



# Informe de seguimiento de las ofertas comerciales de servicios de comunicaciones móviles entre 2012 y 2013

ESTAD/SG/0012/14

Junio 2014

## Índice

Resumen ejecutivo	4
<hr/>	
1. Introducción	5
<hr/>	
2. Hipótesis de consumo y tarifas empleadas en este estudio	5
2.1. Hipótesis de consumo	5
2.2. Tarifas	7
<hr/>	
3. Evolución de las tarifas de servicios móviles entre 2012 y 2013	8
3.1. Comparación de las tarifas para usuarios que consumen banda ancha, voz y SMS	9
3.2. Comparación de las tarifas para usuarios que solo consumen voz y SMS	12
3.3. Gasto incremental de añadir consumos de banda ancha a la cesta de servicios tradicionales	15
<hr/>	
4. Tarifas exclusivas de banda ancha móvil	16
<hr/>	
5. Conclusiones	17

## RESUMEN EJECUTIVO

Este documento analiza la evolución de la oferta comercial de los principales operadores móviles entre 2012 y 2013. El estudio basado de las tarifas residenciales de prepago y de postpago permite identificar la dinámica competitiva del mercado. Para llevarlo a cabo se ha empleado la metodología de cestas, basada en elaborar hipótesis de consumo para representar distintos perfiles de uso.

El estudio emplea el concepto de gasto mínimo (resultante de promediar los gastos obtenidos de las mejores ofertas de cada operador) para efectuar un seguimiento de los precios del mercado móvil y establecer conclusiones generales. Así, el gasto mínimo de un consumidor de servicios de voz y datos caracterizado por un patrón de consumo bajo podía variar entre los 11,8 euros y los 17,2 euros mensuales, dependiendo del proveedor elegido. En el caso de un consumidor con una intensidad de uso intermedia, el gasto mínimo mensual fluctúa entre los 19 y los 32,1 euros, mientras que en el caso de un patrón de consumo elevado, el gasto mínimo oscila entre los 22,4 y los 38,8 euros al mes.

Los principales resultados son:

En primer lugar, se observa que durante 2013 los operadores con mayor cuota de mercado que tradicionalmente se han caracterizado por ofertar servicios móviles más onerosos, han comercializado algunas ofertas tan económicas como las de sus rivales, por lo que, en 2013, las mejores tarifas de unos y otros se equiparan y los gastos mínimos de los consumidores no varían tanto con el operador como en 2012. La reacción de operadores como Movistar y Vodafone ante la sostenida pérdida de clientes de años anteriores ha sido un reajuste tarifario importante que ha beneficiado a los consumidores.

En segundo lugar, durante 2013, también se ha observado una marcada proliferación del número de tarifas que empaquetan varios servicios de telecomunicaciones móviles, y en particular, en el segmento de postpago, tarifas que empaquetan con los servicios tradicionales de voz y SMS, también la banda ancha móvil.

Por último, y también en referencia a la banda ancha móvil, un tercer resultado de este estudio es que el gasto incremental en el que incurre un consumidor que incorpora a los consumos tradicionales de voz y SMS, consumos de banda ancha móvil, es relativamente pequeño. Por ejemplo, para la cesta de consumos medios y elevados, el consumir banda ancha móvil supone un gasto adicional de 0,8 y 1,2 euros mensuales respectivamente.

## **1. Introducción**

En los últimos años el segmento más dinámico del mercado ha sido el de comunicaciones móviles, específicamente la banda ancha móvil ha crecido a tasas de dos dígitos ya sea en ingresos como, y sobre todo, en usuarios, los cuales sobrepasaron los 29 millones en la última parte de 2013. El dinamismo se ha visto reflejado también en la evolución de los precios observados, con la emergencia de tarifas empaquetadas (combinando varios servicios en un solo pago periódico), con el incremento en los consumos permitidos en cada tarifa o con rebajas directas en precios ofertados.

Con el fin de conocer en detalle la evolución de los precios en este estudio se analiza la evolución de las tarifas en 2012 y 2013 ya sea del servicio de voz, mensajes con y sin la banda ancha en movilidad. Para ello se utiliza la metodología de cestas de consumo y se consideran separadamente los usuarios de servicios tradicionales (voz y SMS) y los usuarios que además contratan banda ancha móvil.

Los resultados corroboran que durante 2013 los grandes operadores móviles de red, Movistar, Vodafone y Orange, han mejorado su oferta comercial, ofreciendo productos a precios parecidos a los del resto de la competencia, caracterizada tradicionalmente por ofertar servicios más económicos. Así, los operadores mencionados han reaccionado ante la merma de líneas móviles de los últimos dos años, disminuyendo sus tarifas hasta los mejores niveles del mercado, lo que finalmente ha beneficiado al consumidor de servicios móviles.

## **2. Hipótesis de consumo y tarifas empleadas en este estudio**

### **2.1 Hipótesis de consumo**

La comparación de las distintas tarifas móviles es extremadamente compleja debido a una multiplicidad de factores. En primer lugar, las tarifas en sí, ya son relativamente complicadas. Cada tarifa conlleva en realidad varios precios vinculados a los distintos tipos de servicio y al destino de las comunicaciones. Además, dichos precios suelen ser no lineales, es decir, se cobra al usuario en bloques de consumo con precios decrecientes. Por ejemplo, al contratar una tarifa semi-plana de voz, el usuario paga una cantidad fija al mes, que le permite el consumo de un número predeterminado de minutos de voz. Así, el precio efectivo de los primeros minutos de consumo es menor que el precio efectivo de los minutos consumidos una vez se ha superado el umbral incluido en la tarifa.

Además, la comercialización del servicio de banda ancha móvil, y, en particular, el desarrollo de tarifas empaquetadas de varios servicios móviles representa otra dificultad adicional, en especial si se desea comparar estas tarifas con las que mantienen una facturación individualizada para cada servicio.

En segundo lugar, se suele desconocer qué tarifas son las más populares, por lo que para efectuar comparativas suelen emplearse todas las disponibles, y lo que es más importante, no suele existir información muy pormenorizada sobre los consumos de los distintos tipos de usuario. Esto es muy relevante porque uno de los elementos centrales del diseño de tarifas por parte de los operadores es conseguir unas precios que discriminen entre los distintos usuarios, ofertando un menú de tarifas que incluya algunas atractivas para aquellos que tienen grandes necesidades y consumos, y a su vez, otras cuyo cliente objetivo sean los usuarios menos intensivos del servicio. Tal y como corrobora el Documento de Trabajo nº1 de la CNMC existe una fuerte dispersión de consumos entre los distintos tipos de usuarios<sup>1</sup>, por lo que es necesario comparar las tarifas teniendo en cuenta que existen diferentes clases de clientes. Por todo ello, la falta de información sobre qué tarifas son las más contratadas y el no conocer los consumos detallados puede restar representatividad a las comparativas.

Una forma de solventar, al menos parcialmente, estos inconvenientes es emplear la metodología de cestas de consumo<sup>2</sup>. Esta metodología consiste en elaborar hipótesis de consumo para distintos usuarios-tipo. Una vez hecho esto, se calcula el gasto que cada usuario hipotético debería soportar al contratar cada una de las tarifas consideradas. De este modo, se puede identificar las tarifas que resultan en menores gastos, e incluso la tarifa que resulta en un gasto mínimo para cada tipo de usuario. Así, si bien no se emplean datos reales de consumo, al emplear las distintas cestas se incorpora en el análisis la diversidad de los clientes, caracterizados por tener distintas necesidades, patrones e intensidades de uso de los servicios.

En este estudio se han considerado tres tipos de consumos: los que caracterizan la cesta de consumo baja, la media y la elevada. Los patrones de consumo de cada cesta/usuario referenciados en la siguiente Tabla, se basan en los indicadores de consumos por línea y mes (minutos, Megabytes, SMS) según la información recabada de los operadores en 2013. Así, la cesta de consumo bajo caracteriza los consumos medios por línea del segmento de prepago residencial, la de consumo medio a los del segmento de pospago residencial y, por último, la cesta de consumo elevado emplea los consumos medios por línea del segmento de empresa<sup>3</sup>.

### **Estructura de las cestas de consumo empleadas en este estudio**

<sup>1</sup> Documento de trabajo nº1 de la CNMC.

<sup>2</sup> Organismos, como la OCDE o la UIT, utilizan la metodología de cestas para comparar los precios de los servicios de telecomunicaciones.

<sup>3</sup> Boletín Estadístico Trimestral de las Telecomunicaciones y Audiovisual, CNMC, 2013.

	Llamadas de voz / mes	Duración de las llamadas (segundos)	Minutos / mes	MB/mes	SMS/mes
<b>Cesta baja</b>	27	90	39,5	198,7	4,8
<b>Cesta media</b>	57	135	127,1	407,9	7,0
<b>Cesta elevada</b>	78	150	195,0	424,1	7,4

## 2.2 Tarifas

El análisis se basa en información sobre 69 ofertas de telefonía móvil disponibles en julio de 2013 y 55 tarifas de julio de 2012. Las tarifas incluidas son todas las que los cuatro operadores móviles de red (Movistar, Vodafone, Orange y Yoigo) y tres de los operadores móviles virtuales (OMV) con mayor presencia en el mercado (Tuenti, Pepephone y Simyo) ofertan al segmento doméstico. El estudio incluye tarifas de paquetes, o sea tarifas que combinan en un solo pago periódico servicios de voz, mensajes y banda ancha al mismo tiempo, pero excluye las tarifas convergentes, es decir, paquetes de servicios fijos y móviles- como los 4- play que han sido introducidos en el mercado a lo largo de 2013-.

En las distintas comparaciones de tarifas que dan lugar a los resultados de las secciones 3 y 4 se emplean todas las tarifas móviles consideradas, tanto las del segmento de prepago como las de contrato. Por ejemplo, a pesar de que el usuario de cesta baja se corresponda con los consumos por línea de un usuario de prepago, estos consumos se cruzan con todo tipo de tarifa-bien sea de prepago o postpago. Se considera así todo el elenco de posibles gastos en los que podría incurrir este consumidor hipotético al escoger cualquier tarifa.

La mayor parte de las tarifas consideradas se corresponden con tarifas que empaquetan los servicios de voz, mensajería SMS y datos - en forma de tarifa plana o semiplana; es decir, a cambio de una cuota recurrente, el operador ofrece al consumidor una cantidad de minutos de voz, mensajes SMS y/o megabytes a precio marginal nulo, hasta llegar al límite de la cuota adquirida. Tradicionalmente, esta forma de comercializar los servicios de comunicaciones móviles era prácticamente residual, a diferencia de lo observado históricamente en los servicios de telecomunicaciones provistos a través de redes fijas. No obstante, múltiples factores como, por ejemplo, la caída en el precio de terminación del servicio de voz móvil o la tendencia por parte de los operadores entrantes a simplificar su oferta tarifaria, han impulsado la comercialización de este tipo de tarifas. De hecho, numerosos operadores han reducido significativamente sus tarifas de servicios individuales, hasta el punto que, operadores como Tuenti, enfocado al nicho de público juvenil, únicamente contempla tarifas empaquetadas de servicios móviles.

### 3. Evolución de las tarifas móviles entre 2012 y 2013

El objetivo de esta sección es analizar la evolución de los precios o tarifas de los servicios móviles en el mercado español. Para ello se comparan las tarifas de julio de 2013, con las vigentes un año antes, es decir, en julio de 2012.

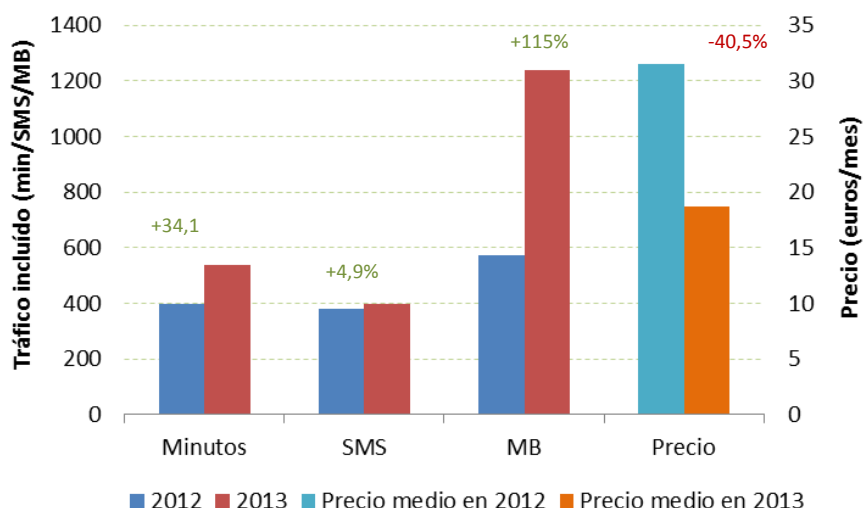
El estudio analiza separadamente el caso de los usuarios que consumen banda ancha y servicios tradicionales (voz y SMS) y el de los usuarios que no consumen banda ancha móvil<sup>4</sup>. En este último análisis se consideran únicamente las tarifas exclusivas de servicios tradicionales (voz y SMS). En cambio, para estudiar la situación de los usuarios que también consumen banda ancha móvil, se emplean, por un lado, las ofertas empaquetadas de todos los servicios (banda ancha móvil, SMS y voz) y, por otro, la combinación de tarifas específicas de cada servicio, (por ejemplo, el gasto resultante al contratar la banda ancha móvil mediante un bono y el resto de servicios con otra tarifa).

De hecho, entre los usuarios que consumen banda ancha, las ofertas más contratadas son las empaquetadas. El precio medio de los paquetes considerados en el estudio rozaba los 19 euros mensuales, y, en promedio, estos posibilitaban el consumo, sin costes adicionales, de 530 minutos de voz, 399 SMS y 1,2 GB de acceso a Internet (ofertas de julio de 2013). El siguiente gráfico muestra cómo han cambiado las características de las ofertas empaquetadas. En promedio, de 2012 a 2013, la cuota mensual se ha reducido un 39%, mientras que el tráfico que incluyen ha aumentado: un 34% en el caso del servicio de llamadas de voz, un 4,9% en el envío de mensajes SMS y un 115% en el caso de tráfico de datos.

---

<sup>4</sup> No obstante, el estudio no considera que existan diferencias en las cestas de consumo de los usuarios en cada caso, con la excepción de la banda ancha móvil, cuyo consumo pasa a ser cero en la sección 2.2 sobre tarifas de telefonía.

**PROMEDIO DE TRÁFICO POR SERVICIO Y PRECIO DE LAS TARIFAS  
EMPAQUETADAS**



Fuente: CNMC

Cabe señalar que el tráfico de datos (MB) incluidos sin coste adicional, es la característica de las tarifas empaquetadas que más ha aumentado. Por el contrario, el número de SMS incluidos, apenas ha crecido. Esto refleja tanto el hecho de que la banda ancha sea el servicio con mayor crecimiento de la demanda como el impacto que las aplicaciones de mensajería instantánea (principalmente, Whatsapp o Line) están teniendo sobre la demanda de SMS

Por último, y con respecto al servicio de banda ancha móvil, existe una diferencia importante entre las tarifas de 2012 y 2013: en 2012, los consumidores que superaban el tráfico de banda ancha incluido en su tarifa, veían como la velocidad en el tráfico de datos –velocidades relacionadas con tecnología 3G -, se reducía hasta velocidades de tecnología 2G, generalmente hasta los 64 kbps. Por el contrario, en 2013, diversos operadores han variado las condiciones de sus ofertas y, como resultado, en numerosos casos, cuando un consumidor supera el tráfico máximo mensual, se le mantiene la velocidad contratada pero también se le aplica una tarifa por MB por el tráfico que consume en exceso.

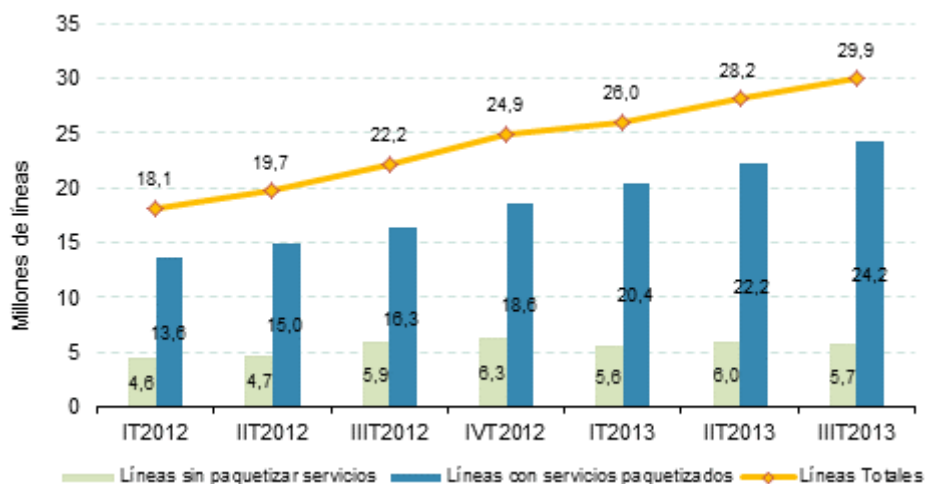
### 3.1 Comparación de las tarifas para usuarios que consumen banda ancha, voz y SMS.

En el tercer trimestre de 2013, más de 29 millones de usuarios de servicios móviles habían contratado el servicio de banda ancha móvil, además de los servicios tradicionales de telefonía móvil (voz y mensajería SMS). Esta demanda se ha satisfecho por la comercialización masiva de ofertas de banda



ancha, ya fuese esta empaquetada junto al resto de servicios o comercializada por separado de la tarifa de voz que el cliente había contratado con anterioridad.

**LÍNEAS MÓVILES CON UN USO ACTIVO DE LLAMADAS DE VOZ Y DATOS  
SEPTIEMBRE DE 2013**



Fuente: CNMC

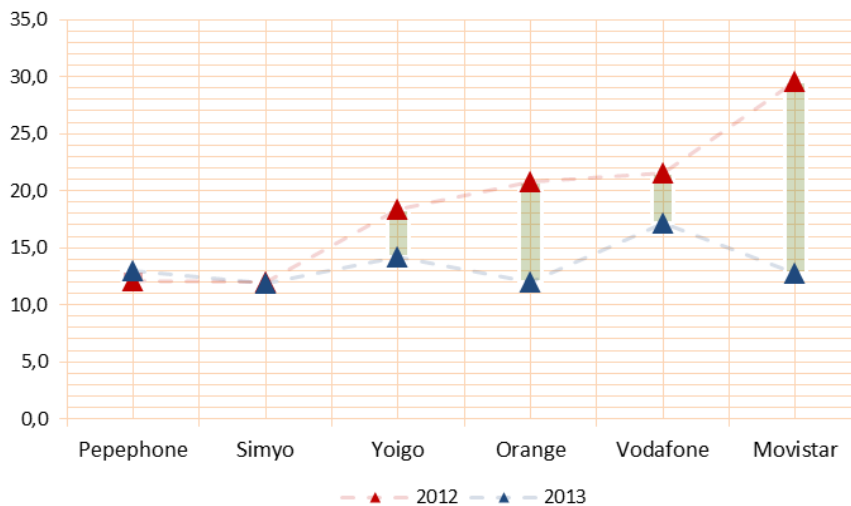
Como se ha mencionado, se ha calculado el gasto resultante de aplicar cada tarifa (o combinación de tarifas) a cada uno de los tres tipos de usuario hipotéticos (bajo, medio y elevado) y se han identificado, en cada caso, las tarifas que resultan en los menores gastos al mes. En particular, esta sección informa sobre los gastos mínimos de cada operador en 2012 y 2013.

La variable “**gasto mínimo**” de un operador y periodo resulta de calcular la media de los gastos resultantes del 30% de las tarifas más económicas de cada operador para cada tipo de usuario o cesta de consumo. En otros estudios comparativos de tarifas, se suelen basar las conclusiones e informar indicadores bien basando las conclusiones exclusivamente en las tarifas que resultan en el menor gasto de todo el conjunto de tarifas analizadas o bien dando información sobre el promedio de los gastos derivados de todas las tarifas consideradas. Este estudio se sitúa entre estos dos casos extremos, estableciendo comparativas en base a un subconjunto de tarifas, caracterizadas por resultar en un gasto bajo para el usuario. De este modo, por un lado, se evita establecer conclusiones basadas en mínimos absolutos que pueden ser anómalos e incluso poco representativos del mercado, y por otro lado, también se evita que las ofertas más caras sesguen los resultados, cuando en la realidad es poco probable que los usuarios opten por este tipo de oferta.

Así, el siguiente gráfico muestra los gastos mínimos del usuario con una cesta de consumo bajo. En concreto, las marcas de color rojo indican los gastos

mínimos en 2012 y las azules los gastos mínimos en 2013. Un primer resultado de importancia, es que, los operadores con mayor peso en el mercado (Movistar, Vodafone y Orange) han reducido sus tarifas a lo largo del año, hasta situar algunas en un nivel muy similar a las más económicas de los operadores con una menor cuota de mercado. Como resultado, en 2013 hay una menor variación de los gastos mínimos entre los distintos operadores, mientras que en 2012, el gasto mínimo del consumidor de cesta baja cambiaba mucho según el operador escogido y en concreto, era mayor, cuánto mayor era la cuota de mercado del operador. De hecho, este mismo resultado se repite en el caso de la cesta de consumo medio y la cesta de consumo elevado.

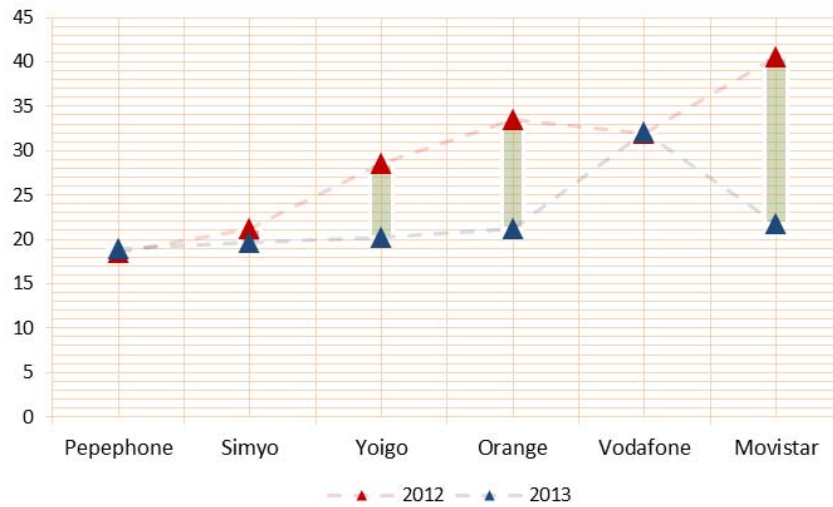
**GASTOS MÍNIMOS PARA UNA CESTA DE CONSUMO BAJO (euros)**



Fuente: CNMC

El siguiente gráfico muestra la evolución del gasto mínimo mensual en el caso de consumidores con un patrón de consumo intermedio. Como se puede observar, las conclusiones observadas en consumidores con un patrón de consumo bajo también son válidas para el consumo de nivel medio.

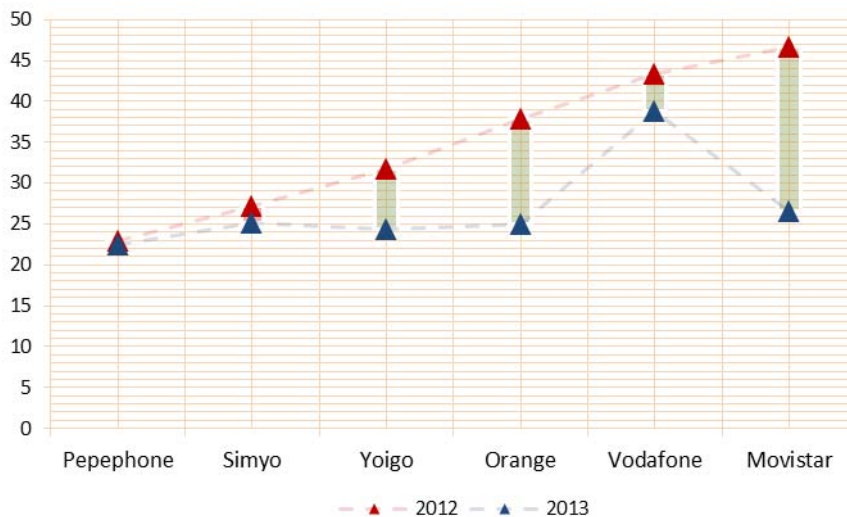
**GASTOS MÍNIMOS PARA UNA CESTA DE CONSUMO MEDIO (euros)**



Fuente: CNMC

Al igual que en los anteriores, el gráfico que muestra el gasto mensual de consumidores con un patrón de consumo elevado revela que los operadores con mayor cuota de mercado redujeron sus tarifas en 2013 y, en consecuencia, sus clientes vieron reducido su gasto mensual en servicios móviles.

#### GASTOS MÍNIMOS PARA UNA CESTA DE CONSUMO ELEVADO (euros)



Fuente: CNMC

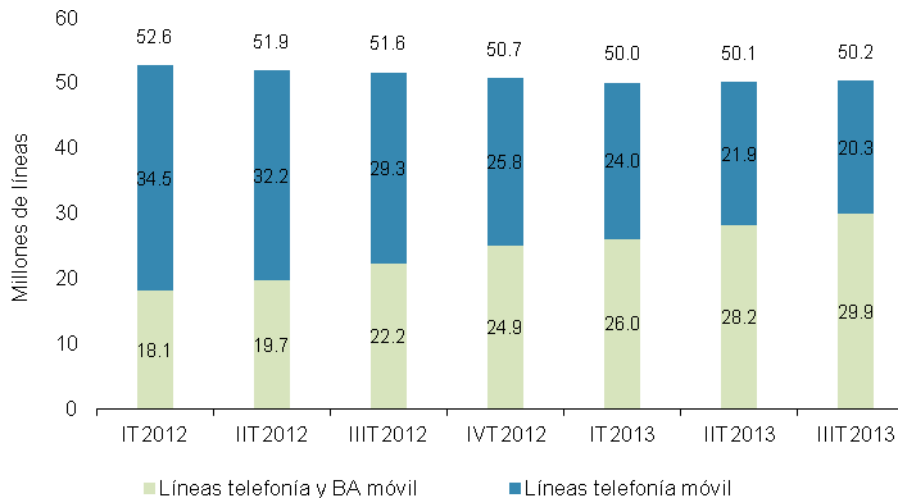
En conclusión, Movistar y Orange, y también, en el caso de la cesta de consumo bajo, Vodafone, han llevado a cabo modificaciones tarifarias, que han resultado en que en 2013 dispongan de ofertas equivalentes a las mejores de sus rivales. Esto es probablemente una reacción a la merma de clientes de estos operadores hacia operadores con menor cuota de mercado. En los

últimos dos años, Movistar y Vodafone, los dos mayores operadores de telefonía móvil, han perdido más de 6 millones de líneas móviles.

### **3.2 Comparación de las tarifas para usuarios que consumen únicamente servicios tradicionales (voz y mensajería SMS)**

A pesar del crecimiento del número de usuarios que demandan banda ancha móvil, aún existe un número significativo de consumidores que demanda únicamente los servicios móviles tradicionales, es decir, servicios de voz y de mensajería SMS. Cabe señalar que este tipo de usuarios tienen, por lo general, un perfil de consumo menor que los usuarios analizados en el apartado anterior.

**LÍNEAS MÓVILES EN FUNCIÓN DE LOS SERVICIOS DEMANDADOS  
SEPTIEMBRE DE 2013**



Fuente: CNMC

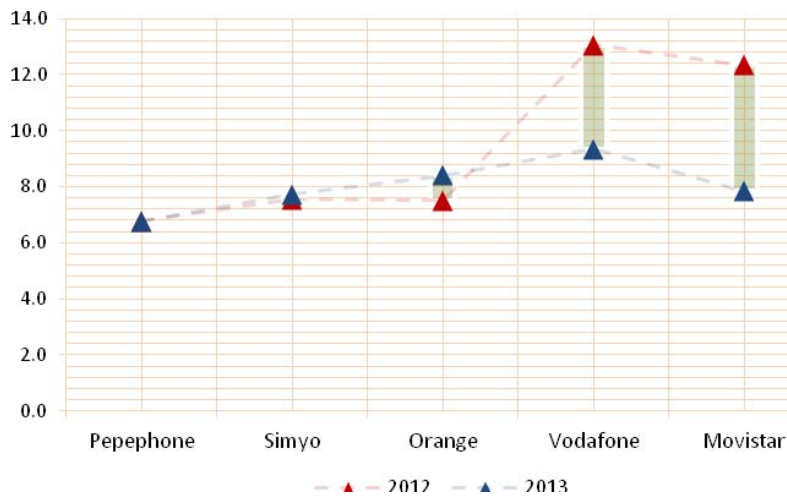
Dado el importante peso que aún conservan estos usuarios, se ha considerado necesario realizar una comparativa de tarifas destinadas a estos consumidores<sup>5</sup>. Así, los siguientes gráficos muestran el gasto mínimo de aquellos consumidores que únicamente hubiesen demandado el servicio de voz y de mensajería SMS. Cabe señalar que, respecto de 2012, se observa que en el segmento de postpago se concentran las ofertas que incluyen el consumo de los tres servicios (voz, mensajes SMS y datos), mientras que en el segmento de prepago siguen predominando las ofertas de servicios tradicionales.

Los resultados son similares a los obtenidos para usuarios que consumen banda ancha móvil: de forma relativamente general<sup>6</sup>, para todas las cestas se observan que los operadores de red con mayores cuotas de mercado Movistar, Vodafone y Orange, (y, especialmente, estos dos últimos), han mejorado sus ofertas, y que, en 2013, en algunos casos, (cesta media y elevada), en promedio las mejores ofertas de estos operadores eran más económicas incluso que las más baratas ofertadas por los operadores de menor tamaño.

<sup>5</sup> En el caso de que un consumidor realizase una conexión de datos desde su terminal, los operadores móviles asocian a ese consumo una tarifa de acceso a Internet por defecto, dejando así abierta, la posibilidad de uso por parte del usuario del servicio de acceso a Internet.

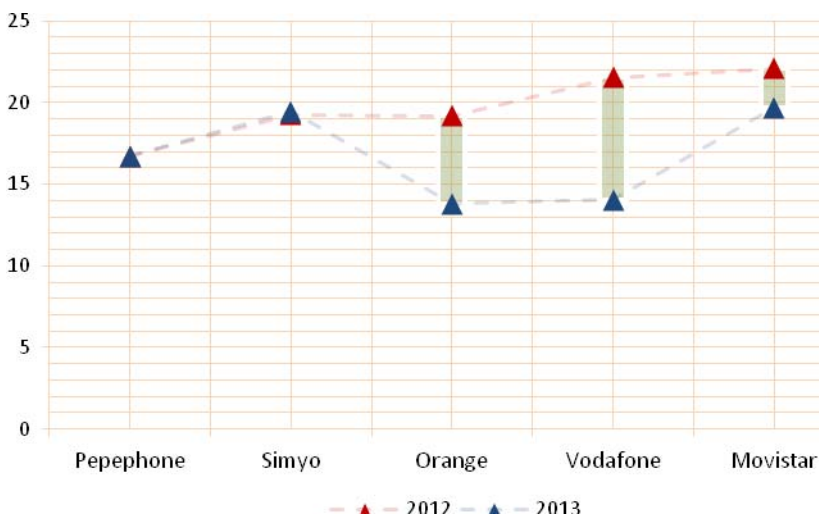
<sup>6</sup> La única excepción es el caso de Movistar para la cesta de consumo elevado, para la que el gasto en 2013 es ligeramente superior al de 2012.

**GASTOS MÍNIMOS PARA UNA CESTA DE CONSUMO BAJO (euros)**



Fuente: CNMC

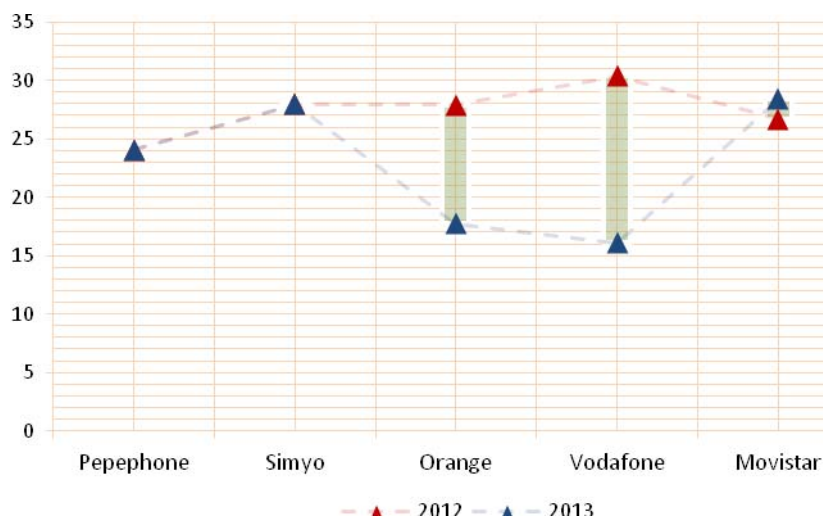
**GASTOS MÍNIMOS PARA UNA CESTA DE CONSUMO MEDIO (euros)**



Fuente: CNMC

Los gráficos que muestran el gasto de consumidores con un uso medio y elevado de servicios móviles indican una caída del gasto mensual de las tarifas ofrecidas por Orange, Vodafone y Movistar, especialmente los dos primeros. Este responde a un cambio tarifario a pesar de que, como se puede apreciar, el gasto mensual de estos operadores en el año 2012 no se situaba muy por encima del resto de competidores.

**GASTOS MÍNIMOS PARA UNA CESTA DE CONSUMO ELEVADO  
(euros)**



Fuente: CNMC

### 3.3 Gasto incremental al añadir consumos de banda ancha a la cesta de servicios tradicionales (julio 2013)

Esta sección emplea los resultados previos para establecer una conclusión adicional sobre la política tarifaria de los operadores. La siguiente tabla informa sobre el promedio de gastos mínimos al mes entre operadores, para los seis tipos de usuario hipotético. De este modo, la Tabla permite comparar, mediante seis indicadores de gasto, la situación de los distintos tipos de usuarios. Por ejemplo, una inferencia de la Tabla es que, para el consumidor con consumos de la cesta media (127 minutos y 7 SMS al mes) añadir un servicio de banda ancha a su cesta de consumo (407,9 MB al mes), al suscribirlo con las mejores ofertas del mercado, supone un coste adicional de 0,8 euros al mes.

Gasto al mes (promedio ofertas mínimas todos los operadores) (Julio 2013)	Tipo de consumo		
	Cesta baja	Cesta media	Cesta elevada
Consumidor de todos los servicios	12,1	17,7	21,5
Consumidor de servicios tradicionales	8,3	16,9	22,7

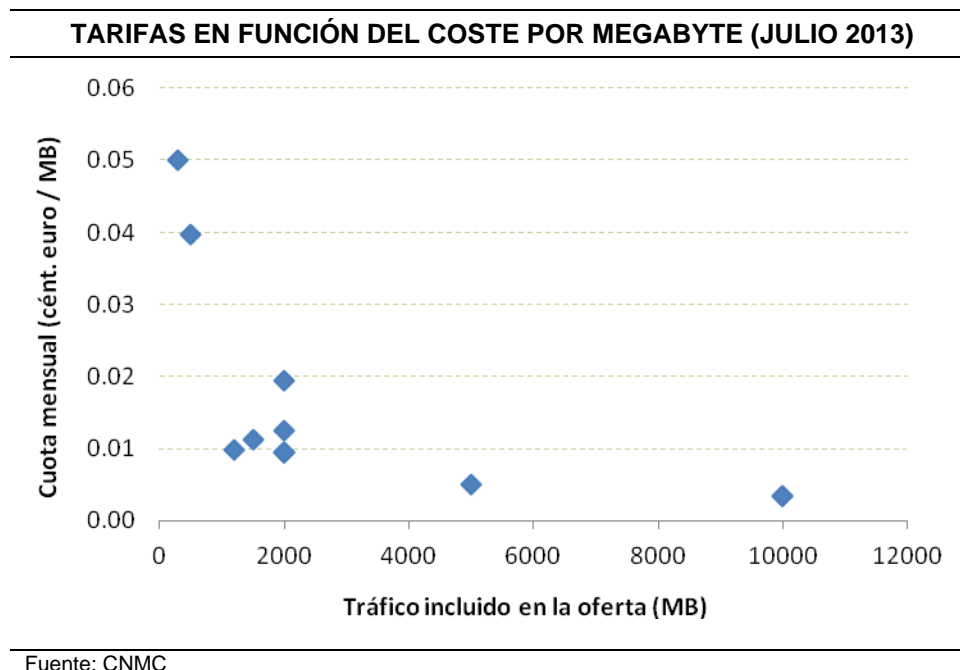
De hecho, la conclusión de la tabla es que el gasto adicional de añadir consumos de banda ancha a los servicios tradicionales es relativamente bajo: 3,8 euros al mes por 198 MB en el caso de la cesta baja, 0,8 euros por 407,9

MB al mes en el caso de la media y 1,2 euros por 424,1 MB al mes en el caso de la cesta elevada. Este resultado ilustra cómo los operadores móviles fomentan actualmente el uso de la banda ancha, reduciendo el gasto incremental que acarrea incorporar este servicio a su patrón de consumo.

#### 4. Tarifas exclusivas de banda ancha móvil

Por último, este apartado analiza las tarifas que únicamente ofrecen una cantidad determinada de datos (en Megabytes o Gigabytes) para poder acceder a Internet móvil a cambio del pago de una cuota mensual. Cabe señalar que este tipo de tarifas son contratadas mayoritariamente por usuarios de tabletas digitales o módems USB.

El siguiente gráfico informa sobre el coste por megabyte de las distintas tarifas disponibles en el mercado español en julio de 2013 y muestra cómo, cuanto mayor es el tráfico contratado, menor es el precio pagado por megabyte contratado. Esto refleja que los operadores ofrecen tarifas con descuentos en el precio basados en la cantidad contratada. Así, los clientes que contratan una tarifa que permite navegar por la red un total de 10 GB pagan por 0,35 céntimos por cada MB consumido. Esta magnitud es 10 veces inferior a la tarifa que incluye el consumo de 300 megabytes mensuales (5 céntimos por MB).





## 5. Conclusiones

La consideración de cestas de consumo ha servido para calcular el gasto mensual que comportaba, para seis tipos de consumidores hipotéticos (con/sin banda ancha, cestas baja, media y elevada), seleccionar cada una de las tarifas domésticas de los principales operadores españoles en 2013 y 2012.

Este ejercicio ha permitido comprobar que el gasto mínimo de un consumidor de servicios de voz y datos caracterizado por un patrón de consumo bajo podía variar entre los 11,8 euros y los 17,2 euros mensuales, dependiendo del proveedor elegido. En el caso de un consumidor con una intensidad de uso intermedia, el gasto mínimo mensual fluctúa entre los 19 y los 32,1 euros, mientras que en el caso de un patrón de consumo elevado, el gasto mínimo oscila entre los 22,4 y los 38,8 euros al mes.

Adicionalmente, se han identificado las tarifas más económicas de cada operador y se elaborado la variable gasto mínimo por tipo de usuario y operador, que no es más que la media de gasto de las tarifas que resultan en gastos en el tercil más bajo de cada operador.

La evolución de los gastos mínimos es reveladora. De forma bastante generalizada se observa cómo los operadores de red con mayores cuotas de mercado, Telefónica, Vodafone y Orange, han mejorado su menú de ofertas. Estos cambios han generado niveles de gasto similares a los resultantes de las ofertas de los operadores de menor tamaño (Yoigo, OMVs). Estos últimos tradicionalmente han ofertado servicios más económicos y de tarificación más simple que los ofrecidos por los primeros. Además, han sido los que con sus tarifas han dinamizado el mercado, logrando desde 2012 importantes ganancias de líneas, cuya contrapartida eran las pérdidas de líneas de operadores como Telefónica y Vodafone principalmente. Así, puede argumentarse que la mejora tarifaria de los dos mayores operadores se debe a un intento por parte de estas empresas de mitigar la pérdida de líneas y la consiguiente reducción de ingresos. Por último, como resultado de esta equiparación de tarifas, en 2013, la elección de operador tiene un menor impacto sobre el gasto resultante de los servicios contratados que en 2012, cuando el gasto mínimo dependía en gran medida del operador seleccionado.

Otro resultado importante es el hecho de que añadir consumos de banda ancha móvil a los tradicionales de voz y SMS no supone un gasto incremental de gran magnitud. De hecho, para la cesta de consumos medios y elevados, consumir banda ancha móvil supone un gasto adicional de 0,8 y 1,2 euros mensuales, respectivamente.

