



**EFFECTO ARRASTRE ENTRE LAS  
DEMANDAS DE SERVICIOS FIJOS Y DE  
SERVICIOS MÓVILES TRAS LA ECLOSIÓN  
EN ESPAÑA DE LOS PAQUETES  
CONVERGENTES DE SERVICIOS FIJOS Y  
MÓVILES.**

DTRAB/DP/0002/14

**Abril 2014**

## Documento de Trabajo nº2

# Efecto arrastre entre las demandas de servicios fijos y móviles tras la eclosión en España de los paquetes convergentes de servicios fijos y móviles.

## Índice

Resumen ejecutivo	4
<hr/>	
1. Introducción	6
<hr/>	
2. Situación después de la eclosión de los paquetes convergentes	7
2.1 Contrataciones de paquetes	7
2.2 Gastos totales de los distintos tipos de hogares	9
<hr/>	
3. Evolución de los indicadores de propensión del hogar a contratar todos los servicios con un operador después de la introducción de los paquetes convergentes	12
<hr/>	
4. Gastos de los hogares según si aglomeran sus demandas de servicios fijos en un único operador	15
<hr/>	
5. Reparto de líneas residenciales entre los distintos tipos de operadores	17
<hr/>	
6. Conclusión	20
<hr/>	



## RESUMEN EJECUTIVO

En febrero de 2013 la CMT publicó los resultados de su investigación sobre el efecto arrastre entre las demandas de servicios fijos y de servicios móviles basada en datos del tercer trimestre de 2012, previos a la comercialización generalizada de paquetes convergentes (es decir, los ofertas conjuntas de servicios fijos y móviles por un pago fijo al mes). La nota documentaba la fuerte propensión de los hogares españoles a contratar todos sus servicios de comunicaciones, tanto fijos como móviles, con un mismo operador a pesar de que no existieran entonces beneficios monetarios derivados de esta acción.

Este estudio actualiza y amplía los indicadores de la anterior nota con datos del segundo trimestre de 2013, es decir, posteriores a la eclosión de ventas de paquetes convergentes en España. Durante el periodo de análisis, (tercer trimestre de 2012-segundo de 2013), estos paquetes han pasado de no existir a ser contratados por el 14,4% de los hogares con telefonía fija.

Se muestra como los descuentos que procuran estos paquetes convergentes han resultado en un aumento de la proporción de los hogares que contratan todos los servicios fijos y móviles con un único operador: si en el tercer trimestre de 2012 un 37,2% de los hogares con servicios fijos y móviles eran de este tipo, en el segundo trimestre de 2013 el indicador era del 44,6%. Todos los operadores que prestan servicios fijos y móviles han aumentado la captación de líneas móviles en los hogares que son sus clientes de fija.

El desarrollo de esta competencia por los servicios de telecomunicaciones y audiovisual ofertados al cliente final ha venido propiciado por los paquetes convergentes y está resultando, junto con otros factores como la persistencia de la crisis económica, en una conducta más favorable a los usuarios por parte de los operadores. Sus impactos más notorios se encuentran en la actividad móvil, donde los gastos por línea han disminuido alrededor de un 20% y donde la ganancia de líneas de operadores fijos que son móviles virtuales, cuya presencia tradicionalmente ha sido minoritaria, está resultando en una disrupción de las tendencias del mercado y en reducciones de los indicadores de concentración. Así, los operadores de este tipo son lo que en promedio han logrado atraer un mayor número de líneas móviles por hogar cliente de servicios fijos, logrando aumentar su cuota de líneas móviles de un 2,1% en el tercer trimestre de 2012 a un 5,1% en el segundo de 2013. El crecimiento de estos operadores en el mercado móvil ha sido contemporáneo a una disminución en la participación de los operadores fijos que también eran operadores móviles de red (Telefónica, Vodafone y

Orange) y a una ralentización significativa del crecimiento del resto de operadores móviles, que en esas fechas no ofertaban el servicio fijo. De hecho, en el tercer trimestre de 2013, uno de estos operadores, Yoigo, inició su actividad en este servicio, ofertando también un paquete convergente.

Este documento también identifica algunos cambios en el servicio residencial de banda ancha fija, en el que, tras nueve meses desde el inicio de la comercialización de los paquetes convergentes de Telefónica, el operador histórico aumentó temporalmente su cuota de mercado (en 0,8 puntos porcentuales en los nueve meses de referencia) cuando anteriormente este indicador disminuía sustantivamente (en -4,7 puntos porcentuales, entre el tercer trimestre de 2011 y el segundo de 2012). No obstante, este parece ser un efecto a corto plazo, dado que a finales de 2013 la cuota de Telefónica ha vuelto a disminuir.

En cambio, en los meses de referencia, la participación de los operadores fijos que son móviles virtuales, disminuyó en 2,9 puntos porcentuales, cuando en el mismo periodo entre 2011 y 2012 aumentaba 5 puntos porcentuales. Es decir, a pesar de ofrecer paquetes convergentes en los que los descuentos implícitos por el servicio móvil son significativos, los operadores fijos que son móviles virtuales no han logrado mitigar las pérdidas de líneas en el segmento de la banda ancha fija.

Por último, a pesar de que la contratación de un paquete convergente suponga, comparativamente con la situación previa, ahorros monetarios para algunos hogares y de que dicha contratación los haga más proclives a contratar todas las líneas con un único operador (es decir, considerando todo tipo de hogar que contrata accesos fijos y móviles), en el segundo trimestre de 2013, solo un 14,4% de los hogares relevantes contrataba estos paquetes. En consecuencia, no se detecta suficiente incidencia como para distinguir significativamente, a nivel agregado, entre los gastos de los hogares que contratan con varios operadores y los gastos de los hogares que contratan con un único operador.

No obstante, existía todavía un 58,1% de hogares con acceso fijo y móvil que contrataban de forma empaquetada varios servicios fijos (voz y banda ancha o voz, banda ancha y televisión de pago).

Dados los gastos registrados en los distintos tipos de hogares y los precios de los paquetes convergentes publicados en la web de los operadores, se puede concluir que, en 2013, todavía existía un incentivo monetario para contratar un paquete convergente por una gran parte de los hogares, por lo que la expectativa a corto plazo sería el aumento en la proporción de hogares que contratan estos paquetes y de un mayor efecto arrastre.

## 1. Introducción

En febrero de 2013 la predecesora de la CNMC (la CMT) publicó los resultados de su investigación sobre el efecto arrastre entre las demandas de servicios fijos y de servicios móviles<sup>1</sup>. Este documento analizaba la propensión de los hogares españoles a contratar todos sus servicios de comunicaciones, tanto fijos como móviles, con un mismo operador.

El análisis se efectuó con datos del tercer trimestre de 2012, es decir con información de mercado previa a la proliferación de paquetes “convergentes” de servicios fijos y móviles<sup>2</sup>. En él se mostró que un número considerable de hogares contrataban todos los servicios de telecomunicaciones, fijos y móviles, con un único operador, a pesar de no lograr grandes ahorros por el hecho de concentrar sus demandas de distintos servicios en una única empresa. Por ello, el análisis concluyó que la concordancia de los hogares en la elección de operador de servicios fijos y móviles no se motivaba por efectos monetarios sino que era resultado del hábito, la comodidad de contratar todos los servicios con un único operador y, probablemente, la existencia de efectos reputacionales transversales a los distintos servicios.

Como resultado de la investigación se concluyó que el entonces incipiente desarrollo de la competencia integral por todos los servicios del cliente, facilitado por la introducción de paquetes convergentes, que posibilitaban descuentos con respecto de la contratación separada de servicios, podría exacerbar el efecto arrastre y cambiar las estrategias de los operadores y las condiciones de competencia en el mercado. Se advirtió entonces de la posibilidad de que este tipo de competencia pudiera mermar las posibilidades de competir por el cliente promedio de los operadores que no pudieran ofertar de forma competitiva todos los servicios.

No obstante, desde finales de 2012, la mayoría de operadores presentes en España comercializa decididamente paquetes convergentes, en muchos casos ofertando los servicios minoristas incluidos en estos, empleando servicios mayoristas supervisados por la CNMC. Así, en el periodo de análisis de este estudio (segundo trimestre de 2013) los principales operadores ya habían incorporado en su menú comercial este tipo de paquetes (Telefónica, todos los operadores de cable, Vodafone, Orange y Jazztel)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Nota ocasional nº 5 de la CMT: “Efecto arrastre entre las demandas de servicios fijos y de servicios móviles”. Disponible en : <http://www.cnmc.es/eses/telecomunicacionesysaudiovisuales/informes/notasocasionales.aspx>.

<sup>2</sup> En octubre de 2012 Telefónica comercializó por primera vez este tipo de paquete desencadenando la reacción de sus rivales que generalmente respondieron con estrategias parecidas. Así, entre finales de 2012 e inicios de 2013 tanto Orange como Vodafone lanzaron al mercado ofertas convergentes, que posibilitaban al hogar la contratación conjunta de servicios fijos y móviles.

<sup>3</sup> Yoigo lanzó su primer paquete convergente en el tercer trimestre de 2013.

Por ello, este documento de trabajo, efectuado con datos del segundo trimestre de 2013<sup>4</sup>, actualiza y amplía los indicadores del anterior, y muestra cómo la comercialización generalizada de paquetes convergentes ha tenido un fuerte impacto sobre la propensión de los hogares a concentrar la contratación de sus líneas –tanto fijas como móviles- en un único operador.

Esta competencia integral y en precios por todos los servicios del cliente, que aún puede tener un amplio margen de desarrollo en España, está resultando en una mayor tensión competitiva por parte de los operadores. Los efectos son especialmente visibles en el segmento móvil, en el que tanto los gastos de los hogares como los ingresos medios por minuto de los operadores están disminuyendo desde la introducción de los paquetes convergentes en el tercer trimestre de 2012. En particular, los operadores que más han logrado atraer a su negocio líneas móviles por cliente fijo han sido los operadores fijos que prestan servicios móviles soportados sobre la red de un operador móvil de red (es decir, que son móviles virtuales).

La comercialización de los paquetes convergentes en España está resultando en una alteración de las tendencias de mercado en la actividad de banda ancha fija y de servicio móvil (residencial). Mientras que, en el primer caso, los operadores que están ganando cuota de mercado por dicha comercialización (en términos de ganancia de líneas de banda ancha fija) han sido los operadores fijos que son operadores móviles de red, en el segundo caso, los operadores que han experimentado un mayor cambio de tendencia (ganancia de líneas móviles) han sido los operadores fijos que son móviles virtuales. En particular, Telefónica, durante el plazo de análisis, estaría cambiando la dinámica de fuertes pérdidas de líneas de banda ancha fija y también mitigando marginalmente la merma de líneas móviles que caracterizaba a dicho mercado (entre el tercer trimestre de 2012 y el segundo de 2013 su proporción de líneas sobre el total disminuyó un 7,9%, cuando entre los mismos trimestres del año anterior la pérdida fue del 8,8%).

---

<sup>4</sup> La fuente de datos de este estudio es el Panel de Hogares CNMC-Red.es. Esta fuente de datos están conformados por las respuestas de una muestra de más de 3.000 hogares y sus correspondientes individuos a cuestionarios semestrales sobre comunicaciones electrónicas y, también, por el resultado de procesar trimestralmente la información de las facturas de una segunda muestra de hogares. En particular, este estudio se basa en la información recogida de las facturas de los servicios fijos y móviles de los hogares de la muestra. Por tanto, el principal universo de referencia son los hogares que contratan tanto servicios fijos como móviles, es decir aproximadamente un 77% de los hogares españoles (III trim 2012).

## 2. Situación tras la aparición de los paquetes convergentes<sup>5</sup>.

En primer lugar, resulta conveniente tener una imagen del contexto en el que se produjo la introducción y desarrollo de paquetes convergentes desde finales de 2012 y de cómo esta ha incidido en algunos indicadores básicos de situación de los mercados.

### 2.1 Contrataciones de paquetes

La aceptación por el mercado de las contrataciones de los paquetes convergentes, y, en especial, de los paquetes cuádruples, se demuestra en el hecho de que en el segundo trimestre de 2013 un 10,8% de los hogares españoles con telefonía fija había optado por este tipo de contratación.

De hecho, a finales de 2012, existía una amplia base para este desarrollo dado que un 37,2% de los hogares con accesos fijo y móvil<sup>6</sup> demandaban todas sus líneas con el mismo operador, y una mayoría de estos además contrataban conjuntamente los servicios fijos de voz y banda ancha. Por ello, para estos hogares existían incentivos a contratar, (en una gran parte de los casos sin cambiar de operador), una oferta cuádruple, mediante la que se lograba un descuento monetario comparado con la contratación separada de servicios<sup>7</sup>. En efecto, se constata que el crecimiento de los paquetes cuádruples se corresponde con la disminución del porcentaje de hogares que contrataban un paquete que incluía los servicios de telefonía fija y banda ancha fija (un 10,7%)<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Se emplea esta terminología para denominar a las ofertas conjuntas de servicios fijos y móviles por un pago fijo al mes. Los paquetes convergentes más habituales son los que incluyen los servicios de banda ancha fija, banda ancha móvil, voz fija y voz móvil (denominados paquetes cuádruples) y los que incluyen, además de los anteriores servicios, un servicio de televisión de pago (denominados paquetes quintuples). Generalmente, la contratación de un paquete convergente incluye una única línea móvil (voz y banda ancha) y posibilita que el hogar contrate más líneas móviles adicionales mediante el pago de un suplemento.

<sup>6</sup> Dato del tercer trimestre de 2012.

<sup>7</sup> La Nota Ocasional nº 5 de la CMT cifró en 13,5 euros mensuales el ahorro promedio mínimo de este tipo de hogares por contratar un paquete cuádruple.

<sup>8</sup> Esta migración de clientes de un tipo de paquete a otro no es tan notorio en el caso de los paquetes quintuples.

**Tabla 1.** Hogares según la facturación del servicio de voz fija (porcentaje)

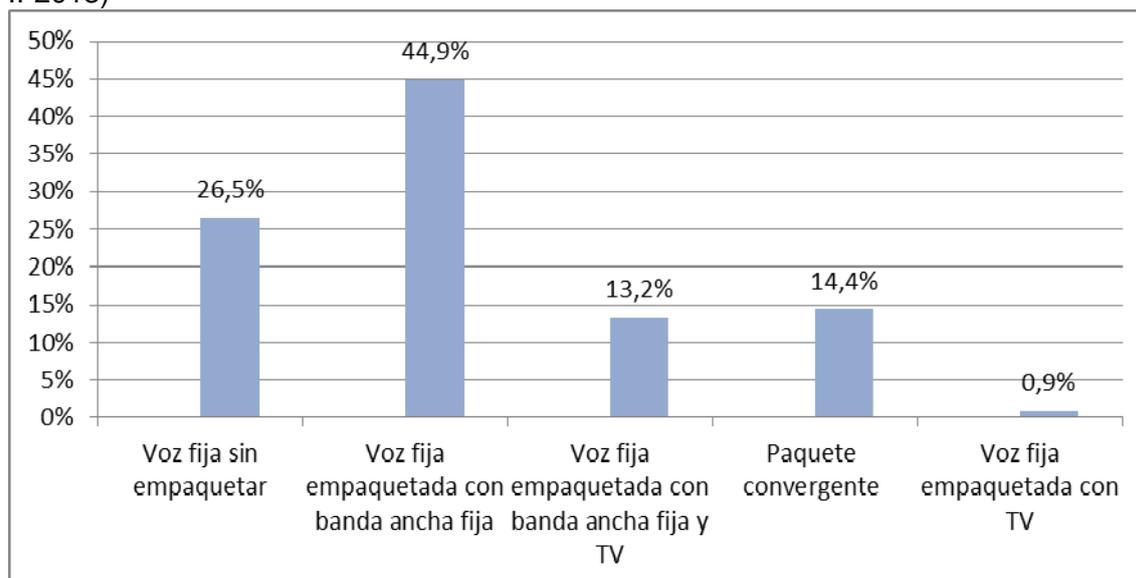
	II-13	II-12
Voz fija sin empaquetar	29,4%	31%
Voz fija empaquetada con banda ancha fija	44,4%	55,1%
Voz fija empaquetada con banda ancha fija y TV	12,3%	12,2%
Voz fija empaquetada con banda ancha fija y servicios móviles (paquete cuádruple)	10,8%	0%
Voz fija empaquetada con TV	1,6%	1,7%
Voz fija empaquetada con banda ancha fija, televisión y servicios móviles (paquete quíntuple)	1,5%	0%
Total	100%	100%

Universo: Todos los hogares con acceso fijo

El siguiente gráfico, que complementa a la tabla anterior, informa sobre los porcentajes de hogares con acceso fijo y móvil (un 77,9% del total)<sup>9</sup> según los principales modos de contratación del servicio de voz fija.

Según el Gráfico 2, en el segundo trimestre de 2013, entre los hogares con acceso fijo y móvil existía un porcentaje mayoritario que no contrataba un paquete convergente (solo un 14,4% de estos hogares optaba por un paquete convergente). En cambio, un 44,9% de estos hogares contrataba la voz y banda ancha fijas empaquetadas (sin contratar televisión de pago) y, separadamente, los accesos móviles, por lo que existía, *a priori*, una demanda potencial de paquetes convergentes a menores precios.

**Gráfico 2.** Hogares según la forma de facturación del servicio de voz fija (porcentaje, II-2013)



Universo: Todos los hogares con acceso fijo y móvil

<sup>9</sup> Ver Informe sobre los consumos y gastos de los hogares españoles en los servicios de comunicaciones electrónicas (III-IV 2012) disponible en: [www.cnmcc.es/Portals/0/Ficheros/Telecomunicaciones/Informes/20130611\\_InformeTIC\\_IIT.pdf](http://www.cnmcc.es/Portals/0/Ficheros/Telecomunicaciones/Informes/20130611_InformeTIC_IIT.pdf).

De hecho, el cliente “natural” de los paquetes convergentes es un hogar que contrata servicios de banda ancha fija y servicios móviles. Dado que el 98% de los hogares que disponen de banda ancha fija contratan también servicios móviles, el segmento objetivo de este tipo de oferta serían los hogares clientes de banda ancha fija.

## 2.2 Gastos totales de los distintos tipos de hogares<sup>10</sup>.

En el periodo de análisis de 9 meses, el gasto total medio de los hogares en servicios de comunicaciones electrónicas disminuyó un 11,1%, pasando de 62,8 euros al mes en el tercer trimestre de 2012 a 55,8 euros al mes en el segundo trimestre de 2012. En lo que respecta los hogares con acceso fijo y móvil, el gasto promedio se redujo en un 10,7% desde 72,9 euros al mes a 65,1 euros al mes. En promedio cada uno de estos hogares contrató 2,3 líneas móviles<sup>11</sup>. Los gastos de todos los tipos de hogares categorizados en la Tabla 3 disminuyeron, a pesar de que no hubo variaciones en el número de líneas que contrata cada tipo de hogar<sup>12</sup>. La excepción son los gastos de los hogares que solo disponían de voz fija y de los hogares que contrataban voz móvil y separadamente un paquete que incluía servicios de televisión de pago, voz fija y banda ancha fija. Estos dos últimos tipos de hogar presentaron descensos de gasto menos significativos.

---

<sup>10</sup> A lo largo del documento de trabajo se informan cifras de gastos totales de los hogares, es decir el gasto derivado de la contratación de todos sus servicios de comunicaciones electrónicas con cualquier operador, tanto aquellos incluidos en un paquete como los no incluidos. Todos los gastos y precios de este estudio son sin IVA.

<sup>11</sup> Nótese que, en promedio, cada tipo de hogar de la Tabla 3 contrata un número distinto de líneas móviles. La Tabla 4 da información sobre el número de líneas y permite comparar mejor los gastos de los distintos tipos de hogares.

<sup>12</sup> En particular, los gastos que más han disminuido son los de los hogares que contratan los servicios de voz fija y banda ancha fija empaquetada y separadamente servicios de banda ancha móvil y voz móvil.

**Tabla 3.** Gasto total promedio del hogar en servicios de comunicaciones electrónicas según disponibilidad y forma de contratación de los servicios (euros/mes y tasa de variación).

	II-2013	III-2012	Tasa de variación
Hogar que solo dispone de voz fija	20,1	20,9	-3,8%
Hogar que solo dispone de voz móvil	29,9	34,1	-12,3%
Hogar que dispone de voz fija y móvil, sin empaquetar	36,3	39,8	-8,8%
Hogar que contrata un paquete de voz y banda ancha fijas y separadamente servicios de voz móvil	55,1	61,4	-10,3%
Hogar que contrata un paquete de voz y banda ancha fijas y separadamente servicios de voz y banda ancha móvil*	73,1	89,6	-18,4%
Hogar que contrata un paquete de voz fija, voz móvil, banda ancha fija y banda ancha móvil**	68,7	ND	ND
Hogar que contrata un paquete de televisión de pago, voz y banda ancha fijas y separadamente servicios de voz móvil	80	82,4	-2,9%

\*Una tarifa plana de banda ancha móvil para el móvil.

\*\*Este hogar puede además contratar líneas móviles adicionales a las incluidas en el paquete.

Además, la Tabla 3 muestra que los hogares que en el segundo trimestre de 2013 habían contratado un paquete cuádruple (y que en promedio disponían de 3,3 líneas móviles) incurrieron un gasto de 68,7 euros al mes, mientras que los que contrataban separadamente los mismos servicios fijos y móviles (voz y banda ancha), con 2,5 líneas móviles de promedio, tenían un gasto mensual 4,4 euros mayor.

La Tabla 4 informa sobre la distribución de los gastos totales de los hogares del universo de interés de este estudio (hogares con acceso fijo y móvil) en los dos tipos de servicio, indicando además del gasto total y del número de líneas móviles contratadas, el gasto promedio por línea móvil contratada y el gasto en servicios fijos, y sus respectivas tasas de variación en el periodo de referencia. Estos datos confirman descensos significativos de gasto por línea móvil, que fueron mayores que los de los servicios fijos para todos los tipos de hogares<sup>13</sup>.

**Tabla 4.** Gasto total, gasto en servicios fijos y gasto por línea móvil de los hogares que disponen de acceso fijo y móvil según contratación de los servicios (II 2013, euros/mes, y tasa de variación (III-2013-II-2012))

	Gasto total	Gasto en servicios fijos	Gasto por línea móvil	Número de líneas móviles por hogar
Hogar que dispone de voz fija y móvil, sin empaquetar	36,3 (-8,9%)	19,6 (-8,5%)	10,4 (-10,9%)	1,6 (1,4%)
Hogar que contrata un paquete de voz y banda ancha fijas y separadamente servicios de voz móvil	55,1 (-10,3%)	36,1 (-5,6%)	9,5 (-20,8%)	2 (3,4%)
Hogar que contrata un paquete de voz y banda ancha fijas y separadamente servicios de voz y banda ancha móvil*	73,1 (-18,4%)	33,9 (-8,7%)	15,7 (-20,6)	2,5 (-5,9%)
Hogar que contrata un paquete de televisión de pago, voz y banda ancha fijas y separadamente servicios de voz móvil	80,0 (-2,9%)	59,1 (0,6%)	11,5 (-7,3%)	2 (-5,2%)

\*Una tarifa plana de banda ancha móvil para el móvil. \*\*No se incluye una referencia para el hogar que contrata un paquete de voz fija, voz móvil, banda ancha fija y banda ancha móvil por no disponer de una tasa de variación.

En conclusión, las cifras indican que clientes que contrataban, por un lado, servicios móviles y, por otro, paquetes de servicios fijos (mayoritariamente voz y banda ancha) han sustituido en gran medida estas contrataciones separadas por la contratación de un paquete convergente. Además, el crecimiento de ventas de los paquetes convergentes ha sido contemporáneo a descensos en los gastos de los hogares, en particular descensos más significativos en el gasto ocasionado por los servicios móviles.

<sup>13</sup> El resultado es el mismo si en vez de considerar gasto por línea móvil se considera el gasto total en servicios móviles. Además, en todos los casos se confirma que el descenso en valores absolutos de los gastos en servicios móviles supera al descenso de gasto en servicios fijos.

En efecto, según los datos publicados en los Informes Trimestrales de las Comunicaciones Electrónicas y el Audiovisual de la CNMC el ingreso medio por minuto del servicio móvil<sup>14</sup> ha disminuido en el periodo de análisis un 18%. Las tasas de variación inter-trimestrales del ingreso medio por minuto a partir del cuarto trimestre de 2012 (tras la comercialización de los paquetes convergentes) varían entre el -5,7% y el -6,9%, mientras que en los tres trimestres anteriores estas oscilaban entre un -0,2% y -3,4%.

### **3. Evolución de los indicadores de propensión del hogar a contratar todos los servicios con un operador después de la introducción de las ofertas convergentes**

La propensión de un hogar a contratar servicios fijos y móviles con un único operador o “efecto arrastre” puede desencadenarse por varias razones. En primer lugar, puede existir un efecto monetario que se derive de la existencia de descuentos cruzados entre los servicios fijos y móviles de un operador como son los descuentos condicionales a la contratación de un servicio o los paquetes mixtos de servicios fijos y móviles. Además, otras razones son la comodidad de contratar todos los servicios con un mismo operador, la existencia de hábitos a la hora de escoger operador y los posibles efectos reputacionales que trasciendan a los servicios individuales.

La conclusión del análisis efectuado con datos del tercer trimestre de 2012 es que no existía un efecto monetario que motivara la propensión de un hogar a concentrar todas o gran parte de sus demandas de servicios de comunicaciones electrónicas con un único operador. En esta sección se actualizan los indicadores empleados en ese estudio con datos del segundo trimestre de 2013, es decir posteriores a la comercialización generalizada de paquetes convergentes, y, además se informa sobre la incidencia de estos paquetes sobre el efecto arrastre.

En el segundo trimestre de 2013, el 44,6% de los hogares con acceso fijo y móvil (o accesos móviles), contrataron todas las líneas que demandaron- tanto móviles como fija- con un único operador. En adelante, denominaremos a este indicador como indicador de concentración absoluta de las demandas de servicios fijos y móviles por parte del hogar (en breve: indicador de concentración absoluta). Su valor en el tercer trimestre de 2012 era un 37,2%. Es decir, tras la comercialización generalizada de paquetes convergentes, los hogares han concentrado más sus demandas de servicios fijos y móviles en un único operador.

En primer lugar, la Tabla 6 detalla el indicador de concentración absoluta (“todas las líneas móviles con el operador de voz fija”) para tres tipos de operadores: el operador histórico Telefónica, los operadores de acceso fijo que

---

<sup>14</sup> Incluye residencial y negocio.

son operadores móviles de red (Vodafone y Orange) y los operadores de acceso fijo que son operadores móviles virtuales completos (como por ejemplo: Ono, Jazztel, Euskaltel u otros). Tanto en el caso de Telefónica como de los operadores móviles de red existe una fuerte efecto arrastre entre servicios fijos y móviles. En ambos casos el indicador de concentración absoluta supera la media nacional del 44,6%. En cambio, para el resto de operadores el indicador es relativamente menor, un 19,9%.

Además, la Tabla 6 detalla para cada tipo de operador el indicador de concentración parcial de las demandas fijas y móviles por parte del hogar (“alguna línea móvil con el operador de voz fija”), es decir el porcentaje de hogares que contratan alguna pero no todas sus líneas móviles con su operador de red fija. Como se puede observar, estos hogares en promedio tienen más líneas que el resto (3,4 versus 2,3 de promedio global) por lo que resulta lógico que tengan una mayor dispersión de sus demandas entre operadores.

**Tabla 6.** Hogares según con qué operador de servicios contratan los servicios móviles y según su operador de servicios fijos (II-2013)

Operador de telefonía fija	Tipo de hogar			
	Indicador de concentración absoluta. Todas las líneas móviles con el operador de voz fija.	Indicador de concentración parcial. Alguna línea móvil con el operador de voz fija	Ninguna línea móvil con el operador de voz fija	Número de líneas móviles por hogar
Telefónica	59,5%	13%	27,5%	2,2
Operador alternativo de ADSL que es operador móvil de red (Vodafone y Orange)	51,9%	19,9%	28,3%	2,3
Operador fijo que es operador móvil virtual	19,9%	19,2%	61%	2,4
Número de líneas por grupo de hogar	2,1	3,4	2	2,3

Universo: Hogares con acceso fijo y móvil.

En segundo lugar, a pesar de que el indicador de concentración absoluta es relativamente menor para los operadores fijos que son móviles virtuales debe destacarse que en el periodo de los nueve meses de referencia de este informe, estos operadores han captado numerosas líneas móviles de su base de clientes de servicios fijos. La consecuencia es que su indicador de concentración absoluta ha crecido un 177,5%, mientras que para los operadores fijos que son operadores móviles de red las tasas de crecimiento han sido sensiblemente inferiores. El resultado es similar para el indicador de concentración parcial: la tasa de crecimiento para los operadores fijos que son

móviles virtuales es del 204,2% y excede, en mucho, a la del resto de operadores.

En el anterior trabajo ya se detectó la posibilidad de incremento de cuotas de los operadores fijos que son móviles virtuales, dado que, según los datos del tercer trimestre de 2012, en promedio estos podían atraer por cada hogar de su base de cliente fija 1,97 líneas móviles, mientras que Telefónica solamente podía atraer 0,6 y Orange y Vodafone 1,06<sup>15</sup>. Estas cifras ponían de manifiesto

que existían incentivos para los primeros operadores de establecer políticas de precios más competitivas con la finalidad de mantener el atractivo de su oferta fija o/y ganar clientes móviles. En efecto, las políticas comerciales de algunos de estos operadores, principalmente Jazztel y Ono, han reducido precios a los clientes que contratan sus servicios fijos y móviles a la vez y han resultado en que el conjunto de operadores fijos que son móviles virtuales haya experimentado fuertes aumentos en los indicadores de concentración absoluta y parcial y, como se corroborará en la sección 5, hayan incrementado considerablemente su presencia en el mercado móvil.

**Tabla 7.** Tasa de variación del porcentaje de hogares según con qué operador de servicios contratan los servicios móviles y según su operador de servicios fijos (II-2013-III-2012).

	Tipo de hogar		
	Todas las líneas móviles con el operador de voz fija	Alguna línea móvil con el operador de voz fija	Ninguna línea móvil con el operador de voz fija
Operador de telefonía fija			
Telefónica	3,3%	13,1%	-11,1%
Operador alternativo de ADSL que es operador móvil de red (Vodafone y Orange)	14,7%	26,1%	-27,6%
Operador fijo que es operador móvil virtual	177,5%	204,2%	-29,6%

Universo: Hogares con acceso fijo y móvil.

En tercer lugar, la Tabla 8 sugiere que la raíz de estos cambios se encuentra en la comercialización de paquetes convergentes. Así, por ejemplo, un 71,2% de los hogares que cuentan con paquetes convergentes contratan todas sus líneas móviles con el operador que les oferta el paquete, cuando para el resto de hogares el indicador de concentración absoluta es un 39,9%. Por tanto, existiría una incidencia de la comercialización de los paquetes convergentes en el aumento de los indicadores de concentración absoluta y parcial.

<sup>15</sup> La razón de la diferencia entre estas cifras, es que, Telefónica, Orange y Vodafone ya tenían un indicador de concentración absoluta relativamente elevado.

**Tabla 8.** Hogares según con qué operador contratan los servicios móviles y según el modo de contratación de los servicios (II-2013)

Tipo de hogar según la contratación de servicios	Tipo de hogar			Número de líneas móviles por hogar
	Todas las líneas móviles con el operador de voz fija	Alguna línea móvil con el operador de voz fija	Ninguna línea móvil con el operador de voz fija	
Ningún paquete	46,8%	8,6%	44,6%	1,8
Contrata un paquete de red fija	36,9%	15,9%	47,2%	2,3
Contrata un paquete convergente	71,2%	28,8%	0%	3,2
Número de líneas móviles por hogar	2,1	3,4	2	

Universo: Hogares con acceso fijo y móvil.

Por último, y para complementar la información anterior, la Tabla 9 proporciona un indicador que mide el efecto arrastre entre las demandas de servicios fijos y móviles de un modo distinto. Por ejemplo, en el caso de los clientes de servicios fijos ofertados por Telefónica el número medio de líneas móviles es de 2,2 por hogar y un 67,8% de estas son líneas proporcionadas al hogar por Telefónica. En todos los casos, el porcentaje de líneas móviles ofertadas por el operador de voz fija del hogar supera su cuota de mercado de líneas móviles. Por tanto, el efecto arrastre existe para todos los operadores.

**Tabla 9.** Porcentaje promedio de líneas móviles con el operador de servicios fijos respecto del total de líneas móviles del hogar y según el operador de servicios fijos (II-2013)

Operador de servicios fijos	Porcentaje promedio de líneas móviles con el operador de servicios fijos respecto del total de líneas del hogar	Cuota de mercado móvil residencial	Número de líneas móviles por hogar
Telefónica	67,8%	30,7%	2,2
Operador alternativo de ADSL que es operador móvil de red (Vodafone y Orange)	61,8%	45,5%	2,3
Operador fijo que es operador móvil virtual	30,9%	5,1%	2,4

Universo: Hogares con acceso fijo y móvil.

#### **4. Gastos de los hogares según si aglomeran sus demandas de servicios fijos y móviles en un único operador**

Para muchos clientes, la comercialización generalizada de paquetes convergentes está suponiendo la posibilidad de disminuir sus gastos en servicios de comunicaciones. En el último estudio se estimó que el ahorro mínimo para un hogar promedio que contrataba los servicios de banda ancha fija, voz fija y accesos móviles al contratar este tipo de ofertas sería, aproximadamente, de 13,5 euros al mes. Entonces, resultaba evidente de la observación de las ofertas disponibles en la web de los operadores que estas suponían descuentos cruzados, y, por tanto, que existirían incentivos monetarios para que el usuario contratase servicios fijos y móviles con un único operador.

Desde entonces estas ofertas de paquetes convergentes están aumentando en número y variedad. No obstante, los resultados del segundo trimestre de 2013 indican que todavía existirían ahorros potenciales derivados de la contratación de un paquete convergente por parte del hogar promedio que contrata servicios fijos y móviles separadamente (banda ancha y voz), dado que este tipo de hogar incurre un gasto mensual de 73 euros, y, los precios sin IVA para un paquete cuádruple que incluía estos servicios variaban, en dicho momento, entre aproximadamente 35 y 50 euros mensuales, según el operador y las características de los servicios ofertados<sup>16</sup>. En promedio, este tipo de hogar disponía de 2,5 líneas móviles y los paquetes convergentes incluyen una única línea, por tanto, al escoger un paquete de 45 euros, aún existiría un excedente de 28 euros (73-45) para contratar 1,5 líneas adicionales. Dado que el gasto medio por línea móvil residencial en el segundo trimestre de 2012 es de 11,4 euros al mes<sup>17</sup>, este ejemplo hubiese resultado en un ahorro para el hogar de 10,9 euros mensuales.

En efecto, tal y como indica la Tabla 3, los hogares que en el segundo trimestre de 2013 habían contratado un paquete cuádruple (y que en promedio dispusieron de 3,3 líneas móviles) incurrían un gasto de 68,7 euros al mes, mientras que los que contrataban separadamente los servicios fijos y móviles (voz y banda ancha en cada caso), con 2,5 líneas móviles de promedio, tenían un gasto mensual 4,4 euros mayor.

En esta sección se cuantifican las diferencias de gasto entre hogares cuando contratan los servicios fijos y móviles con un único operador o con varios<sup>18</sup>. La tabla 10 indica que a nivel agregado no existen grandes diferencias entre los

---

<sup>16</sup> Según algunas ofertas vigentes en la web de los operadores en abril de 2013.

<sup>17</sup> Segundo Informe Trimestral del Sector de las Telecomunicaciones y del Audiovisual de la CNMC.

<sup>18</sup> Nótese que un hogar puede contratar todos los servicios con un operador y no tener un paquete convergente, y también contratar con varios operadores y, con uno de ellos, contratar un paquete convergente.

gastos totales<sup>19</sup> de los hogares según si contratan o no todas las líneas móviles con el operador de fija. El gasto de los que no lo hacen es 4,6 euros al mes mayor pero entre estos hogares hay un mayor número que disponen de servicios de televisión de pago. Es decir, a pesar de que la contratación de un paquete convergente supusiera un ahorro para algunos hogares y dicha contratación los hiciera más proclives a contratar con un único operador, a nivel agregado (es decir, considerando todo tipo de hogar que contrata accesos fijos y móviles) esos efectos no son significativos como para que resulten en una distinción clara entre los gastos de los hogares que contratan con varios operadores y los gastos con un único operador.

**Tabla 10.** Gastos (euros al mes) y consumos de los hogares según si contratan los servicios fijos y móviles con un mismo operador

	Gasto total	Número de líneas	Porcentaje con banda ancha fija	Porcentaje con televisión de pago	Porcentaje con banda ancha móvil
Varios operadores	66,9	2,4	80,8%	27,4%	48,5%
Único operador	62,9	2,1	80,8%	19,2%	53,3%

Universo: Hogares con acceso fijo y móvil.

Por último, la Tabla 11 detalla la misma información para distintos tipos de hogares, constatando que para todos los tipos de hogar el gasto sería siempre menor cuando este contrata todos los servicios con un único operador.

**Tabla 11.** Gastos de los hogares (euros al mes) según si contratan los servicios fijos y móviles con un mismo operador y su disponibilidad de servicios<sup>20</sup>

	Único operador		Varios operadores	
	Gasto total	Líneas	Gasto total	Líneas
Hogar que solo contrata voz fija y voz móvil separadamente	34,7	1,5	37,6	1,7
Hogar que solo contrata voz fija, banda ancha fija y separadamente voz móvil	54,6	1,8	55,6	2,1
Hogar que contrata banda ancha móvil, voz móvil, voz fija y banda ancha fija	65,2	2,5	70,5	3

Universo: Hogares con acceso fijo y móvil.

<sup>19</sup> Bajo el epígrafe gastos en servicios fijos o móviles se incluyen todos los importes facturados al hogar por estos servicios. Por ejemplo, el gasto por línea móvil puede incluir consumos de voz, mensajería corta o banda ancha móvil según lo que haya demandado el cliente. En el caso de los servicios fijos los gastos pueden ser debidos tanto a la línea, la voz, la banda ancha fija o los servicios de televisión de pago.

<sup>20</sup> La categoría de hogares con banda ancha móvil, voz móvil banda ancha fija y voz fija y un único operador mayoritariamente incorpora hogares que contratan a un paquete cuádruple, pero también algunos hogares que contratan los servicios fijos y móviles separadamente. Del mismo modo la categoría de este tipo de hogar y varios operadores puede incorporar a hogares que contratan paquetes cuádruples y que no.

## 5. Reparto de líneas residenciales entre los distintos tipos de operadores<sup>21</sup>

Por último, resulta interesante comprobar cómo la comercialización de paquetes convergentes ha afectado a la concentración de los mercados y al reparto de líneas entre los distintos tipos de operadores, tanto de servicios de banda ancha fija y acceso fijo, como de servicios de acceso móvil. Este análisis permite conocer qué ha sucedido con los operadores que solo prestan el servicio móvil<sup>22</sup>.

Para conocer si existe alguna evidencia del impacto de la comercialización de los paquetes convergentes se comparan las tasas de variación de distintos indicadores de concentración y de reparto de líneas entre operadores de los siguiente dos periodos: II-2013/III-2012 y II-2012/III 2011.

En primer lugar, se analiza el reparto de líneas residenciales de banda ancha fija, dado que este sería el cliente objetivo de los paquetes convergentes. Los resultados indican cambios de tendencia importantes. En primer lugar, en los primeros nueve meses desde la comercialización de sus paquetes convergentes, Telefónica, que venía experimentando disminuciones en su cuota, aumentó su cuota de líneas de banda ancha fija sobre el total<sup>23</sup>. No obstante esto fue un efecto temporal, dado que en cuarto trimestre de 2013, la cuota de Telefónica se redujo hasta el valor de 41,5%. Finalmente, a lo largo de 2013, y contrastando con lo que sucedía en años anteriores, el número de líneas de Telefónica ha aumentado, aunque pierde cuota al crecer en menor proporción que el aumento del número de líneas del mercado.

También, los otros dos operadores fijos que eran operadores móviles de red (Vodafone y Orange) incrementaron su cuota en el mercado en el periodo de análisis. En cambio, el resto de operadores, que proporcionan servicios de voz móvil, sin contar con acceso al espectro radioeléctrico, vieron disminuir su cuota de mercado cuando con anterioridad esta aumentaba un 5%.

---

<sup>21</sup> La fuente de datos empleada en esta sección es la base de datos que origina los Informes Trimestrales del Sector de las Telecomunicaciones y del Audiovisual de la CNMC y que se nutre de los requerimientos de información efectuados por la CNMC a los operadores.

<sup>22</sup> Los operadores fijos que no prestan servicios móviles tienen una proporción muy minoritaria de líneas (acceso y banda ancha fija) sobre el total.

<sup>23</sup> No obstante este fue un efecto a corto plazo, dado que en cuarto trimestre de 2013, la cuota de Telefónica se redujo hasta el 41,5%.

**Tabla 13.** Reparto de líneas residenciales de banda ancha fija entre los distintos tipos de operadores e indicadores de concentración del servicio (II-2013 y tasas de variación)<sup>24</sup>

	II-2013	Tasa de Variación	
		(II-2013/III-2012)	(II-2012/III-2011)
Proporción de líneas de Telefónica	42,4%	0,8%	-4,7%
Proporción de líneas de Orange y Vodafone	22%	3,6%	1,7%
Proporción de líneas del resto de operadores	35,6%	-2,9%	5%
Índice C3	72,4%	-0,5%	-2%
Índice C4	86,4%	0%	0,8%

En el caso del servicio móvil (líneas de voz móvil residencial) la comparación de las tasas de variación también permite establecer una conclusión clara: tras la aparición de los paquetes convergentes, los operadores fijos que son móviles virtuales han aumentado significativamente su participación en el mercado. A su vez, Vodafone y Orange han visto disminuir su participación en el mercado cuando en el periodo anterior esta aumentaba, aunque muy ligeramente. Para Telefónica la tendencia en 2013 es parecida a la tendencia de 2012, pero globalmente estos tres operadores móviles de red han experimentado una reducción de su participación del 6,3%. Por otro lado, también resulta interesante comprobar que los operadores de servicio móvil que no prestaban servicios fijos, aunque continúan aumentando su participación sobre el total de líneas provistas a los clientes residenciales, experimentan una desaceleración en su crecimiento.

**Tabla 14.** Reparto de líneas móviles residenciales entre los distintos tipos de operadores e indicadores de concentración del servicio (II-2013, tasas de variación)

	II-2013	Tasa de Variación	
		(II-2013-III-2012)	(II-2012/III-2011)
Proporción de líneas de Telefónica	30,7%	-7,9%	-8,8%
Proporción de líneas de Orange y Vodafone	45,5%	-5,2%	0,8%
Proporción de líneas de los operadores de servicio móvil (OMV) que también prestan servicios fijos	5,1%	140,1%	44,6%
Proporción de líneas de los operadores de servicio móvil que no prestan servicios fijos (Yoigo y OMV)	18,7%	14,4%	18,6%
Índice C3	76,2%	-6,3%	-3,4%
Índice C4	84,5%	-5,2%	-2,5%

<sup>24</sup> Los índices tipo Cj son indicadores de concentración de un mercado. En la tabla el índice Cj es el resultado de sumar las proporciones de líneas (cuotas) de las j empresas con mayor número de líneas del mercado.

Para finalizar, el servicio de acceso telefónico fijo, se distingue del móvil y de la banda ancha fija, en que presenta tanto una mayor concentración como una menor volatilidad, es decir una menor variación en el tiempo de los indicadores de concentración. En el segundo trimestre de 2013, Telefónica prestaba el servicio del 53,8% de las líneas fijas residenciales. Dicha proporción y los indicadores de concentración de este servicio han disminuido en el tiempo paulatinamente. Se observa que, en este caso, las tasas de variación son prácticamente idénticas en los dos periodos. La única diferencia se encuentra en cierta desaceleración en la disminución de la proporción de líneas ofertadas al cliente final por Telefónica: entre 2012 y 2013 esta proporción disminuyó un 2,3%, mientras que entre 2011 y 2012 el retroceso fue del 5,8%.

**Tabla 13.** Reparto de líneas fijas residenciales entre los distintos tipos de operadores e indicadores de concentración del servicio (II-2013 y tasas de variación)

	II-2013	Tasa de Variación	
		(II-2013-III-2012)	(II-2012/III-2011)
Proporción de líneas de Telefónica	53,8%	-2,3%	-5,8%
Proporción de líneas de Orange y Vodafone	16,6%	8,5%	8,2%
Proporción de líneas del resto de operadores*	29,6%	-0,1%	-0,1%
Índice C3	78,3%	-1,7%	-1,3%
Índice C4	87,7%	-0,2%	0,1%

## 6. Conclusiones

Este estudio evalúa los efectos de la comercialización de paquetes convergentes sobre los mercados de comunicaciones electrónicas en España en los primeros nueve meses después de la introducción en el mercado de la "oferta fusión" de Telefónica en octubre de 2013.

Para ello el documento elabora comparaciones con los indicadores del anterior trabajo cuya conclusión, basándose en datos previos a la comercialización generalizada de paquetes convergentes, es que existía una fuerte coincidencia entre las elecciones de operador fijo y móvil de un hogar, y que esta coincidencia no se debía a efectos monetarios.

Los datos más recientes muestran cómo los ahorros relativos que suponen los paquetes convergentes con respecto de la contratación separada de servicios han resultado en un importante refuerzo del denominado efecto arrastre. En el segundo trimestre de 2013, el 44,6% de los hogares con acceso fijo y móvil contrataron todas las líneas que demandaron- tanto móviles como fija- con un único operador, cuando el valor de este indicador en el tercer trimestre de 2012 era un 37,2%. De hecho, todos los operadores de servicios fijos, tanto los que tienen acceso al espectro radioeléctrico como los que no, han

experimentado incrementos en este indicador aunque de órdenes de magnitud muy distintos.

De este modo, los paquetes convergentes están incentivando en España una competencia integral por el cliente ya que los operadores están intentando atraer, con ofertas convergentes apoyadas en la variable precio, toda la demanda de algunos hogares, principalmente aquéllos que son usuarios de servicios fijos y móviles, y que constituyen el grupo mayoritario en España, en particular, los clientes que contratan paquetes de banda ancha fija y voz fija y separadamente servicios móviles.

Una de las características de los paquetes convergentes ofertados es que resultan en un descuento monetario respecto de la compra separada de servicios, en especial, para los hogares que demandan banda ancha móvil. La consecuencia de esta tendencia favorable a la competencia se está dejando sentir en los servicios móviles, que están permitiendo reducciones significativas en los gastos de los hogares, aunque con grandes diferencias, de entre el 3% y el 19%, dependiendo del tipo de hogar.

En breve, la competencia integral por el cliente final, está suscitando en el período analizado estrategias de los operadores relativamente más favorables a la competencia y al usuario final. Por ejemplo, a lo largo de los nueve meses de referencia del estudio los operadores han revisado su menú de ofertas e introducido paquetes de menor precio aunque con prestaciones algo menores a los iniciales. Todo ello, finalmente, está beneficiando a los usuarios en comparación con la situación previa, en tanto existe una mayor variedad de oferta y a menores precios.

Adicionalmente, los operadores que han experimentado un mayor crecimiento de los indicadores de propensión del hogar a contratar líneas móviles y fijas con un único operador han sido los operadores de servicios fijos que son operadores móviles virtuales. En el caso de estos operadores, el porcentaje de hogares que son clientes de sus servicios fijos y que contratan todas las líneas móviles con el mismo operador ha pasado de ser un 7,2% en el tercer trimestre de 2012 a ser un 19,9% en el segundo trimestre de 2013. De hecho, este aumento está resultando en un cambio de tendencia en el reparto de líneas móviles entre los operadores (segmento residencial). Como muestra la sección 5, la ganancia de líneas móviles de estos operadores, tradicionalmente fijos, ha sido contemporánea a una disminución de la proporción de líneas que ofertaban Vodafone y Orange (inérita con respecto del periodo anterior) y a una sensible ralentización del crecimiento de los operadores móviles que no ofertaban servicios fijos. De hecho, Yoigo, que en el periodo de referencia no ofertaba servicios fijos, lanzó su primer paquete convergente en octubre de 2013. La proporción de líneas móviles que oferta Telefónica ha seguido disminuyendo, aunque de forma desacelerada respecto de periodos anteriores.

Por otro lado, la comercialización generalizada de paquetes convergentes también ha cambiado la dinámica del servicio de banda ancha fija (residencial). En primer lugar, Telefónica ha revertido parcialmente la tendencia de periodos

anteriores de pérdidas de líneas y, temporalmente, durante los primeros nueve meses desde el lanzamiento de su "oferta fusión" aumentó su proporción de líneas sobre el total en 0,8 puntos porcentuales. También Vodafone y Orange aumentaron su participación en el mercado, de una forma más prominente que en periodos anteriores.

Por último, los operadores de servicios fijos que son operadores móviles virtuales han disminuido su participación sobre el total de líneas comercializadas, cuando en periodos anteriores esta proporción crecía sustantivamente. A pesar de ofrecer paquetes convergentes en los que los descuentos implícitos por el servicio móvil eran significativos, dichos descuentos no parecen aún suficientes para mitigar las pérdidas de líneas de estos operadores en el segmento de la banda ancha fija.

