

Asociación de Internautas



La CMT forzará una fuerte bajada del acceso a Internet por ADSL antes de 2007

La CMT forzará una fuerte bajada del acceso a Internet por ADSL antes de 2007

Más bajadas para el acceso a Internet por ADSL. La Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT) va a modificar antes de fin de año la forma de calcular los precios que aplica Telefónica como mayorista a las empresas competidoras que sólo actúan como revendedores de sus productos, en lo que se conoce como acceso indirecto o GigADSL. El cambio persigue una rebaja sustancial de los precios, con el fin de que se traslade a los consumidores. Más de 650.000 usuarios disfrutaban de esta modalidad, aproximadamente la mitad de los clientes de los rivales de Telefónica.

[RAMÓN MUÑOZ-Madrid - EL PAÍS - Economía](#).- El regulador cree que aún hay margen para que los precios del acceso a Internet sigan bajando. Pero como las tarifas finales que pagan los usuarios no están regulados, la única forma que tiene de provocar una rebaja es interviniendo en los precios mayoristas, los que cobra Telefónica a sus rivales.

La CMT ya dio un primer paso el pasado mes al aprobar una rebaja del 14,4% (hasta 9,72 euros por línea y mes) de la cuota que pagan las compañías alternativas a Telefónica por alquilar su red para dar servicio de ADSL a sus clientes. Pero ese descuento sólo afectaba a las líneas que son parcialmente compartidas por Telefónica y sus competidores, mediante el alquiler de equipos y de las centrales de la red (técnicamente denominada bucle desagregado).

En una segunda fase, la CMT prepara una nueva regulación que fuerce una importante rebaja de las tarifas que cobra Telefónica a las empresas que actúan sólo como revendedoras del servicio, y que no disponen de ningún tipo de equipo (denominado acceso indirecto o GigADSL), cuyos precios quedaron invariables en la última oferta de bucle de abonado (OBA) que entró en vigor a comienzos de esta semana.

La modificación, que estará lista antes de fin de año, consistirá en eliminar la actual fórmula de fijación de los precios mayoristas, que consiste en aplicar un descuento sobre la tarifa final que cobra Telefónica a sus clientes, para garantizar un margen a las empresas revendedoras.

La CMT pretende cambiar ese sistema (conocido como retail minus) por otro de contabilidad de costes. Es decir, que el precio que Telefónica podrá cobrar a sus rivales se tendrá que ceñir a los costes reales que tenga la propia Telefónica para dar ese servicio.

Ofertas para los usuarios

En total, más de 650.000 abonados disfrutaban de esta modalidad GigADSL. Y se da la circunstancia de que esos clientes son, precisamente, los que no pueden disfrutar de las mejores ofertas de las compañías alternativas, puesto que el precio de coste que pagan éstas a Telefónica les deja un margen estrecho. De esta forma, por el mismo producto los abonados que viven en zonas donde las compañías tienen cobertura de acceso directo (bucle desagregado), pagan mucho menos que los que habitan en zonas donde sólo hay acceso indirecto.

Por ejemplo, en el producto de más éxito comercial, el ADSL de un mega, para el acceso indirecto, Telefónica cobra como precio mayorista máximo 21,09 euros, lo que supone un descuento del 46,01% sobre el precio final que cobra a sus clientes (39,07 euros) por este mismo producto. Sin embargo, por el bucle desagregado cobra como precio mayorista 9,72 euros, lo que da mucho margen a sus rivales para comercializar este producto por 20 euros mensuales (a los que hay que sumar los 15,57 euros de cuota de abono que paga a Telefónica, como propietaria de la línea).

La medida es una vieja reivindicación de las operadoras alternativas, que estiman que el sistema actual no les garantiza el suficiente margen, y les obliga a recurrir al alquiler de la línea.

La nueva contabilidad de costes forzaré previsiblemente una considerable rebaja de los precios mayoristas que pagan a Telefónica las compañías como Ya.com, Wanadoo, Tele2 o Jazztel. Ahora bien, están en manos de estas compañías que esa rebaja tenga algún efecto en el bolsillo de los ciudadanos. Tendrán que decidir si les compensa repercutir parte de esta rebaja a sus clientes o, por el contrario, emplean el ahorro que les supone la medida en mejorar sus cuentas de resultados. De esa decisión dependerá si se benefician o no los consumidores.

Una noticia buena para el consumidor pero que volverá a desatar las críticas de Telefónica. Además de ver reducidos sus ingresos por el alquiler del bucle (la parte final de la red que llega al domicilio de los abonados), que el pasado año ascendieron a 94,7 millones de euros, se encontrará ahora con una merma de ingresos por revender sus productos como mayorista.

La rebaja tampoco afecta a las tarifas de los más de 3,2 millones de clientes directos que tiene Telefónica, que por su posición de primacía en el mercado debe someter a autorización de la CMT cualquier modificación en sus ofertas.