

ACUERDO DE LA SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA POR EL QUE SE EMITE INFORME A LA SECRETARÍA DE ESTADO DE AVANCE DIGITAL RELATIVO A LAS CONDICIONES COMPETITIVAS DEL MERCADO MINORISTA DE ACCESO TELEFÓNICO FIJO Y LA ASEQUIBILIDAD DE ESTE SERVICIO

INF/DTSA/144/19/INFORME ASEQUIBILIDAD 2019

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Benigno Valdés Díaz
D. Mariano Bacigalupo Saggese
D. Bernardo Lorenzo Almendros
D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 21 de noviembre de 2019

I. OBJETO DEL INFORME Y HABILITACIÓN COMPETENCIAL

I.1 Objeto y descripción del informe

Con fecha 18 de octubre de 2019 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC o Comisión) escrito de la Secretaría de Estado para el Avance Digital (en adelante, la SEAD) del Ministerio de Economía y Empresa (en adelante, MINECO) por la que se solicita *“informe sobre la evolución y la situación competitiva actual del mercado correspondiente al servicio telefónico fijo comercializado de forma independiente, así como la incidencia en este mercado de otros que pudieran resultar equivalentes con dicho servicio de telefonía fija, valorando en su caso el grado de sustituibilidad existente, los precios y otros factores que influyen en la misma”*.

Además, el MINECO también solicita informe de la CNMC sobre *“la posible incidencia de la modificación de precios comunicada en relación con el objetivo de garantizar la asequibilidad del servicio universal de telecomunicaciones y, concretamente, si con los incrementos propuestos los abonados afectados dejarían de disponer de una oferta asequible del mercado correspondiente al servicio telefónico fijo comercializado de manera independiente, así como la incidencia en este mercado de otros que pudieran resultar equivalentes con*

dicho servicio de telefonía fija, valorando en su caso el grado de sustituibilidad existente, los precios y otros factores”.

La solicitud de informe viene motivada por la notificación de Telefónica a la SEAD de [CONFIDENCIAL].

Tabla 1. Precios vigentes y propuestos por Telefónica de la cuota de línea y diversas llamadas desde teléfono fijo (sin IVA)

Concepto/Servicio	Importe actual	Importe previsto
Línea individual STB	14,3790 €/línea y mes	[...]
Llamadas metropolitanas ¹	0,0154 €/min	[...]
Llamadas provinciales	0,0154 €/min	[...]
Llamadas interprovinciales	0,0741 €/min	[...]
Llamadas fijo-móvil (horario normal)	0,1595 €/min	[...]
Llamadas fijo-móvil (horario reducido)	0,1029 €/min	[...]

Las propuestas de subidas del precio de la cuota de línea de acceso al servicio telefónico básico comunicadas por Telefónica han sido objeto de dos informes anteriores. Estos informes, acordados por la Sala de Supervisión Regulatoria con fechas de 16 de febrero de 2017 y 2 de febrero de 2018, fueron solicitados por la Secretaría de Estado de Sociedad de la Información y Agenda Digital del entonces Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital para conocer el impacto que tendría el aumento del precio de la cuota de línea sobre la asequibilidad del servicio en cuestión².

En el primero de dichos informes, esta Sala señaló que “se concluye que la subida de precios afecta negativamente a la asequibilidad del servicio de acceso” y “afecta especialmente a la asequibilidad por parte de los colectivos de rentas más reducidas”. En 2018, esta Sala acordó que el mercado de acceso telefónico fijo se caracterizaba por un escaso dinamismo, por lo que aún eran aplicables las conclusiones del primer informe sobre la asequibilidad del servicio telefónico fijo.

¹ Además del precio por minuto, todas las llamadas (metropolitanas, provinciales, interprovinciales, etc.) tienen un precio de establecimiento igual a 0,1544 euros (sin IVA). Este precio se mantendría sin cambios.

² Ver expedientes INF/DTSA/015/17 e INF/DTSA/237/17, respectivamente.

A través del presente documento, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia da cumplimiento a la solicitud formulada por el MINECO.

I.2 Habilitación competencial

El artículo 70.2 l) de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones (en adelante, LGTel) incluye entre las funciones de esta Comisión la de *“ser consultada por el Gobierno y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo³ en materia de comunicaciones electrónicas, particularmente en aquellas materias que puedan afectar al desarrollo libre y competitivo del mercado. Igualmente podrá ser consultada en materia de comunicaciones electrónicas por las comunidades autónomas y las corporaciones locales.*

En el ejercicio de esta función, participará, mediante informe, en el proceso de elaboración de normas que afecten a su ámbito de competencias en materia de comunicaciones electrónicas”.

El presente informe se emite, por tanto, al amparo de la mencionada competencia que ostenta esta Comisión.

II. SITUACIÓN COMPETITIVA DEL MERCADO MINORISTA DE ACCESO TELEFÓNICO DESDE UBICACIONES FIJAS: SERVICIO DE ACCESO TELEFÓNICO FIJO

En esta sección se realiza el análisis del contexto competitivo del mercado de servicio telefónico fijo y se responden a algunas de las alegaciones presentadas por Telefónica en su escrito al MINECO.

En primer lugar, se resume el contenido del análisis del mercado de originación y acceso mayorista al servicio telefónico fijo más reciente con objeto de identificar el mercado minorista relevante para valorar la subida notificada por Telefónica. En segundo lugar, se presentan varios indicadores referidos a la evolución de los mercados minoristas de acceso y tráfico telefónico fijo. En tercer lugar, se valora la existencia, o no, de productos sustitutivos del servicio de acceso telefónico fijo. En último lugar, se analiza la subida notificada por Telefónica teniendo en cuenta la práctica internacional y la evolución de ingresos y costes recogidos en su contabilidad de costes.

³ Actualmente estas competencias recaen en el Ministerio de Economía y Empresa, del que depende la Secretaría de Estado para el Avance Digital.

II.1 Mercado minorista de acceso telefónico fijo

La Resolución de esta Sala de 17 de enero de 2017 abordó la definición y análisis del mercado minorista de acceso a la RTPF⁴ (en adelante, mercado 1/2007). Este mercado se corresponde con el mercado 1 de la Recomendación de 2007⁵. En la citada Resolución también se procedió a definir y analizar el mercado mayorista de originación y acceso telefónico en ubicaciones fijas (mercado 2/2007). Ninguno de estos dos mercados forma parte del listado de mercados susceptibles de regulación sectorial *ex ante* que figura en la Recomendación de mercados de 2014, actualmente en vigor.

Según se establece en la mencionada Resolución de 17 de enero, este mercado incluye los servicios de acceso propiamente dichos (puesta a disposición de los recursos que permitan el disfrute del STDP desde un punto de terminación no móvil) y las facilidades adicionales asociadas al mismo (tales como la llamada en espera o el servicio contestador).

Desde la perspectiva de producto, se identificaron dos submercados diferenciados: (i) el segmento del mercado que integra el mercado de masas, que engloba a aquellos clientes que no estén adscritos a planes específicos de negocios, y (ii) el segmento del mercado formado por clientes empresariales que reciben ofertas personalizadas y de mayor complejidad. En ambos casos, la dimensión geográfica del mercado tiene alcance nacional.

La anterior revisión de este mercado tuvo lugar mediante la Resolución de 13 de diciembre de 2012⁶. En ella se identificó a Telefónica de España, S.A.U. (en adelante, Telefónica) como operador con poder significativo de mercado (PSM) y se le impuso un conjunto de obligaciones regulatorias. No obstante, en dicha revisión se retiró la obligación de control de precios que tenía impuesta hasta entonces Telefónica. Es decir, desde el año 2012 la cuota minorista de acceso RTPF no está sujeta a regulación por parte de la CNMC.

El análisis del mercado que tuvo lugar en la Resolución de 17 de enero de 2017 concluyó que, si bien se ha producido cierta mejora en sus condiciones competitivas con respecto a las observadas en la Resolución de 2012, persisten ciertos problemas de competencia:

⁴ Red Telefónica Pública Fija.

⁵ Recomendación 2007/879/CE de la Comisión, de 17 de diciembre de 2007, relativa a los mercados pertinentes de productos y servicios dentro del sector de las comunicaciones electrónicas que pueden ser objeto de regulación *ex ante* de conformidad con la Directiva 2002/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a un marco común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas.

⁶ Resolución MTZ 2013/1302.

- En primer lugar, Telefónica cuenta con una cuota de mercado muy elevada, especialmente en términos de ingresos. Asimismo, se constató que cuando el servicio de acceso telefónico fijo se comercializa a través de empaquetamientos, la competencia es más intensa que cuando se hace de manera separada. En el momento en que tuvo lugar el análisis de mercado los clientes que contrataban este servicio de manera aislada –no empaquetada– representan un 33,58% del total. Según el *Informe Anual 2018* de la CNMC, el más reciente publicado hasta la fecha, esta magnitud se mantiene prácticamente inalterada, situándose en el 33,45%.
- Además, se identificaron determinados segmentos de clientes cuya captación resulta menos atractiva, como los clientes de mayor edad o los que residen en municipios de menor tamaño. Estos clientes presentan una tendencia menor a contratar el servicio de banda ancha o el servicio de telefonía móvil, lo que les hace menos atractivos a los operadores alternativos.
- En el segmento empresarial se observó que la cuota de Telefónica del servicio de acceso telefónico es particularmente elevada con respecto a la del segmento residencial.

Con el propósito de facilitar que todos los tipos de clientes pudieran acceder a las ofertas de los operadores alternativos, facilitando así la competencia en el mercado minorista de acceso telefónico, en el marco del expediente de definición y análisis de los mercados 1/2007 y 2/2007, la CNMC decidió mantener la regulación mayorista del mercado 2/2007. En particular, la obligación de Telefónica de proveer a terceros el servicio AMLT permite eliminar las barreras a la entrada a las que se enfrentan los operadores alternativos para poder ofrecer a sus clientes el servicio de acceso telefónico. En cuanto al mercado 1/2007, esta Sala de Supervisión Regulatoria procedió a retirar las escasas obligaciones que quedaban vigentes.

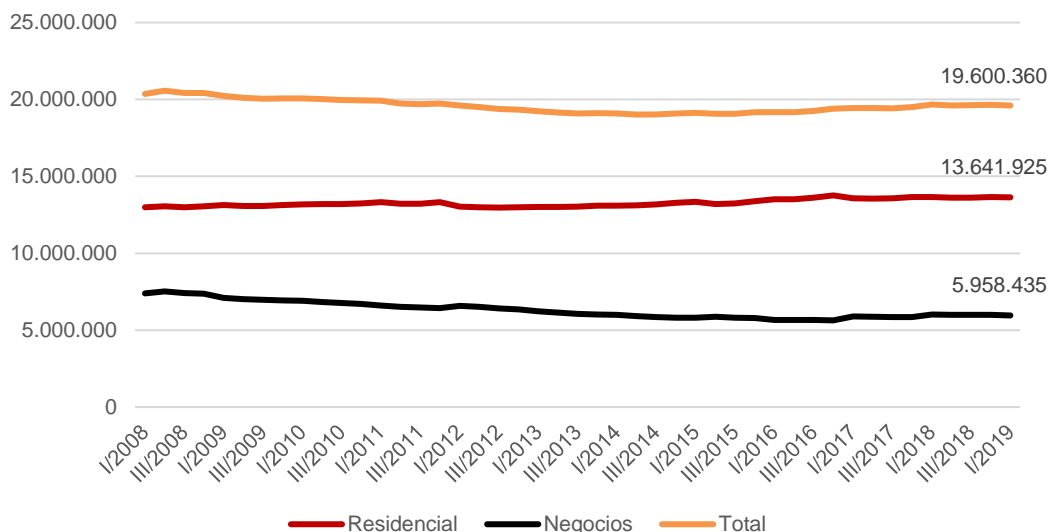
II.2 Evolución general del mercado

II.2.1 Acceso telefónico fijo

Según datos del *I Informe Trimestral* de la CNMC de 2019, el número de líneas de acceso telefónico fijo asciende a 19.600.360, lo que representa un incremento de 3,73% respecto al número de líneas del primer trimestre de 2008. En la evolución del número de líneas durante el periodo señalado se advierten diferencias entre los clientes del segmento residencial y los de negocios. Así, las líneas en el segmento residencial crecieron moderadamente –su número se ha incrementado un 5,10%–, mientras en el de negocios se redujeron de manera

sensible entre 2008 y 2019, habiendo perdido un total de 1.422.130 líneas⁷ (o el 19,27% del total).

Gráfico 1. Evolución de las líneas de acceso telefónico (2008-2019)

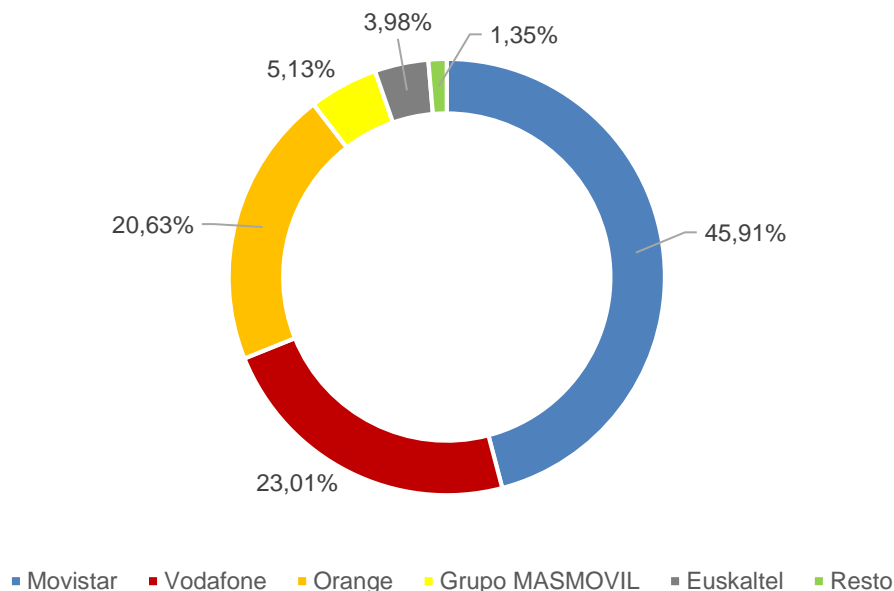


Fuente: Informes Trimestrales CNMC.

Las cuotas de mercado muestran que Telefónica ostenta una posición destacada con respecto a sus competidores, incluso a pesar de que su cuota va reduciéndose progresivamente. Según el *I Informe Trimestral* de la CNMC de 2019, la cuota de mercado de Telefónica en términos de líneas de acceso RTPF se sitúa en el 45,91% (ver gráfico 2).

⁷ Datos procedentes de los Informes Trimestrales publicados por la CNMC (entre el *I Trimestre de 2008* y el *I Trimestre de 2019*)

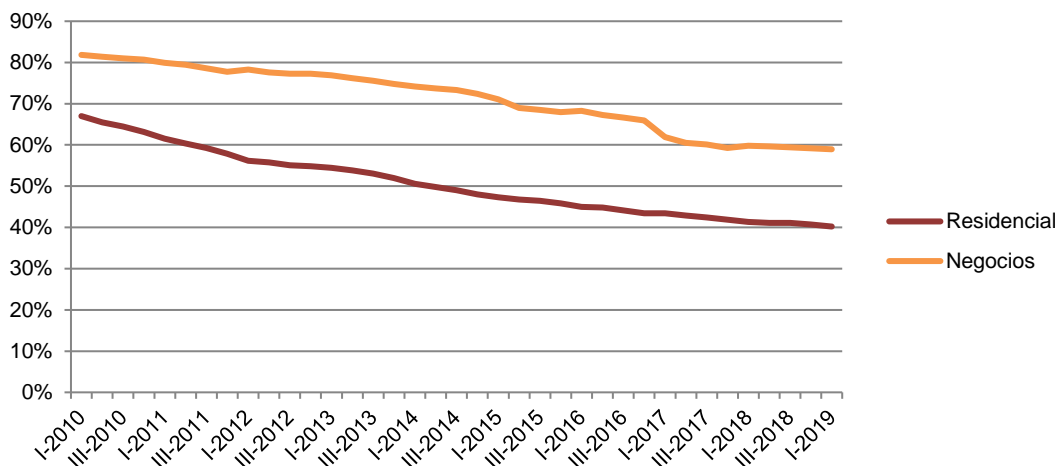
Gráfico 2. Cuotas de mercado en función del número de líneas (T1-2019)



Fuente: Informe Trimestral CNMC.

La evolución de las cuotas de mercado de Telefónica en el mercado de telefonía fija refleja que persisten diferencias apreciables entre el segmento residencial y el de negocios. Como se puede observar en el gráfico 3, estas diferencias se acentuaron en los años inmediatamente previos a 2017, periodos en los que se maximizó la diferencia entre las cuotas de mercado de Telefónica en el segmento de negocios y residencial. Tras un breve ajuste, la cuota de mercado de Telefónica en el citado segmento empresarial mantiene una trayectoria estable y continúa situándose alrededor del 60%. En términos de líneas, la diferencia entre las cuotas de mercado de ambos segmentos es de 18,74 puntos porcentuales (*I Trimestre de 2019*).

Gráfico 3. Cuota de mercado de Telefónica del servicio de acceso telefónico en los segmentos residencial y empresarial (en términos de líneas)



Fuente: Informes Trimestrales CNMC.

Debe tenerse en cuenta que los datos expuestos en los párrafos precedentes se refieren al conjunto de clientes de acceso RTPF, incluyéndose tanto los clientes que lo contratan conjuntamente al servicio de banda ancha como aquellos otros que únicamente contratan los servicios de acceso y tráfico telefónicos (es decir, clientes sin banda ancha).

Esta cuestión es relevante, puesto que las condiciones de competencia no son homogéneas entre ambos grupos de clientes. Esta circunstancia fue puesta de manifiesto en la Resolución de análisis de los mercados 1/2007 y 2/2007, según los términos que siguen:

- Por un lado, el incremento de la penetración de los servicios de acceso a Internet de banda ancha ha elevado la presión competitiva que soporta Telefónica en una parte importante del mercado de referencia, que se corresponde con los clientes que adquieren el servicio de acceso telefónico como parte de un empaquetamiento de banda ancha. Los clientes pertenecientes a este segmento representan aproximadamente dos tercios del total de clientes del servicio minorista de acceso telefónico.
- Por otro lado, Telefónica afronta una presión competitiva menos intensa por parte de los operadores alternativos en el segmento de la demanda integrado por los clientes del servicio de acceso RTPF que lo contratan básicamente para el uso del STDP (es decir, no empaquetado con el servicio de acceso a Internet de banda ancha).

Los **clientes 1P** representan un 33,45% del total del mercado (es decir, 4,3 millones de clientes, tanto residenciales como empresariales⁸).

Los clientes que constituyen este último segmento tienen menor atractivo para los operadores alternativos, pues reportan menores ingresos –y generan menor rentabilidad– que los clientes de servicios empaquetados. Además, los clientes de este segmento se identifican con los de mayor edad y con una menor propensión al cambio⁹.

La información contenida en la siguiente tabla es un indicador de tal extremo. En ella se expone el porcentaje de líneas de acceso de los diferentes operadores según estén o no empaquetadas con el servicio de acceso a Internet banda ancha, mostrando que Telefónica tiene una cuota de mercado del 65,88% en el grupo de clientes 1P y del 39,83% entre aquellos clientes que también contratan banda ancha. La diferencia de 26,04 puntos porcentuales entre el porcentaje de líneas de Telefónica en uno y otro subconjunto de clientes resulta significativa.

Tabla 2. Número de líneas de acceso telefónico total del mercado y cuotas de mercado de Telefónica según segmento y según método de comercialización

	Todas las líneas de acceso		Líneas de acceso empaquetadas con banda ancha		Líneas de acceso fuera de paquetes de banda ancha	
	Nº de líneas total del mercado	Cuota de Telefónica	Nº de líneas total del mercado	Cuota de Telefónica	Nº de líneas total del mercado	Cuota de Telefónica
Segmento residencial	13.641.925	40,21%	12.260.691	36,24%	1.381.234	75,47%
Segmentos empresas	5.958.435	58,95%	2.770.302	55,75%	3.188.133	61,72%
Total (ambos segmentos)	19.600.360	45,91%	15.030.993	39,83%	4.569.367	65,88%

Fuente: I Informe Trimestral 2019 CNMC

La tabla 2 también denota que la cuota de mercado de Telefónica en el grupo que clientes 1P pertenecientes al segmento residencial es extremadamente elevada, situándose en el 75,47%. En el segmento residencial, sólo

⁸ Datos del *Informe Anual 2018 de la CNMC*.

⁹ Apoyándose en la información del Panel de Hogares CMT-Red.es, en el análisis de mercados se justificó que los clientes mayores de 65 años mostraban una menor propensión al cambio de operador, a la sustitución de acceso fijo por el acceso móvil y a la contratación de empaquetamientos de banda ancha.

[CONFIDENCIAL] clientes contratan servicios 1P a operadores distintos de Telefónica.

El análisis de los mercados 1/2007 y 2/2007 mostró que el perfil socioeconómico de los clientes 1P del segmento residencial presenta ciertas características particulares. Apoyándose en datos procedentes del *Panel de Hogares CNMC-Red.es*, el análisis de los referidos mercados mostró que la contratación de servicios 1P se realizó principalmente por: (i) hogares ubicados en municipios de menos de 10.000 habitantes, (ii) hogares cuyos miembros superaron los 65 años de edad y (iii) hogares de clase social baja o media baja¹⁰.

En definitiva, aunque en términos generales el mercado minorista de acceso RTPF se desarrolla de manera competitiva, el segmento de la demanda integrado por clientes 1P presenta unas características particulares. Este tipo de clientes, que contratan muy mayoritariamente los servicios de Telefónica, es el que se vería más afectado por la subida de precios notificada por Telefónica al MINECO¹¹ que se analiza en el presente Informe. La sección II.4 del presente documento aborda esta cuestión con mayor profundidad.

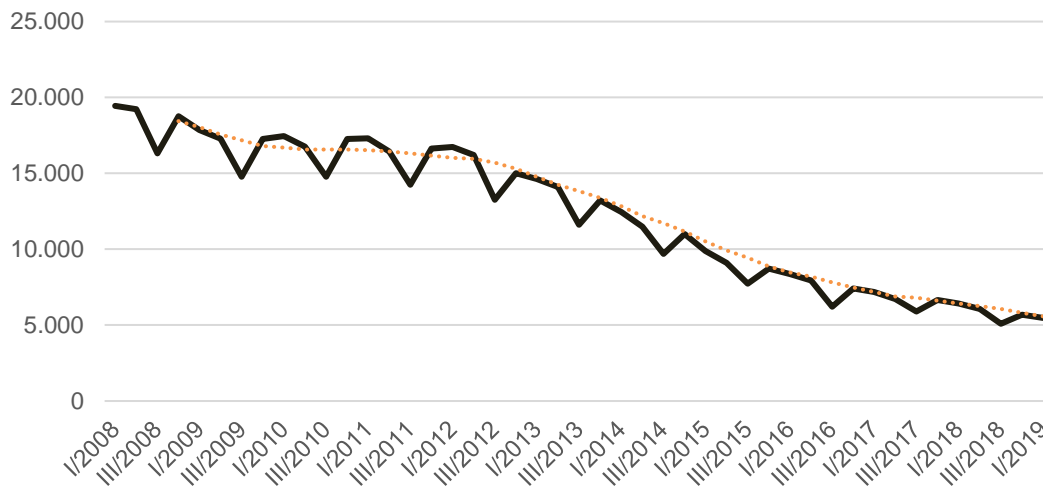
II.2.2 Tráfico telefónico fijo

El servicio minorista de tráfico telefónico fijo –que no se encuentra sujeto a regulación– ha experimentado una notable reducción de su importancia en los últimos años. Como se observa en el gráfico 4, entre el primer trimestre de 2008 y el primero de 2019 el tráfico se ha reducido un 71,38%. Debe tenerse en cuenta el incremento del tráfico móvil como consecuencia, entre otros factores, de la generalización de los empaquetamientos de banda ancha 4P y 5P.

¹⁰ La variable clase social se construye teniendo en cuenta el tipo de actividad y el nivel de estudios, tomando como referencia la definición de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC).

¹¹ Como se ha dicho, no se verán afectados por la medida de Telefónica los clientes que tengan contratado el servicio de acceso telefónico RTB como parte de un empaquetamiento de banda ancha (como, por ejemplo, los clientes de Fusión). Tampoco los que tengan un empaquetamiento 1P que incluya cuota de abono y llamadas. La subida afectará a clientes que contraten la cuota de abono junto con Dúos y Tríos de Telefónica y los clientes 1P sin ningún tipo de paquete. Estos últimos serán a los que la subida supone un mayor impacto en términos porcentuales respecto su factura mensual media.

Gráfico 4. Evolución del tráfico telefónico fijo (en términos de minutos)

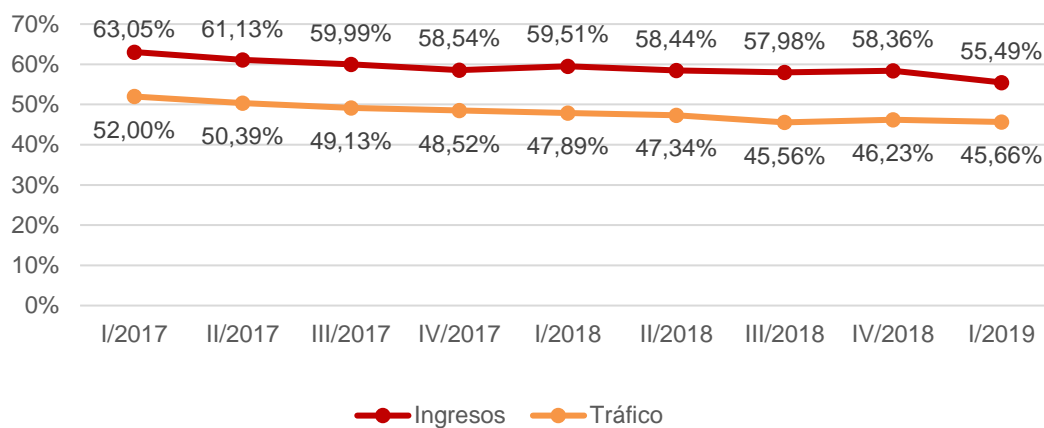


Fuente: Informes Trimestrales CNMC

En cuanto a la distribución del tráfico, en el gráfico 5 se observa la evolución de las cuotas de mercado de Telefónica en términos de tráfico y de ingresos. La cuota a principios de 2019 ascendía a un 45,66% en términos de tráfico y un 55,49% en términos de ingresos. En todo caso, esta cuota es del total del tráfico telefónico, incluyendo empaquetamientos y tarifas planas, que representan la mayoría del tráfico¹². La cuota de mercado de Telefónica en el tráfico asociada a líneas 1P guardaría más similitud con la cuota de acceso 1P, que como se ha mencionado se sitúa en torno al 75%.

¹² Aproximadamente el 80% del tráfico cursado está vinculado a tarifas planas.

Gráfico 5. Evolución de la cuota de mercado de Telefónica en el servicio telefónico fijo, en términos de tráfico e ingresos (2017-2019)



Fuente: Informes Trimestrales CNMC.

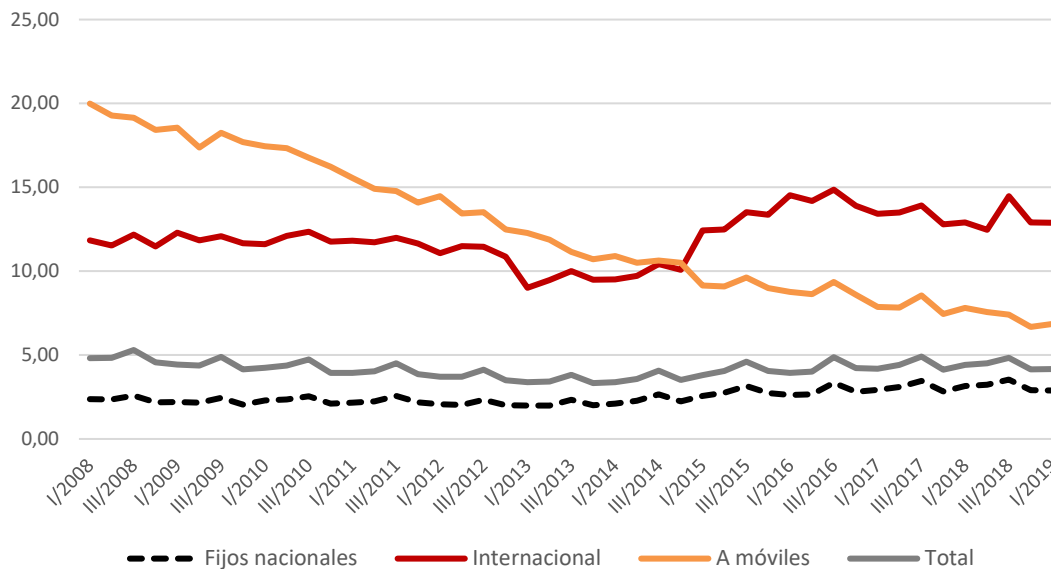
Por otro lado, la evolución del ingreso medio por minuto de tráfico se ha caracterizado por una reducción generalizada, con la excepción del ingreso medio correspondiente al tráfico internacional.

Como muestra la figura 6, en la actualidad el ingreso medio de estos tráficos en el mercado español se sitúa en 4,16 céntimos por minuto, por debajo de los precios nominales que actualmente aplica Telefónica. Suponiendo una duración de tres minutos por llamada desde teléfono fijo, con los precios nominales vigentes, un cliente de Telefónica pagaría unos precios por minuto de 12,66 céntimos y 18,83 céntimos por sus llamadas a fijos y móviles, respectivamente¹³. En términos relativos, estos precios superan el ingreso medio por llamada desde teléfono fijo del mercado en un 202% y un 353%, respectivamente.

La disparidad entre dichos precios nominales y el ingreso medio del mercado se debe, fundamentalmente, a que la mayoría de tráfico desde teléfonos fijos se realiza desde líneas que disponen de una tarifa plana de llamadas (es decir, desde líneas que incluyen un bono de llamadas a fijos o móviles o, simplemente, incluyen una cuantía ilimitada de éstas). Actualmente, la práctica totalidad de líneas de banda ancha de Telefónica cuentan con una tarifa plana nacional de voz que incluye llamadas ilimitadas a fijos y, en algunos casos, a móviles. En términos de tráfico, según la estimación de esta Comisión, más del **[CONFIDENCIAL]** del tráfico residencial se habría cursado a través de tarifas planas en el cuarto trimestre de 2018.

¹³ Este cálculo incluye el precio de establecimiento de llamada y, en el caso de la llamada fijo-móvil, utiliza un *mix* del precio en horario normal (60%) y horario reducido (40%).

Gráfico 6. Evolución del ingreso medio del tráfico telefónico fijo (céntimos de euro por minuto)



Fuente: Informes Trimestrales CNMC.

El incremento del precio por minuto que Telefónica ha notificado afecta únicamente a aquellos clientes que no cuentan con una tarifa plana de voz, en su gran mayoría clientes sin banda ancha (es decir, clientes 1P).

Por tanto, las conclusiones expuestas en el apartado anterior a propósito del acceso telefónico fijo sobre (i) la mayor cuota de mercado de Telefónica en el grupo de clientes 1P, y (ii) las particularidades socioeconómicas de este grupo de clientes son trasladables al servicio de tráfico telefónico fijo.

II.3 Sustituibilidad fijo-móvil

En su escrito de 18 de octubre, el MINECO solicita a la CNMC que valore “*la incidencia en [el mercado de acceso telefónico RTPF] de otros que pudieran resultar equivalentes con dicho servicio de telefonía fija, valorando en su caso el grado de sustituibilidad existente, los precios y otros factores*”.

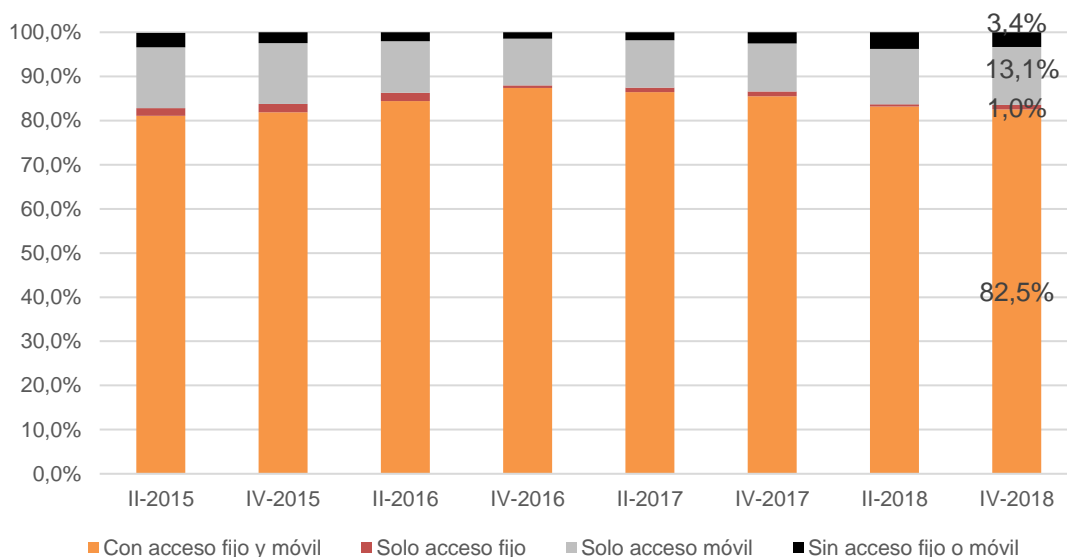
A juicio de esta Comisión, la principal cuestión a dirimir en el presente apartado es la concerniente a la sustituibilidad entre los accesos telefónicos fijos y los accesos telefónicos prestados a través de la red de telefonía móvil.

II.3.1 Carácter complementario de los accesos fijos y móviles

La Comisión Europea, en la *Nota Explicativa* de la Recomendación de mercados relevantes de 2014, sostiene que, a nivel general europeo, los servicios fijos y móviles no son lo suficientemente sustitutivos para considerarse dentro del mismo mercado relevante.

En el caso del mercado español, la conclusión fue la misma. Los usuarios perciben la telefonía móvil como complementaria de la telefonía fija, y no como sustitutiva. De hecho, según la última información disponible del *Panel de Hogares de la CNMC*, el 82,5% de los hogares españoles cuenta con ambos servicios. Como se puede apreciar en el gráfico 7, este porcentaje creció de forma sostenida hasta el cuarto trimestre de 2016, cuando alcanzó el máximo de 87,4%, y desde entonces ha disminuido lentamente. La reducción del porcentaje de hogares que tienen contratado acceso telefónico fijo, pero no acceso móvil se explica fundamentalmente por el hecho de que éstos incorporan el servicio de telefonía móvil, pero manteniendo el servicio telefónico fijo. No se trata, por tanto, de la sustitución de un tipo de acceso por el otro.

Gráfico 7. Evolución de los hogares en función de los accesos telefónicos contratados



Fuente: Panel de Hogares CNMC.

El último estudio *E-communications and Telecom Single Market Household Survey* de la Comisión Europea, publicado en julio de 2018, muestra que el porcentaje de hogares que cuentan tanto con telefonía fija como móvil es más elevado en España que en el conjunto de la Unión Europea¹⁴. Por otro lado, en el marco del análisis de los mercados 1/2007 y 2/2007, esta Sala calculó la tasa de sustitución fijo-móvil trimestral correspondiente al periodo comprendido entre el primer trimestre de 2014 y el primero de 2015, que fue del 0,35%. Es decir, cada trimestre un 0,35% de los hogares con acceso telefónico fijo, lo abandonan y mantienen o contratan un acceso móvil.

¹⁴ Los porcentajes que figuran en este estudio difieren de los publicados por la CNMC, debido a diferencias metodológicas y de la propia fuente de la información. Guardando esta salvedad, a través de los datos de este estudio es posible determinar las diferencias relativas entre los diferentes países europeos.

Los datos analizados llevan a concluir que, para la mayoría de los usuarios, ambos tipos de acceso presentan un carácter complementario, pues la sustituibilidad sólo se aprecia en segmentos de la demanda muy localizados y poco representativos.

III.3.2 Servicios *home zone*

Los productos *home zone* permiten a los clientes disfrutar de un servicio de acceso telefónico en una ubicación fija, asociado a una numeración fija, provisto a través de redes de telefonía móvil.

Desde la perspectiva de producto, los servicios *home zone* se consideran incluidos en la definición del mercado 1/2007 realizada en la Resolución de 17 de enero de 2017.

Hasta el momento, los únicos operadores que están prestando de manera relevante este tipo de servicios son *Vodafone* y *Orange*, a través de sus respectivos productos *Vodafone en tu casa* y *Mi Fijo de Orange*. Estos operadores, en tanto OMR¹⁵, tienen la posibilidad de autoprestarse el servicio de acceso móvil para proveer a determinados clientes un servicio *home zone* de prestaciones similares a las del servicio telefónico fijo. Los precios de los productos *home zone* son más reducidos que los del servicio de telefonía fija de Telefónica, pues incluyen además tarifas planas de llamadas nacionales (un servicio adicional al de acceso) por un precio nominal similar.

Tabla 3. Línea de acceso telefónico de Telefónica y productos *home zone* (IVA incluido)

	Denominación del producto	Características	Precio mensual
Telefónica	Línea de acceso telefónico	Línea de acceso RTB	17,39 euros
Vodafone-ONO	Vodafone en casa	Acceso telefónico fijo <i>home zone</i> + llamadas nacionales	17,00 euros
Orange-Jazztel	Mi fijo	Acceso telefónico <i>home zone</i> + llamadas nacionales	18,85 euros
MásMóvil	Más Fijo	Acceso telefónico <i>home zone</i> + llamadas nacionales	12,90 euros

Los productos *home zone* pueden ser una alternativa razonable para determinado tipo de clientes 1P, especialmente en el ámbito residencial. Precisamente el tipo de clientes al que se dirigen los productos *home zone* coincide en gran parte con el que se vería afectado por la subida de precios de Telefónica. Por el contrario, los clientes 1P empresariales pueden no ver cubiertas todas sus necesidades a través de estos productos¹⁶.

¹⁵ Operador Móvil con Red de acceso radio.

¹⁶ Por ejemplo, estos productos son incompatibles con los servicios de fax, de alarmas o de datáfono sobre red fija.

En el análisis de los mercados 1/2007 y 2/2007 se puso de manifiesto que la representatividad en el mercado de los productos *home zone* era reducida; alcanzaban el 2,07% del total de líneas de telefonía fija, y el 5,67% si únicamente se tenían en cuenta las líneas de telefonía fija no empaquetadas con banda ancha. Esta reducida relevancia –en términos relativos– fue una de las causas que justificaron la imposición de obligaciones mayoristas a Telefónica, de manera que los operadores alternativos contaran con opciones adicionales (en particular, el AMLT) para poder prestar el servicio de acceso RTPF a sus clientes 1P.

II.4 Incremento de la cuota de abono y de los precios de llamadas desde teléfono fijo comunicado por Telefónica al MINISTERIO DE ECONOMÍA Y EMPRESA

Telefónica ha notificado al MINECO un incremento en el precio de su línea de acceso telefónico de un **[CONFIDENCIAL]**. Por tanto, la cuota de línea pasaría de los 14,38 euros mensuales actuales a **[CONFIDENCIAL]**. Esta medida supone un incremento del **[CONFIDENCIAL]** respecto a la cuota fijada antes de abril de 2013 (ver tabla 5), cuando este precio aún estaba fijado por la extinta CMT.

Tabla 4. Evolución de la cuota de línea de acceso (euros/mes, sin impuestos)

	Anterior a abril de 2013	Desde 1 abril 2013 hasta diciembre de 2019	A partir de diciembre de 2019
Línea Individual STB	13,974	14,379	[...]
Línea individual Centrex	13,974	14,379	[...]

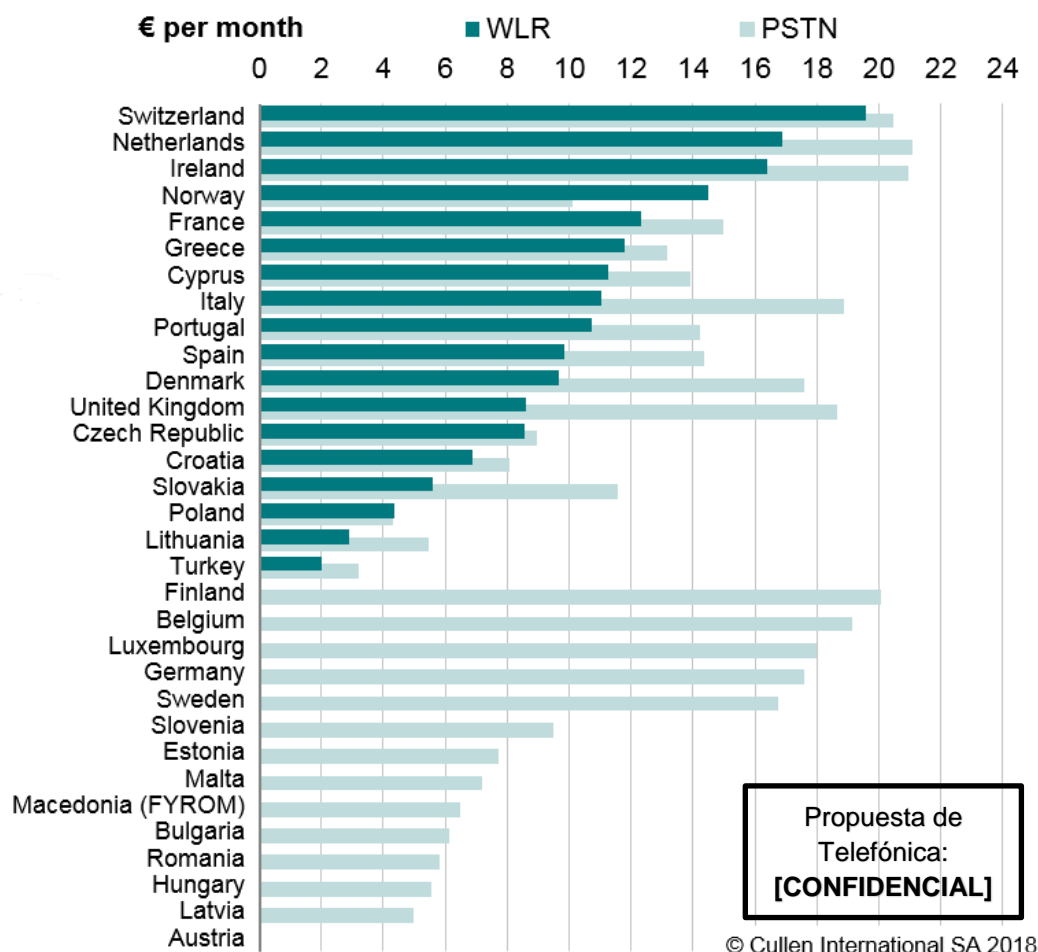
De forma adicional, también ha comunicado su intención de aplicar una subida en una proporción equivalente al precio de las llamadas desde teléfono fijo con destino a otros fijos provinciales e interprovinciales, a teléfonos móviles y a teléfonos fijos ubicados fuera de la Unión Europea.

II.4.1 Comparativa internacional de precios del servicio de acceso telefónico fijo

Respecto al nivel de precios, en su escrito Telefónica cita una publicación de Cullen International sobre los niveles de precios de la cuota de acceso en otros países europeos y argumenta que el precio al que actualmente comercializa el servicio (14,37 euros por línea y mes) se encuentra sustancialmente por debajo de la media de los países del espacio europeo. Sin embargo, la comparativa internacional que presenta Telefónica solamente incluye información acerca de aquellos países en los que se ha regulado AMLT. Si se amplía el análisis para

incluir todos los países que aparecen en el gráfico, el resultado de la comparativa internacional varía sustancialmente de lo expuesto por Telefónica.

Gráfico 8. Precios regulados de AMLT y precios minoristas del servicio de acceso telefónico fijo en Europa (diciembre de 2018).



Fuente: Cullen International (<https://www.cullen-international.com/product/documents/CTTEEU20180200>)

*Los precios minoristas corresponden a las barras de color más claro

**Línea roja y cuadro de texto añadidos por la CNMC

Tal y como muestra el gráfico 8, que incluye los precios minoristas del servicio de acceso telefónico de la totalidad de países del entorno de España, el precio minorista vigente que aplica Telefónica a este servicio, así como el precio incrementado que ha notificado al MINECO, se sitúan por encima del nivel fijado en la mayoría de países del entorno europeo. De hecho, si se calcula la media de los precios de la cuota de línea vigentes incluyendo todos los países que aparecen en el gráfico, se obtiene un precio medio de 12,67 euros por línea y mes, por lo que el precio propuesto por Telefónica superaría el precio medio **[CONFIDENCIAL]**. Limitando dicha media únicamente la UE-15, excluyendo

España, la media se sitúa en 14,21 euros por línea y mes, valor ligeramente inferior al precio vigente de Telefónica.

II.4.2 Sobre la imputación de los ingresos del servicio telefónico de acceso y el nivel de coste de su provisión

No se verían afectados por la medida de Telefónica los clientes que tengan contratado el servicio de acceso telefónico RTB como parte de un empaquetamiento de banda ancha (como, por ejemplo, los clientes de *Fusión*) o que tengan contratado paquetes 1P de acceso y tráfico telefónico fijo (como *Línea Tarifa Plana, Planazo a Fijos y Móviles* o *Contrato Básico*).

Esto resulta de gran relevancia porque, en su escrito, Telefónica argumenta que la subida de precios es necesaria para contrarrestar el margen crecientemente negativo que tiene el servicio de acceso telefónico fijo. Específicamente, sostiene:

“Este margen negativo se explica principalmente por la importante caída en el volumen de líneas sufrido por Telefónica en los últimos años que no ha parado de disminuir, pasando de 10,4 millones de líneas en 2012 a 4,4 millones de líneas en 2018, prácticamente un 60% de caída. Esta reducción de la planta ha generado una disminución de los ingresos que han pasado de 1.488 millones de euros en 2013 a 654 millones de euros en 2018 cuando los costes, dada la estructura de costes fijos de la red, no pueden disminuir de la misma manera”.

Sobre la argumentación de Telefónica, cabe aclarar dos cuestiones: en primer lugar, la reducción del número de líneas de acceso telefónico prestado sobre redes de cobre se debe a que estos clientes pasan a disfrutar del acceso telefónico sobre redes de fibra. En consecuencia, la pérdida de ingresos generada por la caída del número de clientes de cobre se ve compensada por un aumento de los ingresos del servicio de acceso telefónico provisto sobre redes de fibra. Entre cobre y fibra, Telefónica cuenta actualmente con unos 9 millones de clientes de acceso telefónico¹⁷. Por tanto, las cifras acerca de la caída de ingresos apuntadas por Telefónica deben relativizarse.

Tabla 5. Evolución de ingresos y costes unitarios de la cuota de acceso RTPF de Telefónica

	2014	2015	2016	2017
Ingreso cuota de abono (euros/mes)	[...]	[...]	[...]	[...]
Coste cuota abono (euros/mes)	[...]	[...]	[...]	[...]
Nº líneas	[...]	[...]	[...]	[...]

Fuente: SCC Telefónica

En segundo lugar, cabe recordar que el precio nominal aplicado a la cuota de acceso RTPF actualmente es de 14,38 euros/mes sin impuestos. Pues bien, si se comparan los ingresos de la línea individual con la información de los costes del servicio contenida en la tabla 5, se obtiene que el precio vigente de la cuota de

¹⁷ Datos del *I Informe Trimestral 2019* de la CNMC.

abono supera, en más de un **[CONFIDENCIAL]**, el coste unitario incurrido en su provisión¹⁸. Según los datos incluidos en la misma tabla, los ingresos unitarios del servicio se habrían situado por debajo de los costes unitarios a partir del año 2014, pero esto se explica no por el precio de la cuota de abono, si no por el efecto de las cuotas de abono incluidas implícitamente en los empaquetamientos.

Como se ha mencionado antes, solo algunos productos de Telefónica incluyen en su factura el concepto de cuota de acceso de forma explícita y al precio nominal analizado en este informe. Los demás productos, como los empaquetamientos *Fusión*, incluyen el servicio de acceso telefónico dentro del concepto único de la factura y, por tanto, la determinación del ingreso atribuible al servicio de acceso telefónico fijo es el resultado de un ejercicio de imputación por el cual Telefónica distribuye el precio del empaquetamiento entre sus distintos componentes (cuota de acceso, telefonía fija, banda ancha fija, televisión de pago, servicios móviles).

En consecuencia, el ingreso total del servicio de acceso telefónico fijo recogido en la contabilidad de costes de Telefónica es el resultado de sumar (i) los ingresos derivados de los productos que incluyen el concepto de cuota de acceso en su factura y (ii) los ingresos imputados a este servicio, a criterio de Telefónica, de los productos empaquetados.

Los datos aportados por Telefónica en el *Estudio de tratamiento de productos empaquetados* como parte de la contabilidad regulatoria de 2017 muestran que a ningún cliente de productos empaquetados provistos sobre la red de cobre se le imputa un ingreso medio equivalente al precio nominal de la cuota de acceso actualmente vigente. De hecho, según el criterio de Telefónica, **[CONFIDENCIAL]**.

El margen negativo que muestra la contabilidad se explica por la gran relevancia de los empaquetamientos en el catálogo de Telefónica. Una subida del precio de la cuota de acceso como la propuesta por Telefónica lo que busca, en efecto, es compensar las caídas de ingresos causadas por las bajas imputaciones que aplica a unos clientes (que no pagan de forma explícita por el servicio de acceso) mediante un incremento del precio que pagan otros (que sí pagan de forma explícita por el servicio de acceso).

En lo que respecta al servicio de tráfico telefónico, la contabilidad de costes de Telefónica muestra un margen positivo, de en torno a un **[CONFIDENCIAL]**, que se ha mantenido estable en los últimos años.

Tabla 6. Evolución del ingreso y coste del servicio de tráfico telefónico

	2015	2016	2017
Ingresos totales	[...]	[...]	[...]

¹⁸ Se ha tomado como referencia para calcular este porcentaje el coste correspondiente al año 2017.

Costes totales	[...]	[...]	[...]
Margen absoluto	[...]	[...]	[...]
Margen porcentual	[...]	[...]	[...]

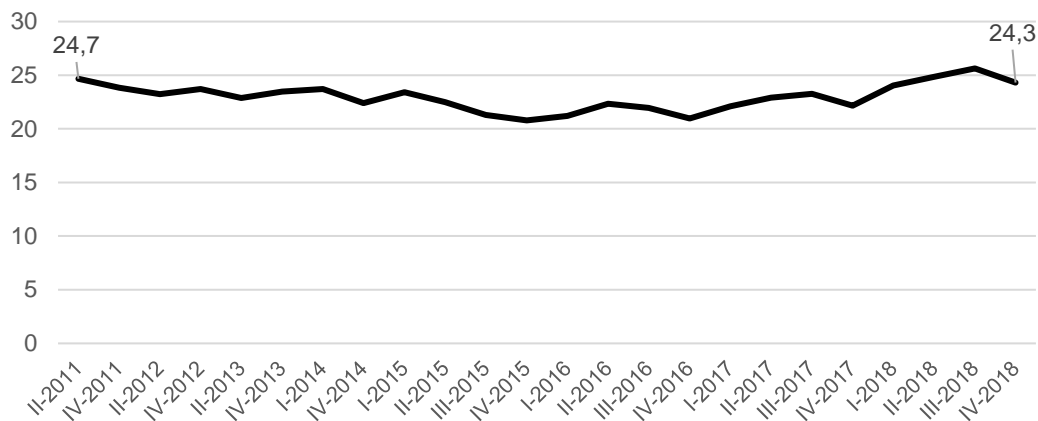
Fuente: SCC Telefónica

Los datos que aparecen en la tabla 6 se refieren a los ingresos y costes totales de las llamadas e incluyen llamadas realizadas por clientes de tarifas planas y tarifas de pago por uso, por lo que el margen de beneficio del 44% es un margen medio. De poder segmentar dichos ingresos y costes entre estos dos tipos de clientes (tarifas planas y pago por uso), se observaría un margen para las llamadas de pago por uso notablemente superior al obtenido para las tarifas planas (tal y como mostró la comparativa entre los precios nominales y los ingresos medios de las llamadas desde teléfono fijo realizada en la sección II.2.2).

En conclusión, la subida del precio de la cuota de acceso notificado por Telefónica no está justificada por la evolución de los costes o ingresos generados por el servicio de acceso telefónico fijo. De igual forma, la evolución de los ingresos y costes derivados de las llamadas desde teléfono fijo tampoco justificaría el incremento de sus precios.

Por otro lado, la subida de precios de la cuota de abono propuesta por Telefónica coincide con un renovado aumento del gasto medio de los hogares en el servicio de telefonía fija (sin empaquetar). Como representa el gráfico 9, tras casi cinco años de descenso continuado, el gasto medio comenzó a aumentar a principios de 2016 y actualmente se sitúa en un nivel similar al de 2011. Según la información procedente del *Panel de Hogares de la CNMC*, el gasto medio por hogar en servicios telefónicos 1P pasó de 24,70 euros mensuales en 2011 a 24,30 euros mensuales a finales de 2018, lo que representa una reducción de 1,40%

Gráfico 9. Evolución del precio del servicio de telefonía fija (euros)

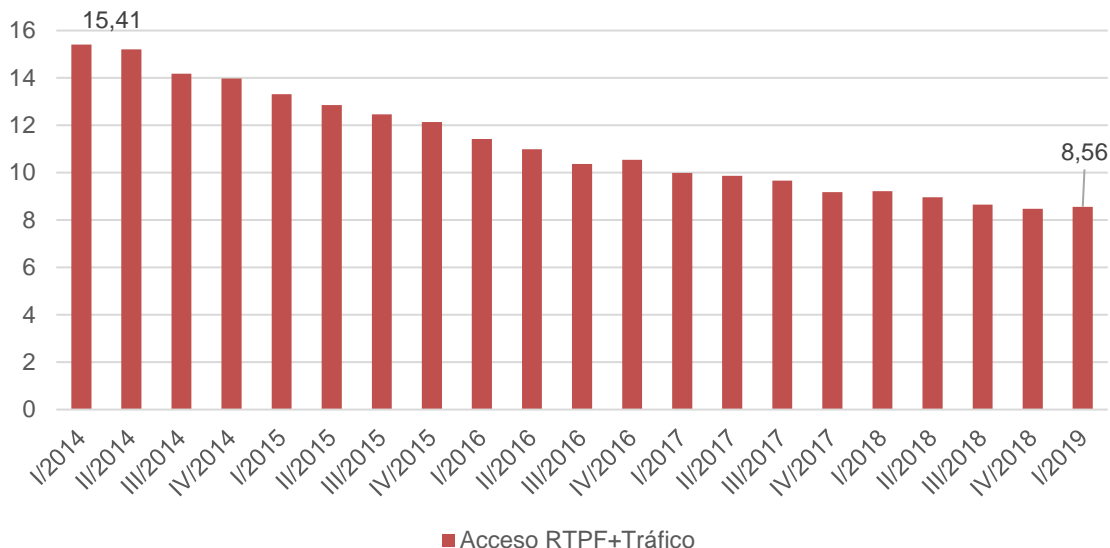


Fuente: Panel de Hogares CNMC.

La información anterior refleja el gasto medio mensual de todos los clientes residenciales 1P, tanto del servicio de acceso RPTF como de voz fija, independientemente de cuál sea el operador y de la tarifa contratada. Es decir, esta información muestra también los clientes de paquetes 1P de Telefónica que agrupan bajo una misma tarifa el servicio de acceso y una tarifa de voz fija.

La subida de precios experimentada por los clientes 1P contrasta con la información relativa a la totalidad de clientes de los servicios de acceso y tráfico telefónico (es decir, incluyendo también aquellos clientes que tienen contratados estos servicios como parte de un empaquetamiento de banda ancha). En este caso, se observa una reducción general del ingreso medio por línea y mes generados por la totalidad de clientes de ambos servicios, que actualmente se sitúa en los 8,56 euros mensuales. Si el análisis se limita al segmento residencial, el ingreso medio del servicio telefónico fijo se sitúa en 7,79 euros por línea y mes.

Gráfico 10. Ingreso medio por línea y mes de los servicios de acceso telefónico



Fuente: Informes Trimestrales CNMC.

Por tanto, la medida notificada por Telefónica se enmarca en un contexto de bajada general de precios de los servicios de acceso y tráfico fijo, como consecuencia de la mejora en las condiciones competitivas del mercado. Gracias a la regulación del mercado 2/2007, los operadores alternativos disponen de las herramientas necesarias para mantener la senda de decrecimiento general de precios. Esto es especialmente cierto cuando el servicio de acceso se comercializa de forma empaquetada con banda ancha, donde se pueden apreciar notables bajadas de su precio. Sin embargo, en el segmento 1P (comercialización individual) los precios han tendido a la estabilidad e incluso han experimentado subidas durante los últimos períodos.

III. ASEQUIBILIDAD DEL SERVICIO UNIVERSAL DE TELECOMUNICACIONES

III.1 Definición de asequibilidad en el Reglamento de Servicio Universal

El Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios, aprobado mediante Real Decreto 424/2005, de 15 de abril (en adelante el RSU) establece en su artículo 35.1 una definición de asequibilidad de los servicios incluidos en el servicio universal de telecomunicaciones.

“1. La Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, a propuesta de los Ministros de Industria, Turismo y Comercio y de Economía y Hacienda, y previo informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, garantizará el carácter asequible de los precios de los servicios incluidos dentro del servicio universal.

Serán objeto de especial consideración los colectivos de pensionistas y jubilados de renta familiar baja y el colectivo de las personas con discapacidad a las que se refiere el artículo 33.1.

Se entenderá que los precios de los servicios incluidos en el servicio universal son asequibles para los usuarios cuando se cumplan los siguientes objetivos:

a) Que los precios de los servicios incluidos en el servicio universal en zonas de alto coste, rurales, insulares y distantes sean comparables a los precios de dichos servicios en áreas urbanas, teniendo en cuenta, entre otros factores, sus costes y los colectivos con necesidades sociales especiales conforme a este reglamento.

b) Que se asegure la eliminación de barreras de precios que impidan a las personas con discapacidad el acceso y uso de los servicios incluidos en el servicio universal en condiciones equivalentes al resto de usuarios.

c) Que exista una oferta suficiente, a precio uniforme, de teléfonos de uso público en el dominio público de uso común, en todo el territorio abarcado por cada designación. Los precios de las llamadas realizadas desde estos terminales deberán ser comparables a los de las realizadas por los abonados en aplicación del apartado a) anterior, teniendo en cuenta los costes unitarios de su prestación a través de teléfonos públicos de pago.

d) Que se ofrezcan planes de precios en los que el importe de las cuotas de alta, el de los conceptos asimilados y el de las cuotas periódicas fijas de abono no limiten la posibilidad de ser usuario del servicio. [el subrayado es añadido].

e) Que el servicio de consulta telefónica sobre números de abonado, referido en el artículo 31, esté accesible a todos los usuarios del servicio telefónico disponible al público a precios que no supongan una limitación a las necesidades de utilización del mismo por los usuarios”.

La subida de precios de la cuota de acceso RTPF de Telefónica tendría mayor incidencia sobre el objetivo d) del artículo 35 RSU.

III.2 Subida de precios notificada por Telefónica y asequibilidad del servicio de acceso RTPF

En el presente apartado se valora la asequibilidad del servicio de acceso RTPF, teniendo para ello en cuenta las subidas de precio notificadas por Telefónica al MINECO.

Telefónica, en el escrito por el cual notifica al MINECO el incremento del precio de la cuota de abono y de los precios de varios tipos de llamadas desde teléfono fijo, argumenta que esta actuación no tendrá impacto sobre la asequibilidad del servicio telefónico fijo. La afirmación de Telefónica se basa en una lectura de los principales indicadores macroeconómicos de la economía española durante los años de recuperación que siguieron a la crisis financiera de 2008 y cita, entre otros, el crecimiento del producto interior bruto (total y per cápita), del índice de precios de consumo y del gasto en consumo final de los hogares españoles.

Alega, además, que los aumentos del salario mínimo interprofesional y de las pensiones mínimas ejecutados durante los años 2018 y 2019 compensarían cualquier efecto perjudicial que pudiera tener el aumento del precio de la cuota de abono y de las llamadas desde teléfono fijo. El último dato que cita Telefónica se refiere al porcentaje de gasto que realizan los hogares españoles en consumir servicios de comunicaciones electrónicas, situado en torno al 3%, lo que según Telefónica serviría para limitar la incidencia de las subidas notificadas.

En resumen, la interpretación de Telefónica sugiere que la evolución de estos indicadores habría permitido sucesivos incrementos del poder adquisitivo de los consumidores que compensarían el impacto de cualquier subida de precios que aplicara a la cuota de línea.

Para esta Comisión es innegable que la situación macroeconómica ha mejorado en los últimos períodos y que esto ha permitido a los consumidores recuperar, parcialmente, el poder adquisitivo perdido durante la crisis económica. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que el análisis de indicadores que realiza Telefónica se centra exclusivamente en los efectos macroeconómicos sobre los hogares o individuos medios cuando, en realidad, su medida tendrá un impacto diferencialmente mayor en los hogares con rentas bajas. Esto se debe al hecho de que solo un limitado grupo de sus clientes pagan el precio nominal de la cuota de acceso y que, además, éstos se caracterizan por su condición socioeconómica más vulnerable.

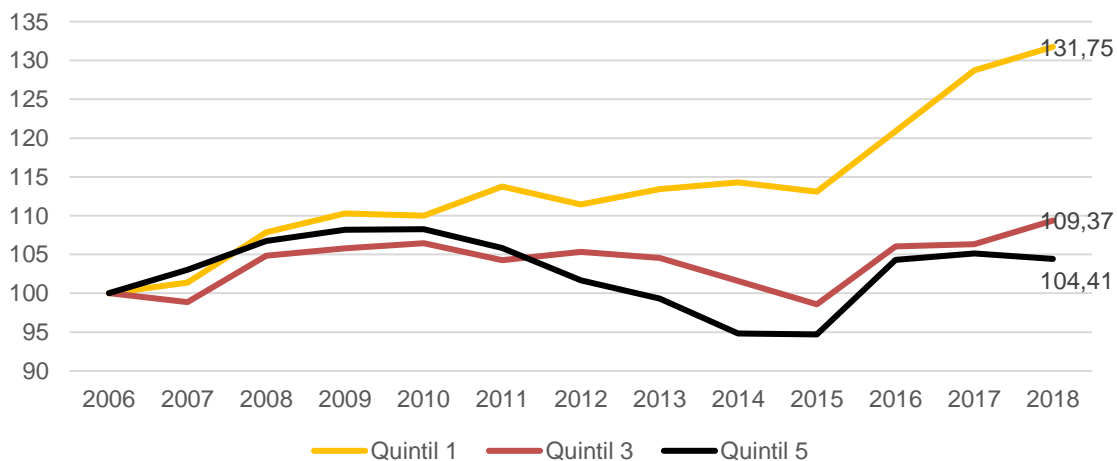
En la sección II.4 se señaló que la subida de la cuota de acceso no afectará a gran parte de los clientes de Telefónica pues muchos de sus productos han dejado de facturar por este concepto (ejemplos son los empaquetamientos *Fusión*). De igual forma, muchos de los productos de Telefónica tampoco aplican precios por minuto a las llamadas telefónicas fijas (con la excepción de las llamadas internacionales), pues las tarifas planas de llamadas a fijos o a móviles nacionales son ampliamente contratadas por los consumidores.

De acuerdo al análisis de la situación actual al mercado, es de esperar que el impacto de las subidas de precios comunicadas por Telefónica se concentre en los clientes 1P que contratan únicamente el servicio telefónico fijo, donde además Telefónica tiene mayor cuota de mercado. Dicho impacto será aún mayor en el caso de los clientes que no hayan contratado alguno de los planes de llamadas, como *Tarifa Plana Nacional*.

A su vez, los datos recabados por la CNMC muestran que los consumidores que componen este segmento del mercado de telefonía fija se caracterizan por estar ubicados en entornos relativamente rurales, por ser mayores a los 65 años de edad y por pertenecer a las clases sociales bajas o media bajas. Por tanto, los efectos de las subidas comunicadas por Telefónica se concentrarán en unos colectivos sociales vulnerables. Además, los datos muestran que los clientes 1P ya abonaban unos precios unitarios mayores para la cuota de abono y el tráfico telefónico fijo que los clientes que adquieren empaquetamientos que incluyen banda ancha, servicios móviles y televisión de pago.

Respecto al argumento de Telefónica que se apoya en que el bajo peso del gasto en servicios de comunicaciones es reducido, lo que limitaría el impacto total de la subida en los presupuestos de los hogares, es conveniente realizar un análisis más detenido y detallado de las cifras que provee el Instituto Nacional de Estadística (INE). En particular, dadas las características socioeconómicas particulares de la demanda del servicio telefónico fijo 1P, resulta de interés estudiar los datos de gasto según su distribución por quintiles debido a su alta correlación con los niveles de renta de los hogares.

Gráfico 11. Evolución del peso del gasto de los hogares en servicios de comunicación por quintiles de gasto total (2006-2018, Base 2006=100)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

La evolución del porcentaje de gasto que dedican los hogares a los servicios de comunicaciones, en forma de índice con base en el año 2006, se presenta en el gráfico 11 (donde el quintil 1 representa el gasto en servicios de comunicaciones del 20% de hogares que menor nivel de gasto total realizan y el quintil 5 el gasto del 20% de hogares con mayor nivel de gasto).

Queda patente que existe una divergencia en las tendencias seguidas por los tres conjuntos de hogares: mientras que los hogares con niveles medio y alto de gasto total (quintiles 3 y 5) experimentaron una reducción de su gasto en comunicaciones a mediados de la década de los 2010, los de menor nivel de gasto han sufrido sucesivos incrementos del peso relativo de las comunicaciones sobre el total de gasto efectuado.

A finales del período estudiado, los hogares del primer quintil de la distribución habrían experimentado un incremento del peso relativo del gasto en comunicaciones superior al 30%, mientras los incrementos sufridos por los quintiles superiores se situarían todos por debajo del 10%. En términos absolutos, el gasto de estos hogares en servicios de comunicaciones aumentó de 434,60 euros por año hasta los 665,65 euros por año entre 2006 y 2018.

Tabla 7. Peso relativo del gasto en comunicaciones sobre el total de los hogares, por quintil

	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
2006	3,59%	3,40%	3,33%	2,91%	2,22%
2012	4,00%	3,84%	3,51%	3,03%	2,26%
2018	4,73%	4,13%	3,65%	3,14%	2,32%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Por tanto, aunque sea cierto que el gasto medio de los hogares se sitúa en torno al 3%, lo cierto es que este porcentaje aumenta conforme analizamos percentiles inferiores (ver tabla 7). Así, en el caso de los quintiles primero y segundo, con menor nivel de gasto total, el porcentaje del gasto dedicado a los servicios de comunicaciones habría superado ampliamente el 4% en 2018 y su evolución en el tiempo se caracterizaría por una pendiente marcadamente positiva.

IV. CONCLUSIONES

Este informe realiza un análisis pormenorizado de las subidas de precios de la cuota de línea y de diversos tipos llamadas desde teléfono fijo notificadas por Telefónica al MINECO con fecha de 11 de septiembre de 2019. En concreto, y de acuerdo con la solicitud de información del MINECO, el análisis estudia la evolución y situación competitiva actual del mercado correspondiente, la incidencia que podría tener la subida notificada en dicho mercado u otros adyacentes y el impacto que tendrá sobre la asequibilidad del servicio para aquellos clientes que contraten productos afectados. También se evalúa la sustituibilidad del servicio de acceso telefónico fijo por otros servicios de comunicaciones electrónicas. Por último, se analizan los argumentos utilizados por Telefónica para justificar la necesidad de la subida de precios de los servicios.

En primer lugar, cabe señalar que las subidas de precios notificadas por Telefónica afectan a los clientes que únicamente buscan contratar el servicio de acceso telefónico fijo, un segmento del mercado donde Telefónica tiene una cuota de mercado mayor que en otros segmentos y que además se caracterizan por una mayor vulnerabilidad socioeconómica.

En lo que respecta a los costes del servicio, como se ha expuesto en la sección II.4, el margen negativo que actualmente tiene el servicio de acceso telefónico fijo es fruto del elevado peso de los empaquetamientos en la cartera de clientes de Telefónica. El precio nominal actual de la cuota de abono es **[CONFIDENCIAL]** de la provisión del servicio de acceso.

En el caso del precio de las llamadas desde teléfono fijo, la situación es similar. Según los datos de las contabilidades de costes de Telefónica, el ingreso total de servicios de tráfico de voz fija **[CONFIDENCIAL]** los costes imputables a este servicio. Este margen incluye todo el tráfico, también el que se presta en tarifas planas, por lo que el margen de las llamadas cobradas por minuto es superior.

La subida de precios de la cuota de acceso que propone Telefónica tampoco tendría una justificación inequívoca por la comparativa europea. A los precios actuales la cuota de abono supera la media europea.

En lo que respecta al análisis de la coyuntura macroeconómica actual de España, es innegable que la situación para los hogares españoles ha mejorado en los últimos años. Sin embargo, el análisis de Telefónica se centra únicamente en datos generales de la macroeconomía y de la evolución del poder adquisitivo, lo que obvia el impacto que podría tener la subida de estos precios sobre los clientes que realmente contratan los productos con cuota de acceso. Por esta razón, esta Comisión ha analizado la evolución del gasto medio en servicios de comunicaciones de los hogares según su nivel de gasto total. Las cifras obtenidas del INE indican que los hogares que menor gasto total realizan, es decir, aquellos con menor nivel de renta, dedican un porcentaje mayor de su presupuesto familiar a la adquisición de servicios de comunicaciones. Mientras que los hogares con mayores niveles de gasto no han variado notablemente el porcentaje de su gasto total que dedican a los servicios de comunicación, los hogares situados en la parte inferior de la distribución del gasto han visto incrementar su gasto en más de un 30%.

En este contexto, la Sala de Supervisión Regulatoria considera que la subida notificada por Telefónica conllevaría una reducción de la asequibilidad del servicio.