

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE APRUEBA EL COSTE NETO DEL SERVICIO UNIVERSAL DE COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS PRESENTADO POR TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U. POR EL EJERCICIO 2015

SU/DTSA/015/17/APROBACIÓN CNSU 2015 TELEFÓNICA

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Benigno Valdés Díaz

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 6 de marzo de 2018

Visto el procedimiento relativo a la aprobación del coste neto del servicio universal de comunicaciones electrónicas presentado por Telefónica de España, S.A.U. por el ejercicio 2015, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

I ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- Con fecha 1 de agosto de 2016, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) adjudicó a la empresa Axon Partners Group Consulting, S.L. (en adelante, Axon) el contrato para realizar la verificación externa de aspectos específicos de la propuesta de cálculo del coste neto del servicio universal (en adelante, CNSU) presentada por Telefónica de España, S.A.U. (en adelante, Telefónica), correspondiente al ejercicio acabado el 31 de diciembre de 2015.

SEGUNDO.- Con fecha 4 de agosto de 2016 tuvo entrada en la CNMC escrito de Telefónica por el que presenta los resultados del Sistema de Contabilidad de Costes (en adelante, SCC) y los resultados del CNSU correspondiente al ejercicio 2015. En dichos documentos, de carácter confidencial, se incluye un Informe de Procedimientos Acordados sobre determinados aspectos específicos del cálculo del CNSU correspondiente al ejercicio 2015 realizado por una empresa independiente contratada por Telefónica. La operadora acompaña el escrito con un *pendrive* que contiene el detalle de los cálculos en formato Excel y un Manual del Cálculo del CNSU.

TERCERO.- Mediante Resolución de la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de 28 de junio de 2017 (en adelante, SSR), se aprobó la verificación de los datos relativos a la declaración anual de CNSU para el ejercicio 2015 de Telefónica. En dicha Resolución se requirió a Telefónica para que en el plazo de 20 días a contar desde la notificación presentase los contratos firmados con Telefónica Móviles de España. S.A.U. y los criterios de actualización de tarifas relativos al servicio TRAC.

CUARTO.- Con fecha 19 de julio de 2017, tiene entrada en el Registro de la CNMC la respuesta al requerimiento de 28 de junio.

QUINTO.- En aplicación de lo establecido en el artículo 58 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, el 04 de octubre de 2017 se inició de oficio el correspondiente procedimiento con el fin de aprobar la cuantificación del CNSU presentado por Telefónica, correspondiente al ejercicio 2015.

SEXTO.- Con fecha 9 de octubre de 2017 se hizo público el informe de los Servicios sobre la determinación del CNSU relativo a Telefónica por el ejercicio 2015, para darle trámite de audiencia y otorgando un plazo de 10 días para alegaciones.

SÉPTIMO.- Se recibieron alegaciones a dicho informe por parte de Telefónica y Orange Espagne, S.A.U. (en adelante, Orange).

II FUNDAMENTOS JURÍDICO PROCEDIMENTALES

PRIMERO.- Objeto del procedimiento

Constituye el objeto del presente procedimiento determinar el coste neto del servicio universal incurrido por Telefónica durante el ejercicio 2015. Asimismo, se procederá a evaluar si el coste de la prestación del servicio universal ha supuesto una carga injustificada para este operador.

SEGUNDO.- Habilitación competencial

Las competencias de la CNMC para intervenir resultan de lo dispuesto en la normativa sectorial. A este respecto, tal y como señala el artículo 6.5 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, corresponde a la CNMC *“realizar las funciones atribuidas por la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, y su normativa de desarrollo”*.

Entre las funciones atribuidas a la CNMC en la referida normativa se encuentra la de aprobar el coste neto correspondiente a la prestación del servicio universal así como determinar si la obligación de prestar dicho servicio puede implicar una carga injustificada para los operadores obligados a su prestación, de

conformidad con lo establecido en los artículos 27 de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones (en adelante, LGTel de 2014), y 45 y 46 del Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios, aprobado mediante Real Decreto 424/2005, de 15 de abril (en lo sucesivo, RSU).

En este sentido, el artículo 45 del RSU otorga a esta Comisión la competencia para aprobar la cuantificación del coste neto que, con carácter anual, presente el operador obligado.

Por su parte, el artículo 46 del RSU establece que cuando se haya apreciado un coste neto, la CNMC determinará si dicho coste implica una carga injustificada para la empresa prestadora del servicio universal.

Por último, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 40.2 del RSU, la CNMC es el organismo encargado de *“definir y revisar la metodología para determinar el coste neto, tanto en lo que respecta a la imputación de costes como a la atribución de ingresos y deberá ser conforme con lo establecido en este reglamento y basarse en procedimientos y criterios objetivos, transparentes, no discriminatorios y proporcionales”*. Mediante la Resolución de la CNMC de 22 de noviembre de 2012, sobre la nueva metodología para el cálculo del CNSU tras la incorporación de la conexión de banda ancha (en adelante, la Metodología), se aprobó la metodología aplicable a la determinación del CNSU para el año 2012 y siguientes.

Por todo ello, de conformidad con los preceptos anteriores y atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, y en los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano competente para resolver el presente procedimiento es la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC.

III FUNDAMENTOS JURÍDICOS MATERIALES

III.1 INTRODUCCIÓN

La CNMC, en su resolución de 28 de junio (antecedente de hecho tercero), verificó el coste neto declarado por Telefónica para el ejercicio 2015, cuyo importe es de 22,35 millones de euros previo a la aplicación de beneficios no monetarios y subvenciones.

En la presente resolución se calcula el CNSU una vez descontados los beneficios intangibles y las subvenciones recibidas por Telefónica relacionadas con el servicio universal (SU).

En el Anexo I de esta resolución se detalla el cálculo de los beneficios intangibles. Las alegaciones recibidas durante el trámite audiencia se resumen

y responden en el Anexo II, excepto la referida a subvenciones, que se trata en el cuerpo del documento por su impacto en el cálculo.

III.2 COMPONENTES DEL COSTE DEL SERVICIO UNIVERSAL Y METODOLOGÍA PARA SU DETERMINACIÓN

Telefónica fue designada en virtud de la Orden Ministerial ITC/3231/2011, de 17 de noviembre, como operador obligado a la prestación de los elementos y servicios integrantes del servicio universal de telecomunicaciones consistentes en el suministro de la conexión a la red pública de comunicaciones electrónicas y la prestación del servicio telefónico disponible al público para un período de 5 años, del 2012 al 2016.

Los costes imputables a las obligaciones de servicio universal que son susceptibles de compensación están compuestos por:

- a) El coste neto de las obligaciones de prestar el servicio universal (en concreto, la conexión a la red pública de comunicaciones electrónicas desde una ubicación fija, el servicio telefónico disponible al público y la conectividad a internet¹) en zonas no rentables.
- b) El coste neto de las obligaciones de prestar el servicio universal a usuarios con discapacidad o con necesidades sociales especiales.
- c) El coste neto de la obligación de elaborar y poner a disposición de los abonados del servicio telefónico guías telefónicas.
- d) El coste neto de las obligaciones de prestar los servicios de información relativa a los números de abonados del servicio telefónico disponible al público.

El SU también incluye la obligación de suministrar una oferta suficiente de teléfonos públicos de pago. Mediante la orden ITC/3232/2011, de 17 de noviembre, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio designó a Telefónica Telecomunicaciones Públicas, S.A.U. (en adelante, TTP) como operador encargado de la prestación de este elemento del SU para un período de 5 años, del 2012 al 2016. La CNMC determina el coste de este elemento en una Resolución separada y en 2015 ascendió a 2.070.056 euros².

III.2.1 Cálculo del CNSU por «zonas no rentables»

El CNSU en zonas no rentables es el componente más relevante del coste total. Se obtiene de la diferencia entre los ingresos atribuibles y los costes evitables

¹ La conexión a internet desde una ubicación fija debe ofrecer al usuario la posibilidad de establecer comunicaciones de datos en banda ancha a una velocidad en sentido descendente no inferior a 1Mbps.

² Resolución de 23 de noviembre de 2017 sobre la determinación del CNSU correspondiente a cabinas (SU/DTSA/014/17/APROBACIÓN CNSU 2015 TTP).

en cada una de las zonas no rentables. Por zona se entiende el área servida por una central local más las áreas de las centrales remotas que dependen de ella y tienen que cubrir todo el territorio.

Para incluir en el cálculo del CNSU el coste neto de una zona no rentable se tiene que cumplir un doble requisito: (1) ser no rentable considerando todos los servicios prestados en la zona y (2) ser no rentable considerando los servicios incluidos en el ámbito del servicio universal.

III.2.1.1 Definición de zonas

Conforme a la definición de zona antes señalada, el conjunto del territorio de aplicación del SU se divide en 460 zonas.

De forma adicional, para el caso de las líneas que no dependen de centrales locales al prestar el servicio telefónico a través de redes inalámbricas, en la Metodología se han definido 50 zonas llamadas zonas TRAC (Telefonía Rural por Acceso Celular) cuya extensión coincide con las actuales provincias.

Teniendo en cuenta lo anterior, el número de zonas identificadas por Telefónica –y aceptadas por la CNMC– en el servicio universal asciende a un total de 510.

III.2.1.2 Primer requisito: rentabilidad considerando todos los servicios

Una vez definidas las zonas es preciso determinar su rentabilidad. Para ello, se parte de la contabilidad de Telefónica 2015 en el estándar de corrientes. El primer ajuste es excluir los costes e ingresos que o bien no están relacionados con los servicios telefónicos (p.ej. ingresos y costes extraordinarios), o bien no se pueden asignar a zonas (p.ej. terminales o negocios internacionales). La siguiente tabla muestra estos ajustes:

Tabla 1 Rentabilidad considerando todos los servicios

[INICIO CONFIDENCIAL]

<i>en millones de euros</i>	Ingresos	Costes	Margen
Datos de entrada SCC 2015			
Cuentas excluidas del cálculo de la rentabilidad de las zonas			
Cuentas incluidas en el cálculo de la rentabilidad de las zonas			

[FIN CONFIDENCIAL]

A continuación, se efectúa la despromediación de costes e ingresos a zonas mediante criterios de reparto. Los criterios de reparto atienden a la naturaleza del coste o ingreso y el tipo de servicios al que están relacionados.

Del total de 510 zonas definidas 454 tienen rentabilidad positiva y 56 negativa, 50 de las cuales son zonas TRAC. Por tanto, este requisito delimita a esas 56 zonas las que potencialmente se pueden considerar en el cálculo del CNSU.

**Tabla 2 Lista de centrales con rentabilidad global negativa
[INICIO CONFIDENCIAL]**

Central	Provincia

[FIN CONFIDENCIAL]

III.2.1.3 Segundo requisito: rentabilidad de los servicios incluidos en el SU

Una vez determinadas aquellas zonas rentables y no rentables mediante la despromediación de la totalidad de los ingresos y costes, se procede a identificar aquellos ingresos y costes atribuibles en el cálculo del coste neto del servicio universal.

Para ello, se identifican los siguientes puntos, tal y como se establece en la Metodología:

- Los costes evitables de los servicios relativos a la conexión a la red y al servicio telefónico disponible al público correspondientes a los Centros de Actividad del SCC.
- Los ingresos atribuibles a los servicios de conexión a la red y al servicio telefónico disponible al público correspondientes a las cuentas de Ingresos Reflejados del SCC.

La conexión a la red incluye tanto costes relativos a conectividad de banda ancha como conexión a la línea telefónica.

En la siguiente tabla se muestra el resultado de los cálculos incluyendo solo ingresos y costes relacionados con el SU:

**Tabla 3 Margen de los servicios relacionados con el SU³
[INICIO CONFIDENCIAL]**

<i>en millones de euros</i>	Ingresos	Costes	Margen
Servicio telefónico			
Servicio de conexión			
TOTAL			

[FIN CONFIDENCIAL]

³ El Servicio Telefónico incluye llamadas de voz. El Servicio de Conexión incluye tanto la conectividad necesaria para el tráfico telefónico como para la banda ancha a 1Mbps.

Los costes anteriores se distribuyen en zonas siguiendo el mismo criterio que en el apartado anterior. Como resultado, de las 510 zonas iniciales, 454 no son imputables al SU por el primer requisito (margen globalidad de servicios de telecomunicaciones). De las 56 zonas imputables al SU, 52 de ellas son las que presentan déficit teniendo en cuenta el segundo requisito, esto es, los servicios incluidos en el SU (conexión a la red y de servicio telefónico disponible al público). En la siguiente tabla se muestra el desglose de ingresos y costes.

**Tabla 4 Clasificación de zonas
[DATOS CONFIDENCIALES ENTRE CORCHETES]**

<i>en millones de euros</i>	Total Zonas	Zonas excluidas		Zonas deficitarias
		1 ^{er} requisito	2 ^o requisito	
Ingresos	[]	[]	[]	20,66
Costes	[]	[]	[]	36,06
Margen	[]	[]	[]	-15,40
Nº Zonas	510	454	4	52

De las 52 zonas que computan para el cálculo del CNSU de zonas no rentables, 50 de ellas hacen uso de las tecnologías inalámbricas (TRAC o satélite) para la prestación del SU y las 2 restantes hacen uso de tecnologías de acceso convencional (par de cobre).

**Tabla 5 Lista final de centrales con rentabilidad negativa
[INICIO CONFIDENCIAL]**

Central	Provincia

[FIN CONFIDENCIAL]

En la tabla siguiente se muestra la diferente importancia de las zonas TRAC y NO TRAC en su contribución al CNSU.

Tabla 6 Desglose entre zonas TRAC y NO TRAC

<i>en millones de euros</i>	Zonas TRAC	Zonas NO TRAC	Total zonas deficitarias
Nº Zonas	50	2	52
Ingresos	18,91	1,76	20,66
Costes	34,04	2,02	36,06
Margen	-15,14	-0,26	-15,40

El margen resultante para las 52 zonas es de **-15.398.436** euros. El 98,30% de este coste corresponde a las zonas TRAC.

III.2.1.4 Consideraciones sobre las subvenciones percibidas por Telefónica

Telefónica ha aportado la siguiente relación de subvenciones cobradas en el ejercicio 2015 e imputadas a servicios incluidos dentro del ámbito del servicio universal:

Tabla 7 Subvención aplicada por Telefónica a servicios relacionados con el SU en 2015 (en euros)

Organismo	Objeto subvención	Servicio vinculado	Año Concesión	Importe concedido
Xunta de Galicia	Extensión de redes troncales de alta capacidad en poblaciones con mayor demanda desatendida	Conexión ADSL	2010	19.258,45

La subvención de la Xunta de Galicia se considera vinculada al servicio universal. Aunque la velocidad mínima ofrecida sea superior a 2 Mbps, debido a su objeto (cobertura de poblaciones con demanda desatendida) se asume que han servido para la financiación del despliegue de nuevas redes de banda ancha en algunas zonas sin cobertura anterior.

De lo anterior se derivó en el informe de audiencia que el importe de las subvenciones a minorar es de 19.258 euros.

Alegaciones de Telefónica

En su escrito de alegaciones en el trámite de audiencia, Telefónica manifiesta que la subvención de la Xunta de Galicia fue concedida a una UTE formada por Telefónica de España y Telefónica Móviles España. En esta UTE Telefónica Móviles España se encargaba de prestar el acceso y Telefónica de España de la construcción de las redes de transporte.

Telefónica señala que esta subvención corresponde al mismo programa de subvenciones de la Xunta de Galicia con número de expediente PR-880C-2013 “*Extensión de redes de acceso de banda ancha en el entorno rural de Galicia 2011-2013*” del que formaba parte la subvención del ejercicio 2014 que ascendía a 116.664,01 euros.

El operador argumenta que la Metodología distingue entre acceso a BA, que sí se imputa al Servicio Universal, y servicio de BA (que englobaría todas las demás funciones necesarias para realizar el mismo), que no se imputa al Servicio Universal. En la misma línea, en las resoluciones de modelos contables de la CNMC la práctica totalidad de los elementos de la red transporte no se incluyen para los cálculos del Servicio Universal dado que constituyen parte del servicio de Banda Ancha pero no del acceso.

En base a lo anterior, dado que Telefónica de España se encargaba de la construcción de las redes de transporte, solicita que esta subvención de 19.258,45 euros no se impute al SU.

De forma subsidiaria, en caso de imputación de esta subvención al SU, Telefónica solicita limitar la imputación al porcentaje que se haya utilizado en zonas sin cobertura previa del servicio universal y, en consecuencia, excluir la parte de la subvención que ha financiado despliegue de redes en zonas disponían de pares de cobre que permitan una velocidad de bajada de 1 Mbps.

Telefónica presenta documentación que identifica el porcentaje de población beneficiaria de la subvención que pertenece, por un lado, a entidades de población sin cobertura de pares de cobre (12,47%). Y, por otro lado, de la población con cobertura (87,53%), Telefónica ha identificado que la aptitud de las cajas de pares de cables de cobre para ofrecer velocidades de bajada de 1 Mbit/s es del 59,60%. El resto de cajas (40,40%) no son aptas para prestar la BA del SU.

La siguiente tabla resumen el porcentaje de imputación de esta subvención al SU:

Tabla 8 Porcentaje de imputación de la subvención al SU

Población	% de pares con aptitud a 1Mbps	% Total población	Afectación al CNSU
En poblados con cobertura (87,53%)	* (sí) 59,60% =	52,17%	No minora CNSU (0%)
	* (no) 40,40% =	35,36%	Sí minora CNSU (35,36%)
En poblados sin cobertura (12,47%)		12,47%	Sí minora CNSU (12,47%)
Porcentaje total de afectación al CNSU			47,83%

De acuerdo con el cálculo anterior, Telefónica solicita que se minore el CNSU en un 47,83% el importe de esta subvención del cálculo del CNSU 2015, es decir en una cuantía de 9.211,32 euros frente a los 19.258,45 euros que figuran en el informe de audiencia.

Respuesta de la CNMC

La CNMC entiende que el equipamiento de transporte es consustancial para el funcionamiento de la red de acceso a la que está conectada. Esta interpretación coincide con las bases de la subvención que, de forma expresa, cataloga la red de transporte como uno de los elementos de “red de acceso subvencionable”. Es decir, se puede invertir en una red de transporte con el objetivo final de que la red de acceso pueda prestar banda ancha a una velocidad determinada.

Por este motivo, la DTSA propuso en el informe de audiencia (antecedente de hecho sexto) minorar el importe íntegro de la subvención.

Como señala Telefónica, esta subvención concedida en 2010 se incluyó en la resolución del CNSU 2014 por la parte cobrada en el ejercicio 2014. La decisión de la CNMC fue que la imputación total o parcial del importe cobrado de esta subvención dependía de que Telefónica aportase información sobre los pares o población que ya disponían de banda ancha a 1 Mbps. Es decir, debía imputarse

un porcentaje del total de la subvención proporcional a la población que pudo acceder a la banda ancha a 1Mbps gracias a la ayuda pública. El dinero cobrado en 2014 por Telefónica correspondiente a esta subvención se imputó íntegramente al SU porque el operador no presentó dicha información.

En este ejercicio Telefónica sí ha aportado esta documentación y ha justificado el porcentaje de aptitud de los pares para determinar el criterio de afectación de la subvención al CNSU. El resultado es que el 52,17% de la población en zonas consideradas en la ayuda ya contaba con conexiones de banda ancha de al menos 1 Mbps y el 47,83% de la población pasará a tener una cobertura que, como mínimo, soportará el SU debido a esta subvención. Por este motivo, la CNMC considera que el porcentaje de esta subvención imputable al SU es el 47,83% (9.211,32 €).

En conclusión, el importe a minorar del coste neto por zonas no rentables queda cuantificado en 9.211 euros, que es la parte de la subvención cobrada en 2015 que está vinculada al SU.

Tabla 9 Subvención a minorar en el SU en 2015 (en euros)

Organismo	Objeto subvención	Importe concedido	% Minoración	Importe a minorar
Xunta de Galicia	Extensión de redes troncales de alta capacidad en poblaciones con mayor demanda desatendida	19.258,45	47,83%	9.211€
TOTAL				9.211 €

En suma, el CNSU por zonas no rentables, tras minorar la subvención anterior, queda cuantificado en 15.389.225 euros.

III.2.2 Valoración del CNSU por la prestación de servicio a usuarios con discapacidad, clientes con tarifas especiales y prestación de los servicios de información y guías

En el ejercicio 2015 Telefónica no ha presentado en sus resultados un coste neto derivado del servicio de guías, por lo que no se incorpora este concepto en el cálculo del CNSU.

Otro de los costes susceptibles de compensación es el coste neto de las obligaciones de prestar el servicio universal a usuarios con discapacidad o con necesidades sociales especiales, recogidas en los artículos 33, 35 y 42 del RSU. En consecuencia, procede calcular dichos costes.

III.2.2.1 Usuarios con discapacidad

Conforme a la Metodología, son susceptibles de ser calificados como servicios no rentables los que deban prestarse a usuarios que tengan discapacidades que impliquen una barrera de acceso al servicio o un uso más oneroso de éste que el de un usuario sin discapacidad. Asimismo, son costes recuperables los costes

adicionales necesarios en el caso de abonados que necesiten de medios especiales para su acceso al servicio o una utilización más onerosa del servicio.

En particular, se computa como el coste extra en que incurre Telefónica por prestar servicios a colectivos tales como:

- Personas con discapacidad visual: emisión de facturas en braille, facturas con letras grandes, etc.
- Personas con discapacidad auditiva: las llamadas destinadas a estos usuarios pasan por un centro de intermediación que adapta la señal sonora de tal forma que pueda ser convertida en una señal escrita.
- Bonificación a estos colectivos de las diez primeras llamadas al mes al servicio de información telefónica 11818 (actualmente, 11822)⁴.

Telefónica no declara, como en ejercicios anteriores, coste neto asociado a los servicios especiales prestados a personas con discapacidad auditiva.

La propuesta de coste neto de Telefónica cuantifica el coste de emitir facturas en Braille en 15.474,27 euros, el coste de emitir facturas en letras grandes en 433,80 euros y el coste por la bonificación en servicios de información telefónica (11822) en 3.123,21 euros. La CNMC está de acuerdo con la propuesta de coste realizada por Telefónica puesto que se ha comprobado que los parámetros utilizados por el operador son correctos.

En consecuencia, el coste total imputable a este elemento del servicio universal prestado por Telefónica, derivado de la prestación de servicios a usuarios con discapacidad, queda cuantificado como sigue:

Tabla 10 CNSU por usuarios con discapacidad 2015 (cifras en euros)

CNSU de los usuarios con discapacidad	Beneficiarios	Importe
Facturas en Braille	1.605	15.474,27
Facturas en letras grandes	1.740	433,80
Bonificación 11818 (11822)	547	3.123,21
Personas discapacidad auditiva	-	-
TOTAL	3.892	19.031

III.2.2.2 Usuarios con tarifas especiales

Conforme a la Metodología aplicada por esta Comisión, tendrán la consideración de servicios no rentables los solicitados por clientes o grupos de clientes, a los

⁴ La bonificación consiste en la gratuidad de las diez primeras llamadas mensuales al 11818. Desde enero de 2012 se excluyó el 11818 del SU, pero se mantuvo esta bonificación a estos clientes en las llamadas al número del servicio comercial de Telefónica (11822).

que un operador eficiente no se los prestaría a precio asequible atendiendo a razones comerciales, bien por disfrutar de tarifas especiales, bien por su alto coste, incluido el de su acceso. En particular, son susceptibles de ser calificados como servicios no rentables los que deban prestarse a los colectivos de pensionistas y jubilados cuya renta familiar no exceda del indicador que, conforme al artículo 35.2.a) 1.º, establezca la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos. En conformidad con la Orden PRE/1619/2010, de 14 de junio, por la que se modifica el umbral de renta familiar que da acceso al abono social, para tener derecho al abono social de telefonía, la pensión mensual percibida no puede sobrepasar el IPREM⁵ multiplicado por 1,2. Por tanto, el umbral para el ejercicio 2015 asciende a 639,01 €/mes.

A este respecto, Telefónica informa del coste neto que soporta por aplicar tarifas especiales a determinados usuarios. Estas tarifas consisten en una bonificación del 95% en la cuota de abono y del 70% en las cuotas de alta e instalación.

Para este tipo de usuarios, y en conformidad con la Metodología, Telefónica calcula el CNSU como la diferencia entre el coste de prestación del servicio y la tarifa que carga a este tipo de clientes, multiplicada por el número de clientes de este tipo⁶.

En el ejercicio 2015 la planta media de Telefónica con abono social ascendió a **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**. En cambio, Telefónica no ha declarado nuevas altas de abono social por lo que no cuantifica coste asociado al 70% de descuento en la cuota de alta e instalación.

Durante el año 2015 la tarifa de la cuota de abono fue 14,38€/mes, por tanto, la cuota de abono bonificada (descuento del 95%) representó 0,72€/mes. El coste unitario de la cuota mensual aprobado en la resolución del SCC 2015 de Telefónica es de **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**. La diferencia entre el coste unitario aprobado y la cuota bonificada que pagan los usuarios es el coste neto que se estima por usuario.

La siguiente tabla muestra el importe reconocido de coste neto relativo al abono social.

Tabla 11 Importe total del CNSU: cuota de abono asociada al abono social
[DATOS CONFIDENCIALES ENTRE CORCHETES]

Líneas (Q)	Coste servicio - tarifa bonificada (P)	Cuota de abono anual (PxQ)
[] líneas anualizadas	[] €/línea	6.929.996 €

⁵ El IPREM (Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples) en 2015 fue 532,51€/mes.

⁶ Cuota de conexión = altas x (cuota conexión bonificada - coste servicio conexión)
Cuota de abono = $\sum_{mes} líneas \times (cuota abono bonificada - coste servicio de abono)$

III.3 CÁLCULO DE LOS BENEFICIOS NO MONETARIOS

De conformidad con el artículo 40.3 del RSU y el procedimiento establecido por esta Comisión en la Metodología para cuantificar los beneficios no monetarios obtenidos por el operador, en su calidad de prestador de un servicio universal de comunicaciones electrónicas, se tendrán en cuenta, como mínimo, las siguientes categorías de potenciales generadores de beneficios no monetarios:

1. Mayor reconocimiento de la marca del operador, como consecuencia de la prestación del servicio.
2. Ventajas derivadas de la ubicuidad.
3. Valoración de los clientes o grupos de clientes, teniendo en cuenta su ciclo de vida.
4. Ventajas comerciales derivadas del acceso a todo tipo de datos sobre el servicio telefónico.

En el apartado 3 de la Metodología de 22 de noviembre de 2012 se establece el método de cálculo de los beneficios no monetarios que utiliza la CNMC para su determinación en este procedimiento.

Telefónica ha aportado los parámetros necesarios para su cálculo que se desarrolla en los siguientes apartados. Estos parámetros fueron verificados en la resolución de 28 de junio de 2017.

En el Anexo I a esta resolución se desglosa el detalle de los parámetros utilizados en el cálculo de cada beneficio no monetario.

III.3.1 Reconocimiento de la imagen de marca del operador

Se trata de estimar el impacto que la prestación del SU tiene en la imagen de marca del operador que presta este servicio. El cálculo del beneficio obtenido por el refuerzo de la imagen de marca se realiza de la siguiente manera:

$$Beneficio_{ImagenMarca} = N_{Líneas_{OpSUexc}} \times \%_{UsuariosFieles} \times Margen_{Línea}$$

Donde,

- *N_{Líneas_{OpSUexc}}*: es el número de líneas del operador prestador del SU (líneas de telefonía y líneas de telefonía con banda ancha) que están en exclusiva con este operador.
- *%_{UsuariosFieles}*: Porcentaje de los usuarios que estando en exclusiva con Telefónica, le son fieles debido al SU. Se mide mediante una encuesta.
- *Margen_{Línea}*: Margen anual medio por línea de Telefónica. Se calcula a partir del SCC en el estándar de costes corrientes del ejercicio e incluye los servicios relacionados con el SU.

De conformidad con la Metodología, la definición de porcentaje de usuarios fieles es el porcentaje de los usuarios que estando en exclusiva con el operador

prestador del SU han comunicado en una encuesta *ad hoc* que son fieles al operador prestador debido al SU.

Durante el mes de noviembre de 2015, por encargo de la CNMC, GFK realizó una encuesta entre 1.500 clientes exclusivos de Telefónica que arrojó un resultado de 2,6% de clientes fieles por causa del servicio universal. La cifra de 2,6% fue el porcentaje de los entrevistados que cumplen las condiciones iniciales (cliente exclusivo de Telefónica que no esté en proceso baja/cambio), conocen todos los componentes del SU, conocen que Telefónica es el operador designado y declaran que ese hecho ha influido en su decisión de ser cliente de Telefónica.

La siguiente tabla muestra el cálculo del beneficio de imagen de marca para el ejercicio 2015.

Tabla 12 Beneficio imagen de marca
[INICIO CONFIDENCIAL]

Beneficio	NºLíneas_ OpSUexc	%_Usuarios_ fieles	Margen_total_medio_ por_línea	Importe
Imagen de Marca =	X	X	X	=

[FIN CONFIDENCIAL]

En definitiva, el beneficio no monetario derivado de la imagen de marca en el ejercicio 2015 se estima en **6.989.647** euros.

III.3.2 Ventajas derivadas de la ubicuidad

La ubicuidad es el beneficio no monetario derivado de la cobertura geográfica y demográfica del operador prestador del SU. Este beneficio se produce cuando usuarios del operador de zonas no rentables se mudan a zonas rentables y siguen contratando sus servicios con él por el hecho de que el operador presta servicios en todo el territorio nacional y tiene mayor capilaridad de red.

La fórmula para estimar el beneficio de ubicuidad es:

$$L1x Margen_medio_por_línea_1 + L2x Margen_medio_por_línea_2$$

Donde,

L1: Número de líneas de solo el servicio telefónico fijo del operador prestador del SU que pasan de zonas no rentables a zonas rentables.

L2: Número de líneas del servicio telefónico fijo y banda ancha del operador prestador del SU que pasan de zonas no rentables a zonas rentables.

La siguiente tabla muestra el cálculo del beneficio que asciende a 19.894€.

Tabla 13 Beneficio de ubicuidad (en euros)
[INICIO CONFIDENCIAL]

Beneficio	L1	Margen medio L1	L2	Margen medio L2	Importe
Ubicuidad =	X	+	X	=	

[FIN CONFIDENCIAL]

III.3.3 Valoración de los clientes o grupos de clientes, teniendo en cuenta su ciclo de vida

Este potencial beneficio intangible se refiere al hecho de que un consumidor, que al inicio no es rentable, podría convertirse en rentable en el transcurso del tiempo debido a un cambio en su patrón de consumo o debido a cambios de precios en la parte de precio fija (cuota de abono). En particular, en la Metodología se considera la conversión de un cliente a rentable mediante la contratación del servicio de banda ancha.

Por tanto, la fórmula para estimar el beneficio de ciclo de vida es:

$$B^{\circ} \text{Ciclo_de_vida} = L' \times \text{Margen_medio_por_línea_BA}$$

Donde,

L': Número de altas potenciales de banda ancha sobre líneas con solo telefonía del operador prestador del SU.

La siguiente tabla muestra el cálculo de este beneficio (5.949€).

Tabla 14 Beneficio ciclo de vida (en euros)
[INICIO CONFIDENCIAL]

Beneficio	L' (líneas)	Margen medio servicio BA por línea	Importe
Ciclo de vida =	X	=	

[FIN CONFIDENCIAL]

El margen medio del servicio de BA por línea se estima por la diferencia entre el margen de línea de telefonía y BA y el margen de línea solo de telefonía.

III.3.4 Ventajas comerciales por publicidad y exposición de marca en cabinas de uso público

Beneficio por publicidad propia en cabinas

Las cabinas públicas generan ingresos para el operador prestador del SU por el alquiler de espacio para publicidad propia o de terceros. Los ingresos derivados de la publicidad de terceros constituyen un ingreso monetario explícito y, por tanto, ya se tiene en cuenta en la valoración del coste neto por la prestación de la oferta de teléfonos públicos de pago. Sin embargo, también ha de considerarse la publicidad propia, puesto que a través del espacio que utiliza en

sus propias cabinas, se ahorra pagar a otras empresas para que publiciten sus productos.

La CNMC considera que el beneficio no monetario de publicidad en cabinas solo aplica en el caso de que la publicidad entre las operadoras del grupo al que pertenece el prestador del SU de teléfonos públicos de pago no esté sujeta a condiciones comerciales o de mercado. En el año 2015 la publicidad propia en las cabinas se regía por un acuerdo que establecía contraprestaciones monetarias entre la empresa que prestaba el servicio (TTP) y las empresas del grupo Telefónica. Dado que las empresas del grupo Telefónica se publicitaban en las cabinas abonando los importes correspondientes por este servicio a TTP, no hay un beneficio no monetario asociado a la publicidad propia en cabinas.

Beneficio por la exposición de marca en las cabinas

El beneficio no monetario de la exposición de la marca se corresponde con el beneficio de mostrar el logo del grupo Telefónica en las cabinas incluidas en el servicio universal. Este beneficio se calcula como el ingreso equivalente que el grupo Telefónica tendría que abonar para exhibir un anuncio del tamaño del logo en las cabinas.

Conforme a lo establecido en la Metodología en relación al beneficio no monetario de exposición de marca en cabinas, éste se debe repartir entre todas las empresas del grupo. De esta forma, a Telefónica se le debe aplicar la parte proporcional en función de su porcentaje de ingresos con respecto al total de ingresos del grupo Telefónica en España. Según la información de Cuentas Anuales del ejercicio 2015, los ingresos totales de Telefónica de España, S.A.U. ascienden a 7.729 millones de euros y los ingresos del Grupo Telefónica en España a 13.696⁷ millones de euros, por lo que la imputación será del 56,43% del beneficio no monetario de exposición de marca en cabinas.

En base a los cálculos realizados en el expediente de la CNMC SU/DTSA/014/17/APROBACIÓN CNSU 2015 TTP de determinación del CNSU presentado por TTP por el ejercicio 2015, el beneficio no monetario se calcula como producto del ingreso promedio por publicidad en cabina de **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** euros/m²/año, por el área útil de exposición del logo *Telefónica* de **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** metros cuadrados, obteniendo un valor final de beneficio no monetario que asciende a 392.834 euros. El desglose del cálculo realizado en el SU/DTSA/014/17/APROBACIÓN CNSU 2015 TTP se muestra en el Anexo de este informe. La siguiente tabla muestra el cálculo del beneficio para Telefónica.

⁷ Informe de Auditoría, Cuentas Anuales e Informe de Gestión de Telefónica, S.A. y su grupo de empresas, correspondientes al ejercicio 2015, página 27.

Tabla 15 Beneficio publicidad en cabinas

Beneficio	Beneficio global	Ingresos Telefónica en el grupo	Importe
Publicidad y exposición de marca en cabinas =	392.834 € X	56,43%	= 221.676 €

En consecuencia, la estimación de los beneficios intangibles realizada por esta Comisión es:

Tabla 16 Beneficios no monetarios 2015 (en euros)

Beneficios no monetarios	Importe
Por imagen de marca	6.989.647
Por ubicuidad	19.894
Por ciclo de vida	5.949
Por exposición de marca en teléfonos de uso público	221.676
TOTAL BENEFICIOS NO MONETARIOS	7.237.166

III.4 RESUMEN DEL COSTE NETO DEL SU EN EL EJERCICIO 2015 Y EVOLUCIÓN TEMPORAL

En aplicación del artículo 45.2 del RSU, en virtud del cual esta Comisión ha de aprobar la cuantificación del coste neto presentada por Telefónica se concluye que la cifra total en que esta Comisión evalúa el CNSU incurrido por Telefónica en el año 2015, deducidos los beneficios no monetarios o intangibles, asciende a (cifras en euros redondeados a la unidad):

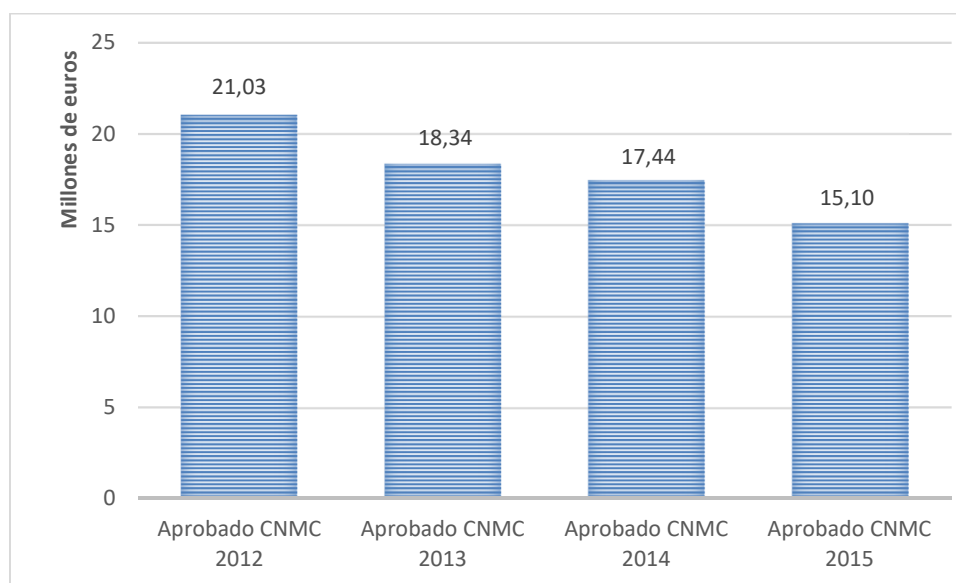
Tabla 17 CNSU 2015

Componentes CNSU	Importe en euros
Coste neto en zonas no rentables (previo subvenciones)	15.398.436
Coste neto por prestaciones a usuarios con discapacidad	19.031
Coste neto derivado de usuarios con tarifas especiales	6.929.996
TOTAL COSTE ANTES DE SUBVENCIONES	22.347.463
Menos: Subvenciones percibidas	9.211
TOTAL COSTE NETO APRECIADO EN EL AÑO	22.338.252
Menos: TOTAL BENEFICIOS NO MONETARIOS	7.237.166
COSTE NETO DEL SERVICIO UNIVERSAL	15.101.086

III.4.1 Comparativa temporal CNSU

A efectos informativos se incluye la evolución del CNSU de Telefónica aprobado en los últimos años:

Ilustración 1: Evolución del CNSU 2012-2015



El ejercicio 2015 es el cuarto de aplicación de la metodología de cálculo del CNSU y de la obligación de ofrecer la conectividad de banda ancha a 1Mbps dentro del servicio universal. El uso de la misma metodología entre 2012 y 2015 puede permitir inferir alguna tendencia o evolución en cada uno de los componentes del SU. A continuación se compararán las principales magnitudes del CNSU. Con respecto al desglose de zonas por margen:

Tabla 18 CNSU Desglose por zonas (margen y costes en millones de euros)

	2012	2013	2014	2015
Nº de zonas (total)	523	517	515	510
Núm. zonas no rentables TRAC	50	50	50	50
Margen zonas no rentables TRAC	-23,64	-17,63	-15,48	-15,14
Núm. zonas no rentables NO TRAC	2	4	4	2
Margen zonas no rentables NO TRAC	-0,09	-0,14	-0,78	-0,26
CNSU por zonas no rentables	23,73	17,77	16,26	15,40

Con respecto a los componentes de coste:

Tabla 19 CNSU Desglose CNSU (importes en millones de euros)

	2012	2013	2014	2015
CN Zonas no rentables	23,73	17,77	16,26	15,40
Minoración Subvenciones	-1,47	-0,26	-0,80	-0,01
CN Tarifa social	10,53	9,58	7,85	6,93

	2012	2013	2014	2015
CN Usuarios con discapacidad	0,01	0,01	0,02	0,02
Minoración beneficios no monetarios	-11,78	-8,77	-5,88	-7,24
CNSU	21,03	18,34	17,44	15,10

La siguiente tabla muestra los principales aspectos que han causado las diferencias del coste neto entre 2014 y 2015.

Coste neto 2014 (importes en euros)	17.443.886	
Diferencias coste neto zonas TRAC 2014 vs 2015	(-)	345.152
Diferencias coste neto zonas NO TRAC 2014 vs 2015	(-)	515.335
Diferencias minoración subvenciones 2014 vs 2015	(+)	792.418
Diferencia componente zonas no rentables	(-)	68.070
Diferencias por importe cuota de abono de la tarifa social 2014 vs 2015	(-)	916.756
Diferencias por importe alta tarifa social 2014 vs 2015	(=)	0
Diferencias por importe usuarios con discapacidad 2014 vs 2015	(+)	2.999
Diferencia componente tarifas especiales	(-)	913.757
Diferencia minoración imagen de marca	(-)	1.262.828
Diferencia minoración ubicuidad	(+)	8.756
Diferencia minoración ciclo de vida	(-)	5.949
Diferencia minoración publicidad en teléfonos de uso público	(-)	100.951
Diferencia por beneficios no monetarios	(-)	1.360.973
Coste neto 2015	15.101.086	

Las partidas que han causado la reducción del CNSU 2015 respecto el ejercicio anterior son la reducción de coste de las zonas TRAC y NO-TRAC, la reducción del coste por los descuentos de la tarifa social (debido a la disminución del número de beneficiarios de esta ayuda) y el aumento del beneficio de imagen de marca, en este último caso, explicado principalmente por el aumento del margen comercial de Telefónica y tasa de fidelidad.

IV VALORACIÓN DE LA EXISTENCIA DE UNA CARGA INJUSTIFICADA

De conformidad con lo establecido en el artículo 27 de la LGTel de 2014, la activación del mecanismo de compensación por la prestación del servicio universal requiere, en primer lugar, que el coste neto arroje un resultado positivo, tal y como ha ocurrido durante el ejercicio 2015, y que, en segundo lugar, esta Comisión determine si ese coste positivo ha supuesto una carga injustificada para el operador encargado de su prestación. Es decir, puede existir un coste neto sin que ello suponga de forma automática la apertura del mecanismo de financiación, siendo la existencia de carga injustificada condición necesaria para la activación de dicho mecanismo.

La regulación comunitaria introduce pero no define el concepto de carga injustificada. La Directiva 2002/22/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de marzo, relativa al servicio universal y los derechos de los usuarios en relación con las redes y servicios de comunicaciones electrónicas (en lo sucesivo, Directiva del Servicio Universal), solo señala la necesidad de probar la existencia de una carga injustificada para que se proceda a la financiación del coste neto derivado de las obligaciones de servicio universal, situación que, de conformidad con el Considerando 18 y el Anexo IV de la referida norma se producirá en los casos en que quede demostrado que dichas obligaciones sólo pueden cumplirse con pérdidas o a un coste neto no conforme a las prácticas comerciales normales. En la Directiva 2009/136/CE por la que se modifica la Directiva del Servicio Universal, se mantiene el concepto de carga injustificada y se incorpora dentro del ámbito del servicio universal el concepto de las conexiones para datos a la red pública de comunicaciones desde una ubicación fija, se incorpora que deben permitir la transmisión de datos a velocidades suficientes para acceder a servicios en línea como los que se ofrecen a través de la Internet pública.

La CNMC ha de valorar para cada ejercicio si la prestación del servicio universal ha implicado una carga injustificada para su prestador, valorando, a tal efecto, si la asunción en solitario de los costes de prestación tiene una justificación razonable o no.

De acuerdo con la Metodología, el CNSU supondría una carga injustificada durante el ejercicio 2015 en función de los siguientes criterios:

- 1) Verificar si el Importe del CNSU es reducido.
- 2) Verificar el impacto financiero del CNSU al prestador.
- 3) Verificar la situación competitiva del prestador.

1) Importe del CNSU

La simple existencia de un coste neto no presupone una carga injustificada. Sin embargo, un coste neto muy reducido sí implica la no existencia de la misma. Por ello cabe determinar un importe del CNSU por debajo del cual se considera inmaterial y, por tanto, no supone una carga injustificada. Las referencias de coste que aporta la Metodología con el fin de compararlo con el CNSU (realización de la encuesta, la auditoría del CNSU, personal interno de la CNMC relacionado con el mismo y los costes indirectos correspondientes) son muy reducidas al no alcanzar el 1% del valor del CNSU 2015.

Por tanto, por el importe, se considera que el CNSU 2015 implica una carga injustificada para Telefónica.

2) Impacto financiero del CNSU

La Metodología establece que la CNMC cada año deberá evaluar el porcentaje de impacto del CNSU sobre el resultado del ejercicio y el coste del capital para determinar si existe una carga injustificada. Asimismo evaluará este impacto en otras magnitudes como los ingresos del ejercicio o el OIBDA⁸.

**Tabla 20 Impacto financiero CNSU
[DATOS CONFIDENCIALES ENTRE CORCHETES]**

Indicador	Descripción	Valor
CNSU/Resultado del ejercicio	La referencia es el resultado de explotación del ejercicio 2015 de Telefónica de España (-459,85 M€)	-3,37%
CNSU/Coste capital propio	La referencia es el importe del año 2015 del coste de capital propio del SCC históricos []	[]
CNSU/Ingresos negocio fijo	La referencia son los ingresos del negocio fijo en España en el ejercicio 2015 (7.728,64 M€)	0,20%
CNSU/ OIBDA fija	La referencia es el EBITDA de Telefónica en España SAU (resultado operativo más amortizaciones 858,16 M€)	1,81%

De la tabla anterior se infiere que el CNSU tiene un efecto financiero en el operador en especial sobre el resultado y sobre la capacidad de reponer el capital propio.

3) Situación competitiva del prestador

La Metodología establece que la CNMC realizará un análisis de las variables siguientes para determinar la existencia de una carga injustificada:

- (a) Cuota de mercado de Telefónica en ingresos en el mercado de telefonía fija

La siguiente tabla muestra la cuota por ingresos del segmento minorista del mercado de telefonía fija.

Tabla 21 Cuotas de mercado segmento minorista de telefonía fija

Operador	Cuota 2011	Cuota 2012	Cuota 2013	Cuota 2014	Cuota 2015
Telefónica / Movistar	73,21%	71,70%	71,07%	70,97%	67,10%
Ono	9,46%	10,23%	9,93%	8,00%	-
Vodafone (incluye ONO en 2015)	4,40%	4,96%	4,72%	5,65%	15,82%

⁸ OIBDA (*Operating income before depreciation and amortization*) es el resultado operativo antes de amortizaciones. Mide la capacidad de generación de beneficios que tienen las actividades corrientes excluyendo los efectos de la capitalización y los impuestos

Operador	Cuota 2011	Cuota 2012	Cuota 2013	Cuota 2014	Cuota 2015
Jazztel	3,42%	3,73%	4,37%	4,92%	5,63%
Euskaltel	1,89%	2,05%	2,41%	2,77%	2,92%
Orange	2,49%	2,46%	2,44%	2,44%	2,44%
R	1,81%	1,86%	1,86%	2,09%	2,25%
TeleCable	0,47%	0,51%	0,57%	0,67%	0,80%
Resto	2,85%	2,51%	2,63%	2,49%	3,07%
Total cuota	100%	100%	100%	100%	100%
Ingreso total anual (millones €)	5.387,91	4.832,66	4.190,79	3.471,77	3.077,75

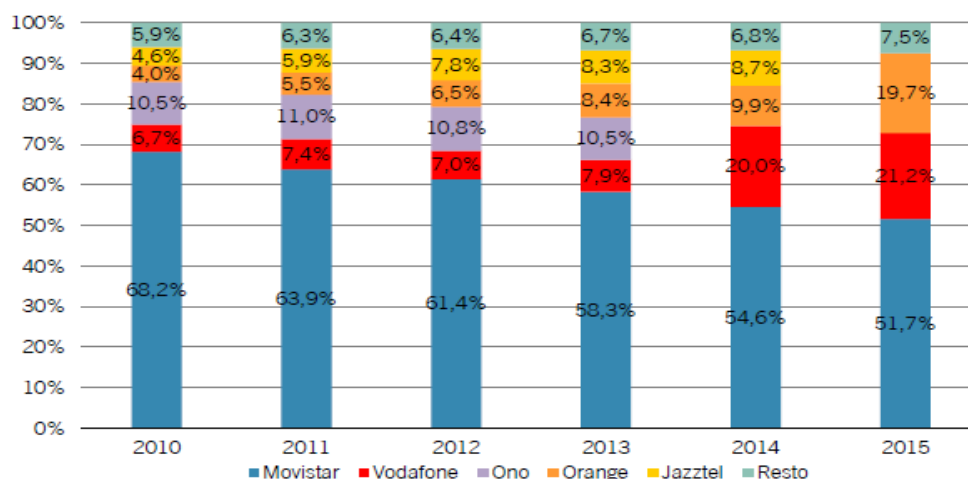
Fuente: Informe Anual CNMC 2016 <http://data.cnmc.es>

En la tabla se observa que la cuota de Telefónica es elevada, aunque presenta una reducción entre los años 2011 (73,21%) y 2015 (67,10%).

(b) Cuota de mercado en líneas y tráfico de Telefónica (considerando a los operadores de cable)

Los siguientes gráficos⁹ muestran que la evolución de las cuotas de mercado por línea y tráfico presentan descensos sostenidos en el tiempo del porcentaje correspondiente a Telefónica/Movistar.

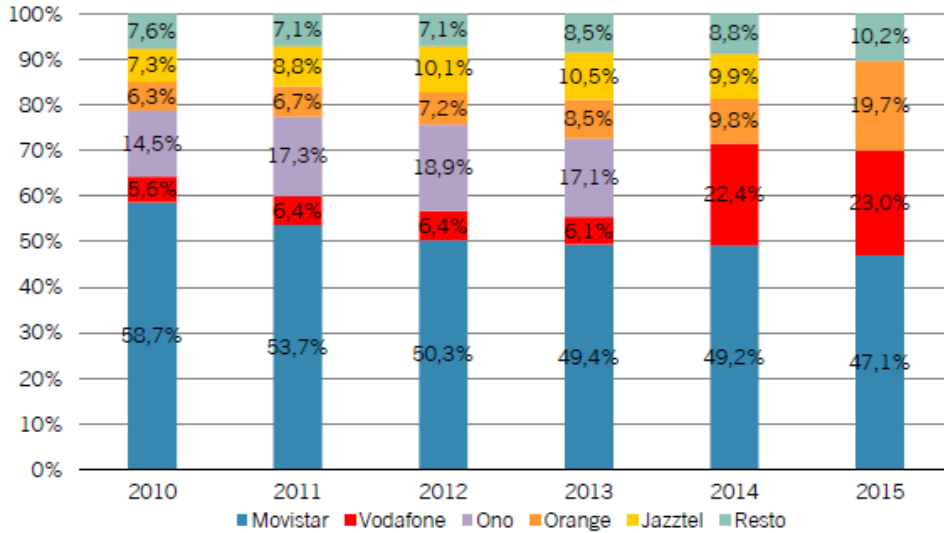
CUOTAS DE MERCADO POR LÍNEAS DE TELEFONÍA FIJA (PORCENTAJE)



Fuente: CNMC

⁹ Los importes de Vodafone incluyen ONO para los ejercicios de 2014 y 2015.

CUOTAS DE MERCADO POR TRÁFICO DE TELEFONÍA FIJA (PORCENTAJE)

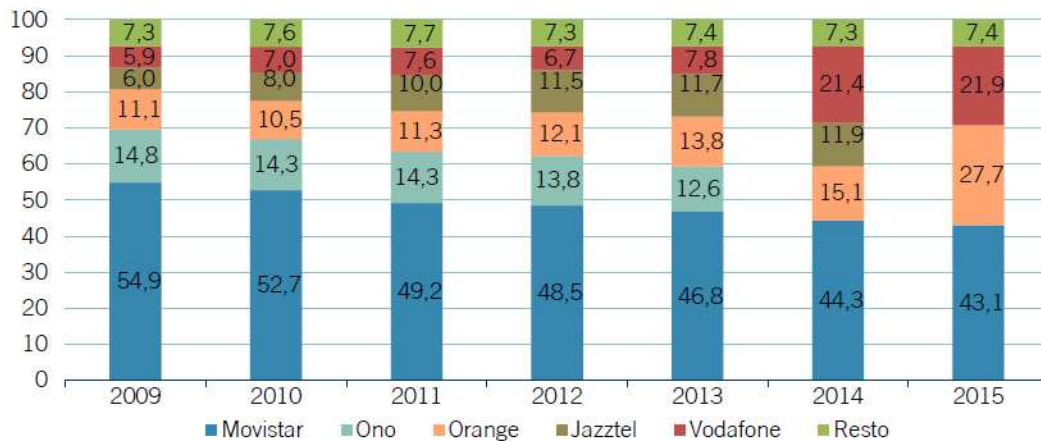


Fuente: CNMC

(c) Cuota de mercado de banda ancha por líneas en servicio

El siguiente gráfico muestra como la cuota por línea de banda ancha de Telefónica de reduce año tras año.

DISTRIBUCIÓN DE LAS LÍNEAS DE BANDA ANCHA POR OPERADOR (PORCENTAJE)



Fuente: CNMC

(d) Cuota de mercado de Telefónica en ingresos en el mercado de banda ancha

La siguiente tabla muestra la evolución del porcentaje de la cuota de mercado por ingresos de banda ancha.

Tabla 22 Cuotas de mercado banda ancha

	Cuota 2010	Cuota 2011	Cuota 2012	Cuota 2013	Cuota 2014	Cuota 2015
Telefónica/Movistar	55,2%	50,8%	44,1%	42,0%	42,2%	42,9%
Vodafone	5,1%	5,7%	5,9%	5,3%	5,0%	18,8%
Ono	13,0%	13,8%	15,2%	15,0%	13,2%	0,0%
Orange	8,1%	9,4%	11,6%	13,5%	15,8%	15,7%
Jazztel	8,2%	9,9%	13,0%	13,6%	14,2%	14,1%
Euskaltel	2,0%	2,3%	2,2%	2,0%	1,8%	1,9%
TeleCable	1,0%	1,0%	1,2%	1,3%	1,3%	1,3%
R	1,3%	1,3%	1,3%	1,2%	1,1%	0,9%
Resto	4,6%	3,9%	3,6%	4,1%	3,4%	2,3%
Total Cuota	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100%
Ingresos totales del año	4.010,42	3.833,76	3.659,01	3.558,82	3.641,08	3.799,63

Fuente: informe anual CNMC 2016. Importes de ingresos en millones de euros.

Telefónica ha pasado de detentar un 55,2% en 2010 al 42,9% en 2015 con un descenso sostenido de 2009 hasta 2013 y un ligero repunte en 2014 y 2015.

(e) Cuota de mercado de Telefónica en ingresos en paquetes conjuntos de telefonía fija y banda ancha

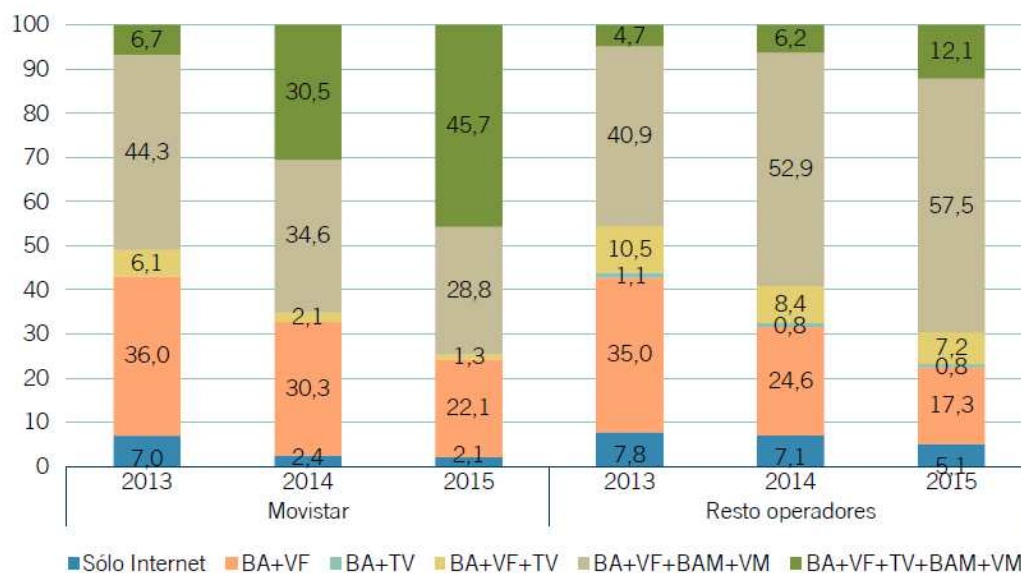
La práctica totalidad de los accesos de banda ancha¹⁰ se venden empaquetados con tarifas planas de voz fija, por lo que la conclusión es idéntica a los apartados anteriores.

Con respecto a la diferente tipología de paquetes, si se compara Telefónica con el resto de operadores se observa que predomina más en Telefónica el peso de los paquetes con mayor oferta de servicios¹¹.

¹⁰ Al considerar los paquetes más básicos que incluyen al menos los servicios de banda ancha fija y de voz fija su porcentaje se elevó al 97,5% de las líneas frente al 96,8% de 2014.

¹¹ Descripción de los servicios: BAF (banda ancha fija); VF (voz fija); TV (televisión); VM (voz móvil) y BAM (banda ancha móvil).

EVOLUCIÓN DE LÍNEAS DE BANDA ANCHA POR TIPO DE PAQUETE Y OPERADOR
(PORCENTAJE)



Fuente: CNMC

De los análisis anteriores, se desprende que la situación competitiva actual del mercado no permite a Telefónica que sus clientes rentables financien el coste generado por los beneficiarios del servicio universal.

4) Conclusión

Por tanto, en relación con el coste neto correspondiente al ejercicio 2015, teniendo en cuenta su importe, su impacto financiero y la evolución de la situación competitiva de Telefónica no está justificado que Telefónica deba afrontar en solitario los costes que la prestación del servicio universal le ha supuesto, por lo que se considera que el coste neto determinado en virtud del procedimiento implica para la referida operadora una carga injustificada.

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

RESUELVE

PRIMERO.- Determinar que el coste neto del servicio universal incurrido por Telefónica de España, S.A.U. en el ejercicio 2015 asciende a 15.101.086 euros, con el detalle de la tabla siguiente (cifras en euros):

Año 2015	Importe en euros
Coste neto en zonas no rentables (subvenciones minoradas)	15.389.225
Coste neto por prestaciones a usuarios con discapacidad	19.031
Coste neto derivado de usuarios con tarifas especiales	6.929.996
TOTAL COSTE NETO APRECIADO EN EL AÑO	22.338.252
Menos: TOTAL BENEFICIOS NO MONETARIOS	7.237.166
COSTE NETO DEL SERVICIO UNIVERSAL	15.101.086

SEGUNDO.- Reconocer la existencia de una carga injustificada para Telefónica de España, S.A.U. como consecuencia de la obligación de prestación del servicio universal en el ejercicio 2015.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del 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: DETALLE PARÁMETROS DE BENEFICIOS NO MONETARIOS

IMAGEN DE MARCA

La imagen de marca estima el impacto que la prestación del SU tiene en la imagen de marca de Telefónica. La fórmula que utiliza la CNMC intenta recoger el beneficio que genera al operador los clientes que contratan Telefónica a causa de la imagen positiva que desprende ser prestador del SU. En la resolución de 21 de mayo de 2015 de aprobación del CNSU 2012 se estableció la siguiente fórmula:

$$Beneficio_{ImagenMarca} = N^{\circ}Líneas_{OpSUexc} \times \%UsuariosFieles \times MargenLínea$$

La primera parte de la fórmula ($N^{\circ}Líneas_{OpSUexc}$) recoge el número medio anual de clientes exclusivos de Telefónica, o sea, que no tienen contratado o acceso o voz o banda ancha con otro operador.

La siguiente tabla se muestra cómo se calcula el número de clientes exclusivos partiendo del total de líneas minoristas.

Tabla 23 Líneas exclusivas

[INICIO CONFIDENCIAL]

Parámetro	Nomenclatura Metodología	Cantidad
(1) Número total de líneas medio del ejercicio	NºLíneas_STB_minoristas	
(2) Accesos Indirectos no desnudos	Nºacc_indirectos_no_desnudos	
(3) Accesos desagregados compartidos	Nºacc_desagregados_compartidos	
(4) Accesos preasignados (excluidos AMLT)	NºLíneas_preseleccionadas	
NºLíneas_OpSUexc =	(1) – (2) – (3) – (4)	

[FIN CONFIDENCIAL]

El porcentaje de usuarios fieles proviene de la encuesta encargada por la CNMC citada en el cuerpo de la resolución y el margen total medio por línea se obtiene de la contabilidad de costes de Telefónica y para el ejercicio 2015 es de [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] euros anuales.

Los parámetros anteriores son los utilizados en el cuerpo de esta resolución para el cálculo del beneficio no monetario de imagen de marca.

UBICUIDAD

Este beneficio se produce cuando usuarios del operador de zonas no rentables se mudan a zonas rentables y siguen contratando sus servicios con él por el hecho de que el operador presta servicios en todo el territorio y tiene mayor capilaridad de red.

La fórmula para estimar el beneficio de ubicuidad es:

$$L1 \times \text{Margen_medio_por_línea_1} + L2 \times \text{Margen_medio_por_línea_2}$$

La primera parte de la fórmula recoge la estimación de usuarios que han cambiado de ubicuidad y contratan servicios de voz en la zona destino. La segunda parte trata de la estimación de clientes de telefónica que migran a zonas rentables y contratan servicios de voz y banda ancha.

Los márgenes se obtienen de forma directa de la contabilidad de Telefónica. Se muestran a continuación:

Tabla 24 Parámetros presentados por Telefónica
[INICIO CONFIDENCIAL]

Parámetro	Nomenclatura Metodología	Valor
Margen medio por línea 1 (telefonía)	<i>Margen_{medio} _por_línea_1</i>	
Margen medio por línea 2 (telefonía y banda ancha)	<i>Margen_{medio} _por_línea_2</i>	

[FIN CONFIDENCIAL]

La estimación de los clientes que mudan de ubicación se realiza en varias fases. En primer lugar, se calcula la estimación de cuantos usuarios exclusivos de Telefónica han migrado en 2015 de zonas no rentables a zonas rentables. A efectos de estos parámetros se considera zona no rentable aquella que genera CNSU por ser deficitaria al cumplir los requisitos del apartado III.2.1.

Tabla 25 Parámetros presentados por Telefónica
[DATOS CONFIDENCIALES ENTRE CORCHETES]

Parámetro	Nomenclatura Metodología	Valor
(1) Líneas del operador en zonas no rentables	Nºtotal_líneas_OpSU_znr	[]
(2) Accesos indirectos (no desnudos), desagregados compartidos en zonas no rentables y líneas preasignadas (sin AMLT)	Nºacc_indirectos_znr Nºacc_desagregados_znr Nºacc_AMLT_znr Nºlíneas_preseleccionadas_znr	[]

Parámetro	Nomenclatura Metodología	Valor
Líneas <u>exclusivas</u> del operador en zonas no rentables (1)-(2)	NºLíneas_OpSUexc_znr	[]
Tasa de migración (%) ¹²	T	1,32%
Usuarios exclusivos migrados de zonas no rentables a rentables	$N^{\circ}Líneas_migradas = N^{\circ}Líneas_OpSUexc_znr \times T$	[]

[FIN CONFIDENCIAL]

No todos los usuarios de Telefónica que migran contratan los servicios telefónicos en su nueva ubicación. Para la estimación de L1 y L2 se ha tenido en cuenta los usuarios exclusivos migrados de zonas no rentables a rentables (ver tabla anterior), las cuotas de mercado en líneas del servicio telefónico fijo de Telefónica en el segmento residencial de línea de Telefónica para el año 2015 (Ct)¹³ y el porcentaje de hogares con telefonía fija sobre el total de hogares (P)¹⁴.

**Tabla 26 Contrataciones de línea telefónica por usuarios migrados
[DATOS CONFIDENCIALES ENTRE CORCHETES]**

Parámetro	Nomenclatura Metodología	Valor
Usuarios exclusivos migrados de zonas no rentables a zonas rentables	NºLíneas_migradas	[]
Porcentaje de hogares con telefonía fija sobre el total de hogares	P	78,40%
Cuota de mercado en líneas del servicio telefónico fijo en el segmento residencial	Cuota_OpSU_residencial [Ct]	46,58%
Usuarios migrados que contratan una línea telefónica fija	$Base_{líneas} = N^{\circ}Líneas_{migradas} \times P \times Cuota_OpSU_residencial$	[]

La identificación de aquellos usuarios que deciden contratar o bien solo el servicio telefónico fijo o bien el servicio telefónico fijo y de banda ancha resulta de multiplicar el número de usuarios que contratan línea telefónica fija y el porcentaje de líneas que tienen, en cada caso, solo el servicio telefónico fijo en zonas rentables o el servicio telefónico fijo y de banda ancha. Este cálculo se presenta en la siguiente tabla:

¹² Estadística del Instituto Nacional de Estadística (INE) de migración desde municipios de menos de 10.000 habitantes hacia las principales capitales de provincia y ciudades de más de 100.000 habitantes.

¹³ Fuente: CNMCDData (<http://data.cnmc.es/>)

¹⁴ Este parámetro ha sido extraído del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (ONTSI).

**Tabla 27 Usuarios migrados por tipo de servicio contratado
[INICIO CONFIDENCIAL]**

Parámetro	Nomenclatura Metodología	Valor
Usuarios migrados que contratan una línea telefónica fija	Base _{líneas}	
Porcentaje de líneas que tienen solo el servicio telefónico fijo en zonas rentables	Ct ₁	
Porcentaje de líneas que tienen servicio telefónico fijo y banda ancha en zonas rentables	Ct ₂	
L1: Líneas de personas que han migrado de zona y que deciden contratar solo el servicio telefónico fijo	Base_líneas x Ct ₁	
L2: Líneas de personas que han migrado de zona y que deciden contratar el servicio telefónico fijo y de banda ancha	Base_líneas x Ct ₂	

[FIN CONFIDENCIAL]

Los parámetros anteriores son los utilizados en el cuerpo de esta resolución para el cálculo del beneficio no monetario de ubicuidad.

CICLO DE VIDA

Este potencial beneficio intangible se refiere al hecho de que un consumidor, que inicialmente no es rentable, podría convertirse en rentable en el transcurso del tiempo debido a un cambio en su patrón de consumo o debido a cambios de precios en la parte de precio fija (cuota de abono). En particular, en la Metodología se considera la conversión de un cliente a rentable mediante la contratación del servicio de banda ancha.

Para calcular las altas potenciales de banda ancha, en primer lugar, se han identificado los clientes potencialmente rentables. Para ello se parte de los usuarios potencialmente rentables en zonas no rentables **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** que se obtiene del siguiente cálculo:

1. Usuarios exclusivos de Telefónica en zonas no rentables **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**
2. excluyendo las líneas migradas **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** y las líneas de abono social en zonas no rentables **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**.

En la siguiente tabla se desglosa cómo llegar al número máximo de líneas potencialmente rentables a partir del número de líneas antes calculado.

**Tabla 28 Usuarios potencialmente rentables
[INICIO CONFIDENCIAL]**

Parámetro	Nomenclatura Metodología	Valor
+ Usuarios potencialmente rentables en zonas no rentables	NºLíneas_PR_znr	
- Accesos indirectos (no desnudos). desagregados compartidos y preasignados (sin AMLT) en zonas no rentables	$- N^{\circ}acc_{indirectos_{znr}}$ $- N^{\circ}acc_{desagregados_{znr}}$ $- N^{\circ}acc_{AMLT_{znr}}$ $- N^{\circ}líneas_{preseleccionadas_{znr}}$	
= Núm. de líneas potencialmente rentables en zonas no rentables con servicios contratados con el operador en exclusiva	= NºLíneas_PRExc_znr	
Usuarios del servicio telefónico fijo y de banda ancha en zonas no rentables	NºLíneas_BA_znr:	
Número máximo de usuarios potencialmente rentables	$L = N^{\circ}Líneas_PRExc_znr - N^{\circ}Líneas_BA_znr$	

[FIN CONFIDENCIAL]

En la siguiente tabla, a partir del número máximo de usuarios potencialmente rentables se estiman los usuarios que se dan de alta en el servicio de banda ancha con Telefónica (L').

Tabla 29 Altas potenciales de BA que generan el beneficio del ciclo de vida

[INICIO CONFIDENCIAL]

Parámetro	Nomenclatura Metodología	Valor
Número máximo de usuarios potencialmente rentables	L	
Número de líneas que tienen solo servicio telefónico fijo	$N^{\circ} Líneas_ST_OpSU$	
Número de altas netas del servicio de banda ancha	$N^{\circ}altas_netas_BA_OpSU$	
Usuarios que se dan de alta en el servicio de banda ancha con Telefónica	$L' = L * \frac{N^{\circ}altas_netas_BA_OpSU}{N^{\circ} Líneas_ST_OpSU}$	

[FIN CONFIDENCIAL]

El beneficio no monetario basado en el ciclo de vida, que resulta de multiplicar los usuarios que se dan de alta en el servicio de banda ancha con Telefónica (L') por el margen relativo al segmento de banda ancha de Telefónica.

EXPOSICIÓN DE MARCA EN CABINAS

La siguiente tabla es un extracto de la Resolución de 23 de noviembre de 2017 (expediente número SU/DTSA/014/17/APROBACIÓN CNSU 2015 TTP) por el que se determina el CNSU presentado por Telefónica Telecomunicaciones Públicas, S.A.U. para el ejercicio 2015

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

ANEXO II: CONTESTACIÓN A ALEGACIONES

Sobre los criterios de cálculo

Alegaciones recibidas

Orange argumenta que el descenso del CN en zonas deficitarias (de 16,26 millones de euros en 2014 a 15,40 millones en 2015) debería ser mayor en base a los siguientes factores:

- Los costes de acometida TRAC han decrecido sustancialmente en los últimos años porque desde 2012 no es obligatorio garantizar la continuidad del servicio telefónico fijo en situaciones de interrupción del suministro eléctrico.
- Refarming de banda 900 para UMTS: la migración de la planta GSM/GPRS a UMTS permite mayor capacidad de banda ancha sin coste incremental de cobertura. De hecho, según Orange, a partir del refarming y dado que los costes de cobertura UMTS no son superiores a los de GSM/GPRS, los costes en las zonas TRAC son comparables con los costes promedio nacionales de los servicios de origenación y terminación que resultan del SCC¹⁵.
- Tráfico generado por los accesos del SU en zonas TRAC: su coste aumenta en 2015, según informe de Axon, por el aumento en la compensación a Telefónica Móviles España (en adelante, Telefónica Móviles) por la prestación del servicio de telefonía básica y conexión funcional a Internet. Orange cuestiona que, habiendo disminuido el número de líneas, se produzca un aumento en la compensación.

Orange también critica que las tarifas que se cobran entre Telefónica y Telefónica Móviles sean estables a lo largo de los últimos años a pesar de la tendencia a la reducción de tarifas del mercado minorista.

Relacionado con lo anterior, Orange cuestiona el análisis que se realiza en el informe de Axon para concluir que las tarifas que se cobran ambos operadores son razonables. En lugar de comparar el coste unitario que Telefónica Móviles aplica a Telefónica con el ingreso medio minorista de las ofertas de banda ancha móvil en el mercado, tal como hace Axon, Orange sugiere incluir como precio comparable los costes medios obtenidos de la contabilidad regulatoria de los operadores móviles para la prestación de servicios mayoristas equivalentes.

Por último, Orange también argumenta que la Metodología no contempla que, aunque los operadores incurren en mayores costes de despliegue en las zonas TRAC, el uso principal de esa cobertura es la prestación de servicios

¹⁵ Orange argumenta que aunque los operadores incurren en mayores costes de despliegue en las zonas TRAC, el uso principal que se da a esa cobertura es la prestación de servicios comerciales. Por tanto, el uso incremental que se da a tal cobertura para proveer el servicio universal representará a Telefónica Móviles costes marginales claramente inferiores al coste de cobertura.

comerciales. Por tanto, el uso incremental que se da a tal cobertura para proveer el servicio universal representará a Telefónica Móviles costes marginales claramente inferiores al coste de cobertura.

Respuesta de la CNMC

Costes de acometida TRAC

El CNSU derivado de las zonas no rentables incluye más componentes que las acometidas inalámbricas y los accesos de banda estrecha. En particular, existen otros centros de actividad y componentes de red (CACR) del SCC de Telefónica de España que repercuten en el CNSU derivado de zonas no rentables y que presentan una evolución diferente a las acometidas inalámbricas y, por tanto, compensan su aumento o descenso en el resultado final.

De hecho, para el caso de las acometidas inalámbricas, el CACR del SCC que refleja estos costes ha visto reducido su valor desde el ejercicio 2012 hasta el ejercicio 2015 un 61%, desde los **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** euros hasta los **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** euros. Para el caso de los accesos de banda estrecha, también se observa una notable reducción –del 34%–, desde los **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** euros en el ejercicio 2012 hasta los **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** euros en el ejercicio 2015. Por tanto, a diferencia de lo que afirma Orange, la Metodología incorpora en el resultado final la evolución de costes de estos CACR.

Refarming de banda 900 para UMTS

De acuerdo a la Metodología, “para la determinación del CNSU se partirá del sistema de contabilidad de costes en el estándar de costes corrientes aprobado por esta Comisión para TESAÚ”. Por tanto, el cálculo del CNSU parte del SCC de Telefónica de España, que refleja su estado de red actual y estructura de costes bajo un estándar de costes corrientes. Por tanto, no tendría cabida conforme a la metodología actual la hipótesis planteada por Orange con respecto a la utilización de una red móvil basada en tecnología UMTS para satisfacer los requisitos de conectividad de banda ancha. Los posibles beneficios o ganancias de eficiencias derivadas del refarming ya estarían incorporados en los costes de la actual red de Telefónica y Telefónica Móviles.

Tráfico generado por los accesos del SU en zonas TRAC

Con respecto a la contraprestación de servicios entre Telefónica de España y Telefónica Móviles, el aumento de la misma, se explica principalmente por el aumento en el volumen del tráfico de voz y de datos de los usuarios que hacen uso de la red móvil de Telefónica Móviles. Se hace notar, en cualquier caso, que los costes relativos al tráfico de datos relativo a tecnología 3G no son imputables al servicio universal. Asimismo, se constata que los costes imputables al servicio universal del ejercicio 2015 son inferiores a los del ejercicio 2014.

Tarifas del contrato TRAC

Con respecto a la comparativa entre el precio unitario pagado por Telefónica de España a Telefónica Móviles por Mbyte y el ingreso promedio minorista en España, no se han identificado principios objetivos que indiquen que las tarifas recogidas en el acuerdo entre Telefónica de España y Telefónica Móviles estén significativamente alejadas de las tarifas de mercado para servicios equivalentes. En concreto, para el coste por Mbyte, el descuento promedio supera el 50% sobre el ingreso promedio minorista por Mbyte de los operadores móviles de España de acuerdo al Informe Anual 2015 de la CNMC.

Sobre la utilización comercial de la cobertura en zonas no rentables

En cuanto la propuesta de Orange de utilizar costes marginales de despliegue en las zonas TRAC, cabe señalar que según la Metodología los costes que deben contemplarse no son los marginales sino los que Telefónica incurre según el estándar de costes corrientes y vinculados al servicio universal.

Sobre la consideración de los ingresos en zonas no rentables

Alegaciones recibidas

Según Orange, un ingreso medio mensual por usuario de zona no rentable de 16,7€ pone en evidencia que se están infravalorando los ingresos obtenidos por la prestación de servicios en tales zonas y, en particular, que no se están teniendo en cuenta los ingresos asociados a la prestación del servicio de banda ancha, cuyas tarifas son claramente superiores al ingreso medio considerado. Orange aporta la siguiente tabla con importes de diferentes tarifas específicas que son superiores al ingreso medio mensual antes mencionado.

Tarifas Telefónica	Precio mensual	Precio (sin IVA)
Contrato Básico (telefonía)	22,2€	18,4€
Servicio Universal de Banda Ancha Libre (Internet)	36,2€	29,9€
Servicio Universal de Banda Ancha (telefonía + Internet)	41,5€	34,3€

En la medida en que la metodología prevé la no inclusión de ingresos y costes de banda ancha, Orange considera que debe clarificarse el reparto de ingresos para evitar el traspaso de márgenes del servicio universal hacia servicios prestados en condiciones comerciales por Telefónica. Orange también solicita que se tengan en cuenta todos los ingresos asociados a la prestación del SU, en justa correspondencia con los costes computados para el mismo servicio en su modalidad de prestación con TRAC. Según Orange, el resultado previsible sería la absorción de la mayor parte del déficit de las zonas no rentables.

Orange también hace notar que Telefónica comercializa un producto denominado Hogar 3G que compite con las prestaciones y capacidades del SU de BA con un precio 9 €/mes superior al SU de BA. Este diferencial de 9 € es sensiblemente inferior a los 13,4 €/mes de déficit estimado por cliente TRAC, lo que pone en cuestión el cálculo del déficit de las líneas TRAC.

Respuesta de la CNMC

Según se recoge en la Metodología, y resalta Orange en su alegación, la conexión incluida en el SU debe permitir la prestación del servicio de banda ancha, pero el servicio de banda ancha no forma parte del SU. Por tanto, ni los ingresos ni los costes derivados de la prestación del propio servicio de banda ancha ajenos a la conectividad son susceptibles de ser considerados en el cálculo del CNSU.

Cabe resaltar que el ingreso medio del usuario del servicio universal indicado por Orange (16,7 €/mes) es superior a la cuota de abono que en 2015 que era de 14,38 €/mes. A diferencia de las tarifas presentadas por Orange, la cuota de abono es una referencia más precisa del ingreso medio minorista de la conectividad incluida en el servicio universal. Además, si como pretende Orange, se incluyese el impacto de las tarifas con banda ancha asociadas al servicio universal en el ingreso medio de los clientes, el impacto sería poco significativo por el reducido número de usuarios acogidos a las ofertas de banda ancha relacionadas con el servicio universal.

Sobre el tratamiento del beneficio de imagen de marca en cabinas

Alegaciones recibidas

Orange considera que debe detrarse a TTP el 100% de los beneficios no monetarios del CNSU asociado a la prestación de las cabinas, sin considerar la imputación de otros importes al resto de empresas del grupo. De esta forma se evitaría que se ignore más de un 40% de este beneficio del que se benefician otras empresas del Grupo.

Telefónica alega que debería considerarse únicamente el beneficio aportado por la marca comercial, que desde el año 2010 es la marca *Movistar*. Y en la actualidad no existen muebles con el logo actual de la marca comercial Movistar, por lo que no pueden obtenerse beneficios no monetarios por la exposición de marca. La marca que aparece en el serigrafiado de las cabinas telefónicas es la marca Telefónica que se utiliza con carácter institucional.

Respuesta de la CNMC

En la resolución de la metodología se señalaba que el beneficio no monetario de exposición de marca en cabinas se debía repartir entre todas las empresas de grupo, en el caso en el que el prestador del SU perteneciera a un grupo empresarial. En concreto, se estableció que dicho reparto se realizaría en función del porcentaje de ingresos del operador respecto al total de ingresos del grupo empresarial. Por tanto, no cabe estimar esta alegación de Orange.

En relación a la alegación sobre el logo de Telefónica, cabe señalar que ya ha sido realizada por Telefónica en el expediente del CNSU de TTP, que es donde ha sido analizada y respondida. En concreto, según se establece en la metodología de cálculo del CNSU, para el cálculo de este beneficio no monetario, el logo puede ser el del operador prestador del SU o el de cualquier empresa del grupo, o de la propia matriz. Por tanto, no existe ningún motivo para sostener

que sea la marca comercial Movistar y no la marca institucional Telefónica, la que genera este beneficio. La marca del Grupo se debe emplear para la valoración de este beneficio no monetario.

Sobre el tratamiento del beneficio inmaterial de imagen de marca en zonas y usuarios no rentables

Alegaciones recibidas

Para conocer el porcentaje de usuarios fieles necesario para estimar el beneficio de imagen de marca, el informe de la CNMC utiliza una encuesta realizada por la empresa GFK en noviembre de 2015 de la que obtiene un resultado de 2,6%.

Telefónica argumenta que las preguntas confeccionadas por GFK contenían la respuesta en el propio enunciado y que, por tanto, eran tendenciosas e influían de forma directa en la respuesta del encuestado, de forma especial en las preguntas correspondientes al primer bloque sobre el conocimiento de los cinco componentes del Servicio Universal.

Telefónica cita la Sentencia de la Audiencia Nacional, de 24 de enero de 2011 (EDJ 2011/7204), que estimó parcialmente el recurso planteado el operador contra la Resolución de la CNMC que calculó el CNSU 2003-2005. En concreto, su Fundamento de Derecho Octavo: *“Entiende la Sala que la metodología de cálculo propuesta en estos informes [del perito de Telefónica y de un informe presentado por la CNMC] está mucho más justificada, en aras a la finalidad que se pretende, en atención a la naturaleza del beneficio no monetario derivado del reconocimiento de la imagen de marca del proveedor del servicio universal, que el sistema de cálculo seguido por el órgano regulador,...”*.

Según Telefónica, las preguntas planteadas en ese informe presentado por la CNMC, como las recogidas en la encuesta realizada por recomendación del perito de Telefónica, eran preguntas objetivas, neutras y abiertas.

Respuesta de la CNMC

Sobre el segundo punto planteado por Telefónica (sesgo en las preguntas), no se considera que la encuesta de GFK incluya la respuesta en el enunciado. Al contrario, por ejemplo, para evitar cualquier respuesta inducida, en la pregunta acerca del operador designado se planteaba al encuestado una lista de operadores que se citaban en orden aleatorio. Cabe recordar que la Metodología establece que las preguntas tienen que ser sencillas, claras y no requerir conocimientos técnicos previos por parte de los encuestados. El redactado de las preguntas fue escogido por GFK siguiendo la Metodología y en base a su propio criterio técnico, que, entre otros aspectos, procura evitar sesgos en las respuestas.

El operador también hace una mención a la sentencia de la Audiencia Nacional. En efecto, la sentencia concluía a favor de utilizar encuestas como metodología de cálculo del beneficio no monetario de imagen de marca. Sin embargo, en

ningún momento la sentencia se pronuncia al respecto de las preguntas que haya que realizar y permite, por tanto, libertad de criterio regulatorio.

Por último, cabe recordar que todos los operadores potencialmente contribuyentes al Fondo Nacional del Servicio Universal son partes interesadas, por motivos opuestos, en el resultado de la encuesta, por lo que no cabe duda de que debe ser la CNMC quién encargue las encuestas. Dos empresas de reconocido prestigio, como Ikerfel y GFK, han trabajado para la CNMC en la elaboración de sendas encuestas y sus resultados son la mejor referencia disponible para conocer el porcentaje de usuarios fieles. De hecho, GFK fue la responsable de la segunda encuesta y, en su confección, contó como antecedente, todo el debate anterior sobre la encuesta de Ikerfel, incluidas las recurrentes alegaciones de Telefónica sobre un hipotético sesgo.