

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 2016

SU/DTSA/020/18/APROBACIÓN CNSU 2016 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

En Madrid, a 23 de enero de 2019

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 2016, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

I ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- Con fecha 31 de julio de 2017 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC o Comisión) escrito de Telefónica de España, S.A.U. (en adelante, Telefónica) por el que presenta los resultados del Sistema de Contabilidad de Costes (en adelante, SCC) y los resultados del coste neto del servicio universal (en adelante, CNSU) correspondiente al ejercicio 2016. En dichos documentos, de carácter confidencial, se incluye un Informe de Procedimientos Acordados sobre determinados aspectos específicos del cálculo del CNSU correspondiente al ejercicio 2016 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.

SEGUNDO.- Con fecha 2 de agosto de 2017, la CNMC adjudicó a la empresa Deloitte Advisory, S.L. (en adelante, Deloitte) el contrato para realizar la verificación externa de aspectos específicos de la propuesta de cálculo del CNSU presentada por Telefónica, correspondiente al ejercicio acabado el 31 de diciembre de 2016.

TERCERO.- Mediante resolución de la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC, de 26 de julio de 2018, se aprobó la verificación de la declaración de CNSU realizada por Telefónica para el ejercicio 2016 (en adelante, resolución de verificación).

CUARTO.- 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 23 de noviembre de 2018 se inició de oficio el correspondiente procedimiento con el fin de aprobar la cuantificación del CNSU presentado por Telefónica, correspondiente al ejercicio 2016.

QUINTO.- Con fecha 23 de noviembre de 2018 se hizo público el informe de los Servicios sobre la determinación del CNSU relativo a Telefónica por el ejercicio 2016, para darle trámite de audiencia y otorgando un plazo de 10 días para alegaciones.

SEXTO.- Se recibieron alegaciones a dicho informe por parte de Telefónica y Orange, con fecha 7 y 14 de diciembre respectivamente.

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 2016. 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 26 de julio (antecedente de hecho tercero), verificó el coste neto declarado por Telefónica para el ejercicio 2016, cuyo importe es de 19,75 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

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.

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 2016². La CNMC determina el coste de este elemento en una Resolución separada y en 2016 ascendió a 4.517.912 euros³.

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

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 2016⁴.

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 La Orden ETU/1343/2017, de 20 de diciembre, extendió la duración de la designación de Telefónica de España, SAU, como operador encargado de la prestación del elemento de servicio universal de telecomunicaciones, relativo al suministro de una oferta suficiente de teléfonos públicos de pago durante el año 2018.

³ Resolución de 12 de diciembre de 2018 sobre la determinación del CNSU correspondiente a cabinas (SU/DTSA/012/18/APROBACIÓN CNSU 2016 TTP).

⁴ Prorrogado hasta 31 de enero de 2018 en conformidad a la orden ETU/1342/2017, de 20 de diciembre, por la que se extiende la duración de la designación de Telefónica de España, SAU, como empresa encargada de la prestación del elemento de servicio universal de telecomunicaciones relativo a la elaboración y entrega a los abonados al servicio telefónico disponible al público de la guía telefónica.

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 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.

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

Como se ha señalado, la Metodología establece que para la definición de zonas se ha de considerar el área servida por una central local más las áreas de las centrales remotas que dependen de ella.

Para el caso de las líneas que no dependen de centrales locales al prestar el servicio telefónico a través de redes inalámbricas, Telefónica ha definido 100 zonas adicionales. De las anteriores, 50 zonas se denominan zonas TRAC (Telefonía Rural por Acceso Celular) cuya extensión coincide con las actuales provincias. Las otras 50 zonas, llamadas “AFR Comercial”⁵, recogen los servicios comerciales, ajenos a las obligaciones del SU que se prestan por tecnologías inalámbricas. Estas zonas son una novedad de este ejercicio y no afectan al CNSU porque presentan rentabilidad positiva considerando los servicios incluidos en el SU.

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 542.

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 2016 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]

| en millones de euros | Ingresos | Costes | Margen |
|--|----------|--------|--------|
| (A) Datos de entrada SCC 2016 | | | |
| (B) Cuentas excluidas del cálculo de la rentabilidad de las zonas | | | |
| (A) – (B) Cuentas incluidas en el cálculo de la rentabilidad de las zonas | | | |

[FIN CONFIDENCIAL]

⁵ AFR por Acceso Fijo Radio

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 542 zonas definidas 440 tienen rentabilidad positiva y 102 negativa, 50 de las cuales son zonas TRAC, 50 zonas AFR Comercial y 2 centrales convencionales. Por tanto, este requisito delimita a esas 102 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 |
|------------------------|-----------------|
| [] | [] |
| [] | [] |
| 50 zonas ARF Comercial | 1 por provincia |
| 50 zonas TRAC | 1 por 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 SU⁶
[INICIO CONFIDENCIAL]

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

[FIN CONFIDENCIAL]

Los costes anteriores se distribuyen en zonas siguiendo el mismo criterio que en el apartado anterior. Como resultado, de las 542 zonas iniciales, 440 no son imputables al SU por el primer requisito (margen globalidad de servicios de telecomunicaciones). De las 102 zonas imputables al SU, 51 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 | [] | [] | [] | 16,76 |
| Costes | [] | [] | [] | 30,57 |
| Margen | [] | [] | [] | -13,80 |
| Nº Zonas | 542 | 440 | 51 | 51 |

De las 51 zonas que computan para el cálculo del CNSU de zonas no rentables, 50 de ellas hacen uso de las tecnologías inalámbricas. La zona restante hace uso de tecnologías de acceso convencional (par de cobre).

Tabla 5 Lista final de centrales con rentabilidad negativa
[DATOS CONFIDENCIALES ENTRE CORCHETES]

| Central | Provincia |
|----------------------|-----------------|
| [] | [] |
| 50 zonas TRAC | 1 por provincia |

En la tabla siguiente se muestra la diferente importancia de las zonas TRAC y NO TRAC en su contribución al CNSU 2016.

⁶ 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.

Tabla 6 Desglose entre zonas TRAC y NO TRAC

| (millones de euros) | Nº de zonas | Ingresos | Costes | Margen |
|---------------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| Zonas TRAC | 50 | 16,31 | 30,02 | -13,71 |
| Zonas NO TRAC | 1 | 0,46 | 0,55 | -0,09 |
| TOTAL | 51 | 16,76 | 30,57 | -13,80 |

El margen resultante para las 51 zonas es de **-13.804.433** euros. El 99,35% de este coste corresponde a las zonas TRAC.

III.2.1.4 Coste de la auditoría

Cabe destacar que por primera vez el operador solicita incluir el coste de la auditoría específica sobre el CNSU (54.995 €) realizada por E&Y para Telefónica. Se acepta la propuesta de Telefónica en coherencia con el criterio seguido desde hace varios años en el cálculo del CNSU de cabinas y por tener una naturaleza de coste evitable asociado a la obligación de prestar el CNSU.

III.2.1.5 Consideraciones sobre las subvenciones percibidas por Telefónica

Telefónica manifiesta que en el ejercicio anual terminado a 31 de diciembre de 2016 no ha recibido cobros ni ha devuelto importe alguno procedente de subvenciones.

Sin embargo, en la documentación presentada por Telefónica consta una subvención cobrada en 2014 y dos subvenciones cobradas en 2015 que no se habían incluido en los listados presentados en ejercicios anteriores. A continuación, se muestra la siguiente relación de subvenciones cobradas en los ejercicios 2014 y 2015:

Tabla 7 Subvenciones aplicadas por Telefónica a servicios relacionados con el SU en 2014 y 2015 (en euros)

| Organismo | Objeto subvención | Servicio vinculado | Concesión /Cobro | Importe concedido |
|-----------------|--|--------------------|------------------|---------------------|
| Castilla y León | Redes de Acceso de Nueva Generación en Castilla y León | Conexión ADSL | 2015/2015 | 337.228,85 |
| SETSI | PEBA NG 2013 | Conexión Fibra | 2013/2014 | 209.133,00 |
| SETSI | PEBA NG 2013 | Conexión Fibra | 2014/2015 | 1.116.371,45 |
| | | | TOTAL | 1.662.733,30 |

Las dos subvenciones referentes al PEBA NG tienen por objeto el despliegue de redes de fibra de alta velocidad, superiores a 30 Mbps, por lo que no se pueden imputar a servicios incluidos dentro del ámbito del servicio universal.

Sin embargo, en conformidad con la información inicial presentada por Telefónica, la subvención de Castilla y León estaba vinculada al servicio de conexión ADSL. Por esta razón, en el Informe de los Servicios y dado que la

subvención de CyL estaba vinculada al servicio de conexión ADSL, se asumió, al igual que en ejercicios anteriores que esta ayuda había servido para la financiación del despliegue de nuevas redes de banda ancha en zonas sin cobertura anterior, al no haberse demostrado que el objeto de la ayuda era prestar conexiones de más de 1 Mbit/s y que las zonas beneficiarias de la subvención ya contaban con líneas aptas para la prestación de servicios de banda ancha de al menos 1 Mbit/s

Como conclusión, en el Informe de Audiencia se proponía minorar el coste neto por el importe total de esta subvención, esto es, 337.229 euros.

Alegaciones de Telefónica

Telefónica manifiesta que la descripción de la subvención de la Junta de Castilla y León como “conexión ADSL” se trata de un error documental ya que la naturaleza de dicha subvención es en realidad de conexión de fibra, consistente en el despliegue de redes de fibra de alta velocidad muy superiores a 30 Mbps. En consecuencia, Telefónica solicita que no deberían imputarse a los servicios incluidos dentro del ámbito del servicio universal.

El operador adjunta documentación de soporte a su afirmación:

- Tres órdenes de la Consejería y Medio Ambiente de la Junta de Castilla y León mediante las cuales se realizó todo el proceso de la subvención.
- Fichas contables de los cuatro proyectos concedidos con los tipos de equipos instalados.

Respuesta de la CNMC

La CNMC estima la alegación de Telefónica por acreditar de forma fehaciente que, en realidad, la subvención de la Junta de Castilla y León tiene como objeto la financiación de inversiones de redes de acceso de muy alta velocidad superiores a 100 Mbps.

En conclusión, para el CNSU 2016 no procede la minoración de subvenciones del coste neto por zonas no rentables.

III.2.2 Valoración del CNSU por la prestación de servicios no rentables

Los servicios no rentables son los solicitados por clientes o grupos de clientes, a los que un operador no se los prestaría a un precio asequible. Concretamente, consisten en la prestación de los servicios de conexión y de telefonía a precios no rentables o a un elevado coste por las características de los usuarios (jubilados y pensionistas, usuarios con discapacidad).

Los servicios no rentables se dividen en dos componentes:

- Tarifas especiales que reducen el ingreso y el margen de beneficio del operador.

- Abono social: reducción en las cuotas de conexión y abono del servicio de conexión a la red a los jubilados y pensionistas cuya renta familiar no exceda del indicador determinado por la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos. De 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 IPREM⁷ multiplicado por 1,2.
 - Usuarios invidentes o con graves dificultades visuales: reducción de ingresos por la franquicia en las llamadas al servicio de consulta 118AB⁸.
 - Usuarios sordos o con graves dificultades auditivas: reducción de ingresos por las llamadas realizadas o recibidas desde terminales de telefonía de texto. Esta reducción de ingresos deriva del plan especial de precios para las llamadas que se realicen desde cualquier punto del territorio estatal al Centro de intermediación telefónica para personas sordas y que consiste en un precio igual al de una llamada metropolitana.
- Elevado coste de prestación o acceso al servicio para usuarios con discapacidades mediante terminales especiales y facturas e información en sistema Braille o en letras grandes o bien en un formato electrónico accesible.

Entre los componentes de los servicios no rentables destaca por su relevancia económica el abono social que representa el 99,8% del coste neto (5,88 millones de euros) por servicios no rentables. A su vez, el abono social se divide en dos partidas como se puede ver en la siguiente tabla.

Tabla 8 CNSU derivado del abono social en el ejercicio 2016 en comparación con los aprobados para 2010-2015

| CNSU derivado del abono social (Miles de EUR) | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Descuento cuota conexión | 22 | 48 | 71 | - | - | - | - |
| Descuento cuota de abono | 18.534 | 16.300 | 10.462 | 9.584 | 7.847 | 6.930 | 5.875 |
| TOTAL | 18.556 | 16.349 | 10.532 | 9.584 | 7.847 | 6.930 | 5.875 |

El coste neto derivado del abono social presentado por Telefónica ha disminuido un 15,2% de 2015 a 2016. Este descenso se debe, sobre todo, a la caída del número promedio de líneas de **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** en 2015 a **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** en 2016.

⁷ El Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples (IPREM) fijado para el año 2016 era 532,51 euros mensuales. Por tanto, el umbral de renta para 2016 fue de 639,01 euros mensuales.

⁸ Franquicia de 10 llamadas mensuales al servicio de consulta telefónica sobre números de abonado 11822.

Durante 2016, la tarifa de la cuota se mantuvo en los 14,38 euros/mes del ejercicio anterior, por tanto, la cuota de abono bonificada (descuento del 95%) representó 0,72 euros/mes. El coste unitario de la cuota mensual aprobado en la resolución del SCC 2016 de Telefónica es de **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** euros. La diferencia entre el coste unitario de la cuota de abono mensual aprobado y la cuota bonificada que pagan los usuarios es el coste neto que se estima por usuario, cuya evolución entre 2015 **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** (euros/mes) y 2016 **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** (euros/mes) también explica la reducción del coste neto derivado del abono social.

La ausencia de nuevas contrataciones de esta tarifa es el motivo de la inexistencia de coste asociado a “Descuentos a la cuota de conexión”, circunstancia que se produce desde 2013.

Por otra parte, en el componente de servicios no rentables, también se incluye el coste de la prestación de servicios a usuarios con discapacidad⁹ presentado por Telefónica, que asciende a un total de 13.804 euros en el ejercicio 2016, cuya partida principal son las facturas en Braille que ascienden a 11.832 euros. Telefónica no ha presentado coste por el servicio a personas con discapacidad auditiva.

Por lo que respecta al servicio de guías telefónicas, señalar que todos los abonados al servicio telefónico tienen derecho a figurar en la guía de números de abonados y a recibir un ejemplar del tomo de la misma correspondiente a su zona geográfica. Este derecho a recibir la guía lo garantiza Telefónica. Con respecto al CNSU, al igual que en años anteriores, en el ejercicio 2016 Telefónica no ha presentado en sus resultados un coste neto derivado del servicio de guías, motivo por el cual no se ha revisado este componente.

La siguiente tabla muestra el resumen del CNSU por la prestación de servicios no rentables.

Tabla 9 CNSU por servicios no rentables

| (cifras en euros) | 2016 |
|--|------------------|
| Descuento cuota conexión | - |
| Descuento cuota de abono | 5.875.097 |
| CNSU Abono social | 5.875.097 |
| Facturas en Braille | 11.832 |
| Facturas en letras grandes | 446 |
| Bonificación 11822 personas invidentes | 1.526 |
| Personas discapacidad auditiva | 0 |

⁹ Incluye servicios de tarifas especiales (servicios para usuarios ciegos, servicios para usuarios sordos) y los servicios de acceso para personas con discapacidad (facturas en braille, facturas con letras grandes, etc.).

| (cifras en euros) | 2016 |
|--|------------------|
| Guías telefónicas | 0 |
| CNSU por el resto de servicios no rentables | 13.804 |
| TOTAL | 5.888.901 |

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. Publicidad en cabinas.

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 verificación.

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:

$$Beneficio_{ImagenMarca} = N_{LíneasOpSUexc} \times \%UsuariosFieles \times MargenLínea$$

Donde,

- *NLíneas_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.
- *MargenLínea*: 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 2016.

Tabla 10 Beneficio imagen de marca (en euros)

[INICIO CONFIDENCIAL]

| Beneficio | NºLíneas_O pSUexc | %_Usuari os_ fieles | Margen_total_medio_ por_línea | Importe |
|----------------------|------------------------------|--------------------------------|--|----------------|
| Imagen de Marca = | X | X | = | |

[FIN CONFIDENCIAL]

En definitiva, el beneficio no monetario derivado de la imagen de marca en el ejercicio 2016 se estima en **7.061.883** 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:

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

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 19.817€.

Tabla 11 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 (63.866€).

Tabla 12 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 publiquen 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 2016 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 coste equivalente que el grupo Telefónica tendría que abonar para exhibir un anuncio del tamaño del logo en las cabinas.

En base a los cálculos realizados en el expediente de la CNMC SU/DTSA/012/18/APROBACIÓN CNSU 2016 TTP de determinación del CNSU presentado por TTP por el ejercicio 2016, 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 552.729 euros. El desglose del cálculo realizado en el expediente SU/DTSA/012/18/APROBACIÓN CNSU 2016 TTP se muestra en el Anexo de este informe.

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 2016, los ingresos totales de Telefónica de España, S.A.U. ascienden a 8.388 millones de euros y los ingresos del Grupo Telefónica en España a 13.944¹⁰ millones de euros, por lo que la imputación será del 60,15% del beneficio no monetario de exposición de marca en cabinas.

La siguiente tabla muestra el cálculo del beneficio no monetario para Telefónica.

Tabla 13 Beneficio publicidad en cabinas

| Beneficio | Beneficio global | Ingresos Telefónica en el grupo | Importe |
|---|------------------|---------------------------------|-------------|
| Publicidad y exposición de marca en cabinas = | 552.729 € X | 60,15% | = 332.466 € |

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

Tabla 14 Beneficios no monetarios 2016 (en euros)

| Beneficios no monetarios | Importe |
|---|------------------|
| Por imagen de marca | 7.061.883 |
| Por ubicuidad | 19.817 |
| Por ciclo de vida | 63.866 |
| Por exposición de marca en teléfonos de uso público | 332.466 |
| TOTAL BENEFICIOS NO MONETARIOS | 7.478.032 |

III.4 RESUMEN DEL COSTE NETO DEL SU EN EL EJERCICIO 2016 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 2016, deducidos los beneficios no monetarios o intangibles, asciende a (cifras en euros redondeados a la unidad):

Tabla 15 CNSU 2016

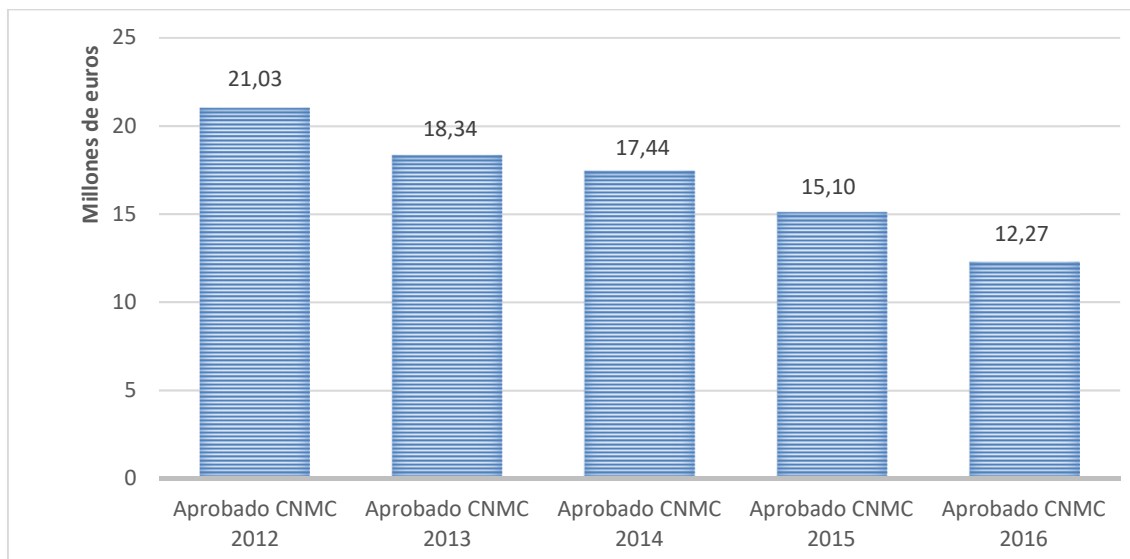
| Componentes CNSU | Importe en euros |
|---|-------------------|
| Coste neto en zonas no rentables (previo subvenciones) | 13.804.433 |
| Coste neto por prestaciones a usuarios con discapacidad | 13.804 |
| Coste neto derivado de usuarios con tarifas especiales | 5.875.097 |
| TOTAL COSTE ANTES DE SUBVENCIONES | 19.693.334 |
| Menos: Subvenciones percibidas | - |
| TOTAL COSTE NETO APRECIADO EN EL AÑO | 19.693.334 |
| Menos: TOTAL BENEFICIOS NO MONETARIOS | -7.478.032 |
| Más: coste de la auditoría | 54.995 |
| COSTE NETO DEL SERVICIO UNIVERSAL | 12.270.297 |

¹⁰ Informe de Auditoría, Cuentas Anuales e Informe de Gestión de Telefónica, S.A. y su grupo de empresas, correspondientes al ejercicio 2016, página 32.

III.4.1 Comparativa temporal CNSU

A efectos informativos se incluye la evolución del CNSU de Telefónica aprobado en los últimos años. Se recuerda que el CNSU relativo a cabinas se tramita en un expediente separado.

Ilustración 1: Evolución del CNSU de Telefónica 2012-2016



El ejercicio 2016 es el quinto 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 2016 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 16 CNSU Desglose por zonas (margen y costes en millones de euros)

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Nº de zonas (total) | 523 | 517 | 515 | 510 | 542 |
| Núm. zonas no rentables TRAC | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| Margen zonas no rentables TRAC | -23,64 | -17,63 | -15,48 | -15,14 | -13,71 |
| Núm. zonas no rentables NO TRAC | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 |
| Margen zonas no rentables NO TRAC | -0,09 | -0,14 | -0,78 | -0,26 | -0,09 |
| CNSU por zonas no rentables | 23,73 | 17,77 | 16,26 | 15,40 | 13,80 |

Con respecto al conjunto de componentes del CNSU:

Tabla 17 Desglose CNSU (importes en millones de euros)

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| CN Zonas no rentables | 23,73 | 17,77 | 16,26 | 15,40 | 13,80 |
| Minoración Subvenciones | -1,47 | -0,26 | -0,80 | -0,01 | - |
| CN Tarifa social | 10,53 | 9,58 | 7,85 | 6,93 | 5,88 |
| CN Usuarios con discapacidad | 0,01 | 0,01 | 0,02 | 0,02 | 0,01 |
| Minoración beneficios no monetarios | -11,78 | -8,77 | -5,88 | -7,24 | -7,48 |
| Coste de la auditoría | - | - | - | - | 0,06 |
| CNSU | 21,03 | 18,34 | 17,44 | 15,10 | 12,27 |

La siguiente tabla muestra los principales aspectos que han causado las diferencias del coste neto entre 2015 y 2016.

Tabla 18 Variación entre componentes del CNSU 2015 y CNSU 2016

| Coste neto 2015 (importes en euros) | 15.101.086 | |
|---|-------------------|-----------|
| Diferencias coste neto zonas TRAC 2015 vs 2014 | (-) | 1.425.883 |
| Diferencias coste neto zonas NO TRAC 2015 vs 2014 | (-) | 168.121 |
| Diferencias minoración subvenciones 2015 vs 2014 | (+) | 9.211 |
| Diferencia componente zonas no rentables | (-) | 1.584.793 |
| Diferencias por importe cuota de abono de la tarifa social 2015 vs 2014 | (-) | 1.054.899 |
| Diferencias por importe alta tarifa social 2015 vs 2014 | (=) | 0 |
| Diferencias por importe usuarios con discapacidad 2015 vs 2014 | (-) | 5.227 |
| Diferencia componente tarifas especiales | (-) | 1.060.126 |
| Diferencia minoración imagen de marca | (-) | 72.236 |
| Diferencia minoración ubicuidad | (+) | 77 |
| Diferencia minoración ciclo de vida | (-) | 57.917 |
| Diferencia minoración publicidad en teléfonos de uso público | (-) | 110.790 |
| Diferencia por beneficios no monetarios | (-) | 240.866 |
| Diferencia por coste de auditoría | (+) | 54.995 |
| Coste neto 2016 | 12.270.297 | |

La evolución de todos los componentes del CNSU han causado la reducción del CNSU 2016 respecto el ejercicio anterior a excepción de beneficio no monetario de ubicuidad y la incorporación por primera vez en este ejercicio del coste de auditoría.

IV VALORACIÓN DE LA EXISTENCIA DE UNA CARGA INJUSTIFICADA

Aspectos legales

De conformidad con lo establecido en el artículo 27 de la LGTel 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 2016, y que posteriormente 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 automáticamente 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), únicamente 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. En la misma Directiva, dentro del ámbito del servicio universal y para las conexiones de 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.

Estimación de la carga injustificada

De acuerdo con la Metodología, el CNSU supondría una carga injustificada durante el ejercicio 2016 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.

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 en comparación con el valor del CNSU 2016.

Por tanto, por el importe, se considera que el CNSU 2016 implica una carga injustificada para Telefónica.

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 OIBDA¹¹.

**Tabla 19 Impacto financiero CNSU
[DATOS CONFIDENCIALES ENTRE CORCHETES]**

| Indicador | Descripción | Valor |
|------------------------------|--|-------|
| CNSU/Resultado del ejercicio | La referencia es el resultado de explotación del ejercicio 2016 de Telefónica de España (1.085 M€) | 1,10% |
| CNSU/Coste capital propio | La referencia es el importe del año 2016 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 2016 (8.387,64 M€) | 0,14% |
| CNSU/ OIBDA fija | La referencia es el EBITDA de Telefónica en España SAU (resultado operativo más amortizaciones 2.781 M€) | 0,43% |

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.

Situación competitiva del prestador

La Metodología establece que la CNMC realizará un análisis de variables que describan la evolución de la posición de dominio en el mercado por parte de Telefónica. El análisis de estas variables determinará la existencia o no de una carga injustificada.

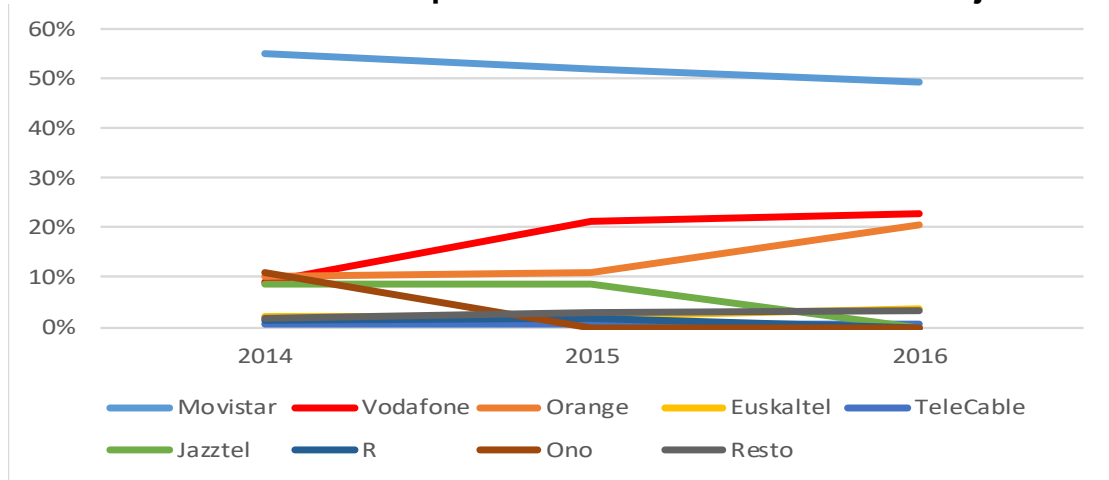
- (a) Cuota de mercado en líneas de telefonía fija (considerando a los operadores de cable)

Los siguientes gráficos¹² muestran que la evolución de la cuota de mercado por línea presentan descensos sostenidos en el tiempo del porcentaje correspondiente a Telefónica/Movistar y en 2016 baja por primera vez del 50%.

¹¹ 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.

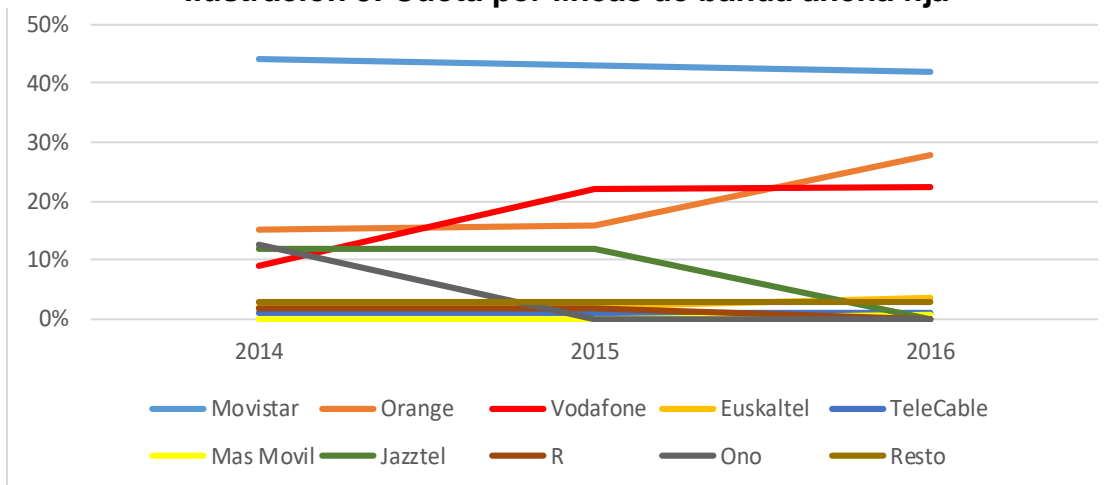
¹² Vodafone incluye las líneas de ONO para los ejercicios de 2015 y 2016. Orange incluye las líneas de Jazztel en 2016.

Ilustración 2: Cuota por líneas en servicio de telefonía fija



(b) Cuota de mercado de banda ancha por líneas en servicio
 El siguiente gráfico muestra como la cuota por línea de banda ancha de Telefónica se reduce año tras año.

Ilustración 3: Cuota por líneas de banda ancha fija



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

Por tanto, en relación con el coste neto correspondiente al ejercicio 2016, a juicio de esta Comisión, 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 2016 asciende a 12.270.297 euros, con el detalle de la tabla siguiente (cifras en euros):

| Año 2016 | Importe en euros |
|---|-------------------------|
| Coste neto en zonas no rentables | 13.804.433 |
| Coste neto por prestaciones a usuarios con discapacidad | 13.804 |
| Coste neto derivado de usuarios con tarifas especiales | 5.875.097 |
| TOTAL COSTE NETO APRECIADO EN EL AÑO | 19.693.334 |
| Menos: TOTAL BENEFICIOS NO MONETARIOS | -7.478.032 |
| Más: coste de la auditoría | 54.995 |
| COSTE NETO DEL SERVICIO UNIVERSAL | 12.270.297 |

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 2016.

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

BENEFICIOS NO MONETARIOS BASADOS EN LA IMAGEN DE MARCA

Se entiende por beneficio no monetario basado en el reconocimiento de la imagen de marca del operador aquel beneficio asociado al impacto positivo que tiene la provisión del Servicio Universal en la marca o reputación de la compañía.

En la Metodología 2012 se estableció la siguiente fórmula:

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

En las siguientes tablas se detallan las variables de cálculo. El primer parámetro, *Nº Líneas de Usuarios Exclusivos*, se obtiene a partir del número total de líneas de ejercicio y se resta las líneas con servicios mayoristas por las que terceros operadores pueden prestar servicios a esos clientes.

Tabla 20. Cálculo de los usuarios exclusivos de Telefónica
[INICIO CONFIDENCIAL]

| | Unidades |
|--|----------|
| Número total de líneas medio del ejercicio | |
| Accesos indirectos no desnudos | |
| Accesos desagregados compartidos | |
| Líneas preseleccionadas | |
| <i>Nº Líneas de Usuarios Exclusivos</i> | |

[FIN CONFIDENCIAL]

El segundo parámetro, margen medio anual por línea, lo presenta Telefónica en y se verificó en la resolución de 27 de julio de 2018. En el ejercicio 2016, el margen medio anual asciende a [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] €/línea.

El tercer parámetro, % Usuarios Fieles, es el resultado de la encuesta encargada por la CNMC a GFK en 2015, cuyo resultado fue 2,6%.

BENEFICIOS NO MONETARIOS BASADOS EN LA UBICUIDAD

Se entiende por beneficio no monetario basado en la ubicuidad aquel beneficio obtenido por el proveedor del SU cuando uno de sus usuarios situado en una zona no rentable se muda a una zona rentable y continúa contratando sus servicios 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:

$$L1x \text{ Margen_medio_por_línea_1} + L2x \text{ Margen_medio_por_línea_2}$$

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.

A continuación, se detalla cada una de las variables. En primer lugar, se calcula el número de usuarios exclusivos de Telefónica en las 51 zonas no rentables del presente procedimiento.

Al igual que en el beneficio por imagen de marca, el número de líneas de usuarios exclusivos se obtiene a partir del número total de líneas de ejercicio y se resta las líneas con servicios mayoristas por las que terceros operadores pueden prestar servicios a esos clientes.

Tabla 21. Cálculo de los usuarios exclusivos en zonas no rentables
[INICIO CONFIDENCIAL]

| | Unidades |
|---|----------|
| Número de líneas STB minoristas en zonas no rentables | |
| Accesos indirectos no desnudos en zonas no rentables | |
| Accesos desagregados compartidos en zonas no rentables | |
| Líneas preseleccionadas en zonas no rentables | |
| Nº Líneas de Usuarios Exclusivos en zonas no rentables | |

[FIN CONFIDENCIAL]

A continuación, se estiman los usuarios exclusivos de Telefónica migrados de zonas no rentables a zonas rentables. Para ello es necesario disponer de la tasa de migración (T) desde municipios de menos de 10.000 habitantes hacia ciudades de más de 100.000 habitantes y capitales de provincia¹³.

Los usuarios exclusivos de Telefónica migrados de zonas no rentables a zonas rentables se obtienen multiplicando los usuarios exclusivos de Telefónica en zonas no rentables y la tasa de migración.

Tabla 22. Cálculo de usuarios migrados

| | Unidades |
|--|--------------|
| Usuarios Exclusivos en zonas no rentables (L_{zn}) | 91.465 |
| Tasa de migración (T) | 1,26% |
| Usuarios migrados a zonas rentables $L_{mzr} = (L_{zn}) \times (T)$ | 1.157 |

¹³ Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

A continuación, es preciso determinar el número de usuarios que, habiendo migrado de zonas no rentables a zonas rentables, contratan una línea telefónica fija y, de ellos, aquellos que la contraten con Telefónica. Para ello, al número de usuarios calculado en el paso anterior, se le aplicará, por un lado, el factor correspondiente al porcentaje de hogares con telefonía fija sobre el total de hogares¹⁴ (P) y, por otro, la cuota de mercado en líneas del servicio telefónico fijo de Telefónica en el segmento residencial.

El factor correspondiente al porcentaje de hogares con telefonía fija sobre el total de hogares (P) en 2016 fue de 78,50% y la cuota de mercado del servicio telefónico fijo de Telefónica en el segmento residencial en el ejercicio 2016 fue del 43,93%¹⁵.

El resultado de la estimación de usuarios exclusivos de Telefónica provenientes de zonas no rentables que han migrado a una zona rentable en 2016 y que han contratado una línea fija a Telefónica se obtiene mediante la fórmula de la siguiente tabla:

Tabla 23. Cálculo de usuarios migrados que contratan Telefónica

| | Unidades |
|--|--------------|
| Usuarios migrados a zonas rentables (L_{mzr}) | 1.157 |
| % hogares con telefonía fija (P) | 78,50% |
| Cuota de mercado en líneas de Telefónica (C) | 43,93% |
| Usuarios migrados que contratan Telefónica $L = L_{mzr} \times P \times C$ | 399 |

Por último, se identifican aquellos usuarios que deciden contratar o bien únicamente el servicio telefónico fijo (L1) o bien el servicio telefónico fijo y de banda ancha (L2). Para ello, al valor calculado en el paso anterior, se aplica o bien el porcentaje de líneas que tienen únicamente el servicio telefónico fijo en zonas rentables o bien el porcentaje de líneas que tienen servicio telefónico fijo y banda ancha en zonas rentables. Estos dos últimos porcentajes son presentados por Telefónica en la información que facilita la operadora junto a la documentación del Servicio Universal. El resultado de la estimación se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 24. Cálculo de L1 y L2

[INICIO CONFIDENCIAL]

| <i>Cifras referidas a zonas rentables</i> | Unidades |
|--|----------|
| Usuarios migrados que contratan Telefónica $L = L_{mzr} \times P \times C$ | |
| % de líneas únicamente con servicio telefónico fijo | |
| Líneas que deciden contratar únicamente el servicio telefónico fijo | |
| % de líneas con servicio telefónico fijo y banda ancha | |
| Líneas que deciden contratar servicio telefónico fijo y banda ancha | |

¹⁴ Fuente: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI)

¹⁵ Fuente: CNMC Data, Líneas en servicio de telefonía fija por segmento

[FIN CONFIDENCIAL]

Con respecto al cálculo del margen medio anual por línea de Telefónica para servicio telefónica y banda ancha, el importe se extrae de la información facilitada por Telefónica en la documentación soporte del Servicio Universal y posteriormente verificada con la información del Sistema de Contabilidad de Costes.

En el ejercicio 2016, el margen medio anual por línea del servicio telefónico fijo (denominado *Margen_medio_por_línea_1* en la fórmula de la Metodología) asciende a **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** €/línea y el margen medio anual por línea del servicio telefónico fijo y de banda ancha (denominado *Margen_medio_por_línea_2* en la fórmula de la Metodología) asciende a **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** €/línea.

BENEFICIOS NO MONETARIOS BASADOS EN EL CICLO DE VIDA

Se entiende por beneficio no monetario basado en el ciclo de vida, aquel beneficio obtenido por el proveedor del SU cuando uno de sus clientes inicialmente no rentable pasa a ser rentable con el tiempo sin cambiar su ubicación.

El beneficio no monetario basado en el ciclo de vida resulta de multiplicar los usuarios que se dan de alta en el servicio de banda ancha con Telefónica por el margen medio anual por línea del servicio de banda ancha.

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

Donde,

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

En primer lugar, es preciso identificar aquellos clientes potencialmente rentables en zonas no rentables que sirvan de base para el cálculo del beneficio debido exclusivamente al ciclo de vida de los clientes. Por tanto, hay que eliminar del total de usuarios de Telefónica en zonas no rentables aquellos usuarios del abono social (ya que se entiende que estos usuarios no serán rentables con el paso del tiempo) y aquellos usuarios que pasan a ser rentables por su migración desde zonas no rentables a zonas rentables (ya considerados en el beneficio no monetario basado en la ubicuidad).

A continuación, se presentan los datos necesarios para el cálculo de los usuarios potencialmente rentables en zonas no rentables y que se extraen de la información facilitada por Telefónica en la documentación soporte del Servicio Universal:

Tabla 25. Estimación de usuarios potencialmente rentables en zonas no rentables exclusivos de Telefónica

[INICIO CONFIDENCIAL]

| | Unidades |
|--|----------|
| Usuarios exclusivos de Telefónica en zonas no rentables | |
| - Líneas de abono social en zonas no rentables | |
| - Líneas migradas | |
| = Usuarios potencialmente rentables en zonas no rentables exclusivos de Telefónica | |

[FIN CONFIDENCIAL]

El siguiente paso es estimar el número de altas potenciales al servicio de banda ancha entre los usuarios potencialmente rentables en zonas no rentables calculado antes. Para ello se descuenta a dicha cifra aquellas líneas que disponen de servicio telefónico fijo y de banda ancha en zonas no rentables para obtener la estimación de usuarios que no cuentan con banda ancha contratada. Con el fin de determinar aquellos usuarios que, siendo clientes de Telefónica y teniendo únicamente el servicio telefónico fijo, se dan de alta en el servicio de banda ancha, al número de altas potenciales al servicio de banda ancha se le aplica un porcentaje que representa la posibilidad de contratación de banda ancha durante 2016. Este porcentaje se calcula mediante la ratio de número de altas netas del servicio de banda ancha en 2016 respecto el número de líneas totales que tienen únicamente servicio telefónico en 2016.

La siguiente tabla muestra el cálculo utilizado para pasar del número de usuarios potencialmente rentables en zonas no rentables exclusivos de Telefónica a la estimación de usuarios que se dan de alta en el servicio de banda ancha con Telefónica:

Tabla 26. Estimación de usuarios que se dan de alta en el servicio de banda ancha con Telefónica

[INICIO CONFIDENCIAL]

| | Unidades |
|--|----------|
| (A) Usuarios exclusivos potencialmente rentables en zonas no rentables | |
| (B) Usuarios de telefonía fija y banda ancha en zonas no rentables | |
| (C) = (A) – (B) Número de usuarios potencialmente rentables (usuarios que no cuentan con banda ancha contratada) | |
| (d) Altas netas del servicio de banda ancha | |
| (e) Líneas que con solo telefonía fija | |
| (F) = (d)/(e) Porcentaje de posibilidad de contratación de banda ancha | |
| L': Número de altas potenciales de banda ancha sobre líneas con solo telefonía (C) * (F) | |

[FIN CONFIDENCIAL]

La última variable necesaria para el cálculo del beneficio no monetario por ciclo de vida es el margen medio anual por línea de Telefónica. Este margen se

obtiene restando al margen de los servicios de telefonía fija y banda ancha, el margen de los servicios de telefonía fija, como se puede ver en la tabla siguiente:

Tabla 27. Resultado estimativo del margen medio anual por línea del servicio de banda ancha

[INICIO CONFIDENCIAL]

| | €/línea |
|---|---------|
| (A) Margen medio anual por línea de telefonía fija y de banda ancha | |
| (B) Margen medio anual por línea del servicio telefónico fijo | |
| Margen medio anual por línea del servicio de banda ancha (A-B) | |

[FIN CONFIDENCIAL]

EXPOSICIÓN DE MARCA EN CABINAS

La siguiente tabla es un extracto del informe de audiencia perteneciente al expediente número SU/DTSA/012/18/APROBACIÓN CNSU 2016 TTP por el que se determina el CNSU presentado por Telefónica Telecomunicaciones Públicas, S.A.U. para el ejercicio 2016. En la tabla se detallan los parámetros utilizados para estimar en euros anuales para el conjunto de las cabinas el beneficio de exponer el logo de *Telefónica* en las cabinas.

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

ANEXO II: CONTESTACIÓN A ALEGACIONES

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 inducían las respuestas correspondientes al primer bloque de la encuesta 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, tanto 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 punto planteado por Telefónica de inducción en las preguntas, no es correcto 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 conocimiento del operador designado para la prestación del servicio universal 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. La sentencia se refiere al CNSU de los ejercicios 2003-2005, donde la CMT calculaba los beneficios no monetarios sin la utilización de una encuesta. Cabe aclarar que a consecuencia de la sentencia citada por Telefónica, la CNMC recalculó en

ejecución de sentencia los importes del CNSU de esos años mediante la utilización de una encuesta¹⁶.

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.

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 y no Telefónica u otro operador quién encargue las encuestas. Dos empresas de reconocido prestigio, primero Ikerfel y luego GFK, han trabajado para la CNMC en la elaboración de encuestas y sus resultados son la mejor referencia disponible para conocer el porcentaje de usuarios fieles.

De hecho, GFK fue la responsable de la encuesta que aplica en el CNSU 2016 y, en su confección, contó como antecedente todo el debate anterior sobre la encuesta de Ikerfel, sobre la que, al igual que ahora con la encuesta de GFK, Telefónica alegó que las preguntas inducían la respuesta. En definitiva, se desestima la alegación de Telefónica.

Sobre la imputación a Telefónica de los beneficios no monetarios por exposición de marca en cabinas

Alegaciones recibidas

Telefónica solicita que se le aplique un porcentaje del beneficio no monetario por la exposición de marca Movistar y no Telefónica porque desde el año 2010 la marca comercial del operador designado para la prestación del SU es Movistar.

Telefónica afirma que 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, dado que la marca que aparece en el serigrafado de las cabinas telefónicas es la marca Telefónica, una marca propiedad de Telefónica, S.A. y que es utilizada con carácter institucional, pero no con carácter comercial.

Respuesta de la CNMC

La CNMC desestima la alegación de Telefónica porque según la Metodología de cálculo del CNSU, el beneficio no monetario de exposición de marca en cabinas se debería repartir entre todas las empresas del grupo Telefónica. En este caso, les correspondería a TTP y Telefónica la parte proporcional de los beneficios no

¹⁶ Resolución de 10 de marzo de 2016 por la que se ejecuta la sentencia de la Audiencia Nacional de 24 de enero de 2011, sobre ciertos aspectos del coste neto del servicio universal de los años 2003 a 2005.
SU/D TSA/2203/14/EJECUCIÓN CNSU 2003-2005

monetarios de la exposición de marca en cabinas en función de su porcentaje de ingresos con respecto a los ingresos totales del grupo Telefónica en España. Por tanto, la Metodología contempla el criterio de distribución de la imagen de marca corporativa, en este caso Telefónica, entre todas las empresas del grupo Telefónica, de la misma forma que el uso del logo Movistar se dividiría entre las empresas que utilizan dicha marca comercial.

Además, la aceptación de la alegación de Telefónica supondría asumir como cierta la afirmación que no hay relación entre la marca Telefónica y Movistar, extremo que no tiene fundamento porque, a pesar de la consolidación de la marca Movistar (desde 2009 sustituye comercialmente a la denominación Telefónica), ambas denominaciones siguen vinculadas como lo demuestra la presencia de la marca Telefónica en la web de Movistar o que los buscadores de internet den resultados cruzados en la consulta de Movistar o de Telefónica.

Sobre cuestiones previas

Alegaciones recibidas

Orange destaca la diferencia entre los resultados prestados por Telefónica para el coste neto del servicio universal (19.693.334€) y los incluidos en el Informe Integrado 2016 (16,5 millones de euros) realizado por Telefónica. Existen algo más de 3 millones de diferencia entre los costes aprobados y los informados por la propia Telefónica:

PRESTACIONES AL SERVICIO UNIVERSAL

| (millones de euros) | 2016 |
|--------------------------|--------------|
| Argentina | 111,8 |
| Brasil ⁽¹⁾ | 138,1 |
| Colombia ⁽²⁾ | 50,8 |
| Ecuador | 4,6 |
| España | 16,5 |
| Perú ⁽³⁾ | 20,5 |
| Venezuela ⁽⁴⁾ | 1,7 |
| TOTALES | 343,1 |

Respuesta de la CNMC

Cabe aclarar que la competencia de determinación del importe del coste neto del servicio universal corresponde a la CNMC. Se desconocen los criterios empleados por Telefónica al publicar esa cifra, pero parece razonable presumir que se trata de su estimación del coste neto total del servicio universal en el ejercicio 2016. Orange debe recordar que al coste presentado deben descontarse los beneficios intangibles y subvenciones, que Telefónica también puede estimar. El CNSU aprobado para Telefónica en esta resolución asciende a 12,27 millones de euros, mientras que el CNSU para cabinas en 2016 ascendió a 4,52 millones. Sumando ambos conceptos se obtiene una cifra de 16,79 millones de euros, bastante similar a la estimación de 16,5 millones presentada por Telefónica en el Informe Integrado de 2016.

Sobre el déficit de las zonas no rentables

Alegaciones recibidas

Orange señala que en 2016 el número de zonas subió respecto a 2015 pasando de las 510 a las 542 zonas por la suma de dos efectos de signo contrario:

- En el ejercicio 2016 Telefónica desmontó 18 centrales, pasando de 460 a 442 centrales.
- Se añaden 50 zonas AFR Comercial de nueva creación.

En línea con lo anterior, se duplica el número de zonas no rentables desde las 56 hasta las 102 conforme al primer requisito que tiene en cuenta el margen global de servicios de telecomunicaciones (2 zonas NO TRAC, 50 zonas TRAC y 50 zonas AFR Comercial).

Orange afirma que no parece congruente que, tras el desmontaje de 18 centrales de acceso convencionales, Telefónica haya llevado a cabo una reubicación de las líneas hacia otras centrales porque según la resolución ANME/DTSA/2154/14/ de los Mercados3a3b4 de febrero de 2016, el cierre de una central de cobre conlleva la inhabilitación de todas las líneas de cobre de la central de manera que sobre las mismas, tras la fecha de cierre, no puedan prestarse servicios ni mayoristas ni minoristas de ningún tipo.

En segundo lugar, Orange no está de acuerdo con la definición de 50 nuevas zonas AFR Comercial de ámbito provincial que constituyen la nueva generación de servicios TRAC. En este sentido, Orange considera que deberían subsumirse en las zonas TRAC ya existentes.

En tercer lugar, Orange considera inaceptable que se incluya déficit en zonas no rentables por servicios TRAC provistos sobre redes móviles en régimen de competencia en condiciones que no distan de condiciones comerciales y cuya prestación no supone coste incremental alguno sobre los despliegues de red móvil de que dispone Telefónica sino ingreso incremental por el uso de la red móvil, en condiciones que compiten con servicios de operadoras.

Según Orange no procede la imputación de costes de acometidas y terminales TRAC, por su elevado grado de amortización y evitables con las nuevas especificaciones de servicio universal, al no ser exigibles obligaciones de alimentación y en condiciones de cobertura que, en general, permiten prescindir de antenas amplificadoras de señal.

Por último, en relación con el cálculo del coste de las zonas TRAC donde Telefónica subcontrata la red de acceso de Telefónica Móviles, en el Informe de Deloitte se califican como razonables las tarifas del contrato regulado entre Telefónica y Telefónica Móviles por estar en línea con las condiciones económicas establecidas en contratos entre operadores y OMV. Además, también se señala que Deloitte toma como referencia la franquicia de datos para

establecer al precio de la voz, si bien solo los servicios de voz están incluidos en el servicio universal. En este sentido, Orange considera que no queda acreditada la eficiencia de la prestación de servicios no rentables mediante la citada tecnología quedando en tela de juicio la posible vulneración de los artículos 41 y 42 del Real Decreto 726/2011 porque la referencia en el Informe a que el precio del minuto se reduce no es garantía de la eficiencia de coste exigidas en dichos artículos.

Respuesta de la CNMC

Sobre el primer punto, la reubicación de las líneas cubiertas por las centrales desmontadas es una práctica prevista por la Resolución de los Mercados 3a3b4 cuando la misma se realiza a nuevas líneas de fibra de óptica, por lo que no aplica lo señalado por Orange.

Con respecto al segundo punto, la creación de las zonas AFR Comercial no afecta al resultado final del CNSU y aporta una mayor claridad y transparencia en el cálculo.

Con respecto a la comparativa entre el precio unitario pagado por Telefónica de España a Telefónica Móviles por Mbyte y el ingreso promedio mayorista 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.

Sobre las subvenciones

Alegaciones recibidas

Al respecto, Orange quiere señalar que en el Informe Integrado publicado por Telefónica en su web cita la recepción de subvenciones por importe de 4.790.000 euros en el ejercicio 2016 que deberían asimismo ser tenidos en cuenta. Asimismo, según un informe de la agencia rating Axesor, en 2016 las administraciones públicas concedieron ayudas y subvenciones públicas por valor de 4.046 millones de euros, proviniendo 1.190,48 millones de euros de los organismos autonómicos y no del Estado. Por sectores, el de la industria supuso el 34% de las ayudas públicas concedidas (712,7 millones de euros). Es por ello que se considera necesario igualmente constatar la contabilización dentro del cálculo del coste neto del servicio universal de 2016, de todas las subvenciones realmente percibidas por Telefónica que haya podido no declarar en dicho ejercicio u otros anteriores.

Por otro lado, Orange no está conforme con que se excluyan subvenciones que Telefónica recibe para la extensión de redes de fibra porque van a contribuir al cierre y total sustitución de las redes de cobre actuales. En este sentido, Orange solicita que se garantice que el vaciado de la red de cobre como consecuencia de la migración a fibra no supone ineficiencias ni incrementos de costes unitarios

de los servicios prestados sobre la red de cobre en el ámbito del servicio universal.

Respuesta de la CNMC

La lista de subvenciones de Telefónica que se analiza para su posible incorporación en el CNSU de cada año es completa porque proviene de la contabilidad financiera de Telefónica que está debidamente auditada. Por otro lado, cabe recordar que las subvenciones se minoran del CNSU con el fin de evitar una doble compensación de una misma inversión, por tanto, bajo este criterio, solo cabe descontar subvenciones que se hayan utilizado para financiar costes reconocidos en el CNSU, lo que no es el caso de los accesos de fibra de alta velocidad.

Sobre el coste de servicios no rentables a grupos de clientes a precio asequible

Alegaciones recibidas

Entre los componentes de los servicios no rentables destaca por su relevancia económica el abono social que representa el 99,8% y cuya principal partida es el descuento de la cuota de abono de la que se subvenciona el 95%.

Orange señala que no se publica información sobre el número de perceptores ni sobre el déficit por línea y que debería darse transparencia al menos sobre la evolución del número de perceptores y la evolución del déficit con el objetivo de permitir a los operadores la legítima defensa de sus intereses. En este sentido, la ausencia de transparencia no ofrece garantías suficientes, en opinión de Orange, para asegurar la correcta imputación de los costes de acceso y la verificación de la evolución razonable de los mismos.

Respuesta de la CNMC

El dato declarado confidencial por la CNMC es el coste por línea de Telefónica. Los otros datos, déficit y número de líneas beneficiarios permitirían estimar el coste confidencial al asociarlos con otros datos públicos.

En todo caso, en la Resolución sí se señala que no se producen altas de beneficiarios al abono social desde 2013, y que el principal motivo de la reducción de este concepto del CNSU es la constante disminución en el número de beneficiarios.

Sobre los beneficios inmateriales

Alegaciones recibidas

En los cálculos realizados en la Resolución, para la cuantificación del número de líneas exclusivas de telefonía y banda ancha de que dispone Telefónica se minoran de las líneas STB minoristas, las líneas de acceso indirecto, de acceso compartido y de preselección.

Orange solicita que se verifique el cálculo de líneas exclusivas minoristas porque afirma que las líneas de acceso indirecto y de acceso compartido son líneas que, a su vez disponen de acceso mayorista a la línea telefónica AMLT, y que, por tanto, no deberían minorarse de las líneas minoristas. Asimismo, las líneas preseleccionadas vienen a coincidir con las líneas de acceso indirecto y de acceso compartido por lo que la minoración, además de errónea, podría estar siendo duplicada.

En relación con la exposición de marca en las cabinas, el Informe de audiencia considera únicamente el 60,15% del beneficio global imputable a Telefónica, pero no incluye el imputable a Telefónica Móviles. Orange solicita que se tenga en cuenta también la parte imputable a Telefónica Móviles.

Respuesta de la CNMC

El cálculo de líneas exclusivas de Telefónica para el CNSU 2016 viene determinado por la Metodología de 2012 y se verifica por una empresa independiente antes de la aprobación por parte de la CNMC en su resolución de julio de 2018.

La Metodología en su definición de líneas a descontar ya preveía lo indicado por Orange (el subrayado es nuestro):

Nº_{acc_AMLT}: Número de accesos que tienen contratada la oferta mayorista AMLT del operador designado. El operador prestador del SU debe verificar que no se produzca una doble resta de aquellas líneas que ya estaban contabilizadas como accesos desagregados o indirectos.

Nº_{líneas_preseleccionadas}: Número de líneas preseleccionadas. El operador prestador del SU debe verificar que no se produzca una doble resta de aquellas líneas que ya estaban contabilizadas como accesos AMLT.

Por tanto, los datos usados en Resolución ya están verificados conforme el criterio antes descrito.

Con respecto al aumento del importe del beneficio no monetario por imagen de marca en las cabinas, la Metodología no contempla lo solicitado por Orange y, además, podría adolecer de inconsistencia descontar un beneficio no monetario de Telefónica Móviles sin que se les puede reconocer coste neto por no ser un operador designado para la prestación del servicio universal.