

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE APRUEBA LA REVISIÓN SEMESTRAL DE PARÁMETROS UTILIZADOS EN LA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS EX ANTE DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U.

OFMIN/DTSA/005/16/REVISIÓN DE PARÁMETROS DE LA METODOLOGÍA_16

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 22 de diciembre de 2016

Visto el expediente relativo a la revisión semestral de parámetros utilizados en la metodología de análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U., la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

I ANTECEDENTES

PRIMERO.- Aprobación de la metodología vigente para el análisis de las ofertas comerciales de Telefónica

Con fecha 26 de julio de 2007 la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) dictó Resolución del expediente MTZ 2006/1486, por la que se aprobó la metodología para el análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica de España S.A.U. (en adelante, Telefónica). La metodología concretaba las obligaciones impuestas a este operador en virtud de los análisis de los mercados de acceso¹, tráfico telefónico² y banda ancha mayorista³ correspondientes a la primera ronda de análisis de mercados.

¹ Resolución de 23 de marzo de 2006 sobre la definición de los mercados de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes residenciales y acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes no residenciales, el análisis de los mismos, la

En dicha resolución se estableció el modo de determinar los márgenes máximos con los que cuenta Telefónica para su acción comercial referente a los servicios incluidos en los mercados anteriores. De manera adicional, se impuso a Telefónica la obligación de responder semestralmente a un requerimiento de información que permita a esta Comisión analizar la replicabilidad de los productos que integran la oferta comercial de Telefónica a partir de unos parámetros actualizados.

SEGUNDO.- Nuevas rondas de análisis de mercados

Las posteriores Resoluciones sobre el análisis del mercado 1/2007 y de los mercados 3a, 3b y 4⁴ han mantenido las obligaciones relativas a la aplicación de la metodología de análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica.

Por otro lado, la segunda revisión de los mercados 3/2003 al 6/2003⁵ consideró que dichos servicios no constituían un mercado cuyas características justificasen la imposición de obligaciones específicas, y no eran por tanto susceptibles de regulación *ex ante*. En consecuencia, se acordó suprimir las obligaciones impuestas a Telefónica en el marco de la primera ronda de análisis de mercados, así como las obligaciones aplicables en virtud de la Resolución de 26 de julio de 2007.

designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercados 1 y 2 de la Recomendación de 2003).

² Resolución de 9 de febrero de 2006 sobre la definición de los mercados de servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes residenciales, servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes residenciales, servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes no residenciales y servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes no residenciales, el análisis de los mismos, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercados del 3 a 6 de la Recomendación de 2003).

³ Resolución de 1 de junio de 2006 sobre la definición del mercado de acceso mayorista de banda ancha, el análisis del mismo, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercado 12 de la Recomendación de 2003).

⁴ Resolución de 22 de enero de 2009 sobre la definición y el análisis del mercado de acceso (físico) al por mayor a infraestructura de red (incluyendo el acceso compartido o completamente desagregado) en una ubicación fija y el mercado de acceso de banda ancha al por mayor (mercados 4 y 5 de la Recomendación de 2007) y Resolución de 24 de febrero de 2016, por la que se aprueba la definición y análisis del mercado de acceso local al por mayor facilitado en una ubicación fija y los mercados de acceso de banda ancha al por mayor.

⁵ Resolución de 12 de diciembre de 2008 sobre la revisión de los mercados minoristas de tráfico telefónico disponibles al público prestado desde una ubicación fija (mercados 3 al 6 de la Recomendación de 2003).

TERCERO.- Actualizaciones de la metodología

De manera periódica se han aprobado las correspondientes Resoluciones que han actualizado determinados parámetros de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica. alguna de estas actualizaciones abordó también la revisión de aspectos sustantivos de la metodología, como la adaptación de su contenido al resultado de la segunda y tercera ronda de definición y análisis de los mercados fijos minoristas de acceso, tráfico telefónico y banda ancha mayorista. Además, las revisiones introdujeron criterios adicionales para analizar determinadas prácticas observadas en el mercado no previstas inicialmente.

Circunscribiéndonos a las Resoluciones más recientes, en las revisiones de parámetros se han ido introduciendo nuevos criterios para abordar aspectos tales como (i) la determinación del coste correspondiente a la red de fibra; (ii) el tratamiento de ofertas prestadas sobre la red de fibra cuando existen productos equivalentes prestados sobre la red de cobre; (iii) las bases generales para determinar el coste del servicio de televisión, tanto en lo que respecta a costes de red como en lo referente a contenidos audiovisuales; (iv) el cálculo de la promoción acumulada previa⁶ que se emplea para analizar la replicabilidad de aquellas ofertas dirigidas a clientes en planta; (v) la consideración de las líneas adicionales vinculadas a los paquetes convergentes *Movistar Fusión*; (vi) la migración de los clientes de Telefónica a productos de superior velocidad; o (vii) el modo de determinar el periodo de permanencia media de los clientes de fibra.

CUARTO.- Apertura del procedimiento

Mediante escrito de 5 de septiembre de 2016, la CNMC notificó la apertura del presente procedimiento a los diferentes operadores interesados conforme a la Ley 30/92, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común⁷.

QUINTO.- Información semestral

El día 22 de septiembre de 2016 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de Telefónica a través del cual ponía en disposición de esta Comisión los datos correspondientes al requerimiento de información semestral.

⁶ También denominada “*promoción máxima*”.

⁷ Normativa que seguirá rigiendo la tramitación del presente procedimiento, en virtud de lo previsto en la disposición transitoria tercera de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas

SEXTO.- Requerimiento de información

Mediante escrito de la Directora de Telecomunicaciones y el Sector Audiovisual, con fecha de 23 de septiembre de 2016 la CNMC notificó a Telefónica un requerimiento de información específico que instaba a este operador a complementar ciertos aspectos de su respuesta al requerimiento de información semestral. Entre otras cuestiones, se solicitó a Telefónica (i) un mayor detalle acerca de la metodología de imputación de los costes correspondientes a los contenidos audiovisuales; (ii) determinadas aclaraciones relativas a las plantas de clientes de DTS.

La respuesta de Telefónica al requerimiento de información tuvo entrada en el registro de la CNMC el día 11 de octubre de 2016.

SÉPTIMO.- Trámite de audiencia

El día 11 de noviembre de 2016 se dio traslado del informe de audiencia de la Dirección de Telecomunicaciones y Sector Audiovisual (en adelante, DTSA) a los distintos interesados, con el fin de que presentaran las alegaciones que estimaran oportunas.

Los operadores Orange y Telefónica presentaron sus respectivos escritos de alegaciones.

OCTAVO.- Nuevo acuerdo con LYCA

El día 13 de diciembre de 2016 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de Telefónica por el que comunicaba el nuevo acuerdo mayorista de originación móvil alcanzado entre este operador y LYCA.

NOVENO.- Informe de la Sala de Competencia

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 21 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, con esta misma fecha, la Sala de Competencia a emitido informe sin observaciones a la presente Resolución.

II FUNDAMENTOS JURÍDICO PROCEDIMENTALES

II.1 HABILITACIÓN COMPETENCIAL

Las competencias de la CNMC para intervenir resultan de lo dispuesto en la normativa sectorial y, de manera especial, en la Ley 9/2014, de 9 de mayo, de Telecomunicaciones. Esta Ley sustituye a la anterior Ley General de

Telecomunicaciones (Ley 32/2003) que establecía las competencias de esta Comisión y que ha determinado sus actuaciones hasta la entrada en vigor del nuevo texto normativo.

El artículo 68.1 de la Ley 9/2014 establece la consideración de Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia como Autoridad Nacional de Reglamentación (ANR), en lo que se refiere a las competencias que la mencionada Ley le atribuye.

En el desarrollo de sus respectivas competencias, las Autoridades Nacionales de Reglamentación (ANR) aplicarán principios reguladores objetivos, transparentes, no discriminatorios y proporcionados, con arreglo a, entre otros, los siguientes criterios:

e) Salvaguardar la competencia en beneficio de los consumidores y promover, cuando sea posible, la competencia basada en infraestructuras.

(...)

g) Ejercer sus responsabilidades de tal modo que se promueva la eficiencia, la competencia sostenible y el máximo beneficio para los usuarios finales.

En concreto, el artículo 70.2 la Ley 9/2014 atribuye a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, entre otras, las siguientes funciones:

- a) Definir y analizar los mercados de referencia relativos a redes y servicios de comunicaciones electrónicas, entre los que se incluirán los correspondientes mercados de referencia al por mayor y menor, y el ámbito geográfico de los mismos, cuyas características pueden justificar la imposición de obligaciones específicas, en los términos establecidos en el artículo 13 de la presente ley y su normativa de desarrollo.
- b) Identificar el operador u operadores que poseen un poder significativo de mercado cuando del análisis de los mercados de referencia se constata que no se desarrollan en un entorno de competencia efectiva.
- c) Establecer, cuando proceda, las obligaciones específicas que correspondan a los operadores con poder significativo en los mercados de referencia, en los términos establecidos en el artículo 14 de la presente ley y su normativa de desarrollo.

(...)

II.2 MERCADOS DE REFERENCIA

Con fecha 22 de enero de 2009, la CMT adoptó la Resolución por la que se aprueba la definición y análisis del mercado de acceso (físico) al por mayor a infraestructura de red (incluido el acceso compartido o completamente desagregado) en una ubicación fija y el mercado de acceso de banda ancha al por mayor⁸. La citada Resolución establecía una serie de obligaciones a Telefónica, en tanto operador declarado con poder significativo de mercado en los mercados de referencia, en materia de replicabilidad económica y comunicación previa de sus ofertas comerciales.

Con fecha 24 de febrero de 2016, la CNMC adoptó la Resolución por la que se aprueba la definición y análisis del mercado de acceso local al por mayor facilitado en una ubicación fija y los mercados de acceso de banda ancha al por mayor (en adelante, Resolución de los mercados 3a, 3b y 4)⁹. La citada Resolución establece una serie de obligaciones en materia de replicabilidad económica y comunicación previa de las ofertas comerciales de Telefónica que están en línea con las obligaciones establecidas en la anterior Resolución de mercados de 22 de enero de 2009.

En particular, el Anexo 6 de la Resolución de 24 de febrero de 2016 dispone lo siguiente en relación con las obligaciones relativas a las ofertas minoristas dirigidas al segmento residencial, y comercializadas sobre la base de la red de fibra óptica de Telefónica:

“Telefónica deberá comunicar a la CNMC los precios y condiciones aplicables a los servicios minoristas de banda ancha ultra-rápida emblemáticos (servicios BAU emblemáticos) con un plazo mínimo de un mes de antelación a su aplicación/comercialización efectiva.

[...]

Pasado dicho plazo sin oposición de la CNMC, Telefónica podrá comercializar el servicio, al precio indicado, sin perjuicio de las potestades de intervención posterior de la CNMC.

[...]

En tanto en cuanto se procede al desarrollo de las obligaciones de comunicación aquí fijadas, y en particular a la definición de los “servicios BAU emblemáticos”, Telefónica deberá continuar comunicando a la CNMC las ofertas comerciales soportadas sobre su red de fibra en los mismos términos

⁸ Expediente MTZ 2008/626.

⁹ Expediente ANME/DTSA/2154/14/MERCADOS3a3b4.

que hasta la fecha, es decir atendiendo a los mismos criterios que los fijados para las ofertas comerciales basadas en la red de cobre de Telefónica en la presente Resolución así como en la metodología actualmente vigente, y sin que por otra parte resulte de aplicación el límite de velocidad (fijado en 30 Mb/s) existente hasta este momento. A este respecto, resultarán en particular de aplicación los plazos de comunicación previa de un mes y quince días fijados para las ofertas basadas en la red de cobre de Telefónica de carácter indefinido y de carácter no indefinido.

En lo que respecta al análisis de las ofertas, seguirán resultando de aplicación hasta que se proceda al desarrollo de la nueva metodología las modalidades de revisión y los criterios que, sobre la base de la regulación sectorial actual, la CNMC viene aplicando hasta la fecha (ver, en particular, el expediente OFMIN/DTSA/608/14/ relativo a la revisión semestral de parámetros utilizados en la metodología de análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica)”.

La Resolución contiene disposiciones análogas en relación con la comunicación de ofertas comerciales de cobre, resultando también de aplicación en dicho caso los plazos de un mes y quince días previstos para la revisión de las ofertas comerciales de carácter indefinido y de carácter no indefinido de Telefónica.

Asimismo, en virtud de lo dispuesto en la Resolución de 13 de diciembre de 2012¹⁰, relativa a la definición y análisis del mercado 1, Telefónica está obligada *“a notificar cualquier modificación de los precios y condiciones aplicables, con al menos 21 días de antelación a su aplicación/comercialización efectiva. Se entenderán sujetas a la obligación anterior tanto las tarifas generales como todo tipo de reducciones sobre las mismas, planes de precios, paquetes de servicios, tarifas especiales y cualquier otro tipo de ofertas, combinadas o no, que incluyan el acceso a la RTPF. Igualmente aplicará la obligación anterior sobre cualquier modificación de las ofertas ya existentes. Pasado dicho plazo sin oposición de la CMT, Telefónica podrá comercializar el servicio, al precio indicado, sin perjuicio de las potestades de intervención posterior de la CMT”*.

Las Resoluciones de 24 de febrero de 2016 y 13 de diciembre de 2012, precitadas, prohíben por otra parte a Telefónica la realización de prácticas como (i) reducciones de precios contrarias a la regulación sectorial (ausencia de replicabilidad económica o precios predatorios); (ii) empaquetamientos

¹⁰ Resolución por la cual se aprueba la definición y el análisis del mercado minorista de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija, la designación del operador con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas, y se acuerda su notificación a la Comisión Europea y al Organismo de Reguladores Europeos de Comunicaciones Electrónicas (MTZ 2012/1302).

abusivos o injustificados (imposición de servicios no requeridos, precios abusivos del paquete, no replicabilidad a partir de elementos mayoristas,...); (iii) discriminación abusiva en términos de precios o (iv) cláusulas contractuales abusivas (fidelización, exclusividad, derecho de tanteo...).

A estos efectos, la CNMC realizará el análisis de las eventuales prácticas anteriores contrarias a la regulación sectorial de acuerdo con los procedimientos de valoración propios de la intervención ex ante que las autoridades nacionales de reglamentación tienen atribuidos, incluyendo en particular las disposiciones contenidas en la Resolución de 26 de julio de 2007, por la que se adopta la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica (AEM 2006/1486), así como en el resto de Resoluciones que la CNMC pueda dictar a tal efecto.

Por otra parte, atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la Ley CNMC y el artículo 14.1.b) del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, el órgano decisorio competente para la resolución del presente procedimiento es la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC.

III FUNDAMENTOS JURÍDICO MATERIALES

III.1 ACTUALIZACIÓN DE LOS PARÁMETROS UTILIZADOS EN EL ANÁLISIS DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA

El objeto de la metodología para el análisis *ex ante* de las ofertas minoristas de Telefónica es clarificar los instrumentos que utiliza esta Comisión para analizar si estas ofertas son consistentes con las obligaciones impuestas a dicho operador en lo que se refiere a su replicabilidad económica. De esta forma aumenta la seguridad jurídica tanto para la propia Telefónica, cuya estrategia comercial es objeto de control regulatorio, como para sus competidores, que han de contar con unos criterios sólidos sobre los que determinar qué tipo de ofertas y bajo qué circunstancias podrían ser consideradas, en un análisis ex ante, como prácticas susceptibles de producir efectos anticompetitivos.

En la Resolución que aprobó la metodología se estableció el modo de determinar los márgenes máximos con que cuenta Telefónica para su acción comercial referente a los servicios incluidos en los mercados 1 de la Recomendación de 2007¹¹ y 3a, 3b y 4 de la Recomendación de 2014¹².

¹¹ Recomendación de la Comisión de 17 de diciembre de 2007 relativa a los mercados pertinentes de productos y servicios dentro del sector de las comunicaciones electrónicas que pueden ser objeto de regulación ex ante de conformidad con la Directiva 2002/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a un marco regulador común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas.

Dada la rápida evolución de los mercados de comunicaciones electrónicas y de la acción comercial de Telefónica, la Resolución previó la necesidad de ser revisada de forma periódica con el fin de adaptar los parámetros relevantes a los datos más actualizados posibles. Por esta razón se impuso a Telefónica la obligación de responder, cada seis meses, a un requerimiento de información relativo a la evolución de determinadas magnitudes que se utilizan en la determinación del valor actual neto (VAN) de los productos que integran su oferta comercial.

III.1.1 Cálculo actualizado de los VAN de los productos del catálogo comercial de Telefónica

III.1.1.1 Incorporación de datos actualizados procedentes del requerimiento de información semestral

En el presente procedimiento se estiman los flujos de costes e ingresos considerados para actualizar el VAN correspondiente a los diferentes productos minoristas de Telefónica. El cálculo actualizado de los diferentes VAN incorpora la información más reciente disponible –procedente del requerimiento semestral– sobre los consumos reales de los clientes de Telefónica (tanto de voz fija, como de voz y banda ancha móvil). Igualmente, se han considerado datos actualizados relativos a costes de comercialización minorista, y los precios de terminación internacional y a SMS.

El coste de prestación de los servicios prestados a través de redes móviles (voz y banda ancha) se ha calculado tomando como referencia el acuerdo entre Telefónica Móviles y LYCA notificado a la CNMC el día 13 de diciembre.

Por otro lado, la planta de clientes de televisión de pago se han actualizado teniendo en cuenta la información del último requerimiento semestral de información, que muestra información a 31 de agosto de 2016 correspondiente tanto a Telefónica como a DTS. A partir de las plantas actualizadas se han recalculado los costes de los contenidos audiovisuales¹³ y los costes de red correspondientes a la prestación del servicio de televisión.

¹² Recomendación de la Comisión, de 9 de octubre de 2014, relativa a los mercados pertinentes de productos y servicios dentro del sector de las comunicaciones electrónicas que pueden ser objeto de regulación ex ante de conformidad con la Directiva 2002/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a un marco regulador común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas

¹³ Para el cálculo del coste de cada canal por cliente y mes se han tenido en consideración las aclaraciones de Telefónica realizadas a raíz del requerimiento de información específico, que se ha llevado a cabo en el seno del presente expediente, sobre los contratos vigentes de este operador relativos a la adquisición de canales de terceros así como de contenidos audiovisuales destinados a la conformación de su oferta de canales propios.

Finalmente, los cálculos realizados en el marco del presente procedimiento utilizan como parámetro el WACC correspondiente a Telefónica que fue aprobado en la Resolución de 17 de noviembre de 2016¹⁴, cuyo valor es del 6,32%.

III.1.1.2 Consideración de los últimos productos incorporados al catálogo comercial de Telefónica

Desde la última Resolución de revisión de parámetros, Telefónica ha introducido modificaciones en su catálogo comercial. Las principales novedades han sido (i) la comercialización de los nuevos empaquetamientos *Fusión +2* y *Fusión +4*¹⁵; y (ii) el aumento de velocidad de los paquetes *Fusión 30Mb* (tanto de alto como de bajo valor), que pasan a ofrecer 50Mb de velocidad. La presente revisión de parámetros incorpora las modificaciones citadas en el catálogo comercial de Telefónica.

Asimismo, con fecha 18 de noviembre de 2016, Telefónica notificó a la CNMC **[CONFIDENCIAL]**.

III.1.1.3 Líneas adicionales móviles

La comercialización desde julio de 2016 de los empaquetamientos *Fusión +2* y *Fusión+4* ha supuesto una importante redistribución de la planta de clientes de Telefónica. Los clientes que tenían contratadas líneas adicionales *Fusión* se han visto particularmente beneficiados de la existencia de *Fusión+2* y *Fusión+4*. Estas líneas ofrecen llamadas móviles ilimitadas y 3GB y tienen un precio de 28 euros mensuales. Para contratarlas, es indispensable que el cliente tenga contratado un paquete *Fusión*.

El margen generado por este tipo de líneas es considerado en el análisis de replicabilidad, ponderado en función del porcentaje de clientes *Fusión* y *Fusión Contigo* que las contratan¹⁶.

Dada la estructura de precios general de Telefónica, parte de los **[CONFIDENCIAL]** clientes que tenían contratada una de estas líneas

¹⁴ Resolución relativa a la tasa anual de coste de capital a aplicar en la contabilidad de costes de Telefónica de España, S.A.U., Telefónica Móviles de España, S.A.U, Vodafone España, S.A.U. y Orange Espagne, S.A.U. del ejercicio 2016 (WACC/DTSA/0002/16/WACC 2016 OP INTEGRADOS)

¹⁵ Los productos *Fusión+2* y *Fusión +4* incluyen como parte integrante del empaquetamiento respectivamente dos y cuatro líneas móviles con llamadas de ámbito nacional ilimitadas y 3GB de descarga de datos.

¹⁶ Conforme a los datos correspondientes al primer semestre de 2016, cada paquete *Fusión* de alto valor lleva asociadas **[CONFIDENCIAL]** líneas adicionales. En el caso de los paquetes *Fusión Contigo* (de bajo valor) este porcentaje es del **[CONFIDENCIAL]**.

adicionales tenía incentivos para contratar un paquete *Fusión+2* o *Fusión+4*¹⁷. Esta Comisión cuenta con información sobre el número de clientes de estos paquetes captados en sus dos primeros meses de comercialización, y ha podido constatar su importancia dentro de la estructura general de clientes de Telefónica. En el mes de septiembre de 2016, el número de paquetes *Fusión+2* y *Fusión+4* era, respectivamente, de **[CONFIDENCIAL]**. Se considera que una línea móvil adicional se integra en cada paquete *Fusión+2*, mientras que tres líneas móviles adicionales se integran en los paquetes *Fusión+4*. De ese modo, el número de líneas móviles adicionales decrece en **[CONFIDENCIAL]** por la migración a los paquetes *Fusión+2* o *Fusión+4*. Por tanto, el número de líneas móviles adicionales pasaría de **[CONFIDENCIAL]** a **[CONFIDENCIAL]**.

La representatividad de estos nuevos empaquetamientos obliga a reevaluar el porcentaje de líneas adicionales vinculadas a cada tipo de paquete *Fusión*. De otra manera, el cálculo del VAN estaría basándose en una estructura del catálogo comercial de Telefónica que no se corresponde con la realidad.

A partir de los datos disponibles, esta Comisión ha estimado que el impacto de *Fusión+2* y *Fusión+4* reduciría el ratio de líneas adicionales vinculadas a *Movistar Fusión* desde las **[CONFIDENCIAL]** correspondientes al primer semestre de 2016 hasta **[CONFIDENCIAL]**. Esta corrección supone una reducción del VAN con respecto a los que figuraban en el informe de audiencia.

En paralelo, también se estima conveniente revisar las líneas incluidas como parte de los paquetes *Fusión+2* y *Fusión+4* (en este caso, todas serían líneas principales). El análisis inicial de estos paquetes se basó en el peor escenario posible, que consistía en asumir que todos los clientes utilizaban el máximo de líneas. Este escenario no se corresponde plenamente con la realidad, dado que

- (i) el paquete *Fútbol* ha dejado de comercializarse activamente; en la práctica ha sido parcialmente sustituido por los paquetes *Fusión+2*, incluso para clientes interesados en una sola línea móvil.
- (ii) la opción económicamente más atractiva para un cliente interesado en 3 líneas móviles (una principal y dos adicionales) es contratar *Fusión+4*.

En la presente Resolución se revisa el escenario inicialmente planteado, y se considera que los clientes de *Fusión+2* utilizan un total **[CONFIDENCIAL]** líneas móviles, mientras que los de *Fusión+4* **[CONFIDENCIAL]**. Se trata, en todo caso, de una estimación que continúa siendo conservadora.

¹⁷ Datos correspondientes al primer semestre de 2016.

Una vez que se disponga de datos completos, en la siguiente revisión de parámetros se actualizarán los datos anteriores de acuerdo a la información correspondiente al segundo semestre de 2016.

III.1.1.4 Resultado del test de replicabilidad

Teniendo en cuenta los aspectos anteriores, han sido actualizados los parámetros utilizados en el test de replicabilidad y que serán de aplicación en el próximo periodo de referencia. Conforme a estos parámetros actualizados, se han calculado los VAN correspondientes a los principales productos del catálogo comercial de Telefónica. El resultado del cálculo figura en los Anexos I, II y III del presente documento.

Como se ha mencionado previamente, el Anexo IV contiene **[CONFIDENCIAL]**.

III.2 CONTROL SEMESTRAL DE PROMOCIONES

III.2.1 Descripción del sistema de control ex post

En conformidad con la metodología, la CNMC atribuye a cada producto comercializado por Telefónica el importe máximo que este operador puede usar para dedicar a los costes de captación, permitiéndole al mismo tiempo cierto grado de flexibilidad en la configuración de sus ofertas promocionales. Esta Comisión analiza las promociones que este operador lanza al mercado, comprobando que se cumplen todas las obligaciones previstas en la metodología.

El VAN de cada producto constituye el límite promocional. Es decir, la totalidad de los descuentos o regalos relativos a la captación de un cliente no puede exceder este valor. No obstante, la propia metodología permitía que, bajo ciertas condiciones, pudieran realizarse promociones que superen el VAN establecido hasta en un 30%. La más relevante es que, para cada producto comercializado por Telefónica, el coste de captación medio ponderado por el número de altas debería ser inferior al VAN correspondiente, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$VAN_{servicio} - \sum \text{coste captación}_j \frac{n^{\circ} \text{ usuarios captados promoción } j}{n^{\circ} \text{ usuarios totales}} \geq 0.$$

Según se especifica en la Resolución de 26 de julio de 2007 (MTZ 2006/1486), *“en caso que el resultado de la ecuación anterior fuera negativo para alguno de los servicios minoristas comercializados por Telefónica, esta Comisión adoptará una Resolución modificando la presente metodología de tratamiento de promociones y el VAN del correspondiente producto de forma que los márgenes negativos se compensen en el semestre en curso. Para ello, a partir*

de la citada Resolución, esta Comisión revisará cada una de las promociones de forma individual asegurando que el VAN de cada una de ellas sea positivo. Adicionalmente, al VAN total del producto para el semestre posterior al del incumplimiento se le restará el importe negativo correspondiente al semestre anterior. De forma combinada, las medidas anteriores aseguran que el VAN de todos los productos sea positivo en el plazo de un año”.

La Resolución de 30 de junio de 2016 suprimió la posibilidad de Telefónica de realizar promociones cuyo coste se sitúe por encima del VAN correspondiente al producto sobre el que recaiga. Sin embargo, en la presente revisión de parámetros se analizan las promociones que estuvieron en vigor durante el periodo inmediatamente anterior a la supresión de esta prerrogativa de Telefónica. Por ello, es preciso realizar el control semestral.

III.2.2 Aplicación en el periodo de referencia

Durante el primer semestre de 2016 fueron comunicadas 2.144 promociones de banda ancha. Según la información procedente del requerimiento semestral, únicamente 459 de ellas captaron clientes.

De acuerdo con la fórmula anterior, para cada semestre de referencia se ha ponderado el coste de las promociones en función del número de captaciones asociadas a cada una de ellas. El resultado se ha contrastado con el VAN correspondiente.

El resultado de la comprobación confirma que en todos los casos, el coste promocional ponderado se sitúa por debajo del límite establecido. Por tanto, no resulta procedente el realizar ajuste alguno al cálculo actualizado de los VAN.

III.3 DETERMINACIÓN DE LOS LÍMITES PROMOCIONALES CORRESPONDIENTES A LAS PROMOCIONES QUE SE DIRIJAN A CLIENTES EN PLANTA

III.3.1 Promoción acumulada vigente durante el periodo de referencia

De acuerdo a la información suministrada por Telefónica esta Comisión ha determinado el importe del coste promocional previo acumulado aplicable en el próximo semestre de referencia, tanto para migraciones como para retención de clientes en planta. El cálculo realizado considera todas las promociones vigentes en el periodo analizado, sus correspondientes costes, así como el número de clientes captados por cada una de ellas.

Para el periodo analizado en la presente Resolución (el comprendido entre enero y junio de 2016), se ha determinado una promoción acumulada de

279,03 euros (en la revisión anterior, la promoción acumulada ascendía a 314,40 euros).

III.3.2 Límite promocional correspondiente al control adicional relativo a empaquetamientos que incluyen fútbol nacional

La Resolución de 30 de junio de 2016 estableció un control adicional para las promociones que recaigan sobre empaquetamientos de banda ancha que incluyan contenidos de fútbol nacional. Este tipo de productos están sujetos a una mayor inestabilidad, puesto que la configuración de los productos que incluyen este tipo de contenidos cambia con cierta frecuencia y, por ello, los clientes tienden a migrarse de unas modalidades del servicio de televisión de pago de Telefónica a otras, aun manteniendo el servicio de acceso a Internet de banda ancha. En consecuencia, se estimó conveniente que el análisis de las ofertas promocionales tuviera como referencia el margen actualizado correspondiente a un horizonte temporal de 12 meses, que constituye el límite promocional. El control adicional verifica que el coste de las promociones que recaen sobre los empaquetamientos de banda ancha que incluyen contenidos de fútbol nacional no supera el mencionado límite.

En el caso de promociones sobre empaquetamientos de banda ancha que incluyan contenidos de fútbol y que se dirijan a clientes en planta, el límite del control adicional se ve minorado por el coste medio por cliente de las promociones que estuvieron en vigor durante los últimos dos semestres de referencia. Para el periodo de vigencia de la presente revisión de parámetros, dicho importe es de 39,46 euros (en la revisión anterior, era de 68,12).

Por todo cuando antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

RESUELVE

PRIMERO.- Aprobar los nuevos valores actuales netos de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. incluidos en los Anexos I y II de la presente Resolución. Las ofertas que presente Telefónica de España, S.A.U. deberán ser coherentes con los mismos en el momento de su lanzamiento y durante la vida del cliente.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso

contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.

ANEXO I

Valor actual neto de los servicios analizados. Productos de acceso

Denominación del producto o empaquetamiento	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	VAN (aplicable a altas nuevas) euros
Acceso RTB	17,40	338,06
Planazo a fijos y a móviles	23,31	314,37
Tarifa Plana Hogar	33,31	432,98
Contrato Nueve	13,22	9,89
Contrato mínimo	4,21	4,44

ANEXO II

Valor actual neto de los servicios analizados. Productos de banda ancha

Código de producto	Denominación del producto o empaquetamiento	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	VAN general y límite promocional general (en euros)		Límite promocional aplicable al control adicional (productos con Fútbol Nacional) (en euros)	
			VAN (aplicable a altas nuevas)	Clientes en planta	Altas nuevas	Clientes en planta
SER-PQ-15-0006	Fusión Contigo 20Mb + YOMVI/Zero-OTT	50	344,51	65,48	N/A	N/A
SER-PQ-15-0007	Fusión Contigo 50Mb/50Mb + YOMVI/Zero-OTT	50	336,94	57,91	N/A	N/A
SER-PQ-15-0008	Fusión Contigo 300Mb + YOMVI/Zero-OTT	62	719,46	440,43	N/A	N/A
SER-PQ-15-0039	Fusión Contigo 20Mb + YOMVI/Zero-IPTV	50	230,15	N/A	N/A	N/A
SER-PQ-15-0040	Fusión Contigo 50Mb/50Mb + YOMVI/Zero-IPTV	50	139,39	N/A	N/A	N/A
SER-PQ-15-0041	Fusión Contigo 300Mb + YOMVI/Zero-IPTV	62	521,91	242,88	N/A	N/A
SER-PQ-15-0042	Fusión 20Mb + Básico Liga	70	167,23	N/A	77,99	38,53
SER-PQ-15-0049	Fusión 20Mb + Básico Liga + Series	77	249,68	N/A	116,04	76,58
SER-PQ-15-0050	Fusión 20Mb + Básico Liga + Cine	80	188,43	N/A	87,77	48,31
SER-PQ-16-0001	Fusión 20Mb + Básico Liga + Selección deportes	80	187,92	N/A	87,54	48,08
SER-PQ-16-0113	Fusión 20Mb + Básico Liga + Motor	80	256,27	N/A	119,08	79,62
SER-PQ-15-0062	Fusión 20Mb + Premium	120	290,73	11,70	134,99	11,70
SER-PQ-15-0063	Fusión 20Mb + Premium Extra	135	549,85	270,82	254,57	215,11
SER-PQ-15-0064	Fusión 20Mb + Premium Total	155	460,39	181,36	213,29	173,83
SER-PQ-15-0088	Fusión 50Mb/50Mb + Básico Liga	70	10,46	N/A	4,62	N/A
SER-PQ-15-0095	Fusión 50Mb/50Mb + Básico Liga + Series	77	179,41	N/A	42,68	3,22
SER-PQ-15-0096	Fusión 50Mb/50Mb + Básico Liga + Cine	80	53,90	N/A	14,41	N/A
SER-PQ-16-0015	Fusión 50Mb/50Mb + Básico Liga + Selección deportes	80	52,87	N/A	14,18	N/A
SER-PQ-16-0127	Fusión 50Mb/50Mb + Básico Liga + Motor	80	192,91	N/A	45,72	6,26

Código de producto	Denominación del producto o empaquetamiento	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	VAN general y límite promocional general (en euros)		Límite promocional aplicable al control adicional (productos con Fútbol Nacional) (en euros)	
			VAN (aplicable a altas nuevas)	Cientes en planta	Altas nuevas	Cientes en planta
SER-PQ-15-0108	Fusión 50Mb/50Mb + Premium	120	263,53	N/A	61,62	22,16
SER-PQ-15-0109	Fusión 50Mb/50Mb + Premium Extra	135	794,46	515,43	181,21	141,75
SER-PQ-15-0110	Fusión 50Mb/50Mb + Premium Total	155	611,16	332,13	139,92	100,46
SER-PQ-15-0134	Fusión 300Mb/300Mb + Básico Bein Sports/Liga	85	115,34	N/A	28,25	N/A
SER-PQ-15-0141	Fusión 300Mb/300Mb + Básico Bein Sports/Liga + Series	92	284,30	5,27	66,30	5,27
SER-PQ-15-0142	Fusión 300Mb/300Mb + Básico Bein Sports/Liga + Cine	95	158,79	N/A	38,03	N/A
SER-PQ-16-0029	Fusión 300Mb/300Mb + Básico Bein Sports/Liga + Selección deportes	95	157,75	N/A	37,80	N/A
SER-PQ-16-0141	Fusión 300Mb/300Mb + Básico Bein Sports/Liga + Motor	95	297,80	18,77	69,34	18,77
SER-PQ-15-0154	Fusión 300Mb/300Mb + Premium	135	762,63	483,60	174,04	134,58
SER-PQ-15-0155	Fusión 300Mb/300Mb + Premium Extra	150	1.293,57	1.014,54	293,62	254,16
SER-PQ-15-0156	Fusión 300Mb/300Mb + Premium Total	170	1.110,27	831,24	252,34	212,88
SER-PQ-16-0234	Fusión+2 20Mb + Todo el Fútbol	100	138,77	N/A	64,86	25,40
SER-PQ-16-0235	Fusión+2 300Mb/300Mb + Todo el Fútbol	110	256,95	N/A	60,14	20,68
SER-PQ-16-0236	Fusión+2 20Mb + Premium	125	124,57	N/A	58,30	18,84
SER-PQ-16-0237	Fusión+2 300Mb/300Mb + Premium	135	227,84	N/A	53,58	14,12
SER-PQ-16-0238	Fusión+2 20Mb + Premium Extra	145	478,52	199,49	221,65	182,19
SER-PQ-16-0239	Fusión+2 300Mb/300Mb + Premium Extra	150	758,78	479,75	173,17	133,71
SER-PQ-16-0240	Fusión+2 20Mb + Premium Total	160	294,23	15,20	136,60	15,20
SER-PQ-16-0241	Fusión+2 300Mb/300Mb + Premium Total	170	575,47	296,44	131,88	92,42
SER-PQ-16-0242	Fusión+4 20Mb + Premium	150	251,82	N/A	117,03	77,57
SER-PQ-16-0243	Fusión+4 300Mb/300Mb + Premium	160	488,57	209,54	112,31	72,85
SER-PQ-16-0244	Fusión+4 20Mb + Premium Extra	165	510,94	231,91	236,61	197,15
SER-PQ-16-0245	Fusión+4 300Mb/300Mb + Premium Extra	175	1.019,51	740,48	231,90	192,44

Código de producto	Denominación del producto o empaquetamiento	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	VAN general y límite promocional general (en euros)		Límite promocional aplicable al control adicional (productos con Fútbol Nacional) (en euros)	
			VAN (aplicable a altas nuevas)	Clientes en planta	Altas nuevas	Clientes en planta
SER-PQ-16-0246	Fusión+4 20Mb + Premium Total	185	421,48	142,45	195,33	142,45
SER-PQ-16-0247	Fusión+4 300Mb/300Mb + Premium Total	195	836,21	557,18	190,61	151,15

ANEXO III

Límite promocional relativo al control adicional para productos que no incluyen Fútbol Nacional

Los valores que figuran en la tabla se aplican en caso de que se ofrezca a los clientes de los productos que figuran en ella alguna oferta o descuento que verse sobre Fútbol Nacional (por ejemplo, degustaciones o descuentos temporales en la cuota incremental de empaquetamientos que incluyan Fútbol Nacional).

Código de producto	Denominación del producto o empaquetamiento	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	Límite promocional aplicable al control adicional (productos con Fútbol Nacional) (en euros)	
			Altas nuevas	Clientes en planta
SER-PQ-15-0006	Fusión Mini 20Mb + YOMVI/Zero-OTT	50	159,21	65,48
SER-PQ-15-0007	Fusión Mini 50Mb/50Mb + YOMVI/Zero-OTT	50	77,27	37,81
SER-PQ-15-0008	Fusión Mini 300Mb + YOMVI/Zero-OTT	62	163,43	123,97
SER-PQ-15-0039	Fusión Mini 20Mb + YOMVI/Zero-IPTV	50	107,03	N/A
SER-PQ-15-0040	Fusión Mini 50Mb/50Mb Fibra + YOMVI/Zero-IPTV	50	33,66	N/A
SER-PQ-15-0041	Fusión Mini 300Mb + YOMVI/Zero-OTT	62	119,82	80,36

ANEXO IV

[CONFIDENCIAL]

ANEXO V

Alegaciones de los interesados

1.1. Cálculo de los costes de red para las velocidades simétricas

Alegaciones de los operadores

Telefónica señala que, dada una determinada capacidad en sentido red-usuario (en adelante, de bajada), no hay diferencias de coste para los operadores entre las modalidades simétricas y asimétricas y por lo tanto no está justificado que se consideren VAN distintos.

Este operador recuerda que los puertos de los equipos utilizados para implementar las redes son *Full Duplex*. Es decir, cursan la misma capacidad en ambos sentidos y en consecuencia, puesto que el diseño de la red se realiza pensando en la velocidad máxima que se necesita cursar, en el caso de Telefónica, se produce en el sentido de bajada, la misma capacidad máxima está también disponible en el sentido usuario-red (en adelante, de subida). Por ello, un operador, para una misma velocidad de bajada, no tiene más costes de red propios por ofrecer un acceso simétrico que los de su versión asimétrica.

Asimismo, Telefónica señala que en caso de que se utilicen servicios mayoristas de acceso indirecto NEBA, tampoco los operadores soportan más costes mayoristas según sea una modalidad simétrica o asimétrica. Así, independientemente de la modalidad de servicio contratada, con descarte o sin descarte, y para cualquier calidad, el interfaz del pPAI permite, que para una capacidad contratada dada, cursar simultáneamente tráfico en cada uno de los dos sentidos (Red-Usuario, Usuario-Red) hasta dicha capacidad máxima. Por consiguiente, por ejemplo si la velocidad de bajada era ya 300 Mbps, el aumento de 30 a 300 en la velocidad de subida no afecta al precio pagado por el operador en el servicio mayorista.

Por todo ello, Telefónica entiende que, si no hay un coste adicional, entonces dada una capacidad de tráfico de bajada, no debería existir una diferencia en la replicabilidad de una modalidad simétrica respecto a cualquier modalidad asimétrica equivalente es decir con la misma capacidad de bajada pero un tráfico de subida menor.

Respuesta de esta Comisión

El modelo de replicabilidad considera, en línea con la alegación de Telefónica, que tanto la red propia de agregación del operador como el servicio mayorista opera con puertos con la misma capacidad en ambos sentidos y por tanto no

se asigna un sobrecoste adicional a las modalidades simétricas respecto a las asimétricas en concepto de servicio mayorista, o costes de red de acceso o agregación.

No obstante, el modelo sí considera que los usuarios con configuraciones simétricas generan un aumento del tráfico de Internet respecto a los usuarios con configuraciones asimétricas puesto que las mayores velocidades de subida permiten principalmente enviar más contenido a la red, e incluso mayores consumos de bajada en aplicaciones peer-to-peer.

El aumento en sentido de subida no se traduce en ningún aumento de costes mientras el tráfico del usuario, tanto de subida como bajada, siga el mismo recorrido en ambos sentidos. En cambio, el aumento del tráfico IP sí se considera que tiene cierta repercusión aumentando el coste en la componente relativa al *backbone* IP/Internet.

Precisamente en dicha red, los sentidos de subida y bajada de los usuarios pierden significancia y los flujos son transportados de forma independiente hacia sus destinos. En este tramo de red, el mayor tráfico de subida por parte de los usuarios puede ir destinado a ubicaciones distintas de las ubicaciones que sirven el contenido que constituye el tráfico de bajada y por lo tanto tener consecuencias sobre interfaces distintas.

Por consiguiente, de forma general, el aumento de los tráficos (contenidos) en Internet que están asociados a las conexiones simétricas, es razonable que tenga una cierta repercusión sobre la red IP, que en cualquier caso, en línea con la argumentación de Telefónica y recogida en el propio modelado, es poco importante respecto al coste total de provisionar el servicio.

1.2. Consideración de la revisión de la oferta de referencia de MARCo

Alegaciones de los operadores

Telefónica presenta las distintas modificaciones al procedimiento y los precios relacionados con la reciente revisión de la oferta MARCo que, según ésta, deberían ser tenidas en cuenta durante la revisión de los parámetros. Destaca el coste por sección ocupada, que tras la revisión de la oferta de referencia ha reducido los precios por cm^2 e incrementado la variedad de alternativas por las que los operadores pueden ocupar las canalizaciones. Respecto a este punto, cita la reducción de los precios de instalación de mallas flexibles. En su segundo punto, critica que se permita la instalación de subconductos flexibles y otros miniductos distintos con carácter general. Su argumento se basa en los potenciales descuentos que podría obtener un operador gracias a estas mallas flexibles. En último lugar, Telefónica expone su desacuerdo con la modificación del procedimiento de las tareas de replanteo, así como la utilizada para

determinar los precios asociados a estas tareas. Critica las potenciales reducciones del precio de la cuota si los operadores optan por seguir la nueva modalidad. Telefónica solicita que las bajadas de los precios, y sus efectos derivados, se tengan en cuenta en el cálculo de los costes de los servicios de red de banda ancha.

Respuesta de esta Comisión

Tal como señala Telefónica, efectivamente la modificación de los precios de la MARCo tendrá influencia en el coste del despliegue de fibra propia por parte de los operadores alternativos. No obstante, su impacto presente será poco relevante al afectar básicamente a los nuevos despliegues realizados a partir de su aprobación, pero despreciable sobre la fibra ya desplegada. Además, precisamente por afectar a los futuros despliegues, tampoco se disponen de datos suficientes para evaluar con precisión su influencia. Una vez que se disponga de estos datos, se procederá a la mencionada evaluación y, si así procediera, a la modificación del coste correspondiente a la prestación del servicio de banda ancha sobre fibra a partir de la oferta MARCo.

1.3. Existencia en el mercado de otros servicios mayoristas para la prestación de servicios de telecomunicaciones

Alegaciones de los operadores

Telefónica apunta que no sólo existen servicios mayoristas en base a las obligaciones establecidas por ley o por Resolución del órgano competente, sino que el propio mercado ha generado otros acuerdos mayoristas, como el de Masmóvil y Orange. Telefónica solicita que estos acuerdos sean tenidos en cuenta “*de alguna manera*” en los análisis de replicabilidad correspondientes.

Respuesta de esta Comisión

El análisis de replicabilidad tiene como propósito valorar la suficiencia de la oferta mayorista de Telefónica. La existencia de ofertas mayoristas de terceros operadores es irrelevante en el contexto del test de replicabilidad, cuya única referencia mayorista es la constituida por los servicios de Telefónica.

1.4. Margen adicional aportado por la incorporación de una segunda línea móvil en los productos *Movistar Fusión Contigo*

Alegaciones de los operadores

El escrito de Orange califica de “*inaceptable*” e “*improcedente*” el incremento del VAN que tuvo lugar entre el informe de la audiencia y la Resolución definitiva de los productos *Movistar Fusión Contigo*. Este operador atribuye el

incremento experimentado a la incorporación del margen que aportaría la segunda línea móvil que se puede asociar a estos empaquetamientos¹⁸.

Por otro lado, Orange afirma que Telefónica “*viene modificando semestralmente, de forma totalmente aleatoria, las velocidades del paquete Fusión Contigo Fibra en su modalidad más económica*”. La explicación que atribuye a este fenómeno es que, según le sea conveniente para su actividad promocional, baja la velocidad de los *Fusión Contigo* a 10Mb para aprovechar un mayor VAN. Por ello, solicita que se prohíba a Telefónica llevar a cabo rebajas de velocidad como las expuestas.

Respuesta de esta Comisión

El test de replicabilidad no considera el margen aportado por la línea móvil adicional, puesto que no se cuenta con información lo suficientemente adecuada sobre el número de clientes que disponen de esta línea ni de sus tráficos¹⁹. En cuanto se cuente con información correspondiente, este margen será introducido dentro del cálculo del VAN de los productos afectados, pero (i) el margen estará ponderado por el porcentaje de clientes que efectivamente tienen contratada esa segunda línea, y (ii) se utilizarán los consumos reales de los clientes que dispongan de esta segunda línea. En función de los perfiles de tráfico de los usuarios de estas líneas adicionales, el margen resultante puede ser positivo o negativo.

Por otro lado, el día 15 de julio de 2016 Telefónica comunicó la migración de todos los antiguos clientes de *Movistar Fusión Contigo 10Mbps fibra* a la velocidad de 50Mbps, que tuvo lugar a partir del 1 de octubre. Ello conllevó un nuevo cálculo de los VAN de los productos afectados, que vieron reducido su importe. Posteriormente, no se ha producido la reducción de velocidad de 50Mbps a 10Mbps en los productos *Movistar Fusión Contigo* que señala Orange.

1.5. Falta de replicabilidad de determinadas promociones.

Alegaciones de los operadores

Orange denuncia la promoción de Telefónica consistente en el descuento del 50% de los paquetes *Fusión Contigo 50Mb*. En su escrito compara el VAN que figura en el informe de audiencia con el importe del descuento correspondiente a dicha promoción. Además, agrega a esta cantidad el coste asociado a la

¹⁸ Esta línea adicional permite realizar llamadas móviles pagando solamente un establecimiento de llamada de 15 céntimos de euro. También permiten la descarga de 200MB de datos móviles.

¹⁹ Esta Comisión sólo cuenta con la información de estas líneas adicionales correspondiente al mes de junio de 2016, cuando la comercialización de estos productos estaba iniciándose.

gratuidad durante 3 meses del servicio Nubico que Telefónica ofrece a sus clientes.

También denuncia la falta de replicabilidad de la promoción consistente en la gratuidad, durante dos meses, del precio incremental del componente *Premium Extra*.

Respuesta de esta Comisión

La promoción sobre los *Movistar Fusión Contigo 50Mb* a la que se refiere Orange fue comunicada por Telefónica y analizada por la DTSA. El VAN utilizado como referencia ya consideraba el incremento de velocidad a 50Mb. La campaña promocional en la que se enmarca la promoción señalada establecía dos tipos de descuento:

- 30% de descuento durante 6 meses para los productos Movistar Fusión Contigo 50Mb IPTV (con un coste de 74,38 euros).
- 50% de descuento durante 6 meses para los productos Movistar Fusión Contigo 50Mb OTT (con un coste de 123,97 euros).

Código de producto	Denominación del producto	Cuota mensual (IVA incluido)	Segmento de contratación	Conceptos promocionados	Coste promocional (sin promoción acumulada)	Límite promoción al aplicable
SER-PQ-15-0007	Fusión 50Mb Contigo OTT	50,00	Altas nuevas	Cuota a 25,0€ x 6 meses	123,97	284,21
SER-PQ-15-0040	Fusión 50Mb Contigo IPTV	50,00	Altas nuevas	Cuota a 35,0€ x 6 meses	74,38	79,63

Orange contrasta erróneamente el coste promocional de la promoción dirigida a *Movistar Fusión Contigo OTT* con el VAN correspondiente a la modalidad de *Movistar Contigo* que incluye el servicio de televisión IPTV.

Sólo a modo de aclaración, la Resolución de 30 de junio de 2016 establece la incompatibilidad de las promociones que recaigan de manera simultánea sobre un mismo producto. Por tanto, la oferta sobre *Nubico* a la que se refiere Orange no podría ser disfrutada por los clientes que se acogieran a la promoción sobre los paquetes *Movistar Contigo*²⁰.

²⁰ La Resolución de 30 de junio de 2016 establece la siguiente regla: (i) las comunicaciones relativas a la comercialización de ofertas promocionales deberán indicar de manera expresa con qué otras resultan compatibles las promociones comunicadas. En caso de que no se indique nada, se entenderá que las promociones son incompatibles con cualquier otra que se encuentre en vigor; (ii) en el oficio de comunicación se deberá incluir el coste promocional estimado por Telefónica, que incluirá el importe de toda promoción compatible (y, en su caso, la promoción acumulada que resulte de aplicación). Este importe global será el incluido en la

Por otro lado, sobre el componente *Premium Extra* ha sido analizada por esta Comisión de acuerdo a los criterios habituales. Igualmente, el VAN que se tomó como referencia ya tenía en cuenta la reducción generada por el aumento de velocidad de 30Mbps a 50Mbps fibra. La DTSA consideró replicable dicha promoción.

1.6. Valoración de contenidos de fútbol en el test de replicabilidad.

Alegaciones de los operadores

Orange hace referencia al control adicional que se instauró en la Resolución de 30 de junio de 2016, que establece un límite promocional específico para los paquetes de banda ancha que incluyan contenidos de fútbol nacional. Orange solicita que los paquetes que incluyan *Bein Sports* tengan el mismo tratamiento.

Al margen de lo anterior, este mismo operador reitera su disconformidad con la aplicación del estándar de operador igualmente eficiente en la cuantificación del coste medio por usuario de los canales *Bein Sports* y *Bein LaLiga*, y solicita que el test de replicabilidad utilice el coste efectivo del mercado –y no el de Telefónica– para determinar el coste del componente audiovisual, basándose para ello en el estándar de operador razonablemente eficiente.

Respuesta de esta Comisión

Las dos alegaciones de Orange han sido previamente planteadas en el marco del expediente de referencia OFMIN/DTSA/001/15/REVISIÓN DE PARÁMETROS DE LA METODOLOGÍA_15 y contestadas por esta Comisión en la Resolución de 30 de junio de 2016.

Con respecto a la primera de ellas, se señaló que *“la CNMC no considera necesario ampliar el control adicional a los canales Premium que ofrezcan contenidos diferentes al fútbol nacional tal y como solicitan ambos operadores. Los datos de los que se dispone en esta Comisión indican que la demanda de estos contenidos es inferior a la observada en los canales de fútbol nacional. Por esta razón, el efecto que puede tener en la captación de usuarios es reducida por lo que pueden introducir una distorsión competitiva menor”*.

De manera complementaria a lo respondido entonces, conviene recordar que todos los productos convergentes de Telefónica que incluyen el canal *Bein Sports* (con la *Champions League*) también ofrecen el canal *Bein LaLiga*. Es decir, todos los empaquetamientos que incluyen el canal *Bein Sports* están

tabla 12 del requerimiento de información semestral definido en la Resolución de 23 de julio de 2015.

sujetos al control adicional al que se refiere Orange. En términos prácticos, una hipotética estimación de la petición de Orange no tendría consecuencia alguna.

La segunda alegación de Orange fue contestada por esta Comisión de la siguiente manera:

“[l]a Sala no comparte su propuesta de la utilizar del estándar igualmente eficiente para valorar los costes del servicio audiovisual, y mantiene la respuesta que se le dio a este operador en la Resolución de 3 de julio de 2014²¹:

- *“El acceso a los contenidos audiovisuales no está actualmente regulado desde el punto de vista de la regulación sectorial. Sobre esta base el análisis de replicabilidad considera que los operadores alternativos tienen opciones en el mercado para configurar una oferta audiovisual lo suficientemente atractiva como para igualar la oferta de Telefónica. En este contexto no estaría justificado aplicar el estándar de operador razonablemente eficiente que podría penalizar la mayor eficiencia de un operador obtenida en mercados no regulados, en los que no ha sido declarado con poder significativo de mercado (PSM), y proteger a operadores o modelos de negocio ineficientes.*

En el caso que nos ocupa, en el que los diferentes operadores pueden acceder a los canales comercializados por Mediapro en régimen de igualdad, y el que cada uno de ellos tiene libertad para configurar su oferta minorista de televisión de pago, carece de justificación establecer en el test de replicabilidad un coste mínimo por abonado.

En todo caso, es preciso también aclarar que: (i) la Recomendación de 11 de septiembre de 2013 establece una clara inclinación por el estándar de operador igualmente eficiente, previendo sólo de manera excepcional la adopción del criterio de operador razonablemente eficiente; (ii) esta posibilidad habrá de interpretarse vinculada a las diferencias de escala entre operadores prestadores del servicio de acceso a Internet de banda ancha y no en relación con el servicio de televisión de pago, que no forma parte del ámbito de aplicación de la citada Recomendación.”

1.7. Valoración del componente móvil.

Alegaciones de los operadores

Telefónica reitera su disconformidad, mostrada inicialmente en el contexto del expediente con referencia OFMIN/DTSA/001/15, con la consideración de LYCA como OMV de referencia para determinar el coste correspondiente al componente móvil. Se apoya en tres motivos:

²¹ OFMIN/DTSA/608/14/Revisión de parámetros metodología

- El perfil de los clientes minoristas de LYCA es muy concreto, diferente de los que caracterizarían a un operador convergente.
- La posibilidad de que un cambio en las relaciones contractuales con LYCA tenga como consecuencia una reducción de los VAN.
- El mercado actual de operadores móviles en su conjunto dispone de ofertas mucho más eficientes que la tomada como referencia en el metodología.

Por ello, Telefónica propone que se consideren acuerdos mayoristas de originación y acceso móvil que resulten más eficientes que los provistos por ella misma a los OMV que aloja.

Sin perjuicio de lo anterior, Telefónica añade que, en caso de mantener a LYCA como OMV de referencia, los costes utilizados en la metodología deberían incluir todo descuento recogido en el acuerdo comercial. Además, ante cualquier cambio de este acuerdo Telefónica solicita que los VAN de los productos se modifiquen instantáneamente, sin esperar a la revisión de parámetros correspondiente.

Respuesta de esta Comisión

En primer lugar, LYCA se erige como referencia por ser el OMV al que Telefónica presta servicio cuyos precios mayoristas arrojan unos menores costes para el componente móvil de *Movistar Fusión* y del resto de paquetes convergentes sujetos al test de replicabilidad, calculados en función de los consumos reales de los clientes de Telefónica. En caso de que hubiera un OMV de Telefónica de cuyo contrato mayorista se extrajeran menores costes, éste pasaría a constituirse como operador de referencia²². Por ello:

- El perfil de consumo de los clientes de LYCA es irrelevante.
- Un cambio en las relaciones contractuales entre Telefónica y cualquiera de sus OMV obligaría a actualizar el ejercicio de selección de la referencia para determinar el coste de componente móvil, sin que tenga como consecuencia directa una reducción de los VAN.

Por otro lado, Telefónica confunde el estándar de operador igualmente eficiente con la consideración como referencia del operador más eficiente del mercado. A este respecto, es preciso recordar que es Telefónica –y no cualquier otro operador– la única referencia para determinar los costes correspondientes a los

²² Como medida adicional la CNMC comprobaría que el OMV analizado tiene entidad suficiente y que el contrato mayorista no ha sido suscrito con el propósito de influir en los resultados del test de replicabilidad.

servicios sujetos al test de replicabilidad²³. Las razones que justifican la adopción de este estándar han sido expuestas en varias Resoluciones de actualización de parámetros.

En cuanto a los posibles descuentos de los que LYCA se beneficiara, esta Comisión los tiene en cuenta, siempre que sean como consecuencia de la aplicación de las cláusulas contractuales (como por ejemplo, los descuentos por volumen). Finalmente, los posibles nuevos acuerdos entre Telefónica y los OMV a los que aloja generará una actualización de los VAN, que tendrá lugar en la siguiente revisión de parámetros. De hecho, en el presente procedimiento se revisan los VAN que figuraban en el Informe de Audiencia como consecuencia del acuerdo notificado por Telefónica el día 13 de diciembre de 2016.

1.8. Actualización del mix NEBA/MARCo.

Alegaciones de los operadores

Telefónica considera que las inversiones de los operadores alternativos en red propia de fibra han hecho que los porcentajes de NEBA y MARCo empleados en la metodología vigente estén desfasados y necesiten ser actualizados. Apoyándose en la Resolución de mercados de banda ancha fija y el hecho de no estar obligada a prestar acceso mayorista de fibra en 66 municipios, Telefónica propone que los nuevos porcentajes sean del 40% y 60% para MARCo y NEBA, respectivamente.

Respuesta de esta Comisión

Esta Comisión considera que modificar los porcentajes del mix NEBA/MARCo en esta revisión semestral de los parámetros es inadecuado, dado que este asunto se abordará en el test de replicabilidad económica (al que Telefónica hace referencia en su escrito) que actualmente se encuentra en fase de instrucción²⁴.

1.9. Cálculo de la promoción acumulada.

Alegaciones de los operadores

Telefónica afirma que el método por el cual se calcula la promoción máxima no es adecuado, y así lo ha expresado en alegaciones en resoluciones y revisiones. Este operador destaca que la CNMC no ha cambiado el umbral del

²³ Es decir, los costes de Telefónica son la referencia para determinar los costes de todos los elementos que forman parte de los productos de analizados en el test que sean diferentes a los precios mayoristas cuya suficiencia es objeto de valoración.

²⁴ Expediente de referencia OFMIN/DTSA/004/16/Test de replicabilidad económica.

20% de las promociones de mayor importe a pesar de (i) la decisión de suprimir la posibilidad de que los costes promocionales superen el VAN en 30%, y (ii) la imposición de controles adicionales a los paquetes de banda ancha que incluyen contenidos de fútbol nacional. Telefónica también hace referencia a la realidad comercial imperante y al despliegue de redes de banda ancha por parte de operadores alternativos.

Amparándose en las circunstancias anteriores, Telefónica solicita la elevación del umbral del 20% considerado en la promoción acumulada al 50%.

Respuesta de esta Comisión

El objetivo de la promoción acumulada es evitar que mediante la concatenación de ofertas promocionales Telefónica supere el VAN correspondiente a cada producto, conduciéndose a una situación de irreplicabilidad. Fenómenos como las prácticas comerciales de los operadores alternativos o el despliegue de otras redes de banda ancha no guardan relación con el riesgo de que el VAN de un producto sea superado mediante la concatenación de promociones.

Por otro lado, la promoción acumulada no tiene incidencia sobre los casos donde resulta de aplicación el test adicional (el aplicable a ofertas sobre productos que contengan contenidos de fútbol nacional), ya que en este test utiliza límite promocional específico que no tiene en cuenta la promoción acumulada.

Finalmente, la supresión de la posibilidad de lanzar promociones de importe superior al VAN (con un exceso máximo sobre el 30%) obedece a razones específicas expuestas en la Resolución de 30 de junio de 2016. Esta Comisión considera que no puede considerarse motivo suficiente como para revisar la promoción acumulada.

1.10. Revisión del WACC y precios de capacidad del pPAI

Alegaciones de los operadores

El documento de alegaciones de Telefónica hace referencia a dos circunstancias acaecidas fuera del presente expediente pero que afectan a los parámetros que utiliza: la actualización del WACC y la revisión de los precios de la capacidad en PAI. El valor del WACC fue actualizado en la Resolución del pasado 18 de noviembre. En cuanto al segundo, la CNMC notificó recientemente a la Comisión Europea el Proyecto de Medida que propone revisar la oferta mayorista NEBA. Telefónica solicita que se utilicen los valores actualizados de estos dos parámetros en el presente expediente de revisión de los parámetros utilizados en la metodología *ex ante*.

Respuesta de esta Comisión

Se acepta la alegación formulada por Telefónica e informamos que en esta revisión de los parámetros utilizados en la metodología *ex ante* se usará el WACC aprobado en la Resolución de 18 de noviembre. Las cifras incluidas en el informe de audiencia se ajustarán debidamente sustituyendo el valor del WACC anterior por 6,32%. Respecto al precio PAI, no se utilizará los precios de la capacidad PAI que figuran en el citado Proyecto de Medida hasta que los mismos no se encuentren vigentes.

1.11. Falta de transparencia sobre los datos utilizados en el cálculo de los parámetros.

Alegaciones de los operadores

Telefónica afirma que no tiene conocimiento de algunos de los parámetros utilizados en el test de replicabilidad, reiterando los argumentos expresados en el marco del expediente de referencia OFMIN/DTSA/002/16. En su opinión, ello atenta contra el principio de seguridad jurídica y contra el propio objetivo de la metodología, que pretende garantizar previsibilidad y certidumbre a los análisis de replicabilidad que lleve a cabo la CNMC.

En este contexto, Telefónica hace referencia a las alegaciones planteadas por Vodafone y Orange en el marco de la Resolución de 3 de Julio de 2014, relativa a la revisión semestral de los parámetros, que denunciaban la falta de transparencia de la CNMC con respecto a los parámetros empleados en el test de replicabilidad.

De manera particular, Telefónica se refiere únicamente a su desconocimiento de tres elementos del test de replicabilidad: (i) el caudal de tráfico de fibra empleado en el análisis de replicabilidad; (ii) la forma de llegar a los costes de conectividad que resultaran de aplicación, y (iii) la manera de llegar a los costes correspondientes al componente móvil.

Respuesta de esta Comisión

La metodología de análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica tiene como propósito que tanto Telefónica como los operadores alternativos conozcan de antemano los criterios utilizados por esta Comisión a la hora de llevar a cabo el test de replicabilidad. Uno de los motivos que justifican la publicación de los VAN resultantes tras las actualizaciones semestrales de parámetros es dotar al test de replicabilidad de la transparencia necesaria. Del mismo modo, cualquier nuevo criterio de valoración empleado en el análisis de los productos sujetos al test es publicado por la CNMC.

En lo que respecta a los caudales utilizados por los clientes de fibra, son también publicados. Por ejemplo, en la Resolución sobre el Proyecto de Medida sobre la revisión de los precios de capacidad NEBA figura, entre otros aspectos, la estimación del tráfico *best effort* empleado en el modelo de la CNMC. El test de replicabilidad utiliza la información del modelo NEBA vigente.

Tráfico medio <i>best effort</i> en la hora cargada (Kbps)	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tasa de crecimiento	20%	27,3%	27,1%	26,8%	26,6%	26,3%
Usuario FTTH	433	700	890	1.128	1.428	1.804
Usuario xDSL	234	298	378	480	607	767

En segundo lugar, los costes del componente móvil resultan de aplicar directamente precios medios mayoristas del contrato de LYCA (considerando los descuentos aportados por este operador) a los tráficos de voz y banda ancha móvil de los productos convergentes, que también han sido aportados por Telefónica.

En todo caso, esta Comisión reitera que Telefónica dispone de la hoja en la que figuran los VAN correspondientes a cada producto de su catálogo, con los costes correspondientes a cada concepto, y que ha resuelto cuantas dudas de carácter técnico le han sido planteadas.

En último lugar, Telefónica utiliza las alegaciones de Orange y Vodafone para apoyar su argumento. Telefónica debería tener en cuenta que la información requerida por estos operadores consiste en la información sobre sus tráficos y costes comerciales. Esta información es notificada por Telefónica a la CNMC como parte del requerimiento de información semestral, son de carácter interno, y la propia Telefónica solicita que sean declarados como confidenciales.