través de operadora", la modalidad "directo país", "tercer país", "cobro revertido automático", etc.
 (3) No incluidos los Planes de descuentos en Servicio internacional.

- (I) Rep. Checa, Eslovaca, Islas Feroe, Hungria, Malta, Marruecos y Polonia. (II) Resto de Europa y Magreb. HORARIOS:

Horario normal9: Lunes a viernes, 8:00 22:00, sábados 8:00 14:00 Horario reducido: Lumes a viernes, 22:00-0:00, sábados a partir de 14:00 Domingos y Festivos de carácter nacional Horario superreducido: Sólo para 4A y 4B.- Todos los día de 2:00 a 8:00

SERVICIO DE ALQUILER DE CIRCUITOS (NACIONALES ANALÓGICOS)				
Servicios	Cuota inicial de alta (Ptas.)	Cuota mensual de Abono (Ptas.)	Disposición por la que se autorizaron	
Analó gico de Ordenes a M.P.I.:	55.125	11.200 ptas.	O.M. 12/12/97	
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		1.881 ptas./Km.		
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		812 ptas./Km.		
- Prolongación entre 20 y 70 Kms.		635 ptas./Km.		
- Prolongac. entre 70 y 300 Kms.		274 ptas./Km.		
- Prolongac. entre 300 y 500 Kms.		184 ptas./Km.		
Analó gico B.V. c/ordinaria 2 hilos:	110.250	11.200 ptas.	O.M. 12/12/97	
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		3.200 ptas./Km.		
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		1.913 ptas./Km.		
- Prolongación entre 20 y 70 Kms.		808 ptas./Km.		
- Prolongac. entre 70 y 300 Kms.		210 ptas./Km.		
- Prolongac. entre 300 y 500 Kms.		197 ptas./Km.		
Analó gico B.V. c/ordinaria 4 hilos:	154.350	22.400 ptas.	O.M. 12/12/97	
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		6.400 ptas./Km.		
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		3.200 ptas./Km.		
- Prolongación entre 20 y 70 Kms.		785 ptas./Km.		
- Prolongac. entre 70 y 300 Kms.		258 ptas./Km.		
- Prolongac. entre 300 y 500 Kms.		189 ptas./Km.		
Analó gico B.V. c/especial 2 hilos:	143.325	16.800 ptas.	O.M. 12/12/97	
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		6.119 ptas./Km.		
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		2.531 ptas./Km.		
- Prolongación entre 20 y 70 Kms.		1.022 ptas./Km.		
- Prolongac. entre 70 y 300 Kms.		225 ptas./Km.		
- Prolongac, entre 300 y 500 Kms.		173 ptas./Km.		
Analó gico B.V. c/especial 4 hilos:	198.450	33.600 ptas.	O.M. 12/12/97	
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		6.963 ptas./Km.		
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		5.480 ptas./Km.		
- Prolongación entre 20 y 70 Kms.		835 ptas./Km.		
- Prolongac. entre 70 y 300 Kms.		285 ptas./Km.		
- Prolongac. entre 300 y 500 Kms.		128 ptas./Km.		

SERVICIO DE ALQUILER DI	E CIRCUITOS (NAC	CIONALES DIGIT	
Servicios	Cuota inicial de alta (Ptas.)	Cuota mensual de Abono (Ptas.)	Dispo sición por la que se autorizaron
• Digitales de 1.200 b/s o 2.400 b/s:	121.200	21.394 ptas.	O.M. 12/12/97
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		709 ptas./Km.	
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		443 ptas./Km.	
- Prolongación entre 20 y 70 Kms.		234 ptas./Km.	
- Prolongac, entre 70 y 300 Kms.		142 ptas./Km.	
- Prolongac, entre 300 y 500 Kms.		108 ptas./Km.	
• Digitales de 4.800 b/s:	141.400	23.060 ptas.	O.M. 12/12/97
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		709 ptas./Km.	
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		651 ptas./Km.	
- Prolongación entre 20 y 70 Kms.		301 ptas./Km.	
- Prolongac. entre 70 y 300 Kms.		149 ptas./Km.	
- Prolongac, entre 300 y 500 Kms.		109 ptas./Km.	
• Digitales de 9.600 b/s:	141.400	24.727 ptas.	O.M. 12/12/97
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		918 ptas./Km.	
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		755 ptas./Km.	
- Prolongación entre 20 y 70 Kms.		434 ptas./Km.	
- Prolongac, entre 70 y 300 Kms.		153 ptas./Km.	
- Prolongac. entre 300 y 500 Kms.		109 ptas./Km.	
• Digitales de 19.200 b/s:	174.109	32.000 ptas.	O.M. 12/12/97
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		2.002 ptas./Km.	
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		1.568 ptas./Km.	
- Prolongación entre 20 y 70 Kms.		624 ptas./Km.	
- Prolongac. entre 70 y 300 Kms.		155 ptas./Km.	
- Prolongac. entre 300 y 500 Kms.		104 ptas./Km.	••••••
• Digitales de 64.000 b/s:	174.109	36.792 ptas.	O.M. 12/12/97
- Prolongación entre 0 y 4 Kms.		2.696 ptas./Km.	
- Prolongación entre 4 y 20 Kms.		1.095 ptas./Km.	

624 ptas./Km.		
155 ptas./Km.		
104 ptas./Km.		
165.000 ptas.	O.M. 12/12/97	
14.425 ptas./Km.		
12.530 ptas./Km.		
7.381 ptas./Km.		
2.817 ptas./Km.		
1.799 ptas./Km.		
184.000 ptas.	O.M. 12/12/97	
16.500 ptas./Km.		
13.775 ptas./Km.		
8.192 ptas./Km.		
3.130 ptas./Km.		
2.000 ptas./Km.		
550.000 ptas.	O.M. 12/12/97	
96.923 ptas./Km.		
63.270 ptas./Km.		
34.039 ptas./Km.		
12.991 ptas./Km.		
	155 ptas./Km. 104 ptas./Km. 165.000 ptas. 14.425 ptas./Km. 12.530 ptas./Km. 12.530 ptas./Km. 2.817 ptas./Km. 1.799 ptas./Km. 184.000 ptas. 16.500 ptas./Km. 13.775 ptas./Km. 3.130 ptas./Km. 2.000 ptas./Km. 550.000 ptas. 96.923 ptas./Km. 63.270 ptas./Km.	

SERVICIO DE ALQUILE			
Servicies	Cu esa inicial de alto (Para)	Costs menusal de Alexas (Pto-)	Disperishin per la que
District Market Co.	,	and the same	
Digitales Milita Nilyis (Comp II)	204.699	246.599	O.M. 49/E/99
(Come t)		274499	- W(II)W
Great to		312.000	
Comp to		360,000	
(Come 3)		430.098	
(Commit)		494.698	
Digitales 125 Kb/s.			
(Come t)	273,098	490.000	O.M. 49/07/99
(Zeen It)		303.498	
(Z res 2)		634.000	
(Comm 4)		736.698	
(Come 3)		540.000	
(Z+0.0 %)		966.888	
Digitalise 192 NII-/s.			
(Come t)	174,000	734498	G.M. 44 (E)/W
(Zeen X)		535400	
(Z-ma %) (Z-ma 4)		934-000 1,050-000	
(Committee		1.704.698	
Gene 6		1,000,000	
Digitales 256 Kb./s. (Keen like	173,000	700.000	G.M. 46/E/W
Generally Generally	2.744	1.761.698	CONTRACTOR
Gran ii		1.346.000	
Green to		1,000,000	
(Come II)		1.430.098	
Gene 6		1.043.000	
Digitales 204 Kb/s.			
(Come t)	173,000	1.334.698	G.M. 46(0)/99
(France 8)		1.111.000	
(Zena II)		1.754.000	
(Come 4)		1,790,000	
(Come 9)		3,310,044	
(Especia)		9.3044W	
Digitales MD Nb./s.			
(Come t)	273,049	1.490.098	O.M. 66/E/96
(Z.mm 3)		1.931.046	
(Cenn 3)		2.254.048	
(Comm 4)		1.336.040	
(Zena 9) (Zena 6)		1.000.000	
Diginder 748 Kh/s. (Same I)	17.6.000	3.429.002	0.56.04,51,78
	215.000		0.56.61,00,46
(Coma 2) (Coma 3)		1.110.360 1.000.860	
(Zona ti)		1.110.000	
(Zona b)		3.425.800	
(Come #0		3.950,000	
Digitale: LEW Sh./s.			
(Zone I)	37.A. sees	3.816.600	0.56,04,03,746
(Zona I)		1.650,000	
(Zema 3)		3413,869	
(Zona ti)		3.970.000	
(Z+ma. 5)		4.150.000	
(Z ma 6)		4.319.009	
Digitale: Little Nb/s.			
(Zeea t)	500.000	3.277.900	0.56.04/00/95
(Z ees 2)		3.547,369	
(C max 5)		4.347,880	
(Zona 9)		4.345.000	
(Z-ma 5)		1.010,000	
(Z-ma 6)		2440,800	
Digindo 1448 Ek/s.		110000	0.14 (1.71.71
(Zena ti	584.888	1342.900	0.56.64/88/95
(2 ma 2) (2 ma 2)		3.042,500 4.500,000	
(Zona ti)		4100.000	
(Zona 5)		3.325,000	
(Z ma 6)		3.7 (0.000)	
Digitales 8 MR/s.			
(Zona f)	300.000	12.443.000	0.56.04/33/98
(Zeea 2)		15.545,666	
(Zona li)		10.315.000	
(Zema ti)		17.100.000	
(Z+ma 5)		19.457,000	
(Z+ma 6)		30.869.000	
Digitales 30 NDs/s.			
(Email)	739,866	41795400	G.M. 64 (E)/99
(Come 2)		43.795.000	
(Zena 3)		34,573,660	
Come to		35,566,600	
(Zema II) (Zema II)		43.986.000 47.386.000	

SERVICIO MARITIMO RA	Tasa Costera (f)	Tasa de Linea	Disposición por la que se autorizaron
• Desde buque nacional (ONDA C	ORTA)		
- Tanifa normal	175 ptas.	0 ptas.	O.M. 31/07/98
- Tarifa reducida	140 ptus.	0 ptas.	O.M. 31/07/98
• Desde buque nacional (ONDA M	EDIA)		
- Tarifa normal	100 ptus.	0 ptas.	O.M. 31/07/98
- Tarifa reducida	80 ptas.	0 ptas.	O.M. 31/07/98
• Desde buque nacional (V.H.E)			
- Tarifa normal	75 ptus.	0 ptas.	O.M. 31/07/98
- Tarifa reducida	60 ptss.	0 ptas.	O.M. 31/07/98
RADIO TELEFÓNICO AUTOMÁ	TICO INTERNAC.:		
• Desde buque nacional (ONDA C	ORTA)		
- Tarifa normal	200 ptas.	(2)	O.M. 31/07/98
- Tarifa reducida	160 ptas.	(2)	O.M. 31/07/98
• Desde buque nacional (ONDA M	EDIA)		
- Tarifa normal	160 ptus.	(2)	O.M. 31/07/98
- Tarifa reducida	95 ptus.	(2)	O.M. 31/07/98
Desde buque nacional (V.H.E)			
- Tarifa normal	92 ptas.	(2)	O.M. 31/07/98
- Tarifa reducida	74 ptus.	(2)	O.M. 31/07/98
OTROS SERVICIOS CON T			
Servicios	Cuota de establecimiento de la comunicación	Tarificación por tiempo real	Disposición por la qu se autorizaron
	(ptas./llamada)	(ptas./minutos)	se autorizaron

OTROS SERVICIOS CON TARI	FAS REGULADAS		
Servicios Cu	ota de establecimiento	Tarificación por	Disposición por la que
	de la comunicación	tiempo real	se autorizaron
	(ptas./llamada)	(ptas./minutos)	
SERVICIO DE VIDEOCONFERENCIA:	(1)		
Punto de terminación para			
videoconferencia: (alta)	500,000		O.M. 28/07/94
• Punto de terminación para			
videoconferencia: (cuota mensual)	85,000		O.M. 28/07/94
 Conexión por tiempo (ptas./hora): 			
- Provincial 2 Mb/s.	14.000		O.M. 28/07/94
- Provincial 768 Kb/s.	12.000		O.M. 28/07/94
- Provincial 384 Kb/s.	10.500		O.M. 28/07/94
- Provincial 128 Kb/s.	9.000		O.M. 28/07/94
- Interprovincial 2 Mb/s.	21.000		O.M. 28/07/94
 Interprovincial 768 Kb/s. 	18,000		O.M. 28/07/94
 Interprovincial 384 Kb/s. 	16.500		O.M. 28/07/94
- Interprovincial 128 Kb/s.	14.000	1	O.M. 28/07/94
SERVICIOS TEMÁTICOS: (2)			
 Datáfono (Horario normal) 	11,4	4,52	O.M. 31/07/98
(Hozaño reducido)	11,4	1,64	O.M. 31/07/98
• Ibertex (acceso 030) (Horario punta)	15	22	O.M. 31/07/98
(Horario normal)	15	16	O.M. 31/07/98
(Horario reducido)	15	10	O.M. 31/07/98
• Ibertex (acceso 031) (Cualquier hora)	15	10	O.M. 31/07/98
·Ibertex, X-28 y X-35			
(accesos 035, 042 y 048) (Horario punta)	15	3,78	O.M. 31/07/98
(Hozario normal)	15	2,94	O.M. 31/07/98
(Horano reducido	o) 15	2,22	O.M. 31/07/98
• Ibertex (acceso 036) (Cualquier hora)	15	80	O.M. 31/07/98
 X-28 y X-52 (accesos 041 y 047) (Horano 	punta) 15	22	O.M. 31/07/98
(Horario	normal) 15	16	O.M. 31/07/98
(Horario r	educido) 15	10	O.M. 31/07/98

IV.8 ASESORAMIENTO AL GOBIERNO .AL MINISTRO DE FOMENTO Y A OTRAS INSTITUCIONES.

Durante el año 1998, la CMT ha emitido numerosos informes asesorando al Gobierno y al Ministerio de Fomento, en la misma línea de lo acaecido durante el año 1997, en el que esta función de asesoramiento ocupó buena parte de la actividad de la Comisión.

Se explica esta abundancia en el hecho de que durante el año 1998, la actividad normativa del Gobierno y del Ministerio ha sido especialmente prolija a fin de dotar al sector de las telecomunicaciones de los instrumentos regulatorios fundamentales para que el 1 de diciembre de 1998 la apertura de los mercados de telecomunicaciones a la competencia pudiera producirse.

En este sentido, destacan de entre todos los informes los evacuados respecto de los Reglamentos esenciales de desarrollo de la Ley General de Telecomunicaciones : el Reglamento de Interconexión, el Reglamento del Servicio Universal y las Ordenes Ministeriales de otorgamiento de licencias individuales y autorizaciones generales.

Por otra parte, la Comisión ha elaborado informes de oficio destinados a proponer al Gobierno o al Ministerio de Fomento la adopción de diferentes medidas competencia de estos últimos.

Asímismo, ha emitido informes a solicitud de otros órganos (Tribunal de Defensa de la Competencia; Comisión Europea).

Además de los ya mencionados en relación a las propuestas de tarifas y programas de descuentos, la relación de informes elaborados es la siguiente:

- Informes sobre Proyectos o Anteproyectos de Real Decreto:
- * Proyecto de RD sobre especificaciones técnicas teléfonos de pago (febrero de 1998).
- * Proyecto de RD sobre especificaciones técnicas de los repetidores de isofrecuencia para el servicio móvil terrestre (marzo de 1998).
- * Proyecto de RD sobre modificación del Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (abril de 1998).
- * Proyecto de RD sobre registro especial de titulares de licencias individuales y autorizaciones generales (mayo de 1998).
- * Proyecto de RD sobre tasas reguladas en la Ley General de Telecomunicaciones (mayo de 1998)
- * Proyecto de RD sobre reglamento de interconexión y numeración (mayo de 1998).
- * Proyecto de RD por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Terrenal (junio de 1998).
- * Proyecto de RD sobre Servicios obligatorios, servicio universal, derechos de ocupación del dominio público (junio de 1998).
- * Proyecto RD sobre regulación infraestructuras comunes en el interior de los edificios (septiembre de 1998).
- * Proyecto de RD sobre concesión a la Comunidad Autónoma Canaria de la gestión del tercer canal de TV (octubre de 1998)
- Informes sobre Proyecto de Acuerdo del Consejo de Ministros:
- * Acuerdo del Consejo de Ministros sobre niveles de calidad para la oferta mínima de circuitos digitales (marzo de 1998)
- Informes sobre Proyectos de Ordenes Ministeriales
- * Proyecto OM sobre designación de laboratorios de pruebas (abril de 1998).
- * Proyecto OM sobre pliego de bases para adjudicación de concesiones del servicio de Radiocomunicaciones móviles (abril de 1998).
- * Proyecto de OM sobre modificación de especificaciones técnicas de acceso a la red telefónica conmutada (abril de 1998).
- * Proyecto de OM sobre aprobación Cuadro Nacional de atribución de Frecuencias (mayo de 1998).
- * Proyecto OM sobre especificación técnica para preasignación de operador (mayo de 1998).

- * Proyecto de OM sobre modificación de las especificaciones técnicas que deben cumplir los equipos terminales telefónicos utilizados en el servicio final telefónico (junio de 1998).
- * Proyecto de OM sobre especificaciones técnicas de ciertos equipos para los que se ha publicado la CTR 7 Sistema europeo de radiomensajería ERMES (junio de 1998).
- * Proyecto de OM por la que se aprueba el Reglamento Técnico para la prestación del servicio de televisión terrenal (junio de 1998).
- * Proyecto de OM sobre licencias individuales y autorizaciones generales (julio 1998).
- * Proyecto de OM sobre registro de asignación y reserva de recursos de numeración (noviembre de 1998).
- * Proyecto de OM sobre desarrollo del RD que regula el servicio de televisión terrenal digital (noviembre de 1998).
- * Proyecto de OM sobre especificaciones técnicas de equipos terminales de telecomunicaciones que se conectan a circuitos alquilados digitales(diciembre de 1998).
- Informes sobre propuestas de resolución de la SGC:
- * Propuesta de resolución sobre procedimientos de selección de operador para llamadas internacionales (enero de 1998).
- * Propuesta de resolución sobre adopción de medidas en relación con la entrada en vigor del nuevo Plan de Numeración (febrero de 1998).
- * Propuesta de resolución sobre autorización del Servicio de Red Privada Virtual de Telefónica(febrero de 1998).
- * Propuesta de resolución sobre modelo de contrato tipo para telefonía básica de Retevisión (febrero de 1998).
- * Propuesta de resolución sobre ampliación de la oferta del servicio de alquiler de circuitos digitales (febrero de 1998)
- * Propuesta sobre autorización del servicio Canal B de Telefónica(marzo de 1998).
- * Propuesta de resolución sobre extensión del servicio de selección y preasignación de operador a servicio móviles (mayo de 1998).
- Informes requeridos por el Ministerio de Fomento en relación con los modelos de contrato-tipo para la prestación de servicios de telecomunicaciones.

En relación con este tipo de asuntos, la CMT ha emitido los informes sobre modelos de contratos tipo que se relacionan a continuación. En todos ellos se han incluido observaciones tendentes a adaptar los proyectos de contratos a la legalidad vigente en general y, en particular, a la salvaguardia de la libre competencia en el mercado y al beneficio de los usuarios de los servicios.

- * Informe sobre el contrato-tipo para la prestación del servicio de acceso indirecto al servicio telefónico básico por Retevisión.
- * Informe relativo al proyecto de contrato-tipo de abono al servicio telefónico para la explotación de un terminal destinado al uso público en establecimiento público.
- * Informe relativo al contrato-tipo para la prestación del servicio telefónico básico automático, en la modalidad de abono general, de Valencia de Cable, S.A. y Cádiz de Cable y Televisión, S.A.
- * Informe relativo a los contratos-tipo para la prestación del servicio de telefonía básica, en la modalidad de abono general, presentados por la entidades Cádiz de Cable y Televisión, S.A., Valencia de Cable, S.A. y Corporación Mallorquina de Cable, S.A.
- * Informe relativo a los contratos-tipo para la prestación del servicio de telefonía básica, en las modalidades analógica y digital, presentados por Retevisión, S.A. para su aprobación ante la Secretaría General de Comunicaciones.
- * Informe relativo a los contratos-tipo para la prestación del servicio de telefonía de acceso indirecto, presentados por Lince Telecomunicaciones, S.A., ante la Secretaría General de Comunicaciones para su aprobación.
- * Informe relativo al contrato-tipo para la prestación del servicio de telefonía presentado por la entidad CTC, Cable i Televisión de Catalunya, S.A.

- * Informe relativo al contrato-tipo para la prestación del servicio de telefonía presentado por la entidad Supercable de Sevilla. S.A.
- Informes elaborados de oficio.

La Comisión durante el año 1998 ha elaborado de oficio algunos informes en los que se ha sugerido al Ministerio de Fomento o al Gobierno la elaboración de propuestas de regulación u otras iniciativas de naturaleza normativa.

Sin perjuicio de los informes relativos al desarrollo del Plan de Numeración, destacan los siguientes informes:

- * Informe 1 de octubre de 1998 proponiendo al Gobierno una ampliación de la moratoria del cable impuesta a Telefónica, ya comentado con anterioridad.
- * Informe de 5 de marzo de 1998, por el que se sugiere una modificación normativa que permitiese la extensión de los servicios de selección y preselección de operador para llamadas destinadas a móviles.
- Informes al Tribunal de Defensa de la Competencia:
- * Informe de fecha 22 de octubre de 1998 sobre grado de sustituibilidad entre Servicios de Ibertex e Infovía.
- Informes a la Comisión Europea:
- * Comentarios al Libro Verde sobre la Convergencia de los Sectores de Telecomunicaciones, Audiovisual y Acceso a Información (Acuerdo del Consejo de fecha 11 de junio de 1998).

IV.9 EJERCICIO DE LA POTESTAD SANCIONADORA.

Durante el año 1998 no se ha procedido a la apertura de ningún procedimiento sancionador que, como es conocido, sólo puede tener lugar en el caso de incumplimiento de resoluciones, circulares o requerimientos de información dictados por la CMT.

IV.10 OTRAS FUNCIONES ATRIBUIDAS LEGAL O REGLAMENTARIAMENTE.

IV.10.1 Resolución de consultas que puedan formularle los operadores de redes y servicios de telecomunicaciones y las Asociaciones de consumidores y usuarios.

Sin perjuicio de la contestación de consultas verbales, la Comisión ha contestado numerosas consultas por escrito que le han formulado operadores de telecomunicaciones y asociaciones de consumidores y usuarios.

De entre ellas se destacan las siguientes:

- Contestación a la consulta formulada por Cable i Televisió de Catalunya sobre interpretación de cúando se entiende iniciado el cómputo de la moratoria establecida a Telefónica para la prestación del servicio de telecomunicaciones por cable, emitida el 5 de febrero de 1998.
- Contestación a la consulta formulada por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Zaragoza sobre los efectos de la Resolución de la CMT en relación a los determinados "Planes Claros" de Telefónica (Contestación de 12 de marzo de 1998).
- Contestación a la consulta formulada por la entidad JAZZTEL sobre interpretación de la LGTel en torno a fijación de porcentaje de capital extranjero en empresas de telecomunicaciones (contestación de 16 de julio de 1998).
- Contestación a la consulta formulada por la Generalitat de Catalunya sobre el servicio de emergencia 112 (contestación de fecha 22 de octubre de 1998).
- Contestación a la consulta formulada por entidades eléctricas sobre interpretación de la Base 26 del Pliego de Bases del concurso para la adjudicación de la tercera licencia de telefonía móvil (Contestación de fecha 5 de noviembre de 1998).
- Contestación a la consulta formulada por CYC (ahora MADRITEL) sobre necesidad o no de contar con punto de interconexión por demarcación (contestación de fecha 12 de noviembre de 1998).
- Contestación a la consulta realizada por operadores de cable sobre la fecha a partir de la cual deben estar formalizados los acuerdos de interconexión (contestación de fecha 19 de noviembre de 1998).
- Contestación a la consulta realizada por LINCE relativa a la obligación o no de comunicar a la CMT los acuerdos de interconexión suscritos con operadores titulares de redes privadas de telecomunicación (contestación de fecha 17 de diciembre de 1998).

- Contestación a la consulta formulada por AUTEL sobre cesión de las labores de instalación, gestión y mantenimiento de cabinas situadas en el dominio público (contestación de fecha 22 de diciembre de 1998).

IV.10.2 Intervencion de la CMT en el mercado de los servicios audiovisuales, telemáticos e interactivos.

Durante el año 1998 la actividad de la CMT en este ámbito ha sido fundamentalmente de seguimiento de los mercados, que todavía no se hallan debidamente conformados.

Debe tenerse en cuenta que el desarrollo normativo, al menos desde el punto de vista de los servicios audiovisuales, atiende a diferentes submercados según la tecnología utilizada para la difusión de las imágenes (cable, satélite, sistemas de acceso condicional, ondas terrestres, aparición de la televisión digital terrenal...), y este desarrollo normativo ni ha concluido ni los diferentes agentes que intervendrán en cada uno de ellos están definitivamente conformados.

En la parte de este informe relativo al análisis de mercados se analiza con detenimiento cada uno de los mercados referidos. A continuación, se reseñan las principales actividades de la CMT durante el año 1998 en este ámbito.

a) Los servicios de acceso condicional a la televisión digital.

Durante el año 1998, se produjo la inscripción en el Registro de Operadores de Acceso Condicional de las entidades DTS (Distribuidora de Televisión Digital) y CSD (Canal Satélite Digital), expedientes iniciados durante el año 1997 (Resoluciones de fecha 12 de febrero de 1998).

En ambos casos, el Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en aplicación de lo dispuesto en la Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector, modificada por el RD-Ley 16/1997, de 13 de septiembre, entendió que ninguna de las operadores contaba con sistemas de acceso condicional que por sus características técnicas pudieran ser considerados automáticamente abiertos y compatibles para recibir señales de competidores, no obstante lo cual procedía la inscripción por cuanto ese carácter abierto y compatible debería resultar del acuerdo con otros operadores de acceso condicional.

Además de esta primera inscripción, en la que se registra el sistema que va a ser comercializado, los operadores han presentado durante el año, para su inscripción, otros aparatos decodificadores susceptibles de ser comercializados. Así:

- DTS presentó nuevas características del IRD marca ECHOSTAR, modelo DBS 9000, obteniendo la inscripción del modelo por Acuerdo del Consejo de fecha 2 de julio de 1998.
- CSD presentó para inscripción dos descodificadores (maRCA PIONNER BCT-1210 y SONY TS2), resolviendo el Consejo la inscripción por acuerdo de 1 de octubre de 1998.

Al mismo tiempo, y en cumplimiento de su función de aprobación de los modelos que los operadores de contrato vayan a utilizar para formalizar las relaciones jurídicas con sus abonados, la CMT ha dictado diferentes resoluciones aprobando los que le han presentado las operadoras de acceso condicional:

- Resolución de fecha 26 de febrero, por la que se aprueba el modelo de contrato de Canal Satélite Digital.
- Resolución de fecha 5 de marzo, por la que se aprueba modelo de contrato de DTS.
- Resolución de fecha 23 de abril, por la que se aprueba modelo de contrato de DTS para locales públicos.
- Resolución de fecha 30 de julio, por la que se aprueban modificaciones modelo de contrato de CSD.

En otro orden de cosas, la CMT procedió a la apertura de un período de información a fin de determinar la existencia de prácticas concertadas entre los operadores de acceso condicional en relación a la fijación de precios de pago por visión para partidos de fútbol de la liga española de fútbol profesional. Este período de información concluyó sin apertura de expediente (Resolución del Consejo de fecha 19 de noviembre de 1998), una vez se acreditó que sólo una de las dos operadoras de acceso condicional emitía este tipo de contenidos, con lo que no podía, por propia lógica, producirse una práctica concertada entre operadoras.

Finalmente, indicar que a finales del año 1998 se ha producido una petición nueva de inscripción en el Registro de Operadores de Acceso condicional y que se empiezan a producir acuerdos entre las operadoras inscritas y los operadores de cable, que se encauzan por la vía de la adquisición de contenidos y no por la figura del transcontrol, reconocida en la Ley 17/1997, pero de la cual no se ha hecho uso hasta la fecha.

b) Los servicios de televisión por cable.

Durante el año 1998, no se ha producido, salvo en pruebas o con pocos abonados, un auténtico desarrollo de estos

servicios por parte de los operadores de cable con licencia reconocida(otra cosa es la televisión por cable, de ámbito local fundamentalmente, emitida por concesionarios provisionales y especiales que han mantenido su actividad tras la entrada en vigor de la LGTel).

Por tal razón, hasta el año 1999 no podrá apreciarse la evolución y desarrollo de este submercado, aunque ya se apuntan ciertas dificultades en la captación de contenidos que sean atractivos para la captura de la audiencia, así como ciertas diferencias con las entidades titulares de los derechos de autor.

La CMT tiene en tramitación una consulta formulada por diferentes operadores de cable en torno a las posibilidades de intervención ante determinadas prácticas que se consideran abusivas por parte de las entidades titulares de dichos derechos de autor.

Las particularidades de este submercado se analizan con más detalle en otra parte de este informe anual.

c) Los servicios de televisión difundidos a través de ondas hertzianas.

La CMT, en relación a este mercado, se ha limitado durante el año 1998 a tramitar los expedientes de cambios accionariales, algunos de gran importancia, acaecidos durante el ejercicio.

La conformación de las empresas de televisión "en abierto" se explican con detenimiento en otra parte de este informe.

Asimismo, ha informado los proyectos normativos que permitirán la puesta en marcha de la denominada televisión digital terrenal, como ya se ha indicado con anterioridad.

d) Convocatoria de los Capítulos de lo Audiovisual.

Como se puso de manifiesto en el informe anual del año 1997, la CMT ha puesto en funcionamiento, según acuerdo de su Consejo de fecha 12 de marzo de 1998, los denominados Capítulos de lo Audiovisual, configurados como foros de autorregulación del sector, puntos de encuentro para el debate de aquellas cuestiones que resultan de interés para el sector audiovisual, ya sea del sector de la publicidad, de la producción de contenidos, de los medios, o, en otra perspectiva, para los usuarios u Organismos competentes en materia de contenidos audiovisuales de las distintas Comunidades Autónomas.

Durante el año 1998 se han celebrado las siguientes sesiones de los diferentes Capítulos:

- Capítulo de la Publicidad. Sesiones de fecha 24 de marzo de 1998 (Seguimiento, aplicación e incorporación de la Directiva de Televisión sin fronteras) y de 22 de junio de 1998 (El impacto de las nuevas televisiones en el sector publicitario audiovisual español; los sistemas de audiometría y las nuevas televisiones; la ocupación publicitaria).
- Capítulo de la industria de los contenidos audiovisuales. Sesiones de 27 de marzo de 1998(Seguimiento de la Directiva de Televisión sin fronteras) y 19 de junio de 1998 (el impacto de las nuevas televisiones en el sector de la producción audiovisual; la producción audiovisual y la tecnología digital; seguimiento de la aplicación de la Ley 25/1994).
- Capítulo de los medios audiovisuales. Sesiones de 3 de abril de 1998 (Seguimiento, aplicación y nueva incorporación de la Directiva de Televisión sin fronteras); 22 de junio de 1998 (normas de funcionamiento del capítulo; televisión digital terrenal).

V. La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en el ámbito internacional durante el año 1998.

El proceso de liberalización de las telecomunicaciones primero, y ahora el de la convergencia de los medios, posee un marcado componente internacional al que la CMT desea contribuir activamente. Más aún, como todo proceso que supone adentrarse en un territorio poco o nada transitado y de características peculiares, exige de los que en él participan un gran esfuerzo creador que se puede beneficiar de modo significativo de la cooperación y del intercambio de ideas y experiencias en el ámbito internacional.

Estas afirmaciones son especialmente ciertas, en el caso de España, para el ámbito de la Unión Europea; no en vano nuestra legislación en estas materias surge de la incorporación de las directivas elaboradas en el seno de las instituciones comunitarias. Por ello, la acción internacional de la CMT se orienta prioritariamente hacia Europa, en una doble vertiente: la colaboración con los otros reguladores independientes y la relación fluida con la Comisión Europea.

Compartir un mismo idioma, que permite definir un solo mercado global hispano parlante, compartir prácticamente los mismos operadores y proveedores de servicios, una misma voluntad liberalizadora y un deseo de intercambiar experiencias y criterios, han hecho de la relación con los reguladores latino americanos un segundo ámbito en la acción internacional de la CMT. Una relación fácil y fluida, si además se tiene en cuenta la similitud de los sistemas legislativos y de los procedimientos administrativos, consecuencia de los vínculos históricos.

Con su creación, el Gobierno y el Parlamento españoles encomendaron a la CMT la realización de una serie de funciones de gran relevancia para el ordenamiento de los mercados de telecomunicaciones, audiovisual y de los servicios telemáticos e interactivos. La mejor representación de España en los foros internacionales en los que se discuten aspectos presentes y de evolución del ordenamiento de estos mercados exige por tanto su presencia. Esta exigencia constituye el tercer ámbito de actividad de la CMT.

A continuación pasamos a detallar algunas de las actuaciones principales en estos tres ámbitos a lo largo del año 1998

V.1 GRUPO DE REGULADORES INDEPENDIENTES

V.1.1 Introducción

El Grupo de Reguladores Independientes (IRG) ha experimentado a lo largo del año una importante consolidación, tanto en su composición como en el grado de compromiso de los participantes y en la calidad de sus trabajos. Las reuniones de los Presidentes y los trabajos preparatorios y de los grupos creados al efecto han dado lugar a un intercambio franco y libre de ideas y experiencias, que está permitiendo identificar y tratar temas en los que se considera importante adoptar soluciones o planteamientos comunes por su impacto en la consecución del mercado único europeo. El grupo de reguladores se ha convertido en un punto de referencia esencial para cada uno de sus miembros.

El pasado año se celebraron dos reuniones de Presidentes; una en Copenhague, en marzo, y otra posterior en Madrid, en octubre. La reunión celebrada en Copenhague dio muestras de una tendencia que se confirmó en Madrid, donde se contó ya con la presencia de todos y cada uno de los Presidentes de los miembros del IRG (los quince países de la Unión Europea, más los tres de Espacio Económico Europeo). En esta reunión se analizaron y discutieron temas tan importantes en el sector de las telecomunicaciones como la interconexión transfronteriza, el poder significativo de mercado, la competencia en el bucle local y la tercera generación de móviles. También se debatieron informes presentados por los grupos "ad-hoc" de trabajo sobre otros temas como sistemas contables, terminación de llamadas de fijo a móvil y confidencialidad.

Uno de los instrumentos creados por el IRG que está resultando de mayor utilidad probada es la red de contactos nacionales. A través de esta red, que utiliza medios de comunicación electrónica vía Internet, es posible introducir cuestiones de interés particular para un regulador y obtener, de forma rápida y concisa, respuesta de los otros reguladores sobre la situación regulatoria en sus respectivos países o sobre el tratamiento dado o el parecer que respecto de esa cuestión se tiene. De esta forma, todos los reguladores europeos, y ciertamente la CMT, pueden decidir sobre temas concretos con un buen conocimiento del tratamiento que se les ha dado o que se les piensa dar en otros países de la Unión Europea, contribuyendo así a que no se produzcan, desde el punto de vista de la aplicación práctica de la regulación, desviaciones injustificadas que pongan en entredicho la consecución del mercado único europeo. Cuando transitoriamente, debido a las especificidades nacionales presentes aún en los mercados, la actuación armonizada no sea posible, las decisiones estarán al menos bien informadas y las diferencias en la aplicación bien fundamentadas.

La CMT considera el IRG como una pieza esencial para la consecución de los objetivos europeos en materia de telecomunicaciones y no menos esencial para dar firmeza y solidez a sus actuaciones. Por ello, mantiene una actitud proactiva que, a lo largo del año 1998 le ha llevado a asumir la presidencia semestral, a plantear la profundización y el mayor alcance de sus objetivos, a introducir elementos que aumentan su eficiencia, y a liderar las actividades de grupos de trabajo como el de análisis de costes y el que versó sobre "Poder Significativo en el Mercado".

V.1.2 Interconexión Transfronteriza

No es de extrañar que uno de los primeros temas que han sido objeto de análisis por parte del IRG haya sido el de la Interconexión Transfronteriza. Se trata de un tema que incide fuertemente en la consecución de un mercado único europeo de las telecomunicaciones, el otro gran objetivo, junto con el de liberalización, del proceso iniciado en la Unión Europea desde el 1 de enero de 1998. Además es un tema en el que la acción conjunta de los reguladores se hace imprescindible si se pretende que se produzca una evolución armónica, que evite tensiones y desequilibrios en los mercados nacionales.

Tradicionalmente, este segmento del mercado ha estado sujeto al régimen de tasas contables, según el cual, en un esquema muy básico, dos operadoras de países fronterizos liquidan sus cuentas a partir de la diferencia de tráficos entregados, afectados por una tarifa - la tasa contable - que no tiene relación directa con los costes de producción. Es el esquema seguido por las operadoras "nacionales" y, se ha utilizado en determinadas zonas del globo para financiar las redes menos desarrolladas.

El sistema quiebra en parte al liberalizarse los mercados y al aparecer nuevos operadores. Tres son entonces los aspectos a considerar. En primer lugar, el regulador de un Estado miembro debe asegurarse de que no se produce un trato discriminatorio por parte del operador establecido hacia los nuevos entrantes que operan en países fronterizos. Por otro lado, de que las tasas contables, que no están necesariamente orientadas a los costes, no suponen una barrera excesiva de entrada a los nuevos operadores. Y finalmente que las posibles bajadas en los precios de interconexión se repercutan en el usuario final.

Al objeto de analizar la situación en Europa, el IRG preparó un cuestionario común, que fue enviado a todos los operadores establecidos en los distintos países. Con él se pretendía ilustrar la situación actual y la evolución en los últimos meses. A partir de las respuestas obtenidas y del trabajo de un grupo "ad-hoc" establecido al efecto, el IRG aprobó en marzo pasado una posición común en la que, de forma resumida, se reflejan las siguientes conclusiones (el texto completo puede encontrarse en el web de la CMT). En primer lugar, que el IRG constata que la mayor parte del tráfico transfronterizo se sigue transportando bajo el régimen de tasas contables, pero que dichas tasas se están reduciendo sensiblemente, lo que evidencia que los mecanismos del mercado están comenzando a actuar. En segundo lugar, que los operadores establecidos están haciendo provisiones para terminar el tráfico transfronterizo de los nuevos operadores. Con todo ello, el IRG concluye que, si bien el mercado del tráfico transfronterizo está desarrollándose lentamente, no parecen existir barreras artificiales de entrada y, en consecuencia, que no existe la necesidad de una acción inmediata de los reguladores en estos momentos. El IRG, no obstante, continuará vigilando para ver la evolución futura.

Al hilo de este tema, cabe mencionar otros tres que, de una forma u otra son también motivo de consideración en el ámbito internacional.

En primer lugar, el impacto que la evolución del mercado del tráfico transfronterizo entre países de la Unión Europea puede tener en la posición negociadora de ésta- personalizada en la Comisión Europea - en la próxima ronda de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Más concretamente, en lo que se refiere al concepto de "Nación Más Favorecida" (qué ha sustituido, entre los países signatarios del Acuerdo WTO/GATS, al concepto de "reciprocidad", comúnmente aceptado en los tratados internacionales, y según el cual todos los países deben hacer efectivas para cualquiera de los signatarios las mejores condiciones comerciales que establezcan con uno de ellos), por el cual cuando el punto de interconexión está dentro del territorio de un determinado Estado Miembro, el operador establecido de ese Estado debe ofrecer la interconexión en las mismas condiciones a un operador no comunitario que las que ofrece a otro país comunitario.

Un segundo aspecto, puesto en evidencia por los propios operadores, surge del hecho de que una distinta implantación de las directivas de licencias e interconexión da como resultado situaciones no armonizadas y que dificultan un acercamiento común al tema del tráfico transfronterizo. Efectivamente, en el seno de la Unión Europea nos encontramos con países donde no sólo no existen las licencias individuales, sino donde ni tan siquiera se exige el registro de actividades, con otros donde tan sólo es preciso registrarse y finalmente, otros en los que el régimen de licencias individuales es más estricto y pormenorizado. Igualmente, en algunos países (España, Francia y Bélgica), se establecen distintas condiciones de interconexión según los tipos de licencias. Por último, los distintos regímenes de licencias producen una segmentación diferente del mercado; por ejemplo, en el Reino Unido existen operadores con licencia para operar únicamente tráfico internacional, lo que no se da, por ejemplo, en España. Se trata por tanto de un tema complicado y de aparente relevancia a la hora de conseguir el mercado único europeo. Esta es, sin duda, la razón de que también esté siendo tratado por la Comisión Europea.

En tercer, y último lugar, el tema de la interconexión transfronteriza, quizás por ser el primero tratado por el IRG, puso en evidencia la necesidad de analizar en qué condiciones se podía efectuar el intercambio de información entre reguladores. Esencial, por ejemplo, en el caso en el que hubiera que dirimir una disputa transfronteriza. Esta discusión se trata en el punto siguiente.

V.1.3 Confidencialidad

Tras el análisis detallado del tratamiento dado al intercambio de información por parte de administraciones públicas en las legislaciones nacionales y comunitarias, se ha llegado a la conclusión de que es preciso que los reguladores

tomen ciertas iniciativas. En primer lugar, pidiendo a la Comisión Europea su opinión respecto a si las Directivas permiten dicho intercambio de información y, en caso negativo, sugiriéndole las modificaciones que habría que efectuar, posiblemente dentro de la revisión que ahora comienza del marco regulatorio actual. En segundo lugar, explorando al nivel nacional qué tipo de iniciativas servirían para permitir dicho intercambio, como por ejemplo, la firma de un Acuerdo (Memorandum of Understanding) similar al que obra entre las Comisiones de los Mercados de Valores de los Estados Miembros de la Unión Europea.

Desde el punto de vista de la CMT, este tema, que impacta ya en un buen número de los trabajos emprendidos por el IRG, presenta un trasfondo que no conviene olvidar, cual es la reluctancia de los operadores establecidos a que se ponga en manos de los reguladores de otros Estados información que pueda descubrir y poner en riesgo sus estrategias y posiciones industriales. Por un lado, no están lejanos los días en que la separación entre los órganos reguladores y sus operadoras establecidas era prácticamente inexistente, y por otro, conviene recordar que los operadores establecidos engrosan, en prácticamente todos los Estados, la lista de nuevos entrantes.

Si bien el modelo comunitario intenta prevenir esta posible connivencia mediante la creación de las autoridades independientes de regulación, parece razonable, en la misma medida que lo es en el ámbito nacional, tomar todas las precauciones posibles para asegurar la confidencialidad de la información de las operadoras administradas. Por esta razón, la CMT está impulsando actividades en dos sentidos. La primera, armonizar el tratamiento que se da de la información en los distintos reguladores, de forma que se generen criterios y procedimientos comunes para asegurar la confidencialidad. En segundo lugar, generando procedimientos que, desnaturalizando o agregando suficientemente los datos intercambiados, permitan aún avanzar en el trabajo común y alcanzar resultados relevantes sin necesidad de exponer los datos sensibles a los otros reguladores.

V.1.4 Competencia en la Red de Acceso

Existe un consenso generalizado en afirmar que el actual marco legislativo de las telecomunicaciones, junto con la situación tarifaria en la mayoría de los países miembros, y las propias características de este segmento del mercado, hacen muy improbable que se produzcan avances significativos en el grado de competencia en la red de acceso y en los servicios de acceso directo. Muy en especial, para el segmento residencial. Este tema ha sido ya tratado en otro capítulo de esta memoria (punto IV.1.2) por lo que no nos extenderemos aquí. Es importante señalar, no obstante, que los criterios y opiniones allí vertidas se han beneficiado de las discusiones habidas en el seno del IRG.

La situación de partida de los Estados miembros, tanto legal como en la práctica es una vez más diferente. Desde países donde existe una oferta importante de red alternativa de acceso (como Bélgica, Suecia o Alemania) a otros donde la única red desplegada es la del operador establecido. Países donde el desempaquetamiento del bucle ya estaba previsto legalmente (Alemania) a otros donde, de llevarse a cabo la decisión de desempaquetamiento, el acomodo legal sería difícil. Lo que sí une a la mayoría de los países y sus reguladores, y también a la Comisión Europea, es el reconocimiento de la trascendencia del tema hasta el punto de haber abierto, o tener abiertos, debates al nivel nacional sobre la conveniencia de abrir el bucle, las posibilidades tecnológicas y económicas y su impacto en el desarrollo futuro (en especial, la consecución de un acceso generalizado con mayor ancho de banda), y las implicaciones para los distintos actores del mercado.

La CMT está participando en estos debates con el propósito de formarse un criterio bien informado, con el que mejor desarrollar su función de asesoramiento al Gobierno, y para aportar y que se tengan en cuenta las peculiaridades del mercado español.

V.1.5 Red de contactos nacionales

A modo de ilustración, a continuación se reseñan algunos de los temas sobre los que se han recogido la consideración legal, la posición de los reguladores, o la práctica en los distintos Estados Miembros y que, como se comentaba en la introducción, contribuyen a una toma de decisión bien informada y al ánimo de no introducir divergencias innecesarias en la implantación del marco legislativo europeo en los mercados nacionales:

- * Tratamiento legal y situación real de los "Derechos de paso" para los operadores.
- * Descripción de los costes de la portabilidad del número y cómo se cubren.
- * Derecho a negociar la interconexión.
- * Diagrama de tiempos en la negociación de los acuerdos de interconexión y en el establecimiento efectivo de la interconexión.
- * Regímenes y prácticas para la resolución de conflictos.
- * Categorías de licencias.
- * Acuerdos de nivel de servicio entre el operador establecido y otros.
- * Información requerida a los operadores con licencia y la base legal para su solicitud.

- * Tarifas de internet.
- * Tratamiento legal de los "revendedores".
- * Déficits de acceso.
- * Código de identificación del abonado y su supresión.
- * Tarjetas prepago.
- * Identificación del origen de las llamadas de emergencia.
- * Precios por acceso a bases de datos del operador establecido.
- * Regulación del sistema de numeración telefónica y su aplicación a los números de servicios de valor añadido e información.

V.2 UNIÓN EUROPEA

V.2.1 Introducción

La CMT mantiene una relación fluida con la Comisión Europea en las materias que son de su competencia. Durante 1998, los contactos oficiosos con el personal de la Comisión, a muy distintos niveles, se intensificaron y estrecharon. Esto nos ha permitido conocer de primera mano los temas que interesan o preocupan a la Comisión en relación a los mercados europeos de telecomunicaciones y audiovisual, y en particular sobre el mercado español. Una comunicación que facilita el trabajo para ambas instituciones y que a la CMT le permite también conocer la opinión de la Comisión sobre las soluciones regulatorias que están dando mejor resultado o están mejor alineadas hacia los objetivos de la regulación comunitaria de la que ella es garante.

La CMT ha contribuido al "Cuarto Informe de Implementación del Paquete Regulatorio", elaborado por la Comisión Europea, aportando datos sobre la situación del mercado español. En dicho informe, España aparece como uno de los países que ha incorporado sustancialmente todas las directivas comunitarias y en los que su implementación hasta el momento no presenta ninguna objeción significativa.

Por otro lado, la CMT ha participado en el año 1998 en la reunión de Alto Nivel convocada por la Comisión Europea y celebrada en Viena bajo invitación de Telekom Control, regulador independiente austríaco). En esta reunión se hizo un repaso de los temas más importantes en el ámbito de la regulación y se identificaron áreas que requieren una atención específica durante el ejercicio de revisión del marco regulador europeo de las telecomunicaciones que se iniciará en el año 1999.

Por último, la CMT ha establecido unos primeros canales con la Comisión que le permitan conocer y participar, cuando sea conveniente, de sus iniciativas para Iberoamérica. De esta forma, se intenta asegurar otro de los objetivos internacionales de la acción de la CMT, que se detalla a continuación.

V.2.2 Tarifas de interconexión fijo-móvil

En febrero de 1998 la Dirección General IV de la Comisión Europea decidió comenzar una investigación sobre las Tarifas de Interconexión fijo-móvil en el seno de la Unión Europea. En julio de 1998, como resultado de ese estudio, abría 14 expedientes en los casos en que consideraba que podía haber una distorsión de las condiciones de mercado. Entre ellos, dos a Telefónica, uno al considerar que cobraba en exceso por terminar llamadas de operadores de móviles en su red fija y otro porque consideraba que retenía una cantidad excesiva en las llamadas de fijo a móvil.

Seguidamente la Comisión se refirió a los reguladores nacionales, comunicándoles el resultado de su análisis y poniendo en sus manos la resolución de estas situaciones. En el caso de España, la actuación de la CMT, que introdujo cambios a los precios para la terminación de llamadas propuestas por Telefónica en su oferta de interconexión de referencia (O.I.R), dio como resultado el cierre del primer expediente arriba referido. En cuando al segundo, Telefónica introdujo reducciones significativas de interconexión con los dos operadores móviles.

V.2.3 Prácticas anticompetitivas en la esclavización de los terminales móviles.

En octubre, la Dirección General IV de la Comisión Europea se dirigió a los reguladores nacionales instándoles a que investigasen la existencia de posibles prácticas anticompetitivas en la esclavización de los terminales móviles (SIM-LOCK).

La CMT llevó a cabo un análisis preliminar que mostró una amplia variedad en la oferta, tanto con terminales subvencionados como no, y la comercialización, cada vez más frecuente, de los servicios móviles a través de la modalidad de prepago. En líneas generales, todos los operadores permiten la liberación de los terminales subvencionados pasado un año de su compra sin ningún cargo, o antes de ese periodo tras pagar una cantidad que

se considera razonable para cubrir los costes del subsidio.

Con todo ello, y atendiendo además al hecho de que un nuevo operador acababa de entrar en el mercado, la CMT comunicó a la Comisión que no observaba, en estos momentos, ninguna práctica que hiciese necesaria su intervención.

V.2.4 Comité de Alto Nivel de los Reguladores

Este Comité ha sido creado por las Direcciones Generales XIII y IV de la Comisión Europea. A él asisten, además de los Directores Generales y de personal técnico de ambas Direcciones, representantes de alto nivel de los dos órganos reguladores de cada Estado miembro, el encargado del desarrollo de nuevas políticas de telecomunicaciones - normalmente en los Ministerios del ramo - y el encargado de su aplicación (Autoridad Nacional de Reglamentación, según la jerga comunitaria).

Inicialmente se diseñó como un Comité en el que analizar y discutir el progreso de la transposición de la legislación comunitaria a las legislaciones nacionales. En la actualidad, está siendo utilizado por la Comisión para seguir la implantación de esa legislación y para presentar a la discusión de los asistentes sus nuevas propuestas e iniciativas de actuación. Las más destacadas se recogen a continuación.

V.2.5 Revisión del marco regulatorio Europeo de las telecomunicaciones

A lo largo de 1998 la Comisión Europea ha comenzado a poner sobre la mesa los aspectos regulatorios que considera deben ser objeto de revisión. Esta revisión presenta, a nuestro juicio, dos motivaciones. De un lado, el compromiso político del propio ejecutivo comunitario (plasmado en las Directivas fundamentales, como la ONP marco y líneas alquiladas, interconexión, telefonía básica, que fijan su revisión en el año 1999), de considerar una adecuación de la regulación sectorial a la previsible evolución de los mercados (nuevas tecnologías, nuevos negocios y mayor nivel de competencia) con un horizonte de aplicación situado en torno al año 2003.

De otro, la revisión de aquellos aspectos más puntuales de la legislación que, tras su implantación, hayan mostrado debilidades o inconsistencias, o que en el proceso de transposición a las legislaciones nacionales hayan dado como resultado prácticas poco o nada armonizadas.

Aunque nos encontramos en las primeras etapas del proceso, sí se puede ya anticipar algunos de los aspectos en los que la Comisión desea centrar el debate:

En primer lugar, considerar una nueva relación entre la regulación sectorial específica y la regulación horizontal de la competencia. En segundo lugar, una nueva relación entre los ámbitos regulatorios comunitarios y los nacionales. Y por último, el impacto de las nuevas tecnologías y los nuevos negocios.

El primer aspecto, en nuestra opinión, debe entenderse principalmente en términos de un equilibrio entre el fomento de las inversiones y el mantenimiento de un mercado abierto y con una correcta formación de los precios. Se trata de un difícil equilibrio, pero imprescindible si se desea maximizar el beneficio del ciudadano.

Con una perspectiva temporal, no nos olvidemos de que estamos pensando en el año 2003 como muy pronto, cabría decir que pasaríamos de una situación, la actual, en la que el propósito fundamental es la apertura de los mercados nacionales a nuevos operadores, a otra en que el objetivo sería ya conseguir una competencia sostenible compatible con el gran cambio tecnológico - y con la aparición de nuevos negocios y nuevos agentes - que debe resultar en un cambio en los modos en que nuestra sociedad se relaciona y hace negocios. Compatible igualmente con la globalización y sus consecuencias, tales como la concentración y la alianza entre empresas.

Este último punto incide también sobre el segundo aspecto: el equilibrio entre la autoridad comunitaria y la de los Estados miembros y la necesidad de coordinación. En especial, cuando se concibe un marco regulatorio menos detallado y más flexible. Es difícil ahora anticipar cual sería el mejor modelo. De hecho, es difícil anticipar también los perfiles del regulador del 2003. En cualquier caso, la CMT está impulsando la consolidación del IRG como instrumento útil hoy en día para los reguladores y como aportación de estos a la armonización de los mercados. La experiencia de este grupo puede servir de ilustración para la discusión y el debate.

El último de los aspectos tiene que ver con la convergencia de los medios. A este efecto, la Comisión Europea publicó en diciembre de 1997 un Libro Verde al que la CMT contribuyó con sus aportaciones, que de forma muy resumida serían las siguientes:

- a) Partir de los marcos actuales de los diversos sectores, que deben servir de base para los elementos comunes que irán configurando el marco común del macrosector.
- b) Sólo algunos servicios muy peculiares requerirán una completa regulación "ex novo".
- c) Es previsible que surjan algunos elementos comunes a los tres sectores, configurando un nuevo marco que dé cobertura a lo que, durante algún tiempo, seguirán siendo tres normativas diferentes.

Considerando el proceso de revisión de la legislación de forma global, podemos decir que la CMT favorece un acercamiento "incremental" o de evolución ante otros que propugnan una modificación radical que conlleve un nuevo marco regulatorio. El tremendo esfuerzo que la definición de un marco totalmente nuevo supone - tanto al nivel comunitario como al nacional -, la inoportunidad en el tiempo, que puede crear el desconcierto entre los agentes al coincidir prácticamente con la apertura de los mercados, y si se nos permite traer aquí el aforismo, que lo "optimo es enemigo de lo bueno", parecen aconsejar modificar el actual marco según surgen las necesidades, relajando algunas reglas según se incrementa el nivel de competencia, antes que replantearse "en frío" el actual paquete regulatorio.

En cualquier caso, la iniciativa de la Comisión debe servir como detonante para una reflexión sobre donde estamos y a donde queremos y - con las expectativas actuales - podemos llegar. Una vez más es importante que el debate se produzca también a nivel nacional. En este sentido la CMT desea jugar un papel dinamizador y catalizador entre los agentes del sector que permita al mercado español estar bien representado en evoluciones futuras del marco regulatorio.

V.3 IBEROAMÉRICA

La CMT, como administración pública española, desea contribuir activamente, en el ámbito de sus competencias, a los objetivos históricos de la política nacional hacia Iberoamérica, estrechando las relaciones institucionales con sus homólogos del subcontinente americano.

Una relación que le permite además conocer de primera mano las prácticas regulatorias en la zona y sus consecuencias sobre los mercados; conocimiento que es aún de mayor utilidad si se considera la práctica coincidencia entre los agentes presentes en España y en Iberoamérica y la existencia, aunque aún no esté totalmente desarrollado, de un mercado hispanohablante de las comunicaciones.

En septiembre de 1998 se llevó a cabo la firma del acta fundacional de REGULATEL. Al acto, que fue presidido por el Presidente Constitucional de la República de Guatemala, asistió la CMT como invitado de honor. Posteriormente, participó como observador, en las jornadas de trabajo de REGULATEL, en las que, además de aspectos prácticos del funcionamiento del grupo, se trataron temas como las tasas contables, los sistemas de análisis e imputación de costes, y actividades comerciales como el "by-pass", el "call-back" y el "re-filing" en el tráfico internacional, y se presentó la nueva página web del grupo (www.regulatel.org).

La CMT apoyó también al activo regulador colombiano (CRT) con su presencia institucional en las Jornadas Internacionales de la CRT que, en septiembre de 1998, versaron sobre el tema "Apertura e Interconexión", presentando la regulación y la situación del mercado.

Por último, la CMT ha prestado su apoyo a los reguladores iberoamericanos que lo han solicitado. Así, en dos ocasiones participó en Perú a petición del regulador peruano OSIPTEL, encaminadas al desarrollo de un nuevo marco liberalizador de las telecomunicaciones. Esta asistencia se continuó posteriormente desde España con el intercambio de información. También se ha aportado información al regulador venezolano CONATEL y al costarricense sobre costos y cuotas de interconexión. Finalmente, se recibió a un miembro del regulador chileno interesado en los métodos de análisis y auditoria de costes de los operadores de telecomunicaciones.

V.4 ORGANISMOS INTERNACIONALES Y OTRAS RELACIONES INTERNACIONALES

Durante el año 1998, la CMT ha intensificado su presencia en los organismos internacionales de telecomunicaciones, participando en el desarrollo de aquellos temas que se refieren a materias que son de su competencia. Así, ha participado en las reuniones de los grupos técnicos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y ha estado presente en los grupos de trabajo técnicos y en las reuniones plenarias de ECTRA (Comité Europeo de Asuntos Regulatorios de Telecomunicaciones), el órgano para telecomunicaciones del CEPT (Conferencia Europea Postal y de Telecomunicaciones).

Igualmente, la CMT participó en una reunión hispano-norteamericana sobre asuntos regulatorios celebrada en Madrid y organizada por la Secretaría General de Comunicaciones y recibió en su sede al Presidente del órgano regulador de la India.