

Actuaciones recientes de la CNMC

(Fuente: CNMC)

La CNMC detecta potenciales restricciones a la competencia en el nuevo Reglamento de auditoría de cuentas que recomienda revisar

- La auditoría de cuentas ha mostrado importantes deficiencias en los últimos años en cuanto a la calidad e independencia de la actividad y en relación a las condiciones de competencia en el mercado.
- Como respuesta, la última reforma, impulsada por la UE, va dirigida a reforzar la calidad, independencia y dinamización del mercado.
- Este Reglamento desarrolla el marco normativo de la UE y la Ley de Auditoría nacional, incluyendo aspectos adicionales potencialmente restrictivos de la competencia.

La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha publicado un informe sobre el Reglamento de desarrollo de la Ley de Auditoría de cuentas. A petición del Ministerio de Economía y Empresa se ha analizado el proyecto de Reglamento y se aprecian aspectos que podrían restringir la competencia por lo que se insta a su revisión.

Propuestas de mejora

La última reforma de la normativa, impulsada por la UE, va dirigida precisamente a mejorar los aspectos de calidad, independencia y dinamización del mercado, finalidades que esta Comisión comparte. Sin embargo, en el desarrollo de ese marco normativo (que incluye, además de la normativa de la UE, la Ley de auditoría nacional), el proyecto de Reglamento recoge aspectos adicionales que no derivan de esta normativa y que son restrictivos de la competencia. Se recomienda:

- Revisar las barreras de acceso a la profesión y a la actividad de auditor no fundamentales y en especial:
 - 1.) No discriminar injustificadamente a operadores en los niveles de

formación exigidos, en especial por el régimen de dispensa que se prevé.

- 2.) Ampliar las posibles entidades que pueden impartir la formación teórica y continuada.
- 3.) Reducir sustancialmente la presencia de las corporaciones profesionales en la prueba de aptitud por el potencial conflicto de intereses y los riesgos de restringir injustificadamente la entrada de nuevos auditores.
- 4.) Permitir la formación práctica con la teórica; replantear la concepción de la prueba de aptitud y mejorar, en cualquier caso, la certidumbre y previsibilidad de su convocatoria.
- 5.) Fundamentar la cuantía mínima de garantía financiera que se exige para operar y determinar la cuantía total exigida en función del riesgo potencial de la actividad y no necesariamente con la facturación.

- Fomentar de forma efectiva la entrada de operadores de tamaño pequeño y mediano y de nuevos operadores. El Proyecto articula un régimen que puede ser contraproducente por la definición por la que opta respecto de esta categoría de operadores y por cómo hace uso del mecanismo de “auditorías conjuntas”.
- Reconsiderar el enfoque regulatorio respecto de la independencia del auditor, la organización interna y el control de calidad.
- *Suprimir expresamente toda referencia que vincule los honorarios de forma preponderante o exclusiva con las horas estimadas, toda limitación a la modificación de honorarios en los supuestos de prórroga de contratos de auditoría y aclarar las limitaciones a la prestación de otros servicios diferentes a la auditoría en los procesos de licitación.*
- Reconsiderar las obligaciones de suministro de *información en términos de horas y honorarios* facturados con alto nivel de desagregación y, especialmente, establecerse *garantías para la protección de la información comercial sensible.*
- Revisar las *facultades de las Corporaciones profesionales* en cuanto a las facultades de

autorregulación y, muy especialmente, en la facultad de acceso a la documentación de toda auditoría.

El papel de las auditoras

La auditoría de cuentas desempeña un papel fundamental para el buen funcionamiento y eficiencia de una economía de mercado. Ofrece una evaluación independiente y de calidad en la fiabilidad de la información económica y financiera de las empresas que se plasma en un informe público.

No obstante, su funcionamiento ha revelado deficiencias, tanto en la calidad e independencia de la auditoría como en las condiciones de competencia en el mercado. Especialmente en el segmento de grandes empresas por su actuación en la reciente crisis financiera y por la excesiva concentración donde cuatro grandes auditoras acaparan más del 90% de este mercado.

La CNMC es el organismo independiente regulador de los mercados y que garantiza y promueve una competencia efectiva.

La CNMC sanciona a Endesa Energía XXI por falsear la competencia y actuar contra las exigencias de la buena fe y la diligencia profesional.

- Utilizó su comercializadora regulada para dirigir a sus clientes hacia la comercializadora libre con una campaña engañosa.
- La sanción se considera grave y se eleva a 5,5 millones de euros.

La CNMC ha sancionado a Endesa Energía XXI por el uso de un canal de comunicación privilegiado y su actuación engañosa con los consumidores domésticos acogidos a la comercialización de referencia de electricidad o de último recurso de gas natural. Se trata de consumidores que, por sus especiales características, tienen un mecanismo de protección especial, como son los precios finales regulados y utilizan la factura como principal forma de comunicación con la compañía. La sanción se eleva a 5,5 millones de euros.

El expediente se inició con la denuncia de la Associació de Gremis d'Instal·ladors de Catalunya. Gas Natural solicitó una terminación convencional con compromisos. Por el contrario,

Endesa Energía XXI desistió, lo que ha desembocado en este expediente sancionador.

Los hechos se produjeron durante las campañas de calefacción comprendidas entre octubre de 2012 a marzo de 2013 y entre octubre de 2013 a marzo de 2014. Endesa Energía XXI incluyó en las facturas de sus clientes acogidos a tarifa de último recurso de electricidad y de gas natural los mensajes de su comercializadora del mercado libre, Endesa Energía. Los clientes del mercado regulado acudían al Punto de Servicio animados por los planes personalizados de ahorro *"Al mal tiempo, Calor amigo"* y *"Este invierno, más Calor Amigo"*, a pesar de que el Punto de Servicio trabajaba para conseguir clientes para el mercado libre.

Es decir, que se aprovechó la confusión y el escaso conocimiento del consumidor doméstico medio sobre las diferencias y consecuencias entre el suministro en el mercado libre y la comercialización de último recurso o de referencia con el objetivo de redirigirlos a los puntos de servicio vinculados a su comercializadora libre. Para ello, utilizó mensajes publicitarios de carácter confuso a través de un canal privilegiado de comunicación como es la factura con el objetivo de redirigirlos a los Puntos de Servicio Endesa, con los que Endesa Energía XXI no tiene suscrito ningún contrato, puesto que solo prestan servicio a los clientes de Endesa Energía.

La Sala de Competencia señala que la prohibición del artículo 3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC) exige la concurrencia de dos requisitos: la existencia de un acto de competencia desleal y la afectación al interés público al falsear la competencia en el mercado.

En cuanto al acto de competencia desleal, se ha producido una infracción del artículo 4 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, por realizar una práctica objetivamente contraria a las exigencias de la buena fe y diligencia profesional, a través del envío de comunicaciones confusas mediante un canal de comunicación privilegiado. Así, el consumidor medio acogido a la comercialización regulada ha visto mermada de manera apreciable su capacidad para adoptar una decisión con pleno conocimiento de causa. Endesa XXI era consciente de la vulnerabilidad de dichos consumidores y que su conducta era susceptible de distorsionar de forma significativa su comportamiento.

En cuanto al requisito de afectación al interés público por falseamiento de la competencia, se

ha producido en un servicio de primera necesidad como es el suministro de gas y electricidad, en una empresa con una posición relevante de mercado y mediante comunicaciones publicitarias de carácter masivo.

Por esta razón, se considera que se ha cometido una infracción grave y se ha impuesto una sanción de 5,5 millones de euros a Endesa Energía XXI.

La CNMC inicia un expediente sancionador contra el Colegio Oficial de Odontólogos y Estomatólogos de la I Región (COEM) y el Consejo General de Colegios Oficiales de Odontólogos y Estomatólogos de España

- Investiga una recomendación colectiva dirigida a dificultar la prestación de servicios a las clínicas de odontología de marca comercial y excluirlas del mercado.

La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha incoado un expediente sancionador contra Colegio Oficial de Odontólogos y Estomatólogos de la I Región (COEM) y del Consejo General de Colegios Oficiales de Odontólogos y Estomatólogos de España.

El motivo es que se han observado indicios racionales de la comisión de infracciones prohibidas por el artículo 1 de la LDC y el artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). En concreto, posibles prácticas anticompetitivas, consistentes en una actuación coordinada a través de acuerdos colegiales, campañas publicitarias y otras actuaciones, constitutiva de una recomendación colectiva. El objetivo de la recomendación, desarrollada, al menos, desde 2013 hasta 2017, habría sido dificultar la prestación de servicios a las clínicas de odontología de marca comercial y excluirlas del mercado.

La CNMC multa a 34 editoriales de libros de texto no universitarios y a la asociación ANELE por crear un mecanismo para restringir políticas y condiciones comerciales

- 34 empresas y la Asociación Nacional de Editores de Libros y materiales de Enseñanza (ANELE) coordinaron políticas y condiciones comerciales en el marco de un

Código de Conducta para las empresas del sector editorial.

- La Comisión de Supervisión controlaba las desviaciones con medidas de presión y amenazas de denuncia a quienes no formaron parte de los acuerdos.
- Anele y 10 editoriales pactaron condiciones comerciales para comercializar el libro de texto digital entre 2014 y 2017.
- Las sanciones en su conjunto se elevan a casi 34 millones de euros y obliga a cesar estas prácticas.

La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha desarticulado el mecanismo para coordinar políticas y condiciones comerciales en el marco del desarrollo y aplicación de un Código de Conducta para el sector editorial de libros de texto. Para ello, ha impuesto una sanción a 34 editoriales de libro de texto y a la Asociación Nacional de Editores de Libros y material de Enseñanza (ANELE). Además, ha puesto fin al pacto de determinadas editoriales para fijar el precio y condiciones comerciales del libro de texto digital alcanzado entre Anele y 10 editoriales. El conjunto de las sanciones económicas asciende a 33,88 millones de euros.

La comercialización de libros de texto tienen unas características peculiares. Las familias de los alumnos, que son las compradoras de los libros, no seleccionan el producto en función del precio, ya que están obligados a adquirir los libros de texto que se prescriban en el centro educativo donde asisten sus hijos; Otro aspecto relevante es que hay etapas educativas de precio fijo (educación infantil, bachillerato y FP) y otras (educación primaria y ESO) con precio libre; A esto hay que añadir una regulación sobre los contenidos de los libros de texto no universitarios muy clara y determinante; Además, los centros educativos tienen la obligación legal de mantener los mismos libros de texto por periodos de al menos 4 años, salvo que estuviera plenamente justificada su sustitución antes del tiempo establecido.

A partir de una denuncia realizada por la Editorial Vicens Vives se han sancionado dos conductas ilícitas, una infracción en relación con el desarrollo y aplicación del Código de Conducta para el sector editorial y otra infracción en relación con el libro digital. Ambas son muy graves, según los artículos 1 de la Ley de Defensa de la Competencia y 101 del

Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

Desarrollo y aplicación del Código de conducta

La primera de las infracciones consiste en una serie de acuerdos y prácticas concertadas vinculadas con el desarrollo y aplicación de un Código de Conducta para las empresas del sector editorial, que siguen desde abril de 2012. En la elaboración e implementación de este código de conducta las editoriales sancionadas y la asociación han configurado una estrategia dirigida a restringir la competencia en la prescripción de libros de texto no universitarios por parte de los centros educativos.

Dicha estrategia ha supuesto homogeneizar las políticas y condiciones comerciales en el sector, como la entrega de materiales informáticos (pizarras digitales, cañones de proyección, ordenadores portátiles etc.), para reducir y eliminar aquellos elementos que introducían competencia en la prescripción de libros de texto. A pesar de que el Código de conducta se justificó por un sistema de supuestas "buenas prácticas", se ha acreditado que las entidades que llevaron a cabo las conductas lo hacían con una finalidad económica y para restringir la competencia.

Bajo el paraguas de este Código, crearon una "Comisión de Supervisión" que se ha convertido en un mecanismo de implementación y control de las desviaciones del acuerdo. Ha quedado acreditada la existencia de métodos de castigo a las editoriales que no cumplían con los acuerdos, aunque voluntariamente no se hubieran adherido al Código de conducta. Anele envió cartas a competidores y a los centros educativos, incluyendo amenazas de denuncias. También se realizaron medidas de presión concretas contra Edelvives, hasta que se unió a los acuerdos, y se presentaron demandas de competencia desleal contra Vicens Vives.

En esta infracción se ha acreditado la implicación de un total de 33 empresas.

La CNMC ha comprobado, también, un descenso de la cantidad destinada por parte de las editoriales a la entrega de material de las TIC entre 2010 y el curso 2017/2018 a las aulas, sin que ello se haya traducido en bajadas de precios de los libros de texto.

Por tales conductas, la CNMC ha impuesto una multa de 180.000 euros a ANELE y un total de 32,2 millones de euros a 33 editoriales.

Además, se declara como responsable solidario a Hachette Livre España, S.A. por la participación de sus filiales en acuerdos y prácticas concertadas que se produjeron en el marco del desarrollo y aplicación del Código de Conducta.

Comercialización del libro digital

La Sala de Competencia de la CNMC considera acreditado que determinadas empresas han llegado a acuerdos y prácticas concertadas para la fijación de precios y otras condiciones comerciales en relación con el libro de texto en formato digital en España entre 2014 y 2017. A través de estas actuaciones se ha restringido la competencia en relación con la comercialización de un novedoso producto que se encontraba en expansión.

El libro de texto en formato digital o libro digital es un contenido editorial que se puede visualizar en un dispositivo digital (ya sea un ordenador, una tablet, un teléfono móvil, etc.). De esta manera, el libro digital se corresponde con el mismo producto que cada editorial desarrolla en papel para las asignaturas que trabaja, pero con posibilidades interactivas adicionales. La digitalización de la educación se ha promovido desde las propias administraciones públicas.

Las editoriales mediante su participación en un Comité Técnico en el seno de ANELE llegaron a pactos para la homogeneización de condiciones de comercialización del libro digital. Así, se fijaron condiciones tales como el precio, la duración de las licencias, su no utilización por parte de repetidores y hermanos y el que no se permita descargar contenidos offline.

Por todo ello, la CNMC considera acreditada la existencia de una infracción muy grave de los artículos 1 de la Ley de Defensa de la Competencia y 101 del Tratamiento de Funcionamiento de la UE. Son responsables, además de la asociación ANELE, las comercializadoras de los grupos editoriales SM, Anaya y Santillana, junto con Edebé, MacMillan, Mc Graw Hill, Oxford University Press, Pearson Educación, la editorial Teide y Edición del Serbal.

El total de multas asciende a 1.492.200 de euros.

La CNMC sanciona a la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) por prácticas anticompetitivas en la gestión y explotación de derechos de propiedad intelectual

- Ha abusado de su posición de dominio en la gestión y explotación de derechos de propiedad intelectual de autores y editores de obras musicales y audiovisuales.
- Impone condiciones contractuales que obligan al autor a confiarle la gestión de la totalidad de los derechos de sus obras.
- Exige la venta conjunta y sin desglose de autorizaciones para la reproducción y comunicación pública de contenidos musicales y audiovisuales.
- El importe total de la sanción se eleva a 2,95 millones de euros.

La CNMC ha sancionado a la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) por abusar de posición de dominio en la gestión y explotación de derechos de propiedad intelectual de autores y editores de obras musicales y audiovisuales. El importe de la sanción se eleva a 2,95 millones de euros.

Condiciones contractuales a los autores

En primer lugar, SGAE ha abusado de su posición de dominio al imponer unas condiciones estatutarias y contractuales que restringen injustificadamente la libertad de sus socios para decidir si le atribuyen o le retiran en parte la gestión de sus derechos.

El abuso se produce tanto en el momento de la atribución inicial de la gestión, como a lo largo de la vigencia del contrato, puesto que se impide la retirada parcial de parte de los derechos. En ambos casos, el autor se ve obligado a atribuir a la SGAE la gestión de la totalidad sus derechos de propiedad intelectual. Es decir, el autor no puede decidir libremente si desea atribuirle la gestión de solo una parte de sus derechos, ya que la SGAE agrupa previamente los derechos en determinadas categorías a través de sus Estatutos y no permite que se separen para su gestión.

La obligación de ceñirse a dicha clasificación limita la libertad de los socios titulares, puesto que agrupa derechos y modos de explotación distintos en una misma categoría y eso impide una gestión separada de los mismos. En

consecuencia, ha generado obstáculos a la libre gestión de derechos y al desarrollo de entidades de gestión alternativas a la SGAE, dificultando la competencia.

Reproducción pública

La SGAE también ha abusado de su posición dominante en la concesión de autorizaciones y remuneración de los derechos de reproducción y comunicación pública de autores y editores de obras musicales y audiovisuales. En este caso, mediante dos actuaciones: la venta conjunta (paquetización) de autorizaciones de reproducción y comunicación pública de los derechos de propiedad intelectual que gestiona y la ausencia de desglose tarifario entre el repertorio audiovisual y musical.

La venta conjunta se produjo tanto en el sector del hospedaje como en el sector de la restauración. De este modo, al no existir tarifas desglosadas para el repertorio audiovisual y musical, el usuario (el restaurante u hotel con aparatos de reproducción musical o audiovisual) no podía conocer los costes reales en los que incurría por su utilización, ni podía comparar con otras posibles ofertas de eventuales competidores de SGAE.

Además, la venta conjunta en paquetes obliga a cualquier establecimiento de hostelería o de restauración que desee ofrecer contenidos musicales para sus clientes a adquirir en el mismo acto los derechos audiovisuales. SGAE es el único operador que ofrece derechos de reproducción y comunicación pública de fonogramas o contenidos musicales, por lo que impide ofertas alternativas de otras entidades de gestión u operadores del mercado.

Tanto la venta conjunta y sin desglose de tarifas, como la aplicación de las categorías de derechos que impiden la gestión separada de los mismos, obedecen al objetivo de fortalecer la posición de la SGAE y dificultar la entrada de otras entidades de gestión alternativas. Por tanto, estas conductas habrían impedido la entrada y expansión de nuevos operadores en los mercados de gestión de derechos de propiedad intelectual de autores y editores, y generado distorsiones en la actividad de los mercados de hospedaje y restauración.

La CNMC considera acreditada una infracción única y continuada del artículo 2 de la Ley 15/2007 de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia (LDC) y del artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) por parte de la SGAE consistente en un abuso de posición dominante:

- mediante imposición a los socios de condiciones que restringen injustificadamente tanto la atribución inicial a SGAE de la gestión de derechos de propiedad de forma parcial, como la revocación o retirada parcial de la gestión de los mismos.
- mediante la venta conjunta y sin desglose tarifario entre el repertorio audiovisual y musical en la concesión de autorizaciones y remuneración de los derechos de reproducción y comunicación pública en el sector del hospedaje.
- mediante la venta conjunta y una estructura tarifaria que dificulta la comparación y contratación con otros operadores en la concesión de autorizaciones y remuneración de los derechos de reproducción y comunicación pública en el sector de la restauración.

Por este motivo, la CNMC impone a la SGAE una sanción de 2,9 millones de euros y le insta a que se abstenga de realizar conductas semejantes a la sancionada en esta resolución.

La CNMC incoa 2 expedientes sancionadores contra Mediaset por posible emisión de publicidad encubierta

- Se investiga esta práctica en el programa “Sálvame”, en Telecinco, y en un capítulo de la serie “La que se avecina”, en el canal FDF.
- Todas las conductas están calificadas como graves por la Ley General del Sector Audiovisual.

La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha incoado dos expedientes sancionadores- a Mediaset España Comunicación, S.A. por posible infracción del artículo 18.2 de la Ley General del Sector Audiovisual (LGCA).

La CNMC considera que Mediaset, en su canal de Telecinco, ha podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 18.2 de la LGCA, ya que durante la emisión del programa “Sálvame” del día 23 de enero de 2019, emitió, sin identificación, publicidad que pudiera ser calificada como publicidad encubierta de una revista.

En cuanto al otro expediente sancionador, la presunta infracción se produjo durante la emisión de un capítulo de la serie “La que se avecina”. Según los primeros análisis, se emitió, sin identificación, publicidad que pudiera ser

calificada como encubierta de una empresa de distribución y venta de juguetes y productos eróticos, y de una marca de un estimulador de próstata.

La LGCA señala en su artículo 18.2 que está “prohibida la comunicación comercial encubierta y la que utilice técnicas subliminales”.

Cada uno de estos hechos se consideran como una infracción grave y podría suponer la imposición de una multa de entre 100.001 hasta 500.000 euros cada uno de ellos.

La CNMC investiga posibles prácticas anticompetitivas en el mercado español de inhaladores

- El medicamento investigado se utiliza para el tratamiento por vía inhalatoria de las alteraciones obstructivas pulmonares en los adultos.
- Se analiza un presunto abuso de la posición dominante en dicho mercado por parte de un laboratorio farmacéutico.
- Esta práctica podría afectar a las compras realizadas por los servicios de salud y hospitales en la totalidad del territorio nacional.

La CNMC está investigando una posible práctica anticompetitiva en el mercado de la comercialización de medicamentos inhaladores en España.

El motivo es la sospecha de la existencia de una presunta práctica anticompetitiva de un laboratorio farmacéutico, prohibida por la Ley de Defensa de la Competencia, consistente en un abuso de la posición dominante. Dicho laboratorio farmacéutico habría llevado a cabo una estrategia comercial para excluir a sus competidores en el suministro de este tipo de medicamentos a los Servicios de Salud y hospitales en la totalidad del territorio nacional.

El abuso de posición dominante en mercados recientemente liberalizados como el investigado se considera una infracción muy grave de la ley de competencia. Puede conllevar multas de hasta el 10% del volumen de negocios total de la empresa infractora en el ejercicio inmediatamente anterior al de imposición de la multa.

La CNMC investiga posibles prácticas anticompetitivas en el mercado español de la fabricación y comercialización de medicamentos anticonceptivos hormonales combinados

- El medicamento investigado se utiliza como anticonceptivo hormonal combinado para mujeres en edad fértil.
- Se analiza un presunto abuso de la posición dominante en dicho mercado por parte de un laboratorio farmacéutico.
- Esta práctica podría afectar a la entrada en el mercado de los medicamentos de terceros competidores.

La CNMC está investigando una posible práctica anticompetitiva en el mercado de la comercialización de medicamentos anticonceptivos hormonales combinados en España.

El motivo es la sospecha de la existencia de una presunta práctica anticompetitiva, prohibida por la Ley de Defensa de la Competencia, consistente en un abuso de la posición dominante. El laboratorio farmacéutico habría llevado a cabo una estrategia para excluir a sus competidores mediante la utilización anticompetitiva de acciones legales y judiciales para dificultar la entrada de los medicamentos de terceros en el territorio nacional.

Las inspecciones son un paso preliminar en el proceso de investigación de la supuesta conducta anticompetitiva y no prejuzgan el resultado de la investigación ni la culpabilidad de la entidad.

En caso de que como resultado de la inspección se encontrasen indicios de una práctica anticompetitiva prohibida por la Ley de Defensa de la Competencia, se procedería a la incoación formal de un expediente sancionador.

El abuso de posición dominante en mercados recientemente liberalizados como el investigado se considera una infracción muy grave de la ley de competencia. Puede conllevar multas de hasta el 10% del volumen de negocios total de la empresa infractora en el ejercicio inmediatamente anterior al de imposición de la multa.

La CNMC incoa expedientes sancionadores a siete operadores por indicios de un mal uso de la numeración 902

- El 902 es un “número inteligente” en el que el consumidor paga la totalidad de la llamada y no debe retribuirse al llamado.
- Presuntamente se estaría promoviendo, a través del uso de numeración 902, la obtención de un beneficio económico a las empresas.

La CNMC ha incoado distintos expedientes sancionadores a siete empresas (Dialoga Servicios Interactivos, S.A., Alai Operador de Telecomunicaciones, S.L., Operadora de Telecomunicaciones Opera, S.L., Orange Espagne, S.A., BT España, Compañía de Servicios Globales de Telecomunicaciones, Vodafone España, S.A.U., Xtra Telecom, S.A. Unipersonal), ante la existencia de indicios de incumplimiento de la normativa aplicable. En concreto, estas empresas estarían presuntamente ofertando la contratación de numeración perteneciente al **rango 902**, proporcionando un beneficio económico a las empresas que les contrataban estos números.

Este hecho podría suponer una infracción grave de la Ley General de Telecomunicaciones, al implicar el presunto incumplimiento de las condiciones determinantes de las atribuciones y el otorgamiento de los derechos de uso de los recursos incluidos en los planes de numeración.

Protección a los usuarios

Con frecuencia, las empresas contratan los 902 y de esta manera tienen centralizados sus servicios bajo el paraguas de un mismo número (muy habituales en servicios de atención al cliente). Se trata de un “número inteligente” que permite a la empresa conocer desde qué lugar geográfico se hace la consulta o a qué hora y le permite mejorar sus servicios.

No obstante, el precio de estas llamadas en general resulta más elevado que las llamadas a números geográficos, ya que no está incluido en las tarifas planas que son actualmente mayoritarias en la contratación de servicios de telefonía. Esto permite al operador fijar el precio que considera oportuno. Por ejemplo, si se llama desde un fijo, el precio suele ser similar al de una llamada interprovincial, mientras que si se hace desde un móvil, el precio puede ser bastante más elevado a este último.

La normativa no prevé qué servicios se deben prestar a través de esta numeración. Pero sí prohíbe expresamente la retribución al abonado que contrata la numeración 902. Esto significa que la empresa a la que el usuario llama para recibir una información no puede recibir dinero por esa llamada. El usuario paga el coste íntegro de la llamada a su compañía telefónica. Por este motivo, las asociaciones de consumidores han librado una batalla contra el uso del 902 en los servicios de atención al cliente, que consideran que deberían ser gratuitos para los ciudadanos.

La CNMC se ha manifestado varias veces sobre los 902 con el fin de proteger a los usuarios de estas líneas de tarificación especial

La CNMC incoa dos expedientes sancionadores a Mediaset por emplazamiento de producto

- Se produjeron en los programas “Vive la Vida” de Telecinco y “First Dates: San Valentín” en Cuatro.
- Son infracciones que incumplen la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) y consideradas como graves.

La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha incoado dos expedientes sancionadores contra Mediaset España Comunicación, S.A., por presunto incumplimiento de lo establecido para el emplazamiento de producto en los programas de televisión “Vive la Vida”, de Telecinco, y “First Dates: San Valentín”, en Cuatro. Dichas conductas vulnerarían lo dispuesto en el artículo 17.2 y 3 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) y están tipificadas como infracciones administrativas graves.

En concreto, se ha constatado que Telecinco ha podido vulnerar el artículo 17.2 y 3 de la LGCA por el emplazamiento de unas zapatillas en el programa “Vive la Vida”, del 22 de septiembre de 2018. Presuntamente incumplirían los requisitos fijados en la normativa.

La otra conducta presuntamente irregular, se produjo en el programa “First Dates: San Valentín”, del 11 de febrero de 2019, emitido en el canal Cuatro. En este caso, se realizó el emplazamiento de producto de una marca de caramelos, que presuntamente incumpliría los requisitos fijados en el artículo 17.3 de la LGCA.

El emplazamiento de producto consiste en incluir, mostrar o referirse a un producto para que figure en un programa. La normativa en este sentido es muy clara. El artículo 17.2

señala que “*el público debe ser claramente informado del emplazamiento de producto al principio y al final del programa, y cuando se reanude tras una pausa publicitaria*”.

Y el apartado tres del artículo 17 señala que el emplazamiento “*no puede condicionar la responsabilidad ni la independencia editorial el prestador del servicio de comunicación audiovisual. Tampoco puede incitar directamente la compra o arrendamientos de bienes o servicios, realizar promociones concretas de éstos o dar prominencia indebida del producto*”.

Los dos presuntos incumplimientos que se investigan están tipificados como infracciones administrativas graves, lo que podría conllevar la imposición a MEDIASET de dos multas de entre 100.001 y hasta 500.000 euros cada una, de acuerdo con el artículo 60.2 de la LGCA.

La CNMC inicia un expediente sancionador contra Atresmedia por superar el tiempo de emisión dedicado a mensajes publicitarios y de televenta

- En su canal de televisión Neox

La CNMC (Comisión Nacional de Mercados y la Competencia) ha abierto un expediente sancionador contra Atresmedia por una posible vulneración del artículo 14.1 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA), que regula el tiempo máximo de emisión dedicado a los mensajes publicitarios y a la televenta.

La infracción detectada en su canal de televisión Neox se produjo en noviembre de 2018.

En concreto, el artículo 14.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, establece el límite de tiempo de emisión de publicidad de mensajes publicitarios y de televenta en 12 minutos por hora natural (“*Para el cómputo de esos 12 minutos se tendrá sólo en cuenta el conjunto de los mensajes publicitarios y la televenta, excluyéndose el patrocinio y el emplazamiento. También se excluirá del cómputo la telepromoción cuando el mensaje individual de la telepromoción tenga una duración claramente superior a la de un mensaje publicitario y el conjunto de telepromociones no supere los 36 minutos al día, ni los 3 minutos por hora de reloj*”).

La CNMC multa a Endesa Generación, S.A. con 5,8 millones de euros por presentar precios elevados en sus ofertas al mercado eléctrico, alterando el despacho de generación

- Presentó ofertas en el mercado diario de dos centrales por encima de su coste marginal, lo que obligó al operador a programarlas por restricciones técnicas y encareció el precio de la electricidad.
- La conducta se produjo entre octubre de 2016 y enero de 2017 en dos centrales de ciclo combinado en Cataluña: Besós 3 y Besós 5.
- La presentación de ofertas con valores anormales o desproporcionados con objeto de alterar indebidamente el despacho de generación, se considera una "infracción grave" según la Ley del Sector Eléctrico.

La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha sancionado a Endesa Generación con 5,8 millones de euros por dos infracciones graves de la ley del Sector Eléctrico. En concreto, presentó precios elevados en sus ofertas al mercado eléctrico que alteraron el despacho de generación. Los sucesos se produjeron entre octubre de 2016 y enero de 2017 en las centrales de ciclo combinado de Besós 3 y Besós 5 en Cataluña.

Las ofertas presentadas por Endesa Generación en dichas centrales resultaron superiores a las presentadas en el mismo periodo por las centrales de ciclo combinado de similares características pertenecientes a otros titulares y fueron superiores a sus costes marginales. Esta actuación se tradujo en valores anormales y desproporcionados que alteraron el despacho de generación de electricidad. Estas ofertas impidieron la programación de las centrales en el mercado diario durante varios días en este periodo, a pesar del contexto generalizado de precios elevados que debería haber conducido justo a la situación contraria.

Esta conducta de Endesa Generación se produjo aun teniendo en cuenta que las características de la zona en la que se encuentran Besós 3 y Besós 5. La zona de Cataluña presenta habitualmente problemas de seguridad zonal y, por esta razón, entre octubre de 2016 y enero de 2017 se convocó todos los días el proceso de restricciones técnicas.

En consecuencia, en varios días del período comprendido entre octubre de 2016 y enero de 2017 en los que las centrales se encontraban disponibles, las ofertas no fueron casadas en el mercado diario. Esto hizo necesaria su programación posterior en el proceso de restricciones técnicas y produjo una alteración del despacho de generación que permitió que Endesa Generación obtuviera con ello unos ingresos superiores.

La CNMC considera que se han cometido dos infracciones graves del artículo 65.34 de la Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico, como consecuencia de las ofertas realizadas al mercado diario por las unidades de generación Besós 3 y Besós 5 de la central de ciclo combinado de Besós. Por esta razón ha decidido sancionar a Endesa Generación con 5,8 millones de euros por alterar los precios en las ofertas del mercado de generación eléctrica.

La CNMC multa a Naturgy Generación, S.A. con 19,5 millones de euros por presentar precios elevados en sus ofertas al mercado eléctrico, alterando el despacho de generación

- Presentó ofertas en el mercado diario de ocho centrales por encima de su coste marginal, lo que obligó al operador a programarlas por restricciones técnicas y encareció el precio de la electricidad.
- La conducta se produjo entre octubre de 2016 y enero de 2017 en 8 de sus centrales de ciclo combinado.
- La presentación de ofertas con valores anormales o desproporcionados con objeto de alterar indebidamente el despacho de generación, se considera una "infracción grave" según la Ley del Sector Eléctrico.

La CNMC ha sancionado a Naturgy Generación con 19,5 millones de euros por ocho infracciones graves de la ley del Sector Eléctrico. En concreto, presentó precios elevados en sus ofertas al mercado eléctrico que alteraron el despacho de generación. Los sucesos se produjeron entre octubre de 2016 y enero de 2017 en ocho centrales de ciclo combinado.

Las ofertas presentadas por Naturgy Generación en ocho centrales de ciclo combinado resultaron superiores a las presentadas en el mismo periodo por las

centrales de ciclo combinado de similares características pertenecientes a otros titulares y fueron superiores a sus costes marginales. Esta actuación se tradujo en valores anormales y desproporcionados que alteraron el despacho de generación de electricidad. Estas ofertas impidieron la programación de las centrales en el mercado diario durante varios días en este periodo, a pesar del contexto generalizado de precios elevados que debería haber conducido justo a la situación contraria.

Dichas centrales fueron Besós 4 y Puerto de Barcelona 1 y 2, que se encuentran en la zona de Cataluña, Sagunto 1, 2 y 3 en la zona de Levante Norte, Málaga 1 en la zona Andalucía Oriental y San Roque 1 en la zona de Campo de Gibraltar. La conducta sancionada se llevó a cabo por parte de Naturgy Generación teniendo en cuenta que las características de las zonas en la que se encuentran esas centrales hacían que su programación fuese necesaria con una alta probabilidad.

En consecuencia, en varios días del período comprendido entre octubre de 2016 y enero de 2017 en los que las centrales se encontraban disponibles, las ofertas no fueron casadas en el mercado diario, siendo necesario su programación posterior en el proceso de restricciones técnicas, produciéndose una alteración del despacho de generación y obteniendo Naturgy Generación, de esta forma, unos ingresos superiores.

La CNMC considera que se han cometido ocho infracciones graves del artículo 65.34 de la Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico, como consecuencia de las ofertas realizadas al mercado diario por las unidades de generación Besós 4 y Puerto de Barcelona 1 y 2, que se encuentran en la zona de Cataluña, Sagunto 1, 2 y 3 en la zona de Levante Norte, Málaga 1 en la zona Andalucía Oriental y San Roque 1 en la zona de Campo de Gibraltar. Por esta razón ha decidido sancionar a Naturgy Generación con 19,5 millones de euros por alterar los precios en las ofertas del mercado de generación eléctrica.



La CNMC sanciona a Telefónica con 3 millones de euros por incumplir sus obligaciones en materia de coubicación en centrales

- Telefónica no compartió la información sobre la disponibilidad de espacios (empleados para el despliegue de su propia red de fibra) con otros operadores.

La CNMC ha sancionado con 3 millones de euros a Telefónica por el incumplimiento de sus obligaciones en materia de coubicación en centrales cabecera.

En concreto, como mínimo desde 2012, Telefónica comenzó a hacer un uso indebido de algunas centrales que había declarado **inviabiles** (centrales en las que, en principio no se podían efectuar nuevos despliegues dada la falta de espacio). Se trata de unas **cien centrales cabecera** en las que Telefónica realizó el despliegue de su nueva red de fibra óptica sin que procediera previamente a informar de ello a la CNMC y a los operadores alternativos como se prevé en la Oferta del Bucle de Abonado en vigor.

El cumplimiento de las obligaciones de acceso, transparencia y no discriminación no impiden a Telefónica la renovación de su planta. De todos modos, a la hora de recuperar nuevos espacios para el despliegue de su red de fibra óptica, la forma correcta de proceder habría sido compartir con otros operadores la información sobre disponibilidad de espacios. Al no realizar así el procedimiento, privó a sus competidores de la posibilidad de planificar su propio despliegue teniendo en cuenta centrales susceptibles de uso, posibilidad con la que sí contó Telefónica porque ella sí está, en todo momento, en condiciones de conocer el estado de la central.

Con esta conducta, queda demostrado que Telefónica ha incumplido las obligaciones de acceso que tiene impuestas dada su posición como operador con poder significativo de mercado en los mercados mayoristas de banda ancha y en la oferta de acceso al bucle de abonado (oferta OBA), incluyendo en particular las obligaciones de transparencia y no discriminación en la gestión del espacio accesible en sus centrales.

Estos hechos se consideran una infracción administrativa muy grave, tipificada en el artículo 76.12 de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

La CNMC inicia un expediente sancionador contra Radio Televisión Española (CRTVE) por superar el tiempo de emisión dedicado a autopromociones

- En sus canales de televisión La 1, La 2, Teledporte, 24 Horas y Clan TV

La CNMC (Comisión Nacional de Mercados y la Competencia) ha abierto un expediente sancionador contra Radio Televisión Española (CRTVE) por una posible vulneración del artículo 13.2 de la Ley General Audiovisual (LGCA) por superar presuntamente el límite de tiempo de emisión dedicado a autopromociones.

Las infracciones detectadas en La 1, La 2, Teledporte, 24 Horas y Clan TV tuvieron lugar entre los meses de noviembre de 2018 y febrero de 2019.

En concreto, el artículo 13.2 de la LGCA que regula el tiempo de emisión dedicado a anuncios de autopromoción, establece que: *“Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir programas que informen sobre su programación o anuncios de sus propios programas y los productos accesorios derivados directamente de dichos programas. “Estos programas y anuncios no se considerarán comunicación comercial a los efectos de esta Ley. No obstante, para la comunicación audiovisual televisiva, el tiempo dedicado a los anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos no podrá superar los 5 minutos por hora de reloj y sus contenidos estarán sujetos a las obligaciones y prohibiciones establecidas con carácter general para la publicidad comercial”.*

La CNMC inicia un expediente sancionador contra Mediaset por superar el tiempo de emisión dedicado a autopromociones y a mensajes publicitarios y de televenta

- En sus canales de televisión Cuatro, Energy, Divinity y Telecinco

La CNMC (Comisión Nacional de Mercados y la Competencia) ha abierto un expediente sancionador contra Mediaset, S.A. por una posible vulneración de los artículos 13.2 y 14.1 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA), que regulan el tiempo máximo de emisión dedicado a la autopromoción, los mensajes publicitarios y a la televenta.

Las infracciones detectadas en Cuatro, Energy, Divinity y Telecinco tuvieron lugar en los meses de diciembre de 2018 y enero y febrero de 2019.

En concreto, el artículo 13.2 de la LGCA que regula el tiempo de emisión dedicado a anuncios de autopromoción, establece que: *“Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir programas que informen sobre su programación o anuncios de sus propios programas y los productos accesorios derivados directamente de dichos programas. “Estos programas y anuncios no se considerarán comunicación comercial a los efectos de esta Ley. No obstante, para la comunicación audiovisual televisiva, el tiempo dedicado a los anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos no podrá superar los 5 minutos por hora de reloj y sus contenidos estarán sujetos a las obligaciones y prohibiciones establecidas con carácter general para la publicidad comercial”.*

Por su parte, el artículo 14.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, establece el límite de tiempo de emisión de publicidad de mensajes publicitarios y de televenta en 12 minutos por hora natural (*“Para el cómputo de esos 12 minutos se tendrá sólo en cuenta el conjunto de los mensajes publicitarios y la televenta, excluyéndose el patrocinio y el emplazamiento. También se excluirá del cómputo la telepromoción cuando el mensaje individual de la telepromoción tenga una duración claramente superior a la de un mensaje publicitario y el conjunto de telepromociones no supere los 36 minutos al día, ni los 3 minutos por hora de reloj”*).

La CNMC multa a Correos y Telégrafos con 60.000 euros por incumplir las condiciones de entrega postal en una urbanización de Palma de Mallorca

- Durante casi un año los residentes de Bellavista estuvieron privados de recibir su correspondencia ordinaria en los buzones de sus viviendas
- Correos solo puede suspender el reparto domiciliario del servicio postal universal si cuenta con una autorización de la CNMC

La CNMC ha sancionado con 60.000 euros a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. como responsable de una infracción administrativa de carácter grave contaría al artículo 60. A) de la Ley Postal.

En concreto, Correos y Telégrafos, dejó de repartir la correspondencia ordinaria en los buzones individuales de los residentes de la urbanización de Bellavista entre octubre de 2016 y julio de 2017 sin contar con la autorización de la CNMC. Durante este tiempo, los vecinos tuvieron que recoger su correspondencia en una oficina física de Correos y Telégrafos. Esta conducta supuso un incumplimiento de los principios, requisitos y condiciones relacionados con la prestación del servicio postal universal.

La CNMC recuerda que como regla general los envíos postales ordinarios deben hacerse en el buzón de cada una de las viviendas y sólo en los supuestos contemplados en la normativa pueden realizarse en instalaciones distintas al domicilio postal, previa autorización de esta Comisión y según recoge la Ley Postal.

La CNMC investiga posibles prácticas anticompetitivas en el mercado español de la comercialización de medicamentos inmunosupresores

- El medicamento investigado se utiliza en el tratamiento de enfermedades autoinmunes de diversa índole.
- Se analiza un presunto abuso de la posición dominante en dicho mercado por parte de un laboratorio farmacéutico tras la expiración de su patente.
- Estas prácticas afectarían a las compras realizadas por los servicios de salud y hospitales en la totalidad del territorio nacional.

La CNMC está investigando posibles prácticas anticompetitivas en el mercado de la comercialización de un medicamento destinado a enfermedades autoinmunes de diversa índole en España.

El motivo es la sospecha de la existencia de una presunta práctica anticompetitiva, prohibida por la Ley de Defensa de la Competencia, consistente en un abuso de la posición dominante de dicho laboratorio farmacéutico instrumentado mediante una estrategia comercial de carácter exclusionaria en los suministros de dicho medicamento a los Servicios de Salud y hospitales en la totalidad del territorio nacional.

El abuso de posición dominante en mercados recientemente liberalizados como el investigado tras la expiración de la patente se considera una

infracción muy grave de la ley de competencia, que puede conllevar multas de hasta el 10% del volumen de negocios total de la empresa infractora en el ejercicio inmediatamente anterior al de imposición de la multa.

La CNMC sanciona a las principales empresas fabricantes de tabaco y a Logista por una infracción consistente en un intercambio de información estratégica

- La distribuidora mayorista facilitaba a los fabricantes de cigarrillos el acceso a las ventas diarias de dicha distribuidora a los estancos, eliminando la incertidumbre en el mercado.
- Las sanciones a Philip Morris Spain, Altadis, JT International Iberia y Logista se elevan a 57,71 millones de euros.

La CNMC ha sancionado a las principales fabricantes de tabaco, Philip Morris, Altadis, JT International Iberia y a la distribuidora Logista por una infracción consistente en un intercambio de información estratégica. La distribuidora mayorista, con el consentimiento previo de los fabricantes de cigarrillos con los que mantenía un contrato de distribución, les facilitaba el acceso inmediato a las ventas diarias de dicha distribuidora mayorista a los estancos, reduciendo la incertidumbre en dicha parte del mercado. Las sanciones a Philip Morris Spain, Altadis, JT International Iberia y Logista se elevan a **57,71 millones de euros**.

El mercado de tabacos tiene unas características especiales. La importación y distribución mayorista está liberalizada, previa obtención de licencia del Comisionado del Mercado de Tabacos. Los distribuidores tienen que suministrar a todos los minoristas nacionales, en los que todavía existe un monopolio del Estado a través de las 13.000 expendedurías de tabaco que constituyen el principal canal de venta. No obstante, Logista es el principal y casi único distribuidor mayorista de tabacos con un 99 % de cuota de mercado.

Los hechos acreditados indican que Logista ha estado facilitando el acceso a los fabricantes de tabaco, con los que tiene suscrito un contrato de distribución, a información diaria y gratuita relativa a las ventas de dicha distribuidora mayorista a los estancos. Estos datos estaban desglosados por las marcas y productos de todos los fabricantes a los que distribuye y, además, por las provincias de la Península y

Baleares (los denominados datos “sell-in”). Se trata de una información que dista mucho de la que publica mensualmente el CMT.

Esta información permite a los fabricantes conocer con total precisión y con frecuencia diaria, el patrón del comportamiento en las compras de todos los productos de cualquier marca de cigarrillos por parte de los estancos. Así como la reacción de la demanda en cada provincia para cada una de las marcas y categorías ante modificaciones de precios o el lanzamiento de nuevos productos.

Estos datos correspondían no sólo a sus propias marcas de cigarrillos sino también a las de sus competidores. Las empresas fabricantes de cigarrillos tenían que acceder a una aplicación informática de Logista, introduciendo un nombre de usuario y una contraseña. Además, tenían que consentir el acceso de terceros fabricantes a las cifras de ventas de sus marcas de cigarrillos por parte de Logista a los estancos, siempre que dichos rivales les permitieran el acceso a los suyos.

El efecto de tales prácticas ha sido, por un lado, el consolidar la posición de Logista como principal distribuidor mayorista en el mercado con un 99% de cuota desde el año 2008, dificultando la entrada y expansión de terceros distribuidores mayoristas. Por otra parte, ha provocado la reducción de la de por sí escasa incertidumbre del mercado de cigarrillos mediante un incremento artificial de la transparencia, coadyuvando a la estabilidad de las cuotas de mercado de los fabricantes de cigarrillos en dicho mercado. Desde 2008 la cuota de mercado nacional en la fabricación y distribución de cigarrillos de las principales empresas - Philip Morris, Altadis, JT International Iberia y British American Tobacco dominan el 95%) se ha mantenido estable.

Por este motivo, el Consejo considera acreditada una infracción única y continuada muy grave del artículo 1 de la Ley 15/2007, y del artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la UE, consistente en el intercambio de información sensible relativa a las ventas de cigarrillos desde el año 2008 hasta, al menos, el año 2017. Son responsables las empresas Philip Morris Spain, Altadis, JT International Iberia y Logista.

Las sanciones impuestas son las siguientes:

- Compañía de Distribución Integral Logista: 20,987 millones de euros
- Philip Morris Spain: 15,297 millones de euros

- Altadis: 11,426 millones de euros
- JT International Iberia: 10 millones de euros

La CNMC investiga posibles prácticas anticompetitivas en el sector de la prestación de servicios de biblioteca, gestión de archivos y documentos

Estas prácticas consistirían en un reparto de licitaciones convocadas por Administraciones Públicas, para la prestación de los citados servicios.

Los días 25 y 26 de junio se han realizado inspecciones domiciliarias en las sedes de varias empresas que operan en el citado mercado. Estas inspecciones forman parte de la investigación abierta por la CNMC, tras haber tenido conocimiento de la posible existencia de prácticas anticompetitivas en las que habrían participado determinadas empresas del sector.

Los acuerdos entre competidores constituyen una infracción muy grave de la legislación de competencia. Puede ir aparejada de multas de hasta el 10% del volumen de negocios total de las empresas infractoras.

La investigación de los cárteles constituye una de las prioridades de actuación de la CNMC, dada la especial gravedad de sus consecuencias sobre los consumidores y el correcto funcionamiento de los mercados.

Para ello se cuenta, entre otros, con el programa de clemencia, que permite a las empresas que forman parte de un cártel beneficiarse de la exención del pago de la multa. Siempre y cuando aporten elementos de prueba que posibiliten a la CNMC su detección. Asimismo, puede suponer una reducción del importe de la multa que pudiera imponérsele, si aporta información con valor añadido significativo relacionada con una investigación ya iniciada por la CNMC.

Además, se recuerda que las empresas solicitantes de quedan exentas de la prohibición de contratar recogida en el artículo 71 de la Ley 9/2007, de Contratos del Sector Público, para los sancionados por infracción grave en materia de falseamiento de la competencia. El artículo 72.5 de la citada Ley señala que no procede declarar la prohibición de contratar a las empresas solicitantes de clemencia.