

Nota **ocasional**

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

5

Efecto arrastre entre las demandas de servicios fijos y de servicios móviles

Febrero 2013

CMT

Dirección de Estudios, Estadísticas
y Recursos Documentales

Introducción

El objetivo de esta nota es caracterizar los hogares con acceso fijo y móvil, un 77,9% de los hogares en España, según si contratan, o no, todos los servicios de comunicaciones electrónicas (ya sean fijos o en movilidad) con el mismo operador. De este modo, la nota, efectuada con datos del tercer trimestre de 2012¹, determina si existe una cierta propensión por parte de un hogar a contratar todas sus líneas- tanto fijas como móviles- con el mismo operador, viendo si, los operadores que prestan tanto servicios fijos como móviles tienen una ventaja vía la demanda con respecto de los que solo prestan uno de los dos tipos de servicio.

Esta propensión o “efecto arrastre” puede desencadenarse por varias razones. La primera por un efecto monetario que se derivaría de la existencia de descuentos cruzados entre los servicios fijos y móviles de un operador como pueden ser los descuentos condicionales a la contratación de un servicio o los paquetes mixtos de servicios fijos y móviles. 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 efectos reputacionales que trascendieran a los servicios individuales.

La nota muestra que cuando el operador de servicios fijos dispone de una red propia de telefonía móvil existe una considerable concordancia entre las elecciones del hogar del operador de servicios fijos y del de servicios móviles. No obstante, no existen grandes diferencias entre los gastos y consumos de los hogares que concentran sus líneas móviles en su operador de servicios fijos y los que no. Esta ausencia de diferencias en los gastos se debe a que en el tercer trimestre de 2012 los descuentos cruzados entre servicios fijos y móviles eran relativamente limitados y también a que, en general, los operadores fijos no distinguían los precios de las llamadas según la red móvil de destino y los operadores móviles tampoco diferenciaban los precios según la red fija de destino². Así, una conclusión de la nota es que en el tercer trimestre de 2012 la coincidencia entre el operador fijo y el operador móvil de los hogares no se producía por causas monetarias sino de otra naturaleza, como los hábitos o la reputación de los operadores.

Todos los resultados estadísticos de esta nota son previos a la reciente proliferación de paquetes de servicios fijos y móviles en España por parte de los operadores que prestan todos estos servicios. De hecho esta nota puede emplearse como base para medir en el futuro los efectos de estos descuentos cruzados sobre las demandas de servicios fijos y móviles y comprobar si estas prácticas comerciales exacerban el efecto arrastre, mermando las posibilidades de competir de los operadores que a día de hoy no estén en posición de ofertar todo tipo de servicios.

¹ Esta nota se ha confeccionado con los datos del Panel de Hogares de Red.es/CMT. Esta fuente de datos está conformada por las respuestas de una muestra de más de 3.000 hogares y sus correspondientes individuos a cuestionarios semestrales y, también, por el resultado de procesar trimestralmente la información de las facturas de una segunda muestra de hogares. La información proporcionada por las facturas permite estimar los gastos reales de los hogares en el mercado español.

² A diferencia del caso de llamadas de móvil a móvil en el que sí existen grandes diferencias entre el coste de las llamadas *on-net* y *off-net*.

¿Son propensos los hogares con servicios fijos y móviles a contratar todas las líneas con un único operador?

En el tercer trimestre de 2012 un 77,9% de los hogares españoles disponía tanto de acceso fijo como de móvil. En media estos hogares disponían de unas dos líneas móviles y cerca de cuatro de cada diez habían contratado todas sus líneas móviles con su operador de acceso fijo.

La Tabla 1 da una información similar para tres tipos de operadores: el operador histórico Telefónica, los operadores de acceso fijo que son operadores móviles de red (Vodafone y Orange) y los operadores de cable que son operadores móviles virtuales completos (OMVC). La tabla indica que en el caso en que el hogar es cliente de servicios fijos de Telefónica este tiene una fuerte tendencia a contratar las líneas móviles con este mismo operador: un 57,6% de los hogares cuyo operador de servicios fijos es Telefónica contratan todas sus líneas móviles con esta empresa. Este efecto también existe en el caso de Vodafone y Orange, para los que la coincidencia entre el operador de fija y de móvil (todas las líneas móviles) ocurre en un 45,2% de los hogares clientes de servicios fijos de estos operadores. En ambos casos el indicador supera la media nacional. En cambio, en el caso de los operadores de cable el indicador de “todas las líneas móviles con el operador de fija” es mucho menor, un 7,2%.

	Tipo de hogar		
	Todas las líneas móviles con el operador de servicios fijos	Alguna línea móvil con el mismo operador de servicios fijos	Ninguna línea móvil con el mismo operador de servicios fijos
Operador de servicios fijos			
Telefónica	57,6%	11,5%	30,9%
Vodafone y Orange	45,2%	15,7%	39%
Operador de cable que es OMVC*	7,2%	6,3%	86,5%
Número de líneas por grupo de hogar	1,9	3,2	2,1

► **Tabla 1.** Hogares según con qué operador contratan los servicios fijos y móviles (porcentaje sobre el total de hogares con acceso fijo y móvil y según operador de servicios fijos)

Universo: Hogares con telefonía fija y móvil. *Muestra basada exclusivamente en los dos principales operadores de cable.

Tal y como puede observarse en la tabla anterior, el número de líneas por hogar varía de grupo a grupo, siendo mayor en el grupo de hogares con “alguna línea móvil con el mismo operador de servicios fijos”. Es natural que en aquellos hogares en los que hay un mayor número de líneas móviles haya una mayor probabilidad de disponer de más de un operador móvil.

Para complementar la información de la Tabla 1, la Tabla 2 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 de los operadores de cable el número medio de líneas móviles es de 2,2 por hogar y un 10,4% de estas son líneas ofertadas por el operador de cable del hogar. Igualmente para los hogares cuyo operador de fija es Telefónica el 61,6% de las líneas de móvil son líneas proporcionadas por Telefónica. En todos los casos el porcentaje de líneas móviles ofertadas por el operador de fija del hogar supera la cuota de mercado (de líneas móviles) del operador por lo que debe concluirse que el efecto arrastre existe para todos los operadores.

Entre los hogares con acceso fijo y móvil, cerca de cuatro de cada diez contratan todas las líneas- tanto móviles como fija- con el mismo operador. En el caso de los hogares clientes de servicios fijos de Telefónica este porcentaje pasa a ser el 57,6%.

► **Tabla 2.** Concentración de líneas fijas y móviles

Operador de servicios fijos	Número de líneas móviles por hogar	Porcentaje de líneas móviles con el operador de servicios fijos respecto del total	Cuota de mercado móvil residencial (Informe Trimestral III-12 CMT)
Telefónica	2	61,6%	33,3%
Vodafone y Orange	2,3	53,6%	48,1%
Operador de cable que es OMVC	2,2	10,4%	1,1%

Universo: Hogares con acceso fijo y móvil.

Las Tablas 1 y 2 pueden emplearse para interpretar las posibles oportunidades y riesgos de los operadores a la hora de diseñar descuentos cruzados, como los paquetes de servicios móviles y fijos, o los descuentos en la factura de móvil condicionales a la contratación de un servicio fijo o al revés.

En primer lugar, la foto fija que ofrece la Tabla 2 indica que para los operadores de cable existe un potencial de casi dos líneas móviles a ganar de sus propios clientes de fija mediante una política efectiva de descuentos cruzados. En cambio el potencial de Telefónica es de 0,76 líneas móviles por hogar cliente de fija. Dichas cifras ponen de manifiesto la motivación de los operadores de servicios fijos que cuentan con servicios móviles para establecer políticas de precios agresivas con el fin de ganar clientes móviles.

Un factor muy relevante que explica la magnitud de los indicadores de concentración de líneas fijas y móviles es que, de entrada, ya existe en los hogares una cierta disposición a contratar las distintas líneas móviles de sus miembros con un único operador. Por ejemplo, la Tabla 3 muestra que un 76,9% de los hogares con dos líneas móviles contratan las dos líneas con un único operador de móvil cuando la probabilidad que resultaría en el caso de que la selección de operador móvil fuera aleatoria sería del 23,3%.

► **Tabla 3.** Hogares que contratan todas las líneas móviles con el mismo operador

Número de líneas móviles del hogar	Proporción de hogares que contratan todas las líneas móviles del hogar con el mismo operador	Probabilidad de que un hogar contrate todas las líneas móviles con el mismo operador si la selección del operador móvil fuera aleatoria ³
2	76,9%	23,3%
3	56,6%	6,6%
4	45,3%	1,9%
Más de una línea móvil	68,6%	17%

Universo: Hogares con más de una línea móvil.

³ Para calcular las probabilidades si la selección fuese aleatoria se han usado las cuotas de mercado (en líneas), y se considera, por ejemplo, para el caso con dos líneas por hogar, la probabilidad de que dadas esas cuotas el operador de la primera línea coincidiera con el operador de la segunda.

Las cifras de la Tabla 3 se explican en parte por el “efecto club” o la externalidad de red que generan las diferencias entre los precios de las llamadas *on-net* y *off-net* de los operadores móviles. En el tercer trimestre de 2012 según los datos del Informe Trimestral de la CMT mientras que llamar *off-net* costaba 14,5 céntimos de euro/minuto hacerlo *on-net* costaba 7,4 céntimos de euro/minuto. La diferencia de precio entre los mensajes *off-net* y *on-net* era de 3,1 céntimos de euro por mensaje. Por tanto, es lógico que los miembros de un mismo hogar, que por lo general tenderán a comunicarse los unos con los otros, seleccionen el mismo operador de telefonía móvil⁴. Otra posible explicación de las cifras de la Tabla 3 es que en el proceso de contratación de los servicios los hogares tengan hábitos adquiridos o prefieran contratar a los operadores que ya conocen y en los que confían.

Una consecuencia de esta concentración de líneas móviles en un único operador es que también facilita a los operadores que son fuertes en el segmento móvil el captar líneas fijas. En los casos en los que el hogar no contrata ninguna línea móvil con su operador de servicios fijos los descuentos cruzados podrían beneficiar al operador de móvil si con ellos captara la demanda de los servicios fijos. Así, y empleando el dato de la tercera columna de Tabla 1, los operadores de cable serían los que estarían en mayor posición de debilidad dado que un 86,5% de sus clientes de servicios fijos no han contratado ninguna de sus líneas móviles con los mismos.

¿Es menor el gasto de los hogares que concentran todos sus consumos con el mismo operador?

Una vez vistos los resultados anteriores una pregunta natural es conocer si existen ahorros para el hogar que resulten de aglomerar todos o parte de los consumos de servicios móviles y fijos en un único operador. La Tabla 4 aporta información sobre esta cuestión.

La tabla indica que no existen grandes diferencias entre los gastos totales⁵ (tanto en servicios fijos como móviles) de los hogares según si contratan o no todas las líneas móviles con el operador de fija. El gasto total 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 Internet y televisión de pago, lo que se refleja también en un mayor gasto en servicios fijos.

Existe una tendencia entre los miembros de un mismo hogar a contratar sus servicios móviles con el mismo operador.

⁴ No obstante, con la proliferación de tarifas planas o semi-planas de móvil y el impacto que pueda tener la futura reducción de los precios de terminación móvil sobre las tarifas *off-net* de los operadores el peso de este argumento puede disminuir.

⁵ 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 tanto 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. Todos los gastos y precios de esta nota son sin IVA.

► **Tabla 4.** Gastos y consumos de los hogares según si contratan los servicios fijos y móviles con un mismo operador

	Gasto total (euros al mes)	Gasto en servicios fijos (euros al mes)	Gasto por línea móvil (euros al mes)	Minutos de móvil al mes por individuo*	Hogares con Internet (porcentaje)	Hogares con televisión de pago (porcentaje)
Hogares con todas las líneas móviles con el operador de fija	67,3	35,7	16,6	99,4	74%	13,1%
Resto de hogares	71,9	38,8	14,5	103,8	77,3%	19,4%

En el tercer trimestre de 2012, cuando los descuentos cruzados entre servicios fijos y móviles eran limitados, no existían grandes diferencias entre los gastos de los hogares que concentraban todos sus consumos (fijos y móviles) con el mismo operador respecto de los que no.

Universo: Hogares con telefonía fija y móvil excluyendo los hogares que contrataban un servicio de TV de pago sin empaquetar. *Minutos de telefonía de postpago

De hecho la Tabla 5 demuestra que, cuando se tienen en cuenta los tipos de servicios que contrata cada hogar, la diferencia en los gastos totales según si el hogar contrata todas las líneas móviles con el operador de fija o no es prácticamente inexistente en la mayoría de los casos.

► **Tabla 5.** Gasto total por hogar (euros al mes) según la contratación de servicios fijos y móviles

	Hogares con todas las líneas móviles con el operador de fija	Resto de hogares
Hogares con fijo y móvil	37,1	43
Hogares con fijo, móvil y banda ancha fija	63,4	62,1
Hogares con fijo, móvil, banda ancha fija y televisión de pago*	85,2	82,5
Hogares con fijo, móvil, banda ancha fija y banda ancha móvil	90,5	90,6

* Excluyendo los hogares que contrataban un servicio de TV de pago sin empaquetar.

Nuevas ofertas cuádruples en España

En los últimos meses han proliferado en España las ofertas de paquetes cuádruples (y quintuples), es decir, la venta conjunta de servicios de telefonía fija, banda ancha fija, telefonía móvil y banda ancha móvil por un pago único al mes (y en el caso del quintuple, además, la televisión de pago).

El movimiento de octubre de 2012 por el que Telefónica comercializó por primera vez este tipo de paquete ha desencadenado la reacción de sus rivales que generalmente han respondido con estrategias parecidas. Nótese que toda la información estadística presentada en esta nota precede a este momento.

La Tabla 6 muestra información de algunas de las ofertas existentes en enero de 2013⁶. Todas las ofertas incluyen el servicio de banda ancha fija, la tarifa plana nacional de voz fija, minutos de voz móvil y banda ancha móvil.

Operador	Velocidad de bajada de la banda ancha fija (Mbps)	Minutos mensuales de móvil incluidos	Capacidad de descarga mensual de la banda ancha móvil con la máxima velocidad	Precio incluyendo el coste del acceso fijo (euros al mes)
Movistar	10	500	1 GB	49,9
Movistar	100	500	1 GB	59,9
Vodafone	20	100	750 MB	35*
Vodafone	20	Tarifa plana	1,5 GB	55*
Ono	12	200	200 MB	35,9**
Ono	50	500	500 MB	50,9**
Jazztel	30	100	100 MB	34,9

► **Tabla 6.** Ofertas cuádruples en España de los principales operadores (vigentes en web en enero de 2013)

* 40 o 67 euros al mes respectivamente si el cliente necesita un terminal móvil.

** Ofertas promocionadas con duración de un año. A partir del año cuestan respectivamente 43,9 y 64,9 euros.

⁶ Dicha tabla no pretende ser completa, sino solamente ilustrar algunas de las principales ofertas de los operadores. Orange no aparece en la misma porque en enero de 2013 no ofertaba un paquete cuádruple aunque sí un descuento de 10 euros al mes en el precio del ADSL cuando el cliente tenía una línea móvil con el operador. A las ofertas de Ono y Jazztel se ha añadido el coste de la línea, de 15 y 14,95 euros al mes respectivamente.

Como se puede observar las ofertas son relativamente económicas, si se comparan sus precios con el gasto total de los hogares españoles con servicios fijos y móviles en el tercer trimestre de 2012, es decir, unos meses antes de la recolección de las mismas de las páginas web de los operadores. Mientras que a un hogar con fijo, móvil y banda ancha fija le costaba 63,4 euros al mes contratar todos estos servicios con un único operador (disfrutando de aproximadamente dos líneas móviles), ahora la telefonía fija, la banda ancha fija y una línea móvil se ofertan por precios desde los 34,9 a los 49,9 euros al mes según operador (y en todas las ocasiones la oferta incluye banda ancha móvil). Es decir, en el peor de los casos el hogar promedio se ahorraría unos 13,5 euros al mes si contratara el paquete cuádruple, con los que podría financiar la segunda línea móvil, valor que está en línea con lo que aproximadamente cuesta la segunda línea móvil de cada hogar dado que el gasto medio por línea se encuentra alrededor de los 15 euros al mes. No obstante, habrá que esperar a los próximos trimestres para conocer el impacto real de estas nuevas tarifas sobre los gastos de los hogares.

Conclusiones

El principal resultado de esta nota es que en el tercer trimestre de 2012 un número considerable de hogares contrataban todos los servicios de telecomunicaciones, tanto fijos como móviles con un único operador. Dado el bajo desarrollo de los descuentos cruzados entre servicios fijos y móviles en este periodo, este resultado no puede motivarse por efectos monetarios sino que debe argumentarse como resultado de los hábitos de los hogares y la existencia de efectos reputacionales.

El reciente desarrollo de la competencia integral entre servicios en España basada en la introducción en el mercado de ofertas conjuntas de servicios fijos y móviles podría suponer un importante ahorro a los hogares. La metodología de esta nota podría emplearse en el futuro para comprobar si estos descuentos también exacerban el efecto de arrastre entre las demandas de servicios fijos y móviles, dificultando las posibilidades para competir por el cliente promedio de aquellos operadores que no se encuentren en posición de ofertar todos los servicios de forma competitiva.

Esta nota podría emplearse como base para comprobar si la reciente introducción en el mercado de ofertas conjuntas de servicios fijos y móviles exacerba el efecto arrastre entre las demandas de servicios fijos y móviles detectado en el tercer trimestre de 2012.