

RESOLUCIÓN RELATIVA A LA REVISIÓN DE PARÁMETROS DEL TEST DE REPLICABILIDAD ECONÓMICA DE LOS PRODUCTOS DE BANDA ANCHA DE TELEFÓNICA COMERCIALIZADOS EN EL SEGMENTO RESIDENCIAL

OFMIN/DTSA/007/18/PARÁMETROS ERT

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. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 3 de abril de 2019

Visto el expediente relativo a la revisión de parámetros del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica comercializados en el segmento residencial, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta resolución basada en los siguientes:

I ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- Aprobación de la metodología de análisis de los productos BAU emblemáticos de Telefónica comercializados en el segmento residencial

Con fecha 6 de marzo de 2018, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) adoptó la Resolución por la que se aprueba la metodología para la determinación del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica comercializados en el segmento residencial y se acuerda su notificación a la Comisión Europea y al organismo de reguladores europeos de comunicaciones electrónicas (en adelante, Resolución del ERT). Esta Resolución está vigente desde el 19 de marzo de 2018, día siguiente al de su publicación en el BOE.

La Resolución del ERT prevé la revisión semestral de los parámetros utilizados en dicho test de replicabilidad. Para acometer tal revisión, impone a Telefónica

la obligación de entregar con carácter periódico información actualizada de diversa índole, según las especificaciones recogidas en el Anexo IV de la Resolución.

SEGUNDO. - Información semestral

El día 31 de agosto de 2018 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de Telefónica a través del cual ponía en disposición de esta Comisión los datos correspondientes al requerimiento de información semestral al que se refiere el Anexo IV de la Resolución del ERT.

TERCERO. - Apertura del procedimiento y requerimiento de información a Telefónica

En cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 39/2015, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, la CNMC notificó el inicio del presente expediente de revisión de los parámetros a los operadores interesados a través de escrito de 7 de septiembre de 2018. A su vez, también se emitió un requerimiento de información adicional a Telefónica.

Mediante escritos de 2 y 3 de octubre de 2018, Telefónica aportó la información requerida por la CNMC en el acto de inicio del procedimiento.

CUARTO. - Requerimiento y reitero de solicitud de información adicional a Telefónica

Mediante escrito de la Directora de Telecomunicaciones y el Sector Audiovisual de 8 de octubre de 2018 se instó a Telefónica a completar la información aportada los días 2 y 3 de octubre de 2018. Telefónica aportó la información el pasado 18 de octubre de 2018.

QUINTO. - Requerimiento y reitero de solicitud de información adicional a Telefónica

Mediante un nuevo escrito de la Directora de Telecomunicaciones y el Sector Audiovisual de 30 de octubre de 2018, la CNMC instó a Telefónica a que completara la información aportada el día 18 de octubre de 2018. La respuesta de Telefónica tuvo entrada en el Registro de la CNMC el día 5 de noviembre de 2018.

SEXTO. - Escrito de Vodafone

En el marco del procedimiento de referencia, el 8 de noviembre de 2018 Vodafone España S.A.U. (Vodafone) presentó en el Registro de la CNMC un escrito con sus observaciones sobre el presente expediente.

SÉPTIMO. - Escrito de Telefónica

Con fecha 30 de noviembre de 2018, Telefónica aportó un escrito por el que notificaba el cese de la comercialización del canal *Movistar Moto GP* y solicitaba que no se considerara su coste en el cálculo del VAN actualizado que se realiza en el presente expediente.

OCTAVO.- Escrito de Masmóvil

El día 16 de diciembre de 2018 se recibió en el Registro de la CNMC un escrito de Masmóvil Ibercom, S.A. (en adelante, *Masmóvil*) en el que presentaba alegaciones en el presente expediente y, en este contexto, formulaba una serie de solicitudes.

NOVENO.- Trámite de audiencia

El día 20 de diciembre de 2018 se dio traslado del informe de audiencia de la Dirección de Telecomunicaciones y Sector Audiovisual (en adelante, DTSA) a los distintos interesados, con el fin de que presentaran las alegaciones que estimaran oportunas.

DÉCIMO.- Alegaciones de Telefónica al informe de audiencia

Con fecha 18 de enero de 2019 tuvo entrada en el registro de la CNMC el escrito de alegaciones de Telefónica al trámite de audiencia, que se complementaron mediante escrito de 22 de enero.

UNDÉCIMO.- Alegaciones de Orange al informe de audiencia

Las alegaciones de Orange se recibieron el día 22 de enero.

DUODÉCIMO.- Alegaciones de Vodafone al informe de audiencia

Con fecha 22 de enero tuvo entrada el escrito de alegaciones de Vodafone. Las alegaciones de Vodafone fueron complementadas mediante escritos de fechas 1, 13 y 25 de febrero.

DECIMOTERCERO.- Alegaciones de Masmóvil al informe de audiencia

El día 22 de enero se recibieron las alegaciones de Masmóvil al informe de audiencia. Masmóvil presentó un escrito con consideraciones adicionales el día 12 de febrero.

II FUNDAMENTOS JURÍDICOS PROCEDIMENTALES

II.1 HABILITACIÓN COMPETENCIAL

Con fecha 24 de febrero de 2016, el Pleno de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) adoptó la Resolución por la cual se aprueba la definición y análisis del mercado de acceso local al por mayor facilitado en una ubicación fija y los mercados de acceso de banda ancha al por mayor, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas, y se acuerda su notificación a la Comisión Europea y al Organismo de Reguladores Europeos de Comunicaciones Electrónicas (Resolución de los mercados de banda ancha). Esta Resolución está vigente desde el día siguiente a su publicación en el BOE, es decir, desde el 4 de marzo de 2016.

En dicha Resolución se imponen una serie de obligaciones a Telefónica, incluyendo la prohibición de realizar determinadas prácticas (tales como reducciones de precios contrarias a la regulación sectorial), la comunicación a la CNMC de los precios y condiciones aplicables a los servicios minoristas de banda ancha, comercializados tanto sobre la base de la red de cobre de Telefónica como sobre la base de la red de fibra óptica de Telefónica (NEBA local y NEBA fibra), y el establecimiento por la CNMC de un test de replicabilidad económica para evaluar la suficiencia de los precios de estos servicios.

Por otro lado, en dicha Resolución se mantuvo la obligación de Telefónica de ofrecer servicios mayoristas de banda ancha prestados sobre su red de cobre, que se concreta fundamentalmente en los servicios de acceso al bucle desagregado y NEBA cobre. La Resolución de los mercados de banda ancha también mantuvo el conjunto de obligaciones en materia de comunicación y replicabilidad económica que se impusieron en la revisión de mercados anterior, y que recaen sobre las ofertas minoristas provistas sobre la red de cobre de este operador.

Mediante Resolución de 6 de marzo de 2018, la Sala de Supervisión Regulatoria adoptó la Resolución del ERT, que establece los principios y criterios del mencionado test de replicabilidad económica vinculado a NEBA local y NEBA fibra. De acuerdo con esta última resolución, el análisis de replicabilidad que lleva a cabo la CNMC se concreta en el cálculo del VAN de los productos BAU calificados como emblemáticos. En lo que respecta a las ofertas prestadas sobre la red de cobre, la Resolución del ERT modifica y renueva la metodología hasta entonces existente, extendiendo a las ofertas de cobre la aplicación de determinados criterios empleados para analizar las ofertas de fibra.

La Resolución del ERT prevé la revisión periódica de los parámetros utilizados en el test, la actualización del listado de productos BAU emblemáticos (y de productos emblemáticos de cobre) y el recálculo de sus respectivos VAN.

Por consiguiente, esta Comisión resulta competente para proceder a la revisión de parámetros del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica comercializados en el segmento residencial.

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

III FUNDAMENTOS JURÍDICOS MATERIALES

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

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

Dada la rápida evolución de los mercados de comunicaciones electrónicas y de la acción comercial de Telefónica, la propia Resolución del ERT previó la necesidad de ser revisada de forma periódica. En el marco de las revisiones periódicas se actualizan los parámetros que se utilizan en la determinación del valor actual neto (VAN) de los productos BAU emblemáticos y de los productos emblemáticos de cobre en función de los datos más recientes disponibles y de los precios de NEBA local y NEBA fibra establecidos por Telefónica. Por esta razón se impuso a Telefónica la obligación periódica de remitir a la CNMC determinada información relativa a la evolución de las principales magnitudes utilizadas en el test.

En el presente expediente se utiliza la información suministrada a la CNMC a través de los requerimientos de información mensual y semestral que se recogen en el Anexo IV de la Resolución del ERT. La información utilizada para actualizar los parámetros se refiere fundamentalmente al periodo comprendido entre enero y junio del año 2018¹. Sobre la base de esta información, y según lo establecido en la Resolución del ERT, en el presente procedimiento:

¹ El uso de información pasada debe entenderse sin perjuicio del carácter prospectivo del cálculo del VAN. El carácter prospectivo de los parámetros utilizados se advierte, por ejemplo, en la determinación de los costes de red propia de un operador alternativo. En el cálculo del margen

- Se calcula el precio medio mayorista de los servicios NEBA local y NEBA fibra aplicado por Telefónica a los demandantes de acceso, según lo establecido en el apartado II.5 de la Resolución del ERT.
- Se actualiza el listado de productos BAU emblemáticos y de productos emblemáticos de cobre.
- Se actualizan los costes y consumos de los productos analizados, así como los restantes parámetros utilizados en el ERT. De manera particular, se determinará el importe promocional medio vigente en cada momento.
- Se calculan, conforme a los valores actualizados, los VAN correspondientes a los productos BAU emblemáticos.

En los siguientes apartados se procede a exponer cuáles han sido los elementos más relevantes de la actualización de parámetros efectuada.

III.2 SERVICIOS MAYORISTAS DE REFERENCIA

III.2.1 Evolución del número de líneas activas de NEBA local y NEBA fibra

El Anexo IV de la Resolución de la metodología del ERT impone a Telefónica la obligación de suministrar, con carácter mensual, información referida a los servicios mayoristas NEBA local y NEBA fibra, tanto regulado como comercial. Específicamente, Telefónica debe comunicar a la CNMC:

- El número de líneas de ambos servicios mayoristas, expresado en términos mensuales, a último día de mes y detallado en función del operador demandante de acceso.
- El volumen de ingresos mensuales correspondientes a los conceptos que figuran en las ofertas reguladas, detallado en función del operador demandante de acceso.

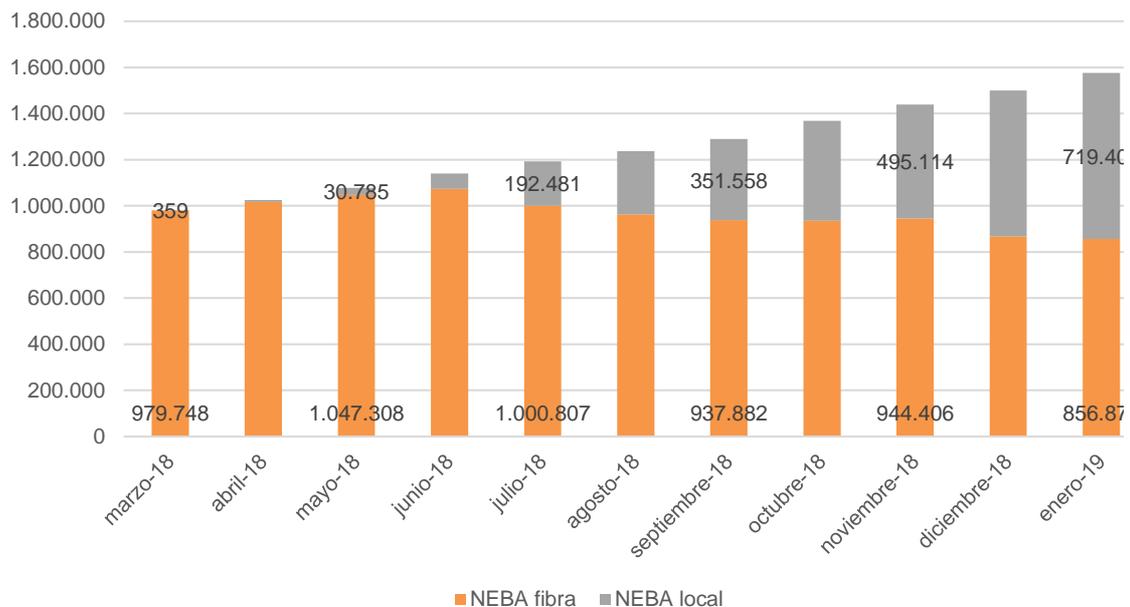
A partir de estos datos, la CNMC realiza un seguimiento de la adopción y demanda de los servicios mayoristas de fibra óptica desde que entró en vigor la metodología del ERT en marzo de 2018.

El uso por parte de los operadores alternativos de los servicios mayoristas de fibra óptica ha aumentado considerablemente en los últimos nueve meses. En marzo de 2018, los servicios de NEBA fibra y NEBA local sumaban, en sus modalidades comerciales y reguladas, algo más de 980.108 líneas activas; en

correspondiente al componente de televisión de pago, también se advierte el carácter prospectivo en el uso de los contratos vigentes para cuantificar el coste de canales de terceros.

enero de 2019, el último mes del que se dispone de información, esta cifra se situaba en 1.576.275, lo que supone un aumento porcentual de más de un 60%².

Gráfico 1. Evolución del número de líneas activas de NEBA fibra y local (marzo de 2018-enero de 2019)



Fuente: Respuestas de Telefónica al requerimiento de información mensual del ERT

Según los datos reportados por Telefónica, los servicios regulados y comerciales de NEBA fibra siguen aglutinando la mayor parte de las líneas mayoristas de fibra óptica, aunque la planta de este servicio ha comenzado a contraerse por el efecto sustitución que ejerce el NEBA local. Por su lado, el NEBA local ha experimentado un fuerte crecimiento desde su implantación en enero de 2018, especialmente en la segunda mitad del año, configurándose como un servicio mayorista de referencia ya en su primer año.

III.2.2 Cálculo del precio medio de los servicios NEBA local y NEBA fibra

La Resolución del ERT establece que “la variable correspondiente al precio mayorista de los servicios NEBA local y NEBA fibra que se utilizará en el ERT se

² Estas cifras globales se refieren a los servicios NEBA local y NEBA fibra, tanto en sus modalidades regulada como comercial. Telefónica sólo está obligada a ofrecer sus servicios mayoristas de acceso a su red de fibra óptica, en su modalidad regulada, en las áreas geográficas establecidas en la Resolución de mercados de banda ancha. No obstante, Telefónica provee el servicio mayorista de acceso a su red de fibra, en su modalidad comercial, en aquellas áreas en las que Telefónica no está obligada a ello y, en algunos casos, también en zonas donde sí existe la obligación regulatoria (esto es, donde también estarían disponibles los servicios NEBA local y/o NEBA fibra en sus modalidades reguladas).

determinará a partir del ingreso medio por línea y mes obtenido por Telefónica en el último semestre de referencia”. Para calcular este ingreso medio, los conceptos que se tomarán en consideración son la cuota mensual, de alta y de baja generados por todos los operadores demandantes de acceso.

De manera excepcional, y siguiendo las previsiones de la Resolución del ERT, el ingreso medio del servicio NEBA local utilizado en el presente procedimiento se refiere al periodo comprendido entre los meses de abril y junio de 2018. Ello se debe a que los nuevos precios de estos servicios mayoristas, notificados tras la aprobación de la Resolución del ERT, sólo estuvieron en vigor, dentro del periodo de referencia analizado³, en los meses de abril, mayo y junio.

Conforme a los datos disponibles por la CNMC, los precios mayoristas de referencia utilizados son los siguientes:

Tabla 1. Ingresos mayoristas estimados para 2019 a partir del servicio mayorista NEBA local, imputados a servicios minoristas de 100Mbps y 600Mbps

Ingresos correspondientes a la cuota mensual de acceso (A)	17,57
Ingresos por cuotas de alta y baja (B)	0,95 ⁴
Ingreso medio total (A + B)	18,52

En lo que se refiere al servicio NEBA fibra, cabe recordar que la Resolución del ERT establece que “a igualdad de precio de acceso mensual para ambos servicios, el ERT considerará que la replicabilidad de un producto BAU emblemático mediante NEBA local también asegura su replicabilidad a partir de NEBA. En opinión de esta Sala, la consistencia entre los costes de red adicionales en los que un operador alternativo debe incurrir para prestar su servicio a partir de NEBA local y el precio por capacidad asociado al servicio NEBA permite adoptar este criterio, que dota al ERT de mayor simplicidad práctica y certidumbre para los operadores”. Por ello, dado que actualmente los precios de acceso de ambos servicios son coincidentes, la única referencia mayorista a considerar en la presente revisión de parámetros es la del NEBA local.

³ En lo que respecta al análisis de los precios de NEBA local y NEBA fibra, el periodo de referencia es el comprendido entre enero y junio de 2018.

⁴ Este importe resulta de dividir los ingresos generados por altas sobre fibra vacante, altas sobre fibra ocupada y bajas acaecidas entre los meses de enero y junio de 2018 entre el total de líneas de NEBA local correspondientes al mismo periodo. En este periodo, hubo [CONFIDENCIAL] altas de par vacante (cuota de 68,17 €), [CONFIDENCIAL] altas de par ocupado (cuota de 21,75 €). Teniendo en cuenta, además, la cuota de baja de 19,27 €, se obtiene un ingreso medio mensual por estos conceptos de 0,95 €/mes.

III.3 SERVICIOS MINORISTAS DE REFERENCIA

La Resolución del ERT establece que, en el seno de los procedimientos de revisión de parámetros, el listado de productos BAU emblemáticos debe ser actualizado en aplicación de los criterios 1 y 3⁵. La Resolución también prevé, en términos similares, una actualización del listado de productos emblemáticos de cobre. En los siguientes apartados se procede a las actualizaciones referidas.

III.3.1 Productos BAU emblemáticos de acuerdo con el primer criterio

Según la Resolución del ERT, el conjunto de productos emblemáticos BAU quedará integrado por aquéllos que cuenten con mayor número de clientes, hasta alcanzar el 80% de los clientes de productos de banda ancha sobre fibra de Telefónica.

A la hora de cuantificar el número de clientes de cada producto, se ha atendido a los criterios establecidos en la Resolución del ERT. Se trata de los siguientes:

- Para cada producto BAU, se toma como referencia el número medio de clientes del último semestre de referencia. Por tanto, el número de clientes de cada producto BAU se corresponde con la media de clientes durante el primer semestre de 2018.
- Se cuantifican de manera agregada los clientes de aquellos productos, con similares características y mismo precio, si éstos se diferencian entre sí en que uno de ellos incorpora mayores prestaciones con respecto al otro (por ejemplo, productos similares en precio y prestaciones, pero con diferente velocidad)⁶.

La tabla siguiente muestra los productos BAU de Telefónica más contratados, hasta alcanzar el umbral del 80% de la planta de clientes de fibra de este operador. En cuanto a características de los productos (precio y/o prestaciones) la fecha de referencia es el 1 de septiembre de 2018⁷.

⁵ Los criterios para calificar un producto o empaquetamiento de banda ancha como “*producto BAU emblemático*” son los siguientes:

- Primer criterio: Productos más contratados de Telefónica, que alcancen conjuntamente el umbral del 80% de la planta de clientes.
- Segundo criterio: Productos que resulten de migrar de modo directo o indirecto a los clientes de productos emblemáticos existentes a otros de mayores prestaciones.
- Tercer criterio: Otros productos que por su representatividad o especial naturaleza puedan justificar su calificación como emblemáticos.

⁶ La cuantificación agregada de estos productos en el contexto de las actualizaciones semestrales del ERT ha de entenderse sin perjuicio la aplicación del segundo criterio a las migraciones indirectas.

⁷ Según la Resolución del ERT “[p]ara calcular estos VAN se tomarán como referencia las características comerciales y prestaciones de los productos BAU emblemáticos que se encuentren vigentes los días 1 de marzo y 1 de septiembre de cada año. Es decir, el catálogo

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 2. Productos BAU más contratados por los clientes de Telefónica

Denominación	Cuota mensual del producto básico (euros, IVA incluido)	Número de clientes	Porcentaje de clientes	Porcentaje acumulado de clientes
<i>Fusión +2 600Mb</i>	125	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión +1 100Mb</i>	80	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión +1 600Mb</i>	95	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión Base 100Mb⁸</i>	65	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión Base 600Mb⁹</i>	72	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión +4 600Mb</i>	175	[...]	[...]	[...]

III.3.2 Productos emblemáticos de acuerdo con el segundo criterio: migraciones posteriores al día 1 de septiembre

Siguiendo la regla general que establece la Resolución del ERT, en el presente procedimiento los precios y prestaciones de los productos BAU emblemáticos son los que estaban en vigor el día **1 de septiembre de 2018**¹⁰.

No obstante, para el análisis de los productos *Fusión Base 100Mb* y *Fusión Base 600Mb* se ha tenido en cuenta la modificación del catálogo que tuvo en octubre de 2018, consistente en la introducción del *Partidazo* y en la rebaja de 5 euros en la cuota mensual de la modalidad de 600Mb. Estos cambios fueron posteriores a la citada fecha 1 de septiembre. La consideración en el test de estas modificaciones en el catálogo se debe a que éstas se incardinan en lo que en la Resolución del ERT denomina “migraciones” y, por tanto, es de aplicación el segundo criterio y la CNMC debe analizar su replicabilidad.

comercial que se tendrá en cuenta será el que se esté efectivamente comercializando el último día con que cuenta Telefónica para notificar la información del requerimiento de información semestral que da lugar a la revisión semestral de parámetros”.

⁸ Denominado previamente *Fusión Series 100Mb*.

⁹ Denominado previamente *Fusión Series 600Mb*.

¹⁰ La Resolución del ERT señala que, para calcular los VAN en las resoluciones semestrales de parámetros “se tomarán como referencia las características comerciales y prestaciones de los productos BAU emblemáticos que se encuentren vigentes los días 1 de marzo y 1 de septiembre de cada año. Es decir, el catálogo comercial que se tendrá en cuenta será el que se esté efectivamente comercializando el último día con que cuenta Telefónica para notificar la información del requerimiento de información semestral que da lugar a la revisión semestral de parámetros”. Los cambios en precios o prestaciones de los productos BAU emblemáticos que se produzcan con posterioridad a las fechas indicadas serían considerados en el siguiente expediente de revisión semestral de parámetros.

Es decir, la Resolución del ERT establece que la CNMC debe calcular el VAN de los productos BAU emblemáticos cuando Telefónica notifica una medida consistente en la migración directa o indirecta de un producto emblemático¹¹, aplicando en este caso el criterio 2.

Los productos *Fusión Base* (entonces denominado *Fusión Series*) modificaron sus prestaciones en octubre de 2018. El producto *Fusión Base 600Mb* redujo su cuota mensual en 5 euros y pasó a incorporar el canal propio *Partidazo*. Al producto *Fusión Base 100Mb* también se le añadió el *Partidazo*. Como consecuencia de la notificación de esta medida la CNMC llevó a cabo un análisis de replicabilidad conforme al criterio 2. En el análisis realizado se utilizaron los parámetros vigentes en ese momento.

En la presente Resolución, el cálculo del VAN de los productos *Fusión Base 100Mb* y *Fusión Base 600Mb* parte de dicho análisis, pero considera los parámetros que ahora se actualizan¹². De esta manera, los cálculos ya realizados guardan coherencia con los que se efectúan en las revisiones de parámetros y se garantiza la seguridad jurídica a Telefónica y al resto de operadores.

III.3.3 Productos BAU emblemáticos de acuerdo con el tercer criterio

El producto *Fusión #0 100Mb* fue calificado como producto BAU emblemático en la Resolución del ERT mediante el criterio 3¹³. Los motivos que justificaron la inclusión de este producto fueron (i) la relevancia mediática del producto, orientado al segmento de clientes de bajo coste; (ii) el elevado número de altas que este producto representaba sobre el total de captaciones de Telefónica; (iii) la planta de clientes alcanzada en el corto espacio de tiempo transcurrido entre el lanzamiento del producto y la aprobación de la Resolución.

Los motivos anteriores siguen siendo válidos en la actualidad. En primer lugar, el producto *Fusión #0 100Mb* es el más representativo de Telefónica dirigido al

¹¹ Las migraciones directas son mejoras en el precio y/o prestaciones de los productos de banda ancha, que afectan a toda la base de clientes. Serían ejemplo, una reducción en la cuota mensual, inclusión de nuevos canales de TV de pago o aumentos de la franquicia de banda ancha móvil. Las migraciones indirectas consisten en la comercialización paralela de un nuevo producto similar a otro ya existente, pero con mejores prestaciones (como las citadas previamente). En las migraciones indirectas, el cliente del producto original tiene que contratar individualmente el producto de mejores prestaciones (no hay mejora automática).

¹² Según la Resolución del ERT, “[a] la hora de seleccionar los productos más contratados que engloban el 80% de los clientes se toman de manera agregada los productos con los mismos precios y características que sólo se diferencian en la incorporación de prestaciones adicionales (y que darían lugar a las migraciones indirectas). Una vez definido el catálogo de productos BAU emblemáticos para un determinado periodo de referencia, podría aplicar el segundo criterio, pero sólo cuando se vean afectados los productos de este catálogo”.

¹³ En ese momento ofrecía 50Mb de velocidad.

segmento de clientes de bajo coste. Las cifras de captaciones y de evolución de la planta, que se comentan a continuación, sustentan esta afirmación. Además, el atractivo de este producto ha sido potenciado gracias a la opción otorgada a sus clientes de contratar módulos de televisión de pago con canales *Premium*. Esta opción no estaba disponible en los primeros meses de comercialización del producto.

En segundo lugar, la representatividad del producto *Fusión #0 100Mb* dentro del total de captaciones de Telefónica no se ha reducido. De hecho, si en la Resolución del ERT este producto representaba el **[CONFIDENCIAL]** del total de captaciones clientes de fibra de Telefónica, durante el primer semestre de 2018 este porcentaje se elevó hasta el **[CONFIDENCIAL]**.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 3. Altas nuevas de clientes de empaquetamientos de banda ancha de Telefónica.

Mes	Altas <i>Fusión #0 100Mb</i>	Altas totales de clientes de fibra	Porcentaje
Enero-18	[...]	[...]	[...]
Febrero-18	[...]	[...]	[...]
Marzo-18	[...]	[...]	[...]
Abril-18	[...]	[...]	[...]
Mayo-18	[...]	[...]	[...]
Junio-18	[...]	[...]	[...]
Total	[...]	[...]	[...]

En tercer lugar, la planta de clientes ha crecido de manera significativa a lo largo de 2018. De hecho, en diciembre de 2018 este producto contaba con **[CONFIDENCIAL]**.

En consecuencia, por las mismas razones que fueron apuntadas en la Resolución del ERT, se estima conveniente mantener como producto emblemático –mediante el criterio 3– el producto *Fusión #0 100Mb*.

III.3.4 Productos emblemáticos de cobre

La tabla siguiente refleja el listado de productos emblemáticos de cobre, cuya determinación se ha realizado de manera similar a la expuesta en los apartados anteriores.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 4. Productos de cobre más contratados por los clientes de Telefónica

Denominación	Cuota mensual del producto básico (euros, IVA incluido)	Número de clientes	Porcentaje de clientes	Porcentaje acumulado de clientes
<i>Fusión+ 20Mb</i>	80	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión+ Series 20Mb</i>	65	[...]	[...]	[...]
<i>Dúo/Trío 20Mb</i>	55	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión+2 20Mb</i>	115	[...]	[...]	[...]

III.4 ACTUALIZACIÓN DEL RESTO DE PARÁMETROS CONSIDERADOS EN EL TEST DE REPLICABILIDAD.

III.4.1 Revisión del modelo de costes de red del componente de banda ancha

La Resolución del ERT describe en su Anexo III los costes de red a partir del servicio mayorista NEBA local. Las consideraciones allí realizadas continúan siendo válidas, si bien se han actualizado algunos aspectos. En particular, el modelo de costes de prestación del servicio NEBA ha sido actualizado en el marco del procedimiento de revisión del precio de la capacidad en PAI de NEBA¹⁴. También se ha tenido en cuenta, en los costes de entrega de señal, que en un porcentaje¹⁵ de las centrales cabecera se hace uso de la entrega de señal sobre ORLA de 10 Gb/s¹⁶. Ello lleva a nuevos costes de red propia de los operadores para la prestación del servicio minorista a partir del servicio mayorista NEBA local.

Entre otros cambios realizados en el modelo de costes (y descritos en el procedimiento de revisión del precio de la capacidad en PAI de NEBA), se han modificado el WACC (6,82%)¹⁷ y el tráfico medio en hora cargada consumido por cliente FTTH para el año 2019, que ahora es de 1.558 kb/s. El modelo BU-LRIC distribuye este tráfico medio entre las distintas velocidades que ofrece Telefónica

¹⁴Resolución, de 10 de enero de 2019, por la cual se aprueba la revisión del precio de la capacidad en PAI del servicio de banda ancha mayorista NEBA.

¹⁵ Teniendo en cuenta las centrales cabecera y la ubicación en 2018, este porcentaje se sitúa en el 56%.

¹⁶ Según la Resolución, de 5 de abril de 2018, sobre la modificación del servicio de entrega de señal de la OBA para introducir los circuitos tipo 10 Gigabit Ethernet y revisar la modalidad de fibra oscura.

¹⁷ Resolución de 18 de diciembre de 2018, relativa a la tasa anual de coste de capital a aplicar en el ejercicio 2018 a Telefónica de España, S.A.U., Telefónica Móviles España, S.A.U., Vodafone España, S.A.U. y Orange Espagne, S.A.U (WACC/DTSA/018/18/WACC 2018 OP INTEGRADOS).

a sus clientes. Por ejemplo, a las velocidades 100Mbps y 600Mbps se asignan unos tráficos de **[CONFIDENCIAL]** kb/s, respectivamente¹⁸.

En cuanto a los paquetes minoristas que incluyen servicio de IPTV, deben añadirse unos costes de red específicos debidos al tráfico generado por este servicio, principalmente por el mayor ancho de banda medio de los usuarios abonados a estos paquetes. Como se indicó en la Resolución del ERT, la referencia viene dada por los paquetes con servicios de IPTV que incluyen eventos deportivos de visión masiva (en particular, paquetes con fútbol), puesto que en la hora cargada un elevado número de usuarios está viendo dichos contenidos, lo que supone un mayor tráfico medio por usuario, para el que debe dimensionarse la red y calcularse la replicabilidad.

En este aspecto, se mantienen los datos indicados en la Resolución del ERT¹⁹, pero añadiendo la modalidad UHD/4k introducida por Telefónica para parte de sus canales²⁰, en particular los de eventos deportivos. El ancho de banda medio debe, por tanto, añadir ahora la contribución de los usuarios que, prospectivamente, visionarán canales UHD, y ello teniendo en cuenta el ancho de banda que necesitan estas retransmisiones. A partir de los datos aportados por Telefónica²¹ se considera un ancho de banda medio de un canal UHD de **[CONFIDENCIAL]**. Por otro lado, se estima que el porcentaje de los usuarios de IPTV en la hora cargada que hacen uso de UHD es del 10%²².

Por tanto, los tráficos medios en hora cargada consumido por cliente FTTH para las velocidades más contratadas por los clientes de Telefónica son los que figuran en la siguiente tabla.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 5. Tráficos medios por hora cargada (año 2019) en Kb/s

	BA sin IPTV		BA con IPTV	
	100Mbps/100Mbps	600Mbps/600Mbps	100Mbps/100Mbps	600Mbps/600Mbps
Tráfico medio	[...]	[...]	[...]	[...]

¹⁸ De ponderar los tráficos medios asignados a las distintas velocidades de Telefónica en función del número de usuarios de cada velocidad se obtiene la media global de 1.558 kb/s.

¹⁹ Ancho de banda de un canal HD de 6 Mb/s y factor de concurrencia del 50%.

²⁰ <https://www.telefonica.com/documents/23283/143659728/ndp-contenidos-altadefinicion.pdf>

²¹ Datos recabados en el requerimiento de información efectuado en el procedimiento OFE/DTSA/008/18.

²² Concretamente, se trata del porcentaje de los clientes que ven fútbol en 4k en la hora cargada del total que ve fútbol.

Como resultado, los costes de red propia serían los siguientes:

Tabla 6. Costes de red, en euros mensuales, estimados para 2019 a partir del servicio mayorista NEBA local, imputados a servicios minoristas de 100Mbps y 600Mbps (WACC de 6,82%)

Concepto	BA sin IPTV		BA con IPTV	
	100Mbps/100Mbps	600Mbps/600Mbps	100Mbps/100Mbps	600Mbps/600Mbps
<i>PAI-L</i>	0,06	0,08	0,21	0,21
<i>Entrega de señal</i>	0,59	0,80	2,16	2,16
<i>Red agregación</i>	1,35	1,54	2,75	2,75
<i>BRAS/RADIUS</i>	0,13	0,13	0,13	0,13
<i>Red IP</i>	1,76	2,18	1,76	2,18
<i>Acceso a internet</i>	0,85	1,17	0,85	1,17
<i>Hosting</i>	0,10	0,10	0,10	0,10
<i>Costes Comunes</i>	0,24	0,30	0,39	0,42
Costes totales	5,07	6,30	8,35	9,12

III.4.2 Coste promocional medio

Según establece la Resolución del ERT, el cálculo del VAN de cada producto BAU emblemático considerará el importe promocional medio disfrutado por los clientes de cada producto en los últimos 12 meses, tomando como referencia la información procedente de los requerimientos mensuales. Para calcular este importe promocional medio –expresado en términos de coste por cliente y mes– se considera el coste total de todas las promociones que Telefónica ha realizado sobre cada producto y las respectivas plantas medias de clientes.

De acuerdo con los datos correspondientes al periodo comprendido entre el 1 de julio de 2017 y el 30 de junio de 2018, los costes promocionales medios por cliente y mes de los **productos BAU emblemáticos** de Telefónica son los siguientes.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 7. Determinación del coste medio por cliente y mes de las promociones de Telefónica

Denominación	Coste promocional medio por cliente y mes
<i>Fusión +1 600Mb</i>	[...]
<i>Fusión +1 100Mb</i>	[...]
<i>Fusión +2 600Mb</i>	[...]
<i>Fusión Base 100Mb</i>	[...]
<i>Fusión Base 600Mb</i>	[...]
<i>Fusión +4 600Mb</i>	[...]
<i>Fusión #0 100Mb</i>	[...]

Por su parte, los costes promocionales medios de los **productos emblemáticos de cobre** son los siguientes.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 8. Determinación del coste medio por cliente y mes de las promociones de Telefónica

Denominación	Coste promocional medio por cliente y mes
<i>Fusión+1 20Mb</i>	[...]
<i>Fusión Base 20Mb</i>	[...]
<i>Dúo/Trío 20Mb</i>	[...]
<i>Fusión+2 20Mb</i>	[...]

III.4.3 Costes comerciales en el test de replicabilidad

III.4.3.1 Consideraciones preliminares.

La Resolución del ERT establece los principios generales para la determinación de los costes comerciales, que se expresan como un porcentaje sobre los ingresos minoristas. De manera resumida, son los siguientes:

1. El cálculo de los costes comerciales se realiza a partir de la contabilidad de costes regulatoria de Telefónica (en adelante, SCC).
2. El ERT sólo tiene en cuenta los costes de comercialización minorista correspondientes al segmento “*Gran Público*”.
3. El análisis de replicabilidad de los paquetes convergentes de Telefónica también tendrá en cuenta los costes comerciales imputables al componente de telefonía móvil, obtenidos a partir de la contabilidad de costes regulatoria de Telefónica Móviles.

4. El cálculo de costes comerciales se basa en los servicios minoristas de acceso telefónico, tráfico de voz fija, banda ancha y televisión de pago²³.
5. De entre los distintos centros de actividad del SCC de Telefónica, sólo se utilizan aquellos que se consideren relevantes a efectos del test de replicabilidad.

Además, tanto la Resolución de los mercados de banda ancha como la del ERT se refieren a la utilización de un *mark-up* para la recuperación de costes comunes.

Para poder llevar a cabo el cálculo de los costes comerciales conforme a los principios anteriores, la Resolución del ERT impone a Telefónica **la obligación de presentar, con la entrega de las contabilidades regulatorias** de Telefónica y de Telefónica Móviles correspondientes a cada año, **los costes de comercialización minorista imputados a cada uno de sus segmentos de clientes**, así como los **criterios de reparto** utilizados para realizar tal distinción. La obligación de suministro de esta información figura en el Anexo IV de la Resolución del ERT.

Según la Resolución del ERT, la publicación detallada de los centros de actividad considerados y de los criterios utilizados en el cálculo de los costes comerciales tendrá lugar una vez que Telefónica haya dado cumplimiento a su obligación de suministro de la información anterior.

*“En cuanto a lo que solicita Vodafone [publicación de los criterios para el cálculo de los costes comerciales y de los centros de actividad relevantes], esta Sala es consciente de la relevancia de los **criterios utilizados** para adaptar la información del SCC –en el que figura información completa de Telefónica y Telefónica Móviles– al ERT, que se centra en los productos de banda ancha dirigidos al segmento de gran público. Por ello, en el apartado IV.4.2 del Proyecto de Medida se exponen las líneas generales del tratamiento de los costes comerciales en el ERT. No obstante, debe apuntarse que las obligaciones de Telefónica relativas a la adaptación de su SCC al test de replicabilidad surtirán efectos una vez que sea aprobada la Resolución definitiva del presente procedimiento. **En tanto no se cierre este proceso de adaptación y depuración de la información disponible, los costes comerciales utilizados en el ERT pueden verse sujetos a cambios**”. [el subrayado es añadido]*

En el marco del presente procedimiento, la CNMC realizó tres requerimientos de información a Telefónica con el objeto de contar de manera completa con los costes de comercialización minorista imputados a cada uno de sus segmentos de clientes, tal y como dispone la Resolución del ERT, para poder llevar a cabo

²³ El SCC incluye los ingresos y costes del servicio de televisión de pago dentro del servicio de banda ancha. Estos ingresos y costes son también considerados en el test.

el test de replicabilidad²⁴. Una vez que se dispuso de la información necesaria, en el informe de audiencia se realizó por primera vez el cálculo de los costes comerciales según lo dispuesto en la Resolución del ERT.

En los apartados siguientes se exponen las líneas generales del cálculo realizado, cuyo detalle figura en el Anexo III del presente documento.

III.4.3.2 Centros de actividad relevantes

De acuerdo con la Resolución del ERT, el cálculo de los costes comerciales se basará únicamente en los centros de actividad relevantes. Por tanto, serán excluidos los centros de actividad que se correspondan con elementos cubiertos por los distintos servicios mayoristas o por los modelos de costes de red propia utilizados en el test²⁵. Los centros de actividad relevantes, además, se limitarán a los atribuibles directamente a los servicios minoristas que queden dentro del alcance del test de replicabilidad.

Los cálculos realizados en la presente actualización de parámetros utilizan los centros de actividad que se exponen a continuación.

²⁴ Requerimientos de información de días 7 de septiembre, y 8 y 30 de octubre, respondidos por Telefónica los días 3 y 18 de octubre y 5 de noviembre, respectivamente.

²⁵ No obstante, Telefónica debe aportar la información segmentada sobre todos los CAADS del SCC, de manera que se pueda verificar la consistencia y el carácter completo del desglose realizado.

Tabla 9. Centros de actividad de Telefónica de España y Telefónica Móviles relevantes en el marco del ERT

Telefónica de España		Telefónica Móviles	
Código	Denominación centro de actividad	Código	Denominación centro de actividad
9228111	Comercialización	92216	Insolvencias
9228112	Tramitación	92221	Marketing
9228113	Reclamaciones	92222	Ventas
9228114	Inteligencia comercial	92223	Nuevos servicios
9228121	Facturación	922251	Sistemas de facturación a cliente final
9228122	Gestión de Cobro	922253	Resto facturación y cobros
922813	Postventa	92226	Atención a clientes
9228151	Desarrollo y seguimiento de productos minoristas	92227	Relación con terceros operadores
9228152	Marketing y publicidad	92233	Comisiones - Alta
92281808	Tributos locales	92234	Comisiones - Fidelización y consumo
92281810	Insolvencias		
92281811	Financieros del circulante		
92281813	Otros costes comerciales		
92281816	Atención comercial		
92281820	Costes específicos de Sº IP-ISP		
92281827	Comisiones comerciales		
92281831	Retribución operadores por portabilidad		
92281834	Otros costes de Marketing y Publicidad		
92281835	Preasignación y portabilidad		

En caso de que Telefónica o Telefónica Móviles redefinieran los centros de actividad de sus respectivas contabilidades de costes o modificasen las imputaciones de costes a éstos, esta Comisión podrá reevaluar el listado de centros de actividad anterior en el marco de los expedientes de revisión de parámetros.

III.4.3.3 Imputación de ingresos y costes a los segmentos de clientes

En sus respuestas a los requerimientos de información efectuados por la CNMC, Telefónica ha aportado los **costes** de cada centro de actividad de Telefónica de España en función de:

- los servicios minoristas relevantes (acceso, tráfico, banda ancha²⁶ y alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad).

²⁶ Incluyendo televisión de pago.

- los segmentos de clientes minoristas (gran público, PYMES, gran empresa y resto de segmentos), distinguiendo asimismo entre los subsegmentos “*gran público empaquetado*” y “*gran público no empaquetado*”²⁷.

Asimismo, mediante su escrito de 5 de noviembre de 2018, Telefónica aportó los **ingresos** imputados a los segmentos anteriores (incluyendo la distinción sobre gran público empaquetado y no empaquetado) que no figuraban en sus escritos anteriores.

La información provista acerca de la contabilidad de Telefónica Móviles ha permitido el cálculo de los costes comerciales en el marco del presente procedimiento sin necesidad de formular requerimientos de información aclaratorios. Sin embargo, sólo se incluye información de determinados centros de actividad, lo que impide un adecuado contraste de la información remitida.

Con el objeto de clarificar los aspectos relacionados con la entrega de la información de la contabilidad segmentada, garantizando así la transparencia y la seguridad jurídica, en el Anexo IV del presente documento se expone qué información debe presentar Telefónica junto con la entrega de las contabilidades de costes de Telefónica de España y Telefónica Móviles (es decir, los días 31 de julio de cada año).

III.4.3.4 Otros ajustes realizados

A partir de la información anterior, se han realizado unos ajustes complementarios con el propósito de alinear el cálculo realizado con los principios generales del ERT.

Por un lado, se han excluido los costes correspondientes tanto al inmovilizado inmaterial como material²⁸. En opinión de la DTSA, la adopción de este criterio resulta consistente con las previsiones establecidas en la Resolución de los mercados de banda ancha a propósito de la consideración de los costes minoristas. No se excluyen, por el contrario, los costes en base a actividades relativas a sistemas y servicios generales, que se identifican con el *mark-up* para la recuperación de los costes comunes al que se refiere la Resolución de los mercados de banda ancha y la del ERT.

Por el otro, tampoco se han tenido en cuenta los costes comerciales relacionados con la subvención del terminal móvil. Ello no significa que las prácticas consistentes en la subvención total o parcial del terminal móvil queden fuera del alcance del test de replicabilidad cuando éstas están vinculadas a

²⁷ [CONFIDENCIAL].

²⁸ El importe correspondiente al inmovilizado material e inmaterial se obtiene, para cada centro de actividad, calculando la ratio global entre los importes globales de cada centro de actividad y los importes globales correspondientes a estos conceptos para dichos centros de actividad.

empaquetamientos de banda ancha o a líneas móviles incluidas en este tipo de empaquetamientos²⁹. En estos casos, Telefónica está obligada a notificar la medida –normalmente, en forma de promoción– conforme a lo dispuesto en el Anexo IV de la Resolución del ERT. El test de replicabilidad tendría en cuenta el coste imputable a la subvención, que formaría parte del cálculo del VAN de los productos BAU emblemáticos y de los productos emblemáticos de cobre.

III.4.3.5 Costes comerciales

De las operaciones descritas en los apartados anteriores, a partir de las contabilidades regulatorias de Telefónica y Telefónica Móviles del año 2017 y de la información solicitada a Telefónica, se obtiene una magnitud de costes comerciales, expresada como porcentaje de los ingresos generados por cada producto, del **[CONFIDENCIAL]**.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 10. Ingresos y costes considerados para determinar el porcentaje de costes minoristas

	Fija	Móvil ³⁰	Total
Ingresos	[...]	[...]	[...]
Costes	[...]	[...]	[...]
Porcentaje de costes comerciales resultante	[...]	[...]	[...]

III.4.4 Valoración del componente de telefonía fija

Como se expuso en la Resolución del ERT, los costes que derivan del modelo BU-LRIC se han calculado asumiendo la prestación del servicio de telefonía fija mediante VoIP. A partir de este modelo es posible valorar el coste de aquellos elementos necesarios para la prestación del servicio de acceso que no están cubiertos por los servicios NEBA local y NEBA fibra.

En lo que respecta al servicio de tráfico telefónico, hay que realizar una doble distinción:

- El coste de la originación del tráfico fijo. A partir de los datos de tráfico de voz y del número de líneas, y asumiendo un códec³¹, se calcula el tráfico

²⁹ La vinculación no tiene por qué ser exclusiva para los empaquetamientos de banda ancha. Basta con que un cliente de un empaquetamiento de banda ancha de Telefónica puede tener acceso a un terminal móvil subvencionado.

³⁰ Se ha procedido a realizar un ligero ajuste a los costes correspondientes a Telefónica Móviles a partir de la información remitida por Telefónica en su respuesta al requerimiento de información.

³¹ G.711 con 10 ms, según los parámetros del modelo BU-LRIC.

por usuario en hora punta (1,87 kb/s). Pero dado que no hay coste de capacidad en NEBA local, y que la contribución de este tráfico a otros costes (PAI-L, entrega de señal) es prácticamente cero, la contribución de este concepto al coste de red es cero.

- El coste de terminar las llamadas en terceros operadores. Éste se calcula a partir de los tráficos de telefonía fija de las tarifas de voz incluidas en los paquetes BAU emblemáticos y de los precios de terminación (fija, móvil e internacional) vigentes en cada momento.

Según lo dispuesto en los párrafos previos, en el presente procedimiento se han recalculado los márgenes correspondientes a la telefonía fija a partir de los tráficos de las tarifas planas incluidas en los paquetes de banda ancha aportados.

III.4.5 Costes del componente de telefonía móvil

La valoración de los costes correspondientes al componente móvil se realiza tomando como referencia los contratos suscritos por Telefónica con los OMV completos a los que este operador preste el servicio mayorista de acceso y originación móvil³². En concreto, se utilizará el precio medio cargado por Telefónica a estos operadores, diferenciando entre tráficos de voz móvil, servicios de mensajería corta y banda ancha móvil. A la hora de determinar esta magnitud, se excluyen los OMV propiedad de Telefónica (actualmente, sólo es el caso de Tuenti).

En la actualidad, los OMV con acuerdos mayoristas vigentes con Telefónica para la originación y el acceso móvil son **[CONFIDENCIAL]** y el resultado del cálculo descrito en la sección anterior arroja un coste de **[CONFIDENCIAL]** céntimos por minuto de tráfico de voz, **[CONFIDENCIAL]** céntimos por SMS y **[CONFIDENCIAL]** euros por gigabyte. Como resultado de la estimación de las alegaciones planteadas por Telefónica al respecto (véase apartado III.5.4), los ingresos asociados al acuerdo de itinerancia nacional suscrito entre Yoigo y Telefónica no se tienen en cuenta en este cálculo³³. El contrato de Pepephone

³² En todo caso, la CNMC adoptará las necesarias cautelas para evitar la instrumentalización estratégica de los acuerdos que pudiera negociar Telefónica con determinados OMV con el fin de influir en el resultado del test de replicabilidad. Para valorar esta circunstancia se atenderá a elementos como el número de OMV completos de Telefónica, la estructura de precios de los contratos en vigor, o la diferencia entre los precios mayoristas ofrecidos por Telefónica a sus OMV completos con respecto a la media del mercado.

³³ Aunque el test de replicabilidad no utilice los contratos de *Yoigo* y *Pepephone*, Telefónica deberá informar de los ingresos y costes asociados a estos contratos con el propósito de poder contrastar adecuadamente el total de ingresos generados por el servicio mayorista de acceso y originación en la red de telefonía móvil de Telefónica.

tampoco es tomado como referencia para el cálculo del margen móvil, pues no se corresponde con el de un OMV completo³⁴.

Para reflejar correctamente el coste incurrido por el operador hipotético, han de sumarse a los precios anteriores, además, los precios medios de los servicios mayoristas de terminación utilizados en la prestación del servicio al usuario final. En coherencia con el carácter prospectivo de la metodología del ERT, se han empleado los precios de terminación móvil vigentes durante el primer semestre de 2019, establecidos en 0,67 céntimos de euro por minuto. Para el resto de valores utilizados en el cálculo (terminación internacional, terminación SMS, ingresos por llamadas y mensajes no franquiciados, etc.) se ha utilizado información correspondiente al *III Informe Trimestral 2018* de la CNMC.

El cálculo del VAN que se lleva a cabo en el presente procedimiento aplica los valores anteriores a los tráficos de voz y banda ancha móvil provistos por Telefónica, obteniéndose de esta forma los márgenes correspondientes a las distintas modalidades del componente móvil incluido en las tarifas convergentes de Telefónica.

III.4.6 Costes del componente de televisión de pago

III.4.6.1 Costes de los canales y contenidos incluidos en el componente de televisión de pago de Telefónica

Los costes de los canales y contenidos audiovisuales se han valorado de acuerdo a la Resolución del ERT.

En primer lugar, los canales sujetos a la oferta mayorista de Telefónica³⁵ se valoran a partir de los CPA mayoristas correspondientes a cada uno de ellos³⁶. Los canales propios *Premium* cuyo coste se ha considerado en el cálculo de los VAN son los que integraban la oferta de Telefónica a fecha 1 de septiembre de 2018³⁷. De igual manera, la incorporación de canales propios *Premium* a determinados empaquetamientos de banda ancha que han tenido lugar con posterioridad al 1 de septiembre no se aborda en la presente revisión de parámetros³⁸.

³⁴ Telefónica ha informado de manera agregada la información correspondiente a los contratos de Yoigo y Pepephone, por lo que no fue posible diferenciar los precios efectivos vinculados a cada contrato.

³⁵ Véase el expediente C/0612/14/Telefónica/DTS, sobre la operación de concentración Telefónica/DTS.

³⁶ En este contexto, el CPA es el precio nominal mensual por abonado relativo a los canales *Premium* de la oferta mayorista de Telefónica.

³⁷ *Moto GP, Fórmula 1, Series, Estrenos, Partidazo y Liga de Campeones.*

³⁸ Tal es el caso de la incorporación del *Partidazo* a los paquetes *Fusión Base (Fusión Series)*.

En segundo lugar, la valoración de los canales propios de Telefónica no sujetos a la oferta mayorista (esto es, canales propios no Premium)³⁹ y de la plataforma YOMVI se basa en los costes devengados en el periodo de referencia inmediatamente anterior. Si bien el ERT adopta un enfoque prospectivo a la hora de valorar el componente audiovisual de los empaquetamientos de banda ancha de Telefónica que incluyen televisión de pago, se optó por utilizar los costes devengados como proxy⁴⁰.

No obstante, Telefónica está obligada a informar a la CNMC del coste de los contenidos de producción propia que se emitirán en los 12 meses siguientes. En caso de que se prevean incrementos interanuales de gran relevancia en el coste de los canales de producción propia, la Resolución del ERT prevé la posibilidad de ajustar o modificar el coste aproximado a partir del criterio de devengo.

Según lo expuesto en los párrafos precedentes, el cálculo de los costes audiovisuales de los canales lineales propios de Telefónica y de la plataforma YOMVI desarrollado en el presente expediente se ha realizado a partir del coste de estos canales devengado por Telefónica durante el primer semestre de 2018. Así, el coste por usuario atribuido a los canales propios no *Premium* es el resultado de dividir el coste de adquisición de los contenidos (los costes de producción menos los ingresos de publicidad y la venta de derechos internacionales), entre el número medio de abonados de cada canal durante el primer semestre de 2018.

Finalmente, el coste de los canales adquiridos a terceros (el más relevante de ellos sería *BeIN Sports LaLiga*) se determinará en función de los precios pagados por Telefónica para disfrutar de la licencia de emisión de los mismos. En el caso de estos canales, Telefónica conoce con antelación el coste por cada uno de los canales de terceros, pues éste queda determinado en el contrato suscrito con los distribuidores o productores de los canales. Para este tipo de canales no resulta conveniente utilizar costes devengados, por lo que el ERT debe mantener los presupuestados según el contenido de los contratos suscritos. Así, el cálculo de VAN que se realiza en este procedimiento toma en consideración los importes por las licencias de emisión correspondientes al año 2019, así como el número medio de abonados a cada canal.

³⁹ Actualmente, estos canales son *Movistar Drama, Comedia, Acción, Cine Español, Cine Doc&Roll, Disney, Canal #0, Deportes, Caza y Pesca, Toros, Seriesmania, E-sports, Vamos y Golf*.

⁴⁰ Los contratos por los que se adquieren contenidos de terceros (como series y películas) presentan mayor complejidad y variabilidad que en el caso de los contratos para la emisión de canales adquiridos a terceros. La asignación de los contenidos a cada uno de los canales propios de Telefónica es incierta ya que depende de factores como el atractivo comercial de los contenidos adquiridos o la audiencia del resto de canales. La alta variabilidad que se observa dificulta determinar *ex ante* el coste de estos contenidos, por lo que se ha optado por utilizar como proxy la información correspondiente al periodo más reciente sobre el que se cuente con información real.

III.4.6.2 Costes de red correspondientes al componente de televisión de pago

La Resolución del ERT describe la manera de cuantificar el coste de los elementos de red específicamente asociados a la prestación del servicio de televisión de pago, tales como mantenimiento y activación del servicio, nodos TV y transporte, o coste de instalación minorista de IPTV⁴¹. Para determinar estos costes, se ha recurrido a la información procedente de la contabilidad regulatoria del año 2017. Los costes de red por abonado obtenidos ascienden a **[CONFIDENCIAL]** en el caso de servicios IPTV y de **[CONFIDENCIAL]** para servicios OTT.

III.4.7 Tasa de descuento para el cálculo del VAN

Los cálculos realizados en el marco del presente procedimiento toman como valor del WACC de Telefónica el aprobado por la Resolución de 18 de diciembre de 2018⁴², cuyo valor es del 6,82%, que es el actualmente vigente.

III.5 CUESTIONES PLANTEADAS POR LOS INTERESADOS EN EL SENO DEL EXPEDIENTE.

III.5.1 Identificación de los productos BAU emblemáticos

III.5.1.1 Alegaciones de los operadores

Productos emblemáticos calificados bajo el primer criterio

En su escrito de alegaciones al informe de audiencia, Telefónica cita el siguiente párrafo de la Resolución de los mercados de banda ancha:

“Los servicios BAU emblemáticos comprenden los servicios BAU que (i) se comercializaban de forma empaquetada con al menos un servicio de comunicaciones móviles o un servicio de televisión de pago, (ii) representaban individualmente más de un umbral mínimo, expresado como un porcentaje sobre el total de conexiones BAU del operador con PSM y (iii) sean tomados en consideración en el expediente relativo a la revisión de los precios del servicio NEBA local.”

Basándose en el contenido del párrafo anterior, Telefónica viene a concluir que los paquetes Dúo quedan fuera de la definición de posible producto BAU emblemático –si se dieran las circunstancias para ello–, pues “no incluyen ni

⁴¹ Elementos como el PAI-L, la entrega de señal, la red MAN ethernet y la red IP forman parte del cálculo de los costes de red derivado del modelo BU-LRIC cuya actualización se expone en el apartado III.4.1. de este documento.

⁴² Resolución de 18 de diciembre de 2018, relativa a la tasa anual de coste de capital a aplicar en el ejercicio 2018 a Telefónica de España, S.A.U., Telefónica Móviles España, S.A.U., Vodafone España, S.A.U. y Orange Espagne, S.A.U (WACC/D TSA/018/18/WACC 2018 OP INTEGRADOS).

comunicaciones móviles ni televisión de pago". Arguye Telefónica que, dado que los productos Dúo no son potenciales productos BAU emblemáticos, su planta de clientes debería ser excluida de la base de clientes utilizada a la hora de determinar qué productos alcanzan el umbral del 80% de la planta de clientes. Como consecuencia de esto último, el producto *Fusión+4 600Mb* debe perder la condición de producto BAU emblemático en la presente revisión de parámetros.

Además, considera Telefónica que los productos *Trío 20Mb* no deben ser considerados dentro del conjunto de productos emblemáticos de cobre, pues no tienen la representatividad suficiente.

Al margen de lo anterior, Telefónica señala que en la tabla de productos BAU más contratados por los clientes el producto *Fusión Base 600Mb* aparece referenciado con una cuota mensual de 72 euros. Dado que hasta el día 21 de octubre de 2018 el producto no fue lanzado al mercado –es decir, con posterioridad a la fecha de referencia de 1 de septiembre que marca la Resolución del ERT–, se debería tomar como precio 77 euros mensuales, esto es, el vigente a 1 de septiembre.

Calificación de productos emblemáticos conforme al tercer criterio

Vodafone y Masmóvil destacan la importancia comercial y el carácter disruptivo de los productos que Telefónica comercializa bajo su marca O2. En los escritos remitidos a esta Comisión en el marco del presente expediente solicitan que el producto de O2 comercializado fuera de la zona BAU (en adelante, *O2-Zona No BAU*) sea calificado como emblemático conforme al criterio 3.

Vodafone considera que el producto *O2-Zona No BAU* reúne las características para ser considerado disruptivo y declarado emblemático de acuerdo al tercer criterio, especialmente tras la reducción de su cuota mensual de 58 a 50 euros acaecida en febrero de 2019. Según Vodafone, Telefónica ha convertido el producto *O2-Zona No BAU* “en el producto estrella del segmento de bajo coste” con unas prestaciones mejores y un precio menor que las ofertas comercializadas por operadores alternativos en el segmento de bajo coste.

En segundo lugar, argumenta que el producto *O2-Zona No BAU* “es el nuevo *Fusión para el segmento bajo coste*”. Citando como ejemplos la creación de la nueva marca desvinculada de Telefónica, la contratación de un equipo técnico nuevo, una campaña publicitaria específica, el uso de nuevos puntos de venta y técnicas de comercialización y la diferenciación del servicio de atención al cliente, Vodafone pronostica que el lanzamiento de la línea de productos O2 tendrá un impacto de magnitud similar al lanzamiento de los productos *Fusión* en 2012. Además, señala que la Resolución del ERT enumera varios ejemplos de productos potencialmente disruptivos, como las ofertas *stand alone* u ofertas empaquetadas que incluyen servicios novedosos, y considera que la línea de productos O2 coincide con esta descripción.

Finalmente, muestra su desacuerdo con el criterio tomado por la DTSA en el informe de audiencia, que descarta la consideración como producto BAU emblemático del producto *O2-Zona No BAU* amparándose en su reducido impacto en el mercado. Vodafone opina que el rendimiento de un producto, en términos de captación de clientes, durante sus primeros meses de comercialización no debería ser determinante para su inclusión en la lista de productos emblemáticos conforme al tercer criterio. Además, considera que comparar las cifras de altas de este producto con las del resto de catálogo de Telefónica podría llevar a conclusiones erróneas sobre su impacto, por lo que se debe tomar como referencia el subconjunto de altas nuevas de clientes ubicados en la zona no BAU que hayan contratado productos con banda ancha fija de 100Mb sin contenidos audiovisuales. Vodafone propone a la CNMC, a modo de solución, que requiera a Telefónica información adicional relativo al coste que ha conllevado el lanzamiento de la marca *O2* y a las altas nuevas de productos de banda ancha fija sin contenidos audiovisuales que se han efectuado fuera de la zona BAU.

Los argumentos aportados por MásMóvil reproducen, en gran medida, los de Vodafone, aunque también los aplica a los empaquetamientos convergentes con banda ancha fija de 50Mb y franquicias de banda ancha móvil de 4, 11 y 20GB que comercializa Telefónica bajo su marca *Tuenti*, por considerarlos una oferta “*disruptiva y novedosa*”⁴³. Para MásMóvil, la reacción de otros operadores en lanzar ofertas minoristas dirigidas al segmento de bajo coste y la evolución del precio de las acciones de MásMóvil, que habría descendido notablemente tras el anuncio del lanzamiento de *O2*, permiten constatar el carácter novedoso y disruptivo del producto *O2-Zona No BAU*. Además, MásMóvil cita las declaraciones de directivos de Telefónica sobre el número de portabilidades que habría tenido *O2* en los últimos meses.

Por otro lado, al igual que hizo en sus alegaciones al trámite de audiencia del expediente OFMIN/DTSA/005/18, Vodafone afirma que el esquema de compensación a los clientes ubicados en la zona no BAU (que actualmente pagan un precio mayor al de los clientes ubicados en la zona BAU) se articula como una discriminación abusiva en términos de precios. Además, alega que Telefónica habría incumplido sus obligaciones de comunicación de promoción al anunciar esta compensación en los medios de comunicación y su página web. Para Vodafone resulta “*imprescindible que la CNMC no permita la elusión fraudulenta de las obligaciones regulatorias de replicabilidad económica y aplique el ERT sobre el precio efectivo, anunciado como “justo” por Telefónica (precio de 45 euros al mes)*”. Abundando en esta cuestión, MásMóvil afirma que

⁴³ MásMóvil también alude a la “discriminación geográfica”. En el caso de esta marca comercial, la segmentación geográfica entre zona BAU y zona no BAU no conlleva una diferenciación de precios, pero sí de disponibilidad de los empaquetamientos convergentes más atractivos. Por ejemplo, el empaquetamiento de banda ancha fija con 50Mb y franquicia de banda ancha móvil de 20GB únicamente se comercializa en zona BAU, mientras la variante con franquicia de 4GB en todo el territorio español.

los productos de *O2* y *Tuenti*, si se declarasen emblemáticos, no superarían el test de replicabilidad. En lo que respecta al producto *O2-Zona No BAU*, MásMóvil solicita que el análisis de replicabilidad se realice teniendo en cuenta la compensación a los clientes ubicados fuera de la zona BAU y tomando como precio efectivo el de 45 euros por mes.

Telefónica se refiere a las solicitudes de Vodafone y MásMóvil en su escrito de alegaciones y argumenta que el producto *O2-Zona No BAU* no se califique como emblemático bajo el tercer criterio. En opinión de este operador, la calificación de un producto como emblemático únicamente procede cuando el producto tiene un carácter innovador, una importante campaña comercial y se constata su carácter disruptivo sobre la demanda minorista mediante el análisis de altas y plantas de clientes. Concluye que los productos de O2 no difieren en sus prestaciones y precios de las ofertas minoristas que dirigen sus competidores al segmento de bajo coste.

Por otro lado, Telefónica expresa su disconformidad con que el producto *Fusión #0 100Mb* tenga la calificación de emblemático. Según expone, el número de altas de este producto no es lo suficientemente representativo en el mercado, y el foco comercial de este operador no se centra en este producto.

III.5.1.2 Respuesta de la CNMC

Telefónica alude de manera sesgada e incompleta al concepto de “*producto BAU emblemático*” que figura en la Resolución de los mercados de banda ancha, que no se limita a empaquetamientos convergentes que incluyan comunicaciones móviles y/p el servicio de televisión de pago. De hecho, de manera expresa se menciona la posibilidad de que otro tipo de productos (como los de tipo *stand-alone* o nuevas formas de empaquetamiento) sean calificados como emblemáticos. La exclusión de paquetes tipo Dúo carece de fundamento. Por otro lado, la consideración de los paquetes Trío se incardina en la definición amplia de producto minorista (incluyendo las combinaciones resultantes de añadir a un paquete de banda ancha el componente de televisión de pago) que se establece en la Resolución del ERT.

En relación a al producto *Fusión Base*, esta cuestión ha sido aclarada en el apartado III.3.2 de la presente Resolución. Los motivos que justifican por qué el producto *Fusión #0 100Mb* debe ser considerado emblemático son expuestos en el apartado III.3.3.

En cuanto a la calificación como producto BAU emblemático del producto *O2-Zona No BAU*, esta Sala no comparte la postura de Vodafone y Masmóvil. Según la Resolución del ERT, la calificación de un producto como emblemático basándose en el tercer criterio tiene un carácter excepcional. La valoración del carácter disruptivo de un producto se realiza caso a caso, respetando así la naturaleza excepcional de la aplicación del criterio. Para ello se tendrán en cuenta elementos de valoración tales como “*la inversión publicitaria asociada al producto, el segmento de clientes al que se dirige o el número de altas en el*

producto con respecto al total de captaciones de Telefónica". A continuación, se exponen las razones por las que este Sala concluye que el producto *O2-Zona No BAU* no cumple con las condiciones necesarias para ser considerado como emblemático mediante el tercer criterio.

En primer lugar, a pesar de que el producto *O2-Zona No BAU* presenta unas características que lo sitúan entre los productos más atractivos del segmento de bajo coste de ofertas de banda ancha fija, sobre todo tras la reducción del precio en 8 euros que comunicó Telefónica en enero de 2019, por el momento esto no se ha traducido en un impacto notable en el mercado minorista. En términos de captación de clientes, el rendimiento del producto *O2-Zona No BAU* no ha sido consistente con el criterio tercero de la definición de producto que expone la Resolución del ERT: a finales de 31 de enero de 2019, es decir, cuatro meses después de que se diera el lanzamiento oficial de la marca *O2*, el producto cuenta con **[CONFIDENCIAL]** clientes y solo habría sumado **[CONFIDENCIAL]** altas nuevas⁴⁴ (ver gráfico 2). De hecho, los datos anteriores muestran que del **[CONFIDENCIAL]**⁴⁵.

Gráfico 2. Evolución de las plantas de los productos *O2-Zona BAU* y *O2-Zona No BAU*

[CONFIDENCIAL]

Fuente: Respuestas de Telefónica al requerimiento mensual del ERT

Respecto a las críticas de Vodafone al análisis de plantas y altas realizada por la DTSA en el informe de audiencia, esta Sala considera que la información recabada en las respuestas de Telefónica a los requerimientos periódicos impuestos en la Resolución del ERT y los requerimientos específicos sobre la línea de productos *O2* es suficientemente detallada, especialmente a la vista de las magnitudes anteriores. Por consiguiente, realizar los requerimientos adicionales que solicita Vodafone no resulta proporcional.

En segundo lugar, que un determinado producto sea objeto de una campaña publicitaria ambiciosa, por sí solo, no es indicativo de que una oferta minorista incida en el funcionamiento del mercado minorista. Como se ha expuesto previamente, la inversión publicitaria es uno de los elementos que se tienen en

⁴⁴ Por "altas nuevas" se entienden aquéllas provenientes de otros operadores y nuevas líneas. Los clientes de Telefónica que pasan a contratar los productos de *O2* se consideran "migraciones", y su impacto se refleja en la variación intermensual de la planta de clientes.

⁴⁵ La variación de la planta de un producto entre dos períodos es igual a la suma de altas nuevas, de migraciones internas de clientes entre productos comercializados del mismo operador y, con signo negativo, el número de clientes dados de baja. En el porcentaje anterior, se ha supuesto que las bajas son nulas para representar el caso más conservador. Para cualquier número de bajas superior a cero, el peso relativo de clientes provenientes de otros productos de Telefónica en el aumento de la planta es mayor.

cuenta en el contexto de valoración del carácter disruptivo de un producto, pero esta circunstancia no debe llevar a concluir que todo producto de Telefónica con una inversión publicitaria relevante debe ser calificado como emblemático.

Las razones apuntadas en los párrafos precedentes –en particular, las relativas al moderado impacto comercial del producto– permiten concluir que no resulta procedente la calificación del producto *O2-Zona No BAU* como emblemático bajo el tercer criterio. Por tanto, este producto no está sujeto al test de replicabilidad. En todo caso, cabe recordar que la CNMC sigue de cerca la evolución del mercado de banda ancha, por lo que si la información sobre crecimiento de plantas y nuevas captaciones condujera a concluir que el producto *O2-Zona No BAU* ha adquirido la suficiente representatividad en el mercado como para merecer la calificación de producto BAU emblemático, esta cuestión sería abordada en el marco del procedimiento correspondiente.

De igual manera, tampoco procede la calificación como producto BAU emblemático de ninguno de los empaquetamientos convergentes comercializados bajo la marca *Tuenti* que solicita Masmóvil. En lo que se refiere a su rendimiento en términos de captación de clientes, en junio de 2018 la planta total de los tres productos de *Tuenti* citados por Masmóvil fue de [CONFIDENCIAL], en enero de 2019, esta cifra aún se situaba [CONFIDENCIAL].

Por último, el contenido de las alegaciones de Vodafone y Masmóvil sobre la compensación a los clientes ubicados fuera de la zona BAU y su tratamiento en el marco del ERT será abordado en la Resolución que resuelva la denuncia de Vodafone contra Telefónica, relativa a los productos O2⁴⁶, por lo que no se volverán a reiterar en el presente procedimiento.

III.5.2 Criterios para el cálculo de los costes comerciales

III.5.2.1 Alegaciones de los operadores

Para Telefónica, la información ofrecida en el informe de audiencia es insuficiente para poder conocer qué ajustes se han realizado y cómo afectan dichos ajustes al importe reseñado en las partidas. Ello genera una situación de “inseguridad jurídica” y la imposibilidad de predecir la evolución de un parámetro totalmente determinante para la replicabilidad o irreplicabilidad de los productos que actualmente se están comercializando.

Telefónica afirma que se ha producido un “*cambio en el método de cálculo de los costes comerciales*”. En su opinión, las revisiones periódicas previstas en el ERT deben limitarse a actualizar los parámetros utilizados en el test de replicabilidad en función de la información aportada en los distintos requerimientos que debe satisfacer. Según Telefónica, la posibilidad de abordar

⁴⁶ Expediente de referencia OFMIN/DTSA/005/18.

el cálculo de los costes comerciales “no queda recogida en el apartado de la Resolución del ERT en que se detalla el posible contenido de las revisiones de parámetros”.

Continúa Telefónica señalando que todas las cuestiones relativas al cálculo de los costes comerciales debieron ser fijadas en la Resolución del ERT y recuerda que en dicha Resolución se obtuvo un porcentaje de costes comerciales del **[CONFIDENCIAL]**, que contrasta con el **[CONFIDENCIAL]** que figura en el informe de audiencia. La diferencia del **[CONFIDENCIAL]** entre ambas magnitudes supone, para Telefónica, una “manifiesta arbitrariedad”, puesto que el ERT “carece de criterios objetivos y detallados que determinen con carácter reglado cómo debe realizarse el cálculo”. Telefónica ilustra su argumentación señalando que el producto “Fusión+1 100Mb”, que en el primer semestre de 2018 tenía un VAN positivo de 132,21 euros, pasó a tener en el informe de audiencia un VAN negativo de -2,38 euros, a pesar de que no se modificó el precio del producto.

Telefónica propone que la determinación del método de cálculo de los costes comerciales se lleve a cabo en una “resolución modificativa de la Resolución del ERT que en ningún caso podría extender su aplicación de forma retroactiva”.

Por otro lado, Telefónica considera que el cálculo de costes comerciales realizado incluye partidas “que no se corresponden a costes comerciales”, todas ellas correspondientes a Telefónica de España. Se trata de las siguientes:

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 11. Centros de actividad cuya exclusión solicita Telefónica

Código SCC	Centro de actividad	Importe total recogido en el SCC imputado a servicios minoristas	Importe imputado por Telefónica al segmento “Gran Público”	Importe utilizado en el ERT
9228114	Inteligencia comercial	[...]	[...]	[...]
922813	Postventa	[...]	[...]	[...]
92281808	Tributos locales	[...]	[...]	[...]
92281813	Otros costes comerciales	[...]	[...]	[...]
92281820	Costes específicos de Sº IP-ISP	[...]	[...]	[...]
92281831	Retribución operadores por portabilidad	[...]	[...]	[...]
92281835	Preasignación y portabilidad	[...]	[...]	[...]

Telefónica no aporta ningún comentario o razonamiento que justifique por qué deberían ser excluidos cinco de esos siete centros de actividad mencionados. cuya exclusión solicita.

Los dos sobre los que presenta alegaciones son los siguientes:

- *Costes específicos IP-ISP.* Para Telefónica, esta partida recoge el coste del equipamiento en domicilio del cliente o el coste de su mantenimiento.
- *Tributos locales.* En este caso, señala que los costes incluidos en esta partida se satisfacen en relación con el desarrollo y mantenimiento de infraestructuras de red, por lo que en ningún caso deberían considerarse como costes comerciales. Según Telefónica, el precio de los servicios mayoristas ya incluye los costes correspondientes a los tributos locales. Recoger este centro de actividad en el cálculo de los costes comerciales implicaría, desde un punto de vista conceptual, una doble imputación.

Asimismo, al realizarse los ajustes, *“no se restan los costes generales de funcionamiento, pese a que éstos se relacionan con el funcionamiento global de la compañía y no específicamente con la comercialización”*.

Finalmente, Telefónica afirma haber intentado reproducir el ejercicio expuesto por la DTSA en su informe de audiencia, y haber obtenido un porcentaje de costes comerciales del **[CONFIDENCIAL]**, que contrasta con el **[CONFIDENCIAL]** que figura en el informe de audiencia. Como anexo a su escrito de alegaciones, incorpora un archivo Excel que describe los pasos realizados para realizar este cálculo y las magnitudes empleadas.

En sentido inverso, Vodafone considera que todos los centros de actividad incluidos son necesarios. No obstante, señala que desconoce si hay otros centros de actividad no incluidos en la lista publicada en el informe de la DTSA, cuyo coste se precise para la prestación de los servicios. Además, solicita que se publique cuál es el *mark-up* para la recuperación de los costes comunes que se utiliza en el test.

Vodafone discrepa con lo expuesto en el informe de audiencia en lo relativo a los costes de subvención de los terminales móviles. En su opinión, la subvención del terminal constituye un coste comercial clave que debe ser tenido en cuenta en el test de replicabilidad.

Por último, Vodafone solicita que *“se obligue a Telefónica y Telefónica Móviles a que el informe de auditoría de sus contabilidades regulatorias incluya la auditoría específica de la adaptación del modelo que sirve de entrada al ERT”*.

III.5.2.2 Respuesta de la CNMC

En el apartado III.4.3 de la presente Resolución se ha concretado la manera en que la CNMC determina los costes comerciales, una vez que se ha contado con la información necesaria para ello. Según se expone en dicho apartado, la Resolución del ERT especificaba que la concreción del cálculo de los costes comerciales tendría lugar una vez que Telefónica hubiera satisfecho sus obligaciones de suministro de información.

El cálculo de los costes comerciales que se ha realizado en el presente expediente se ajusta de manera escrupulosa a los principios establecidos en la Resolución del ERT (concretamente, en su apartado IV.4.2). De hecho, Telefónica no ha realizado alegación alguna al respecto, más allá de cuestionar el resultado o alegar contra la inclusión de determinados centros de actividad. Por tanto, no se puede afirmar que haya tenido lugar una “*modificación de la metodología de cálculo de los costes comerciales*”.

El incremento entre la magnitud de **[CONFIDENCIAL]** de la Resolución del ERT y el **[CONFIDENCIAL]** que figuraba en el informe de audiencia no responde a un supuesto “*cambio en la metodología de cálculo*”. El cálculo realizado en la Resolución del ERT se basó en las fuentes disponibles por la CNMC en ese momento, puesto que no fue posible utilizar las contabilidades segmentadas de Telefónica y de Telefónica Móviles⁴⁷. La propia Resolución señala que dicho cálculo podría ser revisado en el momento en que se dispusiera de la información de la contabilidad de costes de Telefónica y Telefónica Móviles conforme a lo dispuesto en su Anexo IV.

Respondiendo a Vodafone, los centros de actividad (CAADS) del SCC que no han sido incorporados al cálculo de los costes comerciales se refieren a (i) actividades que han sido consideradas en el test de otra manera (costes interconexión fijo-móvil, costes correspondientes al servicio de televisión); (ii) servicios no relacionados con los productos sujetos al test de replicabilidad (*outsourcing* TRAC, terminales) o (iii) servicios mayoristas.

La inclusión de los centros de actividad “*Costes específicos de IP-ISP*” y “*Tributos*” se estima pertinente, contrariamente a lo alegado por Telefónica. Ambos centros de actividad se corresponden con costes en los que debería incurrir un operador alternativo que comercializara productos de banda ancha sujetos al test de replicabilidad. De hecho, Telefónica incluía los costes correspondientes a ambas actividades en la respuesta al requerimiento de información semestral que tenía lugar en el marco de la metodología anterior. Además, la cuestión relativa al centro de actividad “*Tributos Locales*” fue abordada en la Resolución de 26 de julio de 2018, sobre el test de replicabilidad empresarial⁴⁸. En dicho procedimiento se identificó que los operadores

⁴⁷ En el momento de la Resolución del ERT la obligación anterior no estaba vigente, por lo que la CNMC no disponía de toda la información necesaria para realizar la estimación de los costes de comercialización minorista conforme a los principios expuestos previamente. Por ello, y así se refleja en la Resolución del ERT, la CNMC calculó los costes comerciales a partir de (i) la contabilidad de costes de Telefónica del año 2016, sin segmentación entre segmentos de clientes; (ii) la información del requerimiento semestral que Telefónica proveyó en el marco de la metodología de 2007, y (iii) las respuestas a requerimientos de información complementarios realizados a Telefónica.

⁴⁸ Resolución de 26 de julio de 2018, por la que se aprueba la metodología para la determinación del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica comercializados en el segmento empresarial y se acuerda su notificación a la Comisión Europea

alternativos que recurren a los servicios mayoristas de Telefónica también incurren en costes significativos por este concepto, y se determinó que éstos deben ser tenidos en cuenta en dicho test. De manera coherente con lo establecido en la Resolución del ERT empresarial, el cálculo de los costes comerciales utilizados en el test de replicabilidad residencial debe incluir el centro de actividad “*Tributos Locales*”, sin perjuicio de que este valor pueda ser actualizado por la CNMC en función de la evolución de la tributación efectiva que soporte Telefónica o debido al cálculo de un valor específico para la presente metodología.

Por otro lado, el cálculo que realiza Telefónica por el que obtiene una magnitud del **[CONFIDENCIAL]** utiliza unos costes de amortización del inmovilizado material que no justifica ni documenta⁴⁹.

Al margen de ello, la distribución del coste de determinados centros de actividad al subconjunto “*Gran Público Empaquetado*” –en el caso de la contabilidad móvil, entre los distintos subconjuntos de clientes– se ha llevado a cabo de manera diferente a como lo hizo DTSA en su informe de audiencia. En aras a la transparencia, el Anexo III de la presente Resolución detalla el cálculo realizado.

Vodafone solicita que la información que suministre Telefónica para el cálculo de los costes comerciales sea sometida a la auditoría anual que lleva a cabo la CNMC. A este respecto, esta Comisión velará activamente por que la información suministrada por Telefónica para el cálculo de los costes comerciales cumpla con las exigencias de solidez y trazabilidad, pudiendo ello traducirse en el análisis de la información suministrada como parte de las respectivas auditorías de Telefónica y Telefónica Móviles.

En cuanto al *mark-up* para la recuperación de los costes comunes, éste se identifica con los costes relativos a actividades de sistemas y servicios generales mencionados en el apartado III.4.3. Estos costes están incluidos dentro de cada centro de actividad y variarán en función de la información contable de cada año. Por ello, y aun siendo un concepto considerado en el cálculo de los costes comerciales, la publicación de un *mark-up* de aplicación general y estable no es posible.

Finalmente, en el apartado III.4.3 se aclara el tratamiento de las subvenciones del terminal móvil en el contexto del ERT.

y al organismo de reguladores europeos de comunicaciones electrónicas (OFMIN/DTSA/004/17/TEST DE REPLICABILIDAD ECONÓMICA EMPRESARIAL)

⁴⁹ A este respecto, debe recordarse que la Resolución del ERT establece la obligatoriedad de que los datos del SCC que remita Telefónica sean trazables, así como la de proveer los criterios de reparto empleados.

III.5.3 Revisión del modelo de costes de red del componente de banda ancha

III.5.3.1 Alegaciones de los operadores

Telefónica afirma que, si bien la funcionalidad *multicast* no será implantada hasta finales de 2019, sí le consta que algunos operadores han tomado medidas para minorar el tráfico que transcurre por su red, en referencia a la solución propuesta por Telefónica (incluir equipos para convertir el *multicast* en *unicast* en la central cabecera) en las alegaciones sobre *multicast* en el procedimiento de aprobación de la oferta de referencia de NEBA local.

Telefónica afirma que *“esta solución abarata el coste de red propia del operador en la medida en que todos los canales multicast solicitados dejarán de replicarse en la red del operador, lo que adquiere mayor relevancia en eventos de gran concurrencia (como un partido de fútbol) con tráficos de ultra alta definición (UHD) que condicionan seriamente el dimensionamiento de la red de cada operador”*.

Por otro lado, en relación con el porcentaje considerado en el test sobre el uso de UHD en la hora cargada, Telefónica considera que es completamente desproporcionado y alejado de la realidad.

Vodafone considera que los perfiles medios considerados para cada modalidad y usados para estimar los costes de red propia deberían ser publicados. Igualmente, solicita que se aclare si, entre los costes estimados para 2019 e imputados a servicios minoristas de 100Mbps y 600Mbps, se encuentra también el propio coste de la capacidad en PAI de NEBA y especifique en qué categorías.

III.5.3.2 Respuesta de la CNMC

Como Telefónica indica, el creciente uso de UHD en eventos de gran concurrencia como el fútbol condiciona seriamente el dimensionamiento de la red de cada operador. Por este motivo, es importante que se lleve a cabo la planificada introducción de la funcionalidad *multicast* en NEBA local. Hasta ese momento, los operadores pueden utilizar esta funcionalidad en su red IP, pero los costes de red estimados modelan el uso de tráfico *unicast* en la red de agregación, además de en la entrega de señal y PAI-L. Ello es coherente con la utilización del estándar EEO, en el que se modela un uso y costes equivalentes a los de Telefónica. En puridad, solo será un auténtico EEO en el momento en que esté disponible dicha funcionalidad *multicast*; hasta ese momento, añadir equipos BNG⁵⁰ en la central cabecera, como sugiere Telefónica, supondría establecer una arquitectura de red especial, no usada por Telefónica y solo de manera temporal, con el único fin de reducir los costes de la red de agregación.

⁵⁰ *Border Network Gateway*.

En cuanto al porcentaje de los usuarios en la hora cargada que hacen uso de UHD, se trata, como indica Telefónica, de un indicador con carácter prospectivo, dado que la introducción del 4K en sus productos minoristas acaba de comenzar. Por lo tanto, debe considerarse que los datos actuales no son indicativos, y durante 2019 habrá un fuerte aumento de los mismos, al aumentar el número de decodificadores UHD, según confirma Telefónica en la respuesta al requerimiento aludido. Debe además tenerse en cuenta que de este porcentaje deriva el ancho de banda medio por usuario en la hora cargada para paquetes con IPTV; en consonancia con las motivaciones para la introducción de *multicast* en NEBA local, dicha hora cargada viene marcada por las retransmisiones deportivas masivas, como partidos de fútbol *Premium*. Por ello, se trata del porcentaje (10%) de los clientes que ven fútbol en 4K en la hora cargada del total que ve fútbol (los cuales son el 50% de los que potencialmente podrían verlo, por el factor de concurrencia). No se trata por tanto de un valor completamente desproporcionado, como indica Telefónica. En cualquier caso, dicho valor podrá ser ajustado durante el próximo año en base a datos de clientes.

[CONFIDENCIAL]

En cuanto a la solicitud de publicar los valores concretos de tráfico medio por usuario usados en cada modalidad del test de replicabilidad, debe tenerse en cuenta que, como bien indica Vodafone, se trata de valores cuya media ponderada según la planta de Telefónica de los perfiles de las distintas modalidades arroja el valor medio de 1.558 kb/s para 2019, que es el valor usado en el modelo de costes del procedimiento de revisión del precio de la capacidad en el PAI NEBA. La publicación de estos valores permitiría a otros operadores obtener información sobre la distribución de clientes de Telefónica en cada modalidad, lo cual constituye información protegida por secreto comercial. Por lo tanto, no se acepta la solicitud.

En respuesta a las alegaciones de Vodafone, los costes de red propia estimados para 2019 son los correspondientes a NEBA local, por lo que no se incluyen de manera directa los costes de capacidad de PAI en NEBA fibra. Tal y como se indicó en la Resolución del ERT, en su Anexo III, el servicio mayorista de referencia para determinar la replicabilidad de los productos BAU emblemáticos es NEBA local. Para este servicio, los costes equivalentes a la capacidad de PAI NEBA corresponden a los de la red de agregación necesaria para interconectar las centrales cabecera ópticas y la red IP, y se obtienen del modelo BU-LRIC usado para el cálculo del coste de la capacidad en PAI NEBA.

III.5.4 Valoración del componente de telefonía y banda ancha móvil

III.5.4.1 Alegaciones de los operadores

En sus alegaciones al informe de audiencia, Telefónica señala que los cálculos realizados por la DTSA para determinar el cálculo del precio medio obtenido por Telefónica de los OMV que aloja en su red han tenido en cuenta los ingresos y tráficos generados por Yoigo y Pepephone (ambos son operadores del grupo MásMóvil). Basándose en resoluciones anteriores de la CNMC sobre las revisiones de los parámetros de la metodología de 2007 y la Resolución del ERT, argumenta que estos operadores deben ser excluidos del cálculo. Telefónica señala que los contratos de Yoigo y Pepephone no identifican a estos operadores como OMV completos. Telefónica suscribió con Yoigo un acuerdo de itinerancia nacional, mientras que Pepephone era un OMV prestador de servicios.

Por otro lado, Telefónica considera que el grado de transparencia de la CNMC en lo relativo al cálculo de los parámetros móviles, en términos generales, es insuficiente y solicita a la CNMC que especifique los criterios seguidos en la determinación de los costes de terminación de SMS, el coste de tráficos internacionales y las agrupaciones de tipos de líneas móviles.

III.5.4.2 Respuesta de la CNMC

Esta Sala considera pertinente estimar la alegación de Telefónica acerca de la exclusión de los ingresos generados por los contratos de Yoigo y Pepephone, operadores ambos propiedad de Masmóvil⁵¹. Los motivos de la exclusión del primero de los contratos fueron los expuestos en la Resolución de 30 de junio de 2016⁵². En cuanto al segundo de los contratos, y con independencia del uso real que del mismo por parte de Masmóvil, tampoco debería ser tenido en cuenta por no corresponderse con un OMV completo.

Respecto a la insuficiente transparencia de la CNMC en el cálculo de los parámetros móviles, esta Sala recuerda que el texto de la Resolución del ERT detalla los criterios que se tienen en cuenta en la valoración del componente de telefonía y banda ancha móvil y que la información utilizada en dichos cálculos es proporcionada por la misma Telefónica, por lo que este operador dispone de información completa para replicar los resultados de la CNMC. Por otro lado, en

⁵¹ En su respuesta al requerimiento de información semestral, Telefónica suministró los ingresos y tráficos vinculados a estos contratos de manera agregada, no pudiéndose distinguir entre aquéllos correspondientes a Yoigo y aquellos otros correspondientes por Pepephone.

⁵² Resolución de 30 de junio de 2016, por la que se aprueba la revisión semestral de parámetros utilizados en la metodología de análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (OFMIN/DTSA/001/15/REVISIÓN DE PARÁMETROS DE LA METODOLOGÍA_15).

el Acuerdo de 21 de junio de 2018⁵³ la CNMC ya tomó medidas para garantizar que Telefónica, así como los operadores alternativos, pudieran evaluar los posibles impactos sobre los resultados del ERT que podría tener un cambio en la política comercial de Telefónica. En conclusión, tomar medidas adicionales en este sentido no procede en el momento actual y se desestima la solicitud de Telefónica.

III.5.5 Valoración del componente audiovisual en los paquetes de banda ancha

III.5.5.1 Alegaciones de los operadores

Utilización de los CPA mayoristas

Vodafone manifiesta su desacuerdo en utilizar el CPA mayorista como criterio para valorar los canales *Premium* de Telefónica. En su opinión, la estructura de facturación a través de un mínimo garantizado tiene como consecuencia que el precio efectivo unitario que pagan los operadores⁵⁴ difiera en gran medida del CPA mayorista.

Como alternativa, Vodafone propone que se utilice como referencia el precio medio que pagan los operadores alternativos a Telefónica por los derechos de emisión de los canales *Premium*. La propuesta se justifica sobre la base de los siguientes argumentos:

- a) La utilización de la media de mercado evita la distorsión generada por el propio reparto del coste mínimo garantizado que establecen los compromisos de la operación de concentración Telefónica/DTS⁵⁵. Vodafone señala que este criterio de reparto le perjudica gravemente frente a sus competidores directos. Añade este operador que *“[s]i además del perjuicio derivado de incurrir en un mayor coste unitario se añade el hecho de que el ERT utiliza el coste de la propia Telefónica, el perjuicio derivado del criterio de reparto produce un doble efecto distorsionador”*.
- b) El CPA mayorista se calcula sobre la base total de abonados, pero las hipótesis utilizadas para determinar esa base no resultan consistentes.

⁵³ Acuerdo de la Sala de Supervisión Regulatoria por el que se establecen las condiciones de transparencia de los resultados del test de replicabilidad económica residencial a partir de los precios de los servicios mayoristas NEBA local y NEBA fibra (OFMIN/DTSA/004/18/CONDICIONES DE TRANSPARENCIA ERT).

⁵⁴ Vodafone identifica el “precio efectivo unitario” al resultado de dividir el precio total pagado a Telefónica por los demandantes de los canales *Premium*, incluyendo el coste mínimo garantizado, entre el total de abonados del canal *Premium*.

⁵⁵ Aprobados por la Resolución del Pleno de la CNMC de 22 de abril de 2015 (expediente de referencia C/06/12/14/Telefónica/DTS).

- c) Telefónica, para eludir sus obligaciones en términos de coste medio, suele extender a toda su base de clientes un determinado contenido, cuando lo necesita para pasar el test, generando así una demanda “artificial” que no responde a unos criterios comerciales razonables.

Por otro lado, Vodafone pone en cuestión el argumento utilizado por la CNMC para justificar la valoración, en el marco del ERT, de los canales *Premium* que forman parte de la oferta mayorista de Telefónica a partir del CPA mayorista establecido para cada canal. En su opinión, la aplicación por parte de la CNMC de unos mismos principios, criterios e inputs a la hora de realizar los distintos test de replicabilidad que lleva a cabo (el ERT y los previstos en los compromisos Telefónica/DTS) no es necesariamente una garantía de seguridad jurídica para los operadores, porque el test de los compromisos no tiene por qué coincidir con el que se realiza desde la perspectiva de la regulación *ex ante*.

Concluye Vodafone que “[n]os encontramos ante la paradoja de que un servicio que no es de comunicaciones electrónicas, concretamente el servicio de los canales de televisión con contenidos *Premium* (...), está distorsionando la garantía de replicabilidad exigible a los paquetes de banda ancha fija”.

Por todo ello, Vodafone solicita a la DTSA que valore los contenidos *Premium* en función del precio medio del mercado y no del CPA recogido en la oferta mayorista. En su escrito de alegaciones al informe de audiencia, Vodafone propone como alternativa la utilización de los costes unitarios de la propia Telefónica.

Además, Vodafone propone “que se imponga la obligación a Telefónica de comercialización de estos canales [los canales *Premium* que integran la oferta mayorista de Telefónica] de manera aislada e independiente al resto del paquete de banda ancha”. De este modo se garantizaría que los criterios de valoración de estos paquetes no afectarían a los servicios de comunicaciones electrónicas, generando distorsiones en la competencia en el mercado de banda ancha, y se cumpliría con la exigencia de replicabilidad prevista en los compromisos.

Por último, Vodafone pone de manifiesto que no dispone de información adecuada acerca del funcionamiento efectivo de los test de replicabilidad que se realizan en el marco de los compromisos de la operación de concentración Telefónica/DTS. En concreto, afirma desconocer cómo se calcula el CPA de los canales *Premium* sujetos a la oferta mayorista de Telefónica, pese a haberlo solicitado en diversos momentos en el seno del expediente de vigilancia que controla la efectiva implementación de los compromisos por parte de Telefónica (expediente VC/0612/14), hasta la fecha ello le ha venido siendo denegado.

Por su parte, Orange considera que existe un desajuste entre los CPA regulados y los CPA efectivos. En opinión de este operador “[s]i bien, para un análisis *ex ante* de carácter prospectivo el CPA regulado introduce certeza al tiempo que otorga flexibilidad a Telefónica en la configuración de las ofertas, no debe ser el

valor utilizado para un análisis ex post, donde se dispone de los costes efectivos". En caso de que, una vez que se disponga de la información real, se demuestre que no se supera el test de replicabilidad, se debería proceder a regularizar el precio de los canales *Premium* de la oferta mayorista de Telefónica.

En opinión de Orange, una situación de irreplicabilidad de un producto que incluya (i) un canal *Premium* de la oferta mayorista de Telefónica (ii) el canal *BeIN Sports la Liga*⁵⁶ debería dar lugar a un ajuste en los **costes mínimos garantizados** correspondientes a estos canales, manteniendo constante los precios mayoristas de los servicios NEBA local y NEBA fibra. Desde el punto de vista de este operador *"sólo resultaría procedente el ajuste de los precios mayoristas NEBA/NEBA local en el caso de que se detecte ausencia de replicabilidad de las ofertas emblemáticas sin canales de TV regulados"*.

III.5.5.2 Respuesta de la CNMC

La DTSA no comparte la petición de Vodafone de utilizar como referencia para valorar los canales *Premium* de la oferta mayorista de Telefónica el precio medio del mercado que pagan los operadores alternativos por las licencias de emisión de estos canales. La propuesta de Vodafone no está alineada con la aplicación del estándar de operador igualmente eficiente (EEO), que establece la Recomendación de no discriminación, la Resolución de los mercados de banda ancha y la propia Resolución del ERT.

La conveniencia de utilizar como referencia para valorar los canales *Premium* de Telefónica el CPA mayorista fue tratada expresamente en la Resolución del ERT. Allí se estableció que, donde sea posible, el ERT y el test de replicabilidad de los compromisos deben compartir criterios con el fin que las actuaciones de la CNMC guarden consistencia entre sí.

A este respecto, conviene recordar que el ERT tiene como finalidad valorar la suficiencia de los precios mayoristas de las ofertas NEBA local y NEBA fibra. Por este motivo, la no superación del test de replicabilidad se traduce exclusivamente en el ajuste de los precios de estos servicios. Por el contrario, el ERT no tiene vocación de constituirse en una herramienta para garantizar la competencia en el mercado de la televisión de pago en España, máxime cuando la propia CNMC, en el ejercicio de sus funciones como Autoridad de Competencia, ha articulado mecanismos de vigilancia necesarios para asegurar que Telefónica cumple con sus compromisos.

La Resolución del Pleno de la CNMC de 22 de abril de 2015, por la que se aprueban los compromisos de la operación de concentración Telefónica/DTS establece el principio de orientación a costes de los CPA mayoristas

⁵⁶ Aunque es Mediapro quien detenta los derechos del canal *BeIN Sports LaLiga*, Orange interpreta que, como consecuencia del contrato suscrito entre Mediapro y Telefónica, el primero de ellos se erige como un distribuidor interpuesto de Telefónica en lo que respecta al canal.

correspondientes a los canales que integran la oferta de canales *Premium* de Telefónica, sin perjuicio de que dichos CPA mayoristas puedan tener que ser modificados para asegurar la replicabilidad de la oferta minorista de Telefónica y para prevenir situaciones de estrechamiento de márgenes. La replicabilidad de los CPA mayoristas se analiza mediante el establecimiento de tres test de replicabilidad, cuyas bases se exponen en la citada Resolución de 22 de abril de 2015.

Si Vodafone o Orange cuestionan las hipótesis a partir de las cuales se determina el CPA mayorista de los canales *Premium* de Telefónica, o si disienten de la aplicación de los test de replicabilidad que versan específicamente sobre estos canales, debe plantear sus objeciones en el marco de los expedientes de vigilancia de los compromisos. Ni el ERT es un mecanismo paralelo para velar por el correcto cumplimiento de los compromisos asumidos por Telefónica en su concentración con DTS, ni la revisión de parámetros es la vía para dar respuesta a las pretensiones de Vodafone sobre el cálculo de los CPA mayoristas. Las cuestiones concernientes al acceso al funcionamiento del test *ex post* de los compromisos deben asimismo ser abordadas en el marco del correspondiente procedimiento.

La CNMC tampoco puede aceptar la propuesta presentada por Vodafone acerca de imponer la obligación a Telefónica de comercializar los canales propios *Premium* de manera separada e independiente al resto de paquetes de banda ancha. El marco regulatorio establecido en la Resolución de los mercados de banda ancha no contempla la posibilidad de imponer a Telefónica restricciones en el diseño de su oferta minorista de banda ancha más allá de la superación del test de replicabilidad *ex ante*.

De igual manera, la propuesta de Orange acerca de ajustar el cálculo de los costes mínimos garantizados queda fuera del ámbito del presente expediente. El ERT tiene como objetivo exclusivo evaluar la suficiencia de los precios mayoristas que Telefónica establezca para NEBA loca y NEBA fibra; en caso de que se detecte una situación de irreplicabilidad, los ajustes que se realizaran sólo se podrían circunscribir a estos servicios.

Por último, la práctica de Telefónica consistente en la “dilución” del coste de sus canales *Premium* entre su base de clientes no es un argumento para justificar la imposición del criterio de valoración que propone Vodafone. Se trata de una cuestión de naturaleza comercial, fruto de la estrategia seguida por Telefónica, e implica la asunción de ciertos riesgos comerciales. Los operadores alternativos tienen la misma capacidad que Telefónica de implementar una estrategia similar si la consideraran conveniente para sus intereses.

III.5.6 Tratamiento de ofertas promocionales

III.5.6.1 Alegaciones de los operadores

Vodafone realiza una serie de consideraciones sobre la manera en la que el ERT considera las ofertas promocionales.

En primer lugar, este operador defiende la necesidad de que el test de replicabilidad *ex ante* se aplique, con anterioridad a su comercialización, a todas las ofertas promocionales de Telefónica. Vodafone argumenta que el efecto de las promociones agresivas de Telefónica es de imposible reparación *ex post* y, además, la diferencia temporal entre la fecha de comercialización de una promoción y el resultado de su análisis conduce a la ineficacia de cualquier corrección que se realice en las revisiones de parámetros.

A propósito de la posibilidad de ajuste de los precios de NEBA local y NEBA fibra que tendría lugar en caso de una intensa actividad promocional por parte de Telefónica, Vodafone apunta que ésta es irrelevante, por los siguientes motivos:

- a) Telefónica tiene capacidad para ajustar su comportamiento y diluir en su base de clientes el efecto de los costes de captación elevados de nuevas altas.
- b) El hecho de que Telefónica centre sus promociones en productos con mayor VAN hace improbable el ajuste de los precios mayoristas.
- c) Desde la aprobación de la Resolución del ERT, las promociones han vuelto a ser una herramienta fundamental de captación de clientes.
- d) El uso de ofertas promocionales es una vía para que Telefónica evite *de facto* la exigencia de replicabilidad económica de sus productos.

Basándose en los argumentos anteriores, Vodafone solicita que la CNMC analice todas las promociones de Telefónica con anterioridad a su comercialización efectiva, exigiendo que todas y cada una de ellas garanticen un VAN positivo.

En segundo lugar, Vodafone solicita a la CNMC que se limite la duración máxima de la promoción a 6 meses, frente a los 12 que establece actualmente el ERT. Es decir, todo precio descontado que lance Telefónica al mercado cuya duración supere los 6 meses debería ser considerado como “precio definitivo” y constituirse como la referencia minorista para calcular el VAN de los productos emblemáticos. Para Vodafone, *“cuando los contenidos promocionados incluyen temporadas deportivas que tienen una duración de 10 meses, que una promoción dure 12 meses significa que la promoción tiene una duración mayor que la propia vida del contenido”*.

Además, dado que el periodo de análisis es semestral, la duración de la promoción en ningún caso ha de ser superior a este periodo, “*para que todos los elementos sujetos al análisis en el procedimiento de revisión estén sincronizados y sean consistentes*”.

En tercer lugar, Vodafone hace referencia a las promociones de tipo *try & buy*, que son aquellas que consisten en el disfrute de un canal de televisión de pago por un periodo limitado. Según este operador, “*el ERT no especifica la duración máxima de este periodo, lo que supone dejar como indeterminada la obligación y permitir que Telefónica utilice el mecanismo para eludir sus obligaciones*”. Vodafone opina que las promociones de tipo *try & buy* se utilizan para incorporar canales de televisión a un empaquetamiento (o a un módulo adicional de televisión de pago) sin que le resulte exigible el test de replicabilidad *ex ante*. Por ello, Vodafone propone que se limite a dos meses la duración de este tipo de ofertas promocionales.

Finalmente, Vodafone considera conveniente la publicación de los costes promocionales medios, recordando que la metodología de 2007 sí publicaba esta magnitud (las denominadas “promociones acumuladas”). El coste promocional medio no debería ser confidencial en el contexto de las revisiones de parámetros del ERT, puesto que la magnitud se referiría a promociones pasadas y, además, se expondrían de manera agregada en torno al “*producto base*”.

III.5.6.2 Respuesta de la CNMC

El control estricto de la actividad de Telefónica en los mercados minoristas por el que aboga Vodafone no está en sintonía con los principios del ERT ni con la práctica seguida por la mayoría de ANR europeas. Dado el grado de desarrollo competitivo que caracteriza el mercado de banda ancha en España, un control de replicabilidad similar al de la metodología anterior –en último término, es lo que propone Vodafone– no se encuentra justificado. El mecanismo que instaura la Resolución del ERT guarda un equilibrio entre (i) la efectiva consideración en el test de los costes de captación en que Telefónica incurre al ofrecer descuentos promocionales, (ii) el control que debe ejercer la CNMC de la actividad promocional de Telefónica y (iii) la posibilidad con que ha de contar Telefónica de poder actuar en el mercado minorista de banda ancha con los mismos instrumentos comerciales que utilizan sus competidores.

La diferencia temporal entre el periodo en que tienen lugar las promociones y su revisión sólo tendría trascendencia práctica en el caso de incrementos súbitos en la intensidad promocional de Telefónica con respecto a periodos anteriores. Si tal circunstancia se materializara, el ajuste en los precios de NEBA local y NEBA fibra que tendría lugar en la siguiente revisión de parámetros permitiría compensar el esfuerzo promocional extra que tendrían que asumir los operadores alternativos para competir con Telefónica.

Sí es cierto que Telefónica tiene la capacidad para modular su intensidad promocional para evitar el ajuste en sus precios mayoristas, tal y como apunta Vodafone, pero no hay razones para que ello pueda ser interpretado como una falta de efectividad del ERT. Más bien al contrario, la posibilidad de un ajuste en los precios de NEBA local y NEBA fibra representa un elemento que, de manera indirecta, disciplina la actividad de Telefónica en el mercado minorista de banda ancha. Por ello, el incremento de la actividad promocional de Telefónica acaecido en los últimos meses debe interpretarse dentro de la libertad que tiene este operador para establecer su estrategia comercial y no como una vía de sortear la aplicación del test. Debe recordarse, además, que la CNMC ha incrementado el control de la actividad promocional de Telefónica, requiriendo a este operador que remita mensualmente el número de clientes captados por cada una de las promociones vigentes.

La Resolución del ERT establece que toda oferta consistente en un descuento en la cuota mensual de un producto tiene vocación de estabilidad (y, por tanto, el precio de la oferta será considerado como “precio nominal” del producto) si su duración es igual o superior a 12 meses. Para contabilizar este periodo se tiene en cuenta, además, la concatenación de ofertas promocionales de similar contenido. Este criterio se estableció por varios motivos:

- a) Se trata del criterio que venía aplicando la CNMC en el marco de la metodología de análisis *ex ante* anterior.
- b) Las promociones con duración superior a 12 meses son poco habituales en el mercado.
- c) La experiencia muestra que Telefónica suele reestructurar su catálogo comercial con una periodicidad aproximada de en torno a un año.
- d) El establecimiento de este criterio minimiza la posibilidad de que Telefónica realice descuentos concatenados que, en la práctica, supongan la existencia de un doble precio para un mismo producto: por un lado, aquél que resulta de la concatenación de ofertas promocionales y, por otro, aquel otro que se utiliza como referencia minorista en el test de replicabilidad⁵⁷.

Sin embargo, el establecimiento de un límite de 6 meses para las ofertas promocionales de Telefónica se alinea con la idea que subyace en los argumentos de Vodafone de trasladar el control regulatorio al mercado minorista. Desde la perspectiva de la esta Sala, la solicitud de Vodafone no es proporcionada ni es consecuente con los principios que persigue el ERT. De

⁵⁷ En caso de que Telefónica comercialice promociones de similar contenido dirigidas a clientes en planta, debe notificar su incompatibilidad con las promociones anteriores de igual contenido si la suma de sus respectivos periodos de descuento sobrepasa los 12 meses. En otro caso, se interpretará que la concatenación es posible.

nuevo debe mencionarse que el objetivo del ERT no es restringir la libertad de Telefónica para competir en el mercado minorista de banda ancha, sino verificar la suficiencia de los precios de NEBA local y NEBA fibra.

Tampoco cabe admitir una limitación en la duración de las promociones de tipo *try & buy*. Este tipo de medidas son tratadas como cualquier otra oferta promocional⁵⁸, por lo que resulta de aplicación lo expuesto en los párrafos previos. Es decir, el coste promocional por cliente y mes que se utiliza en el cálculo del VAN de los productos emblemáticos incluye el efecto de este tipo de descuentos, que además se suelen extender a un número de clientes muy elevado. Por tanto, este tipo de promociones no son una vía para sortear el test de replicabilidad, puesto que (i) Telefónica está obligada a notificarlas con anterioridad a su comercialización efectiva; (ii) la CNMC recibe mensualmente el número de clientes que se han beneficiado de ellas; (iii) el cálculo del VAN de los productos BAU emblemáticos considera el coste correspondiente a este tipo de ofertas.

Por último, esta Sala considera que el importe promocional medio asociado a cada producto BAU emblemático (o emblemático de cobre) es un dato de naturaleza confidencial, de diferente naturaleza a la de la “*promoción acumulada*” de la metodología anterior. La “*promoción acumulada*” se calculaba como la media ponderada, en función del número de clientes captados, de las promociones con mayor coste promocional que representaran el 20% de los clientes captados. Por tanto, la “*promoción media*” que utiliza el ERT no se corresponde con la “*promoción acumulada*” de la metodología anterior.

III.5.7 Fijación de precios en accesos mayoristas que se hayan beneficiado de ayudas públicas

III.5.7.1 Alegaciones de los operadores

En su escrito de 8 de noviembre, Vodafone expone su visión acerca del establecimiento de los precios mayoristas de aquellas líneas que han percibido ayudas vinculadas a los programas para el despliegue de infraestructura de banda ancha. Vodafone apunta que el mayor beneficiario de estas ayudas es Telefónica, con el 76% del total, y que los importes absolutos de estas ayudas son crecientes.

En su respuesta a la Consulta Pública sobre el programa de extensión de la banda ancha de nueva generación (PEBA-NGA) en el periodo 2019-2021, Vodafone propuso que se introdujeran determinadas modificaciones en el texto de la Orden que establecerá las bases de la convocatoria de este programa. Las modificaciones propuestas se refieren a la determinación de los precios

⁵⁸ La valoración de estas ofertas se realiza caso a caso, basándose para ello en los precios minoristas incrementales del canal o módulo sobre el que versa la promoción. En el caso de los eventos deportivos, la unidad mínima para calcular el coste promocional es la jornada.

mayoristas de acceso a la red que deben establecer los operadores beneficiarios de las ayudas⁵⁹.

En el escrito presentado por Vodafone el día 8 de noviembre en el seno de este expediente, este operador opina que *“pasar de unos precios orientados a costes a un modelo de replicabilidad económica tiene como objetivo permitir al operador dominante obtener una mayor rentabilidad que incentive el despliegue de red NGA en nuevas zonas. Esto supone que tomar sin más estos precios como referencia de precio mayorista en las zonas desplegadas bajo el plan PEBA implica la obtención de un doble beneficio o incentivo para Telefónica: la mayor rentabilidad derivada del procedimiento regulatorio del control de precios, y la recepción de ayudas públicas al despliegue. Según Vodafone, este “doble beneficio” no está justificado.*

Vodafone propone introducir un mecanismo de control adicional en los precios a aplicar para el acceso a infraestructuras desplegadas con ayudas públicas. En el caso de Telefónica, este mecanismo consistiría en la minoración del precio de las ofertas NEBA local y NEBA fibra con el impacto de las ayudas por habitante cubierto por ellas. Sin embargo, Vodafone sostiene que esta minoración no sólo debería aplicarse a los precios mayoristas de acceso a la red de fibra de Telefónica, sino también a aquéllos que establezca cualquier otro beneficiario de las ayudas.

Utilizando argumentos similares a los expuestos en los párrafos anteriores, Masmóvil también solicita que las ayudas vinculadas a los programas para el despliegue de infraestructura de banda ancha sean tenidas en cuenta en el test de replicabilidad. Ello no debería estar relacionado con una hipotética imposición de una obligación general a todos los operadores beneficiarios de este tipo de ayudas, sino que debería vincularse únicamente a las obligaciones regulatorias de Telefónica en tanto operador con PSM en los mercados mayoristas de banda ancha.

En su escrito de alegaciones al informe de audiencia, Orange afirma que los precios de los servicios NEBA local y NEBA fibra deben estar orientados a costes en aquellas zonas en las que Telefónica se haya beneficiado de ayudas públicas.

III.5.7.2 Respuesta de la CNMC

El fundamento del ERT es la Resolución de los mercados de banda ancha, que designa a Telefónica como operador con PSM e impone una serie de obligaciones regulatorias a este operador, que son desarrolladas en la Resolución del ERT. A través del mecanismo que se establece en esta

⁵⁹ La propuesta de Orden Ministerial mantiene el criterio vigente, según el cual los precios de este acceso mayorista deben tomar como referencia los precios mayoristas fijados por la CNMC. En todo caso, *“los precios definidos deberán permitir la replicabilidad de las ofertas minoristas y que no se produzca una discriminación con la rama minorista del operador beneficiario”*.

Resolución se garantiza a Telefónica la suficiente flexibilidad en la fijación de los precios de acceso a sus servicios mayoristas prestados sobre su red de fibra, al corresponder a este operador (y no a la CNMC) la determinación dichos precios mayoristas, siempre y cuando los mismos permitan a otros agentes replicar las ofertas que Telefónica comercializa a nivel minorista. Siguiendo las disposiciones de la Resolución del ERT, el presente expediente se centra exclusivamente en valorar la suficiencia de los precios mayoristas de los servicios NEBA local y NEBA fibra, libremente fijados por Telefónica.

El resultado de los procedimientos de adjudicación de ayudas vinculadas a los programas para el despliegue de infraestructura de banda ancha no es, por tanto, un factor que deba ser tomado en consideración a la hora de llevar a cabo el test de replicabilidad. A mayor abundamiento, Vodafone propone establecer una obligación a todos los operadores que reciben este tipo de ayudas, consistente en ofrecer un descuento sobre el precio establecido con carácter general en las ofertas de referencia NEBA local y NEBA fibra o en los acuerdos comerciales de acceso a la red de fibra de terceros operadores. La imposición de la obligación general propuesta por Vodafone va más allá de las obligaciones impuestas a Telefónica en la Resolución de los mercados de banda ancha, pues se extendería a terceros operadores. No puede, por tanto, ser abordada en el marco del presente expediente.

Siguiendo los cauces adecuados para ello (es decir, en el contexto de la Consulta Pública sobre las bases sobre el programa de extensión de la banda ancha de nueva generación) Vodafone ha formulado su propuesta de establecer la mencionada obligación general. En el caso de que la propuesta de Vodafone quede recogida en el texto definitivo de la Orden Ministerial, la CNMC podrá tener en consideración sus previsiones si ello resultara pertinente. De igual manera deben ser respondidas las alegaciones de Orange acerca de la imposición de unos precios orientados a costes en aquellas zonas beneficiadas de ayudas al despliegue de redes de banda ancha: debe ser la Orden Ministerial la que determine el régimen de precios mayoristas aplicables en las zonas que se benefician de ayudas para el despliegue de redes de NGA.

Tampoco resulta procedente estimar la propuesta de MasMóvil. Las ayudas vinculadas a los programas para el despliegue de infraestructura de banda ancha están disponibles para todos los operadores que cumplan los requisitos que establezca el Ministerio. Estas ayudas tienen, además, unas finalidades distintas de las estrictamente incardinadas en la Resolución de los mercados de banda ancha y en la Resolución del ERT. El grado de impacto de estas ayudas en el desarrollo competitivo excede el ámbito de la regulación definida por estas Resoluciones.

III.5.8 Eliminación del canal *Movistar Moto GP*

III.5.8.1 Alegaciones de los operadores

Telefónica ha notificado que a partir de enero de 2019 ha dejado de emitir el canal Premium *Movistar Moto GP* debido a que no ostenta los derechos de esta competición. Por esta razón solicita que, a efectos de la revisión de parámetros, el coste a imputar en aquellos paquetes que incluyan este canal sea cero. En opinión del operador, esta petición se sostiene en base a la visión prospectiva con la que se analiza el coste de los canales adquiridos a terceros.

III.5.8.2 Respuesta de la CNMC

La DTSA no puede aceptar la petición de Telefónica ya que, de hacerlo, no sería coherente con el ERT. Siguiendo lo dispuesto en el apartado III.3.1, el catálogo de referencia a efectos de la revisión de parámetros es el vigente a 1 de septiembre de 2018. En esa fecha de corte, el canal *Movistar Moto GP* estaba incluido en ciertos paquetes *Fusión* por lo que debe de tenerse en consideración. No hacerlo no estaría alineado con los criterios establecidos en el ERT.

Un ejemplo de la aplicación de este criterio es el hecho que Telefónica comunicó una reconfiguración de su catálogo en octubre de 2018. Este cambio no se ha considerado en el ERT ya que ha sido implementado con posterioridad a la fecha de corte, sin perjuicio de lo expuesto en el apartado III.3.2. a propósito de los productos afectados por el criterio 2. Por el mismo motivo tampoco se ha considerado la inclusión de *Netflix* en el catálogo de productos de banda ancha de Telefónica. En el caso de tener en cuenta el cambio en la configuración del módulo *Motor*, tal y como solicita Telefónica, deberían tenerse en consideración los cambios anteriores.

III.5.9 Prima de riesgo del WACC en el test de replicabilidad

III.5.9.1 Alegaciones de los operadores

Masmóvil considera que la tasa de descuento utilizada para calcular los VAN correspondientes a cada producto BAU emblemático, que se identifica con el WACC vigente para Telefónica, debe incluir la prima de riesgo del 4,81% para inversiones en redes de nueva generación, aprobada mediante Resolución de la CMT de 28 de febrero de 2013⁶⁰. Para Masmóvil, el uso de un WACC que incorpore la prima de riesgo no tiene por qué estar limitado a unos precios orientados a costes. Además, este operador cuestiona la afirmación que figura en el informe de audiencia sobre que “*un operador alternativo tiene a su disposición los servicios mayoristas NEBA local y NEBA fibra, mediante el pago del precio establecido; no realiza, por tanto, el despliegue de red propia FTTH*”

⁶⁰ Resolución sobre el procedimiento de cálculo de la prima de riesgo en la tasa de retorno nominal para servicios mayoristas de redes de acceso de nueva generación (MTZ 2012/2155).

que justificaría la utilización de la prima de riesgo”. Masmóvil señala que el precio por capacidad de NEBA fibra está orientado a costes e incorpora esta prima de riesgo.

III.5.9.2 Respuesta de la CNMC

La prima de riesgo a la que se refiere Masmóvil se utilizaría en el caso de calcular unos precios mayoristas de acceso a la fibra de Telefónica orientados a costes, en línea con lo establecido en la Recomendación NGA de 2010. La Resolución de los mercados de banda ancha se inclinó, de conformidad con la Recomendación de no discriminación⁶¹, por establecer un mecanismo de precios flexibles que permitan a Telefónica obtener una rentabilidad adecuada por las inversiones realizadas en el despliegue de su red NGA. Ambos modelos tienen como objetivo retribuir el riesgo incurrido por el despliegue de redes NGA a través de los precios de los servicios mayoristas vinculados a dichos despliegues.

En el modelo que se establece en la Resolución de los mercados de banda ancha, que fundamenta el ERT, no cabe la utilización de la prima de riesgo a la que se refiere Masmóvil. El precio por caudal en el PAI de NEBA, orientado a costes, tiene en cuenta los componentes de red activos, y no el despliegue en planta externa de FTTH, por lo que no incorpora la citada prima de riesgo. Esta prima se incorporó en el cálculo del precio del acceso FTTH de NEBA, vigente hasta la Resolución del ERT.

Dicho lo anterior, el cálculo del VAN que se realiza en el ERT determina la rentabilidad obtenida por la comercialización en el mercado **minorista** de servicios BAU por parte de un operador alternativo que recurra a los servicios NEBA local y/o NEBA fibra. Este operador alternativo no afronta un riesgo inversor por el despliegue de las redes NGA sobre las que se prestan los servicios NEBA local y/o NEBA fibra, sino que es Telefónica quien asume este riesgo. Por tanto, la actividad que desarrolla el operador alternativo –en al que se basa el cálculo del VAN– no guarda relación con el riesgo inversor en redes NGA expuesto en los párrafos anteriores ni con la fijación de un precio mayorista orientado a costes.

III.5.10 **Transparencia del cálculo del VAN**

III.5.10.1 Alegaciones de los operadores

Telefónica afirma que no puede conocer previamente si sus ofertas son replicables debido a la “*falta de transparencia*” de la CNMC. Para este operador,

⁶¹ Recomendación de la Comisión Europea de 11 de septiembre de 2013, relativa a la coherencia en las obligaciones de no discriminación y en las metodologías de costes para promover la competencia y potenciar el entorno de la inversión en banda ancha (2013/466/UE).

“la metodología de cálculo del test de replicabilidad y la aplicación que de la misma se está realizando (...) no se basa en criterios objetivos y reglados, sino en elementos de valoración subjetiva por la CNMC en el momento de la aplicación del test”.

Como parámetros *“que por mucho que intente es imposible descifrar”*, Telefónica menciona los siguientes: (i) la determinación del margen móvil; (ii) los costes comerciales; (iii) la agrupación y asimilación en familias de los clientes de antiguos portafolios; (iv) el VAN de los productos no emblemáticos.

Telefónica también señala que *“no tiene información de los VAN de los productos comunicados a la CNMC en julio de 2018”*, y sostiene que ello incumple el Acuerdo la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC de 26 de junio de 2018, sobre condiciones de transparencia del ERT.

III.5.10.2 Respuesta de la CNMC

La Resolución del ERT presenta, de manera clara y detallada, la metodología para el cálculo de los VAN de los productos BAU emblemáticos y los productos emblemáticos de cobre, incluyendo la información relativa a los parámetros que Telefónica dice desconocer. El punto V.3 de esta Resolución expone cómo se determina el margen correspondiente al componente de telefonía móvil. La agrupación y asimilación de familias se realiza conforme a los criterios establecidos en los apartados III.2.1 y III.3.2.2. La cuestión relativa al cálculo de los costes comerciales ha sido tratada profusamente en el presente documento, por lo que no caben más comentarios al respecto.

De hecho, las afirmaciones que Telefónica realiza en el marco del presente procedimiento no se corresponden con las publicadas en otros foros. Sirva como ejemplo la comunicación pública que realizó con motivo de la reducción de precios del producto *O2-Zona No BAU*, que se vinculaba expresamente a la actualización de parámetros que se realiza en el presente expediente, y que se llevó a cabo tras la notificación por parte de esta Comisión del informe de audiencia. Todo ello a pesar de que el producto en cuestión no es emblemático.

En cuanto a los productos comunicados en julio de 2018, que se comercializaron con posterioridad al 1 de septiembre, Telefónica debe recordar que el ERT sólo calcula los VAN de los productos BAU emblemáticos en el marco de las revisiones de parámetros correspondientes o cuando se notifica una migración, lo cual no es el caso. No hay, por tanto, incumplimiento del Acuerdo al que se refiere Telefónica. Por otro lado, como conoce Telefónica, los productos no emblemáticos no están sujetos al test de replicabilidad, por lo que la CNMC no calcula sus correspondientes VAN.

En definitiva, la Resolución del ERT provee a Telefónica de las herramientas para poder determinar de manera precisa cómo afecta la reconfiguración de su

catálogo comercial al VAN de todos los productos que integran su catálogo. En el marco de las revisiones de parámetros se publica el resultado del cálculo actualizado, que habrá podido ser adelantado por Telefónica, para el conocimiento de los operadores alternativos que recurren a los servicios regulados y para que Telefónica pueda proceder a modificaciones de los precios de estos servicios conforme a lo establecido en la Resolución del ERT.

III.5.11 Otras cuestiones planteadas

III.5.11.1 Alegaciones de los operadores

Telefónica solicita que se revise el cálculo del margen correspondiente al componente de telefonía fija. En el informe de audiencia se menciona que dicho cálculo incluye un coste de originación que viene determinado por el modelo BU-LRIC. Para Telefónica, el servicio mayorista NEBA local incluye ya la provisión del servicio de originación de tráfico telefónico, por lo que no debe eliminarse todo “coste de originación”.

Orange señala que la CNMC no establece límite alguno en lo que respecta a la modificación de los precios mayoristas por parte de Telefónica, que puede afectar a las cuotas de acceso, de alta y de baja de los servicios NEBA local y NEBA fibra. En opinión de Orange, las modificaciones en los precios que Telefónica lleve a cabo no deberían suponer un incremento del peso relativo de las cuotas no recurrentes sobre el precio total, puesto que esta cuestión no es neutral para los operadores alternativos con tasas de *churn* más elevadas que las de Telefónica.

Por otro lado, Orange apunta que son los operadores alternativos los que asumen el coste de instalación de las acometidas por lo que debería detrarse del precio de los servicios NEBA local y NEBA fibra el importe correspondiente a este concepto. Esto se debería traducir en una rebaja de las cuotas no recurrentes que, según sus estimaciones, deberían ser iguales a cero.

III.5.11.2 Respuesta de la CNMC

Respecto a la alegación sobre los costes de tráfico de originación, efectivamente, en NEBA local, y dado que no hay coste por concepto de capacidad en PAI-L y que la contribución del tráfico de originación al coste del propio PAI-L y de la entrega de señal es prácticamente cero, no tiene sentido considerar este coste de manera adicional como coste de red. Por tanto, la alegación de Telefónica debe ser estimada.

Con respecto a las alegaciones de Orange, cabe señalar en primer lugar que la Resolución del ERT establece un modelo de flexibilidad para la fijación de los precios de los servicios NEBA local y NEBA fibra, por lo que no se puede estimar la propuesta de Orange. No obstante, la Resolución del ERT prevé la intervención regulatoria en caso de que se detecte un incumplimiento de las

obligaciones de Telefónica en lo que respecta al establecimiento de los precios mayoristas de estos servicios⁶².

En cuanto a la instalación de acometidas por los operadores, debe recordarse que se trata de una opción (tanto en NEBA como NEBA local) que, por la complejidad de los puntos a tratar, debe ser acordada entre Telefónica y el operador. Es decir, no aplica a todos los operadores sino solo a aquellos que lo han acordado, y además solo en las zonas cubiertas por dicho acuerdo. No es por tanto una opción universalmente disponible. En cualquier caso, dentro de las obligaciones de información de Telefónica en el seno del ERT, está la de proporcionar los ingresos derivados de las altas y las bajas, para calcular el ingreso medio. En dichos ingresos deberán estar contabilizadas todas las modalidades de alta, incluida la autoinstalación, de modo que se puedan tener en cuenta todas ellas al calcular el ingreso medio. Debe además recordarse que los precios no están orientados a costes, y Telefónica puede fijar tanto los precios como la estructura de precios, siempre que cumpla con lo establecido en el ERT, por lo que no procedería tampoco la eliminación o modificación de los precios de alta de la oferta de referencia.

III.6 CÁLCULO ACTUALIZADO DE LOS VAN DE LOS PRODUCTOS DE TELEFÓNICA

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

Todos los productos BAU emblemáticos y los productos emblemáticos de cobre superan el test de replicabilidad. El resultado obtenido contrasta con el del informe de audiencia, que mostraba que uno de los productos BAU emblemáticos (*Fusión +1 100Mb*) no superaba el test de replicabilidad. Sin embargo, el recálculo de los VAN motivado por la estimación de algunas alegaciones planteadas por los operadores y del resto de correcciones tiene como consecuencia que todos los productos BAU emblemáticos superan el test de replicabilidad.

Por tanto, los precios de los servicios NEBA local y/o NEBA fibra resultan suficientes como para que un operador alternativo eficiente pueda replicar los

⁶² A propósito del establecimiento de nuevos precios nominales, la Resolución del ERT prevé que “[s]ólo en el hipotético caso de que la CNMC detectara que la propuesta de precios no se alinea con las obligaciones a las que está sujeta Telefónica, esta Comisión incoaría el correspondiente expediente de ejecución de Resolución para garantizar el adecuado cumplimiento de las obligaciones regulatorias por parte de Telefónica”.

productos BAU emblemáticos de Telefónica. No cabe proceder al ajuste de los precios mayoristas de estos servicios.

III.7 MODIFICACIÓN DE LOS PRECIOS DE NEBA LOCAL Y NEBA FIBRA

Dado que los precios de NEBA local y NEBA fibra cumplen con la condición de replicabilidad, los mismos se mantienen en vigor hasta la siguiente revisión de parámetros.

No obstante, si Telefónica estima conveniente modificar los precios mayoristas de NEBA local y/o NEBA fibra, dispone de 15 días naturales, a contar desde la fecha de notificación de la presente Resolución, para notificar la medida a la CNMC y a los operadores alternativos. En este caso, Telefónica deberá ajustarse a las condiciones contenidas en la Resolución del ERT a propósito de las modificaciones de precios de NEBA local y NEBA fibra.

De conformidad con el acuerdo de la Sala de 24 de junio de 2018, transcurrido el plazo de 15 días desde la notificación de la presente resolución, la CNMC procederá a la notificación a Telefónica del archivo Excel donde figura el cálculo realizado en función de los precios que estén vigentes hasta la siguiente revisión de parámetros.

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

RESUELVE

PRIMERO.- Aprobar la actualización de los valores actuales netos de los productos BAU emblemáticos de Telefónica que se incluyen en el Anexo I de la presente Resolución, calculados conforme a los principios establecidos en la Resolución de 6 de marzo de 2018 por la que se aprueba la metodología para la determinación del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica de España, S.A.U. comercializados en el segmento residencial.

SEGUNDO.- Declarar que los precios de los servicios NEBA local y NEBA fibra actualmente vigentes cumplen con la condición de replicabilidad, por lo que estarán en vigor hasta la aprobación de la siguiente revisión de parámetros, sin perjuicio del plazo de 15 días naturales con que cuenta Telefónica para, en su caso, notificar a la CNMC y a los operadores alternativos modificaciones en los precios de estos servicios.

TERCERO.- Aprobar la actualización de los valores actuales netos de los productos emblemáticos de cobre de Telefónica, que se incluyen en el Anexo II de la presente Resolución, calculados conforme a los principios establecidos en

la Resolución de 6 de marzo de 2018 por la que se aprueba la metodología para la determinación del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica de España, S.A.U. comercializados en el segmento residencial.

CUARTO.- Instar a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual a dar traslado a Telefónica de la hoja de cálculo donde se detalla la información empleada por esta Comisión a la hora de efectuar el análisis de replicabilidad económica de los productos BAU emblemáticos. La hoja de cálculo deberá contener los datos correspondientes a los parámetros señalados como confidenciales en el Anexo V de la presente Resolución, y utilizará como referencia los precios mayoristas de NEBA local y NEBA fibra que, transcurrido el plazo de 15 días naturales establecido en la presente Resolución, resulten aplicables hasta la siguiente revisión de parámetros.

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:

VAN de los productos BAU emblemáticos

Denominación del producto o empaquetamiento básico	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	VAN
<i>Fusión +1 600Mb</i>	95	266,50
<i>Fusión +1 100Mb</i>	80	4,28
<i>Fusión +2 600Mb</i>	125	334,46
<i>Fusión Base 100Mb</i>	65	67,48
<i>Fusión Base 600Mb</i>	72	569,16
<i>Fusión +4 600Mb</i>	175	793,22
<i>Fusión #0 100Mb</i>	48	10,55

Anexo II:

VAN de los productos emblemáticos de cobre

Denominación del producto o empaquetamiento básico	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	VAN
<i>Fusión+ 20Mb</i>	80	238,15
<i>Fusión+ New 20Mb</i>	65	275,68
<i>Dúo/Trío 20Mb</i>	55	453,79
<i>Fusión+2 20Mb</i>	115	277,36

Anexo III:

Determinación de los costes comerciales (datos confidenciales entre corchetes)

1. Telefónica de España

Información general sobre costes comerciales de Telefónica de España (año 2017)

	Gran Público	PYMES	Gran empresa	Resto Segmentos	Total
Ingresos	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Costes (todos los CAADS y CANADS)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Porcentaje de costes minoristas	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Costes (sólo centros de actividad seleccionados)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Porcentaje de costes minoristas	[...]	N/A	N/A	N/A	N/A

Ingresos correspondientes al segmento gran público y costes de los centros de actividad seleccionados imputados al segmento gran público.

	Total	Acceso	Tráfico	Banda ancha	Alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad
Ingresos	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Centros de actividad seleccionados	Total	Acceso	Tráfico	Banda ancha	Alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad
9228111 Comercialización	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
9228112 Tramitación	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
9228113 Reclamaciones	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
9228114 Inteligencia comercial	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
9228121 Facturación	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
9228122 Gestión de Cobro	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
922813 Postventa	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
9228151 Desarrollo y seguimiento de productos minoristas	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
9228152 Marketing y publicidad	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

		Total	Acceso	Tráfico	Banda ancha	Alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad
92281808	Tributos locales	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
92281810	Insolvencias	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
92281811	Financieros del circulante	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
92281813	Otros costes comerciales	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
92281816	Atención comercial	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
92281820	Costes específicos de Sº IP-ISP	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
92281827	Comisiones comerciales	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
92281831	Retribución operadores por portabilidad	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
92281834	Otros costes de Marketing y Publicidad	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
92281835	Preasignación y portabilidad	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Costes totales imputados al segmento Gran Público		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Margen por costes comerciales (costes/ingresos)		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Ingresos correspondientes a los productos empaquetados destinados al segmento gran público e imputación a los productos empaquetados del segmento gran público de los costes de los centros de actividad seleccionados⁶³.

		Todos los servicios (Acceso + Tráfico + Banda ancha)	Acceso	Tráfico	Banda ancha
Ingresos		[...]	[...]	[...]	[...]
Porcentaje de ingresos correspondientes a servicios empaquetados entre el porcentaje total de ingresos del segmento gran público para cada servicio			[...]	[...]	[...]
Centros de actividad seleccionados		Todos los servicios (Acceso + Tráfico + Banda ancha)	Acceso	Tráfico	Banda ancha
9228111	Comercialización	[...]	[...]	[...]	[...]
9228112	Tramitación	[...]	[...]	[...]	[...]
9228113	Reclamaciones	[...]	[...]	[...]	[...]
9228114	Inteligencia comercial	[...]	[...]	[...]	[...]
9228121	Facturación	[...]	[...]	[...]	[...]
9228122	Gestión de Cobro	[...]	[...]	[...]	[...]

⁶³ El criterio de imputación utilizado es, para todos los centros de actividad, el de ingresos correspondientes a servicios empaquetados entre el total de ingresos del segmento gran público.

		Todos los servicios (Acceso + Tráfico + Banda ancha)	Acceso	Tráfico	Banda ancha
922813	Postventa	[...]	[...]	[...]	[...]
9228151	Desarrollo y seguimiento de productos minoristas	[...]	[...]	[...]	[...]
9228152	Marketing y publicidad	[...]	[...]	[...]	[...]
92281808	Tributos locales	[...]	[...]	[...]	[...]
92281810	Insolvencias	[...]	[...]	[...]	[...]
92281811	Financieros del circulante	[...]	[...]	[...]	[...]
92281813	Otros costes comerciales	[...]	[...]	[...]	[...]
92281816	Atención comercial	[...]	[...]	[...]	[...]
92281820	Costes específicos de Sº IP-ISP	[...]	[...]	[...]	[...]
92281827	Comisiones comerciales	[...]	[...]	[...]	[...]
92281831	Retribución operadores por portabilidad	[...]	[...]	[...]	[...]
92281834	Otros costes de Marketing y Publicidad	[...]	[...]	[...]	[...]
92281835	Preasignación y portabilidad	[...]	[...]	[...]	[...]
Costes totales imputados a productos empaquetados del segmento Gran Público		[...]	[...]	[...]	[...]
Margen por costes comerciales (costes/ingresos)		[...]	[...]	[...]	[...]

Corrección de los costes de cada centro de actividad para excluir las amortizaciones del inmovilizado material e inmaterial.

	Todos los servicios (Acceso + Tráfico + Banda ancha)
Ingresos	[...]

Centros de actividad seleccionados		Corrección aplicada correspondiente a la amortización del inmovilizado material e inmaterial⁶⁴	
9228111	Comercialización	[...]	[...]
9228112	Tramitación	[...]	[...]
9228113	Reclamaciones	[...]	[...]
9228114	Inteligencia comercial	[...]	[...]
9228121	Facturación	[...]	[...]
9228122	Gestión de Cobro	[...]	[...]
922813	Postventa	[...]	[...]
9228151	Desarrollo y seguimiento de productos minoristas	[...]	[...]
9228152	Marketing y publicidad	[...]	[...]
92281808	Tributos locales	[...]	[...]

⁶⁴ Ratio entre los importes totales por amortizaciones del inmovilizado material e inmaterial del SCC ("Planta") imputado a cada centro de actividad y el importe total correspondiente a cada centro de actividad, obtenido a partir del SCC de Telefónica.

Centros de actividad seleccionados			Corrección aplicada correspondiente a la amortización del inmovilizado material e inmaterial ⁶⁴
92281810	Insolvencias	[...]	[...]
92281811	Financieros del circulante	[...]	[...]
92281813	Otros costes comerciales	[...]	[...]
92281816	Atención comercial	[...]	[...]
92281820	Costes específicos de Sº IP-ISP	[...]	[...]
92281827	Comisiones comerciales	[...]	[...]
92281831	Retribución operadores por portabilidad	[...]	[...]
92281834	Otros costes de Marketing y Publicidad	[...]	[...]
92281835	Preasignación y portabilidad	[...]	[...]
Costes totales imputados a productos empaquetados del segmento Gran Público (excluyendo amortizaciones)		[...]	
Margen por costes comerciales (costes/ingresos)		[...]	

2. Telefónica Móviles

Costes correspondientes a los centros de actividad seleccionados y distinción entre servicios mayoristas y minoristas.

Centro de actividad	Costes totales	Servicios minoristas	Servicios minoristas
92216 - Insolvencias	[...]	[...]	[...]
92221 - Marketing	[...]	[...]	[...]
92222 - Ventas	[...]	[...]	[...]
92223 - Nuevos servicios	[...]	[...]	[...]
922251 - Sistemas de facturación a cliente final	[...]	[...]	[...]
922253 - Resto facturación y cobros	[...]	[...]	[...]
92226 - Atención a clientes	[...]	[...]	[...]
92227 - Relación con terceros operadores	[...]	[...]	[...]
92233 - Comisiones - Alta	[...]	[...]	[...]
92234 - Comisiones - Fidelización y consumo	[...]	[...]	[...]
Total	[...]	[...]	[...]

Segmentación de los costes de los centros de actividad seleccionados entre los segmentos “Gran Público” y “Resto”

Centro de actividad	Total Gran Público	Resto	Total
92216 - Insolvencias	[...]	[...]	[...]
92221 - Marketing	[...]	[...]	[...]
92222 - Ventas	[...]	[...]	[...]
92223 - Nuevos servicios	[...]	[...]	[...]
922251 - Sistemas de facturación a cliente final	[...]	[...]	[...]

Centro de actividad	Total Gran Público	Resto	Total
922253 - Resto facturación y cobros	[...]	[...]	[...]
92226 - Atención a clientes	[...]	[...]	[...]
92227 - Relación con terceros operadores	[...]	[...]	[...]
92233 - Comisiones - Alta	[...]	[...]	[...]
92234 - Comisiones - Fidelización y consumo	[...]	[...]	[...]
Total	[...]	[...]	[...]

Imputación, en función de los ingresos, de los costes del segmento gran público a productos de telefonía móvil empaquetados con servicios de banda ancha y al resto de productos minoristas de Telefónica Móviles.

	Ingresos totales	GP Empaquetado	GP No Empaq.
Ingresos por subsegmento	[...]	[...]	[...]
Total	[...]	[...]	[...]

Centro de actividad	Total Gran Público	GP Empaquetado	GP No Empaq.
92216 - Insolvencias	[...]	[...]	[...]
92221 - Marketing	[...]	[...]	[...]
92222 - Ventas	[...]	[...]	[...]
92223 - Nuevos servicios	[...]	[...]	[...]
922251 - Sistemas de facturación a cliente final	[...]	[...]	[...]
922253 - Resto facturación y cobros	[...]	[...]	[...]
92226 - Atención a clientes	[...]	[...]	[...]
92227 - Relación con terceros operadores	[...]	[...]	[...]
92233 - Comisiones - Alta	[...]	[...]	[...]
92234 - Comisiones - Fidelización y consumo	[...]	[...]	[...]
Total	[...]	[...]	[...]

Corrección de los costes de cada centro de actividad para excluir las amortizaciones del inmovilizado material e inmaterial.

Centro de actividad	GP Empaquetado (con corrección)	Porcentaje de "planta" utilizado
92216 - Insolvencias	[...]	[...]
92221 - Marketing	[...]	[...]
92222 - Ventas	[...]	[...]
92223 - Nuevos servicios	[...]	[...]
922251 - Sistemas de facturación a cliente final	[...]	[...]
922253 - Resto facturación y cobros	[...]	[...]
92226 - Atención a clientes	[...]	[...]

Centro de actividad	GP Empaquetado (con corrección)	Porcentaje de "planta" utilizado
92227 - Relacion con terceros operadores	[...]	[...]
92233 - Comisiones - Alta	[...]	[...]
92234 - Comisiones - Fidelizacion y consumo	[...]	[...]
Total	[...]	

3. Cálculo general para Telefónica y Telefónica Móviles

	Ingresos	Costes considerados	Total
Telefónica de España	[...]	[...]	[...]
Telefónica Móviles	[...]	[...]	[...]
Total	[...]	[...]	[...]

Anexo IV:

Información sobre costes comerciales a remitir por Telefónica junto a la entrega de las contabilidades de costes anuales

4. Telefónica de España

Información sobre ingresos

	Gran Público (total)	PYMES	Gran empresa	Resto Segmentos	Total
Acceso					
Tráfico					
Alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad					
Banda ancha					

	Gran Público (total)	Gran Público (empaquetado)	Gran Público (no empaquetado)
Acceso			
Tráfico			
Alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad			
Banda ancha			

Información sobre costes

La información sobre la contabilidad de costes segmentada de todos los CAADS y CANDAS se deberá presentar **de manera separada** para los servicios de “acceso”, “tráfico”, “alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad” y “banda ancha” bajo la estructura que figura en la tabla siguiente.

		Acceso / Tráfico / Alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad / Banda ancha				
		Gran Público	PYMES	Gran empresa	Resto Segmentos	Total
CAADS						
922811	COMERCIALIZACIÓN					
9228111	Comercialización					
9228112	Tramitación					

		Acceso / Tráfico / Alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad / Banda ancha				
		Gran Público	PYMES	Gran empresa	Resto Segmentos	Total
9228113	Reclamaciones					
9228114	Inteligencia comercial					
922812	FACTURACIÓN Y GESTIÓN DE COBRO					
9228121	Facturación					
9228122	Gestión de Cobro					
922813	POSTVENTA					
922814	OPERACIÓN E INFORMACIÓN					
922815	MÁRKETING Y PUBLICIDAD					
9228151	Desarrollo y seguimiento de productos minoristas					
9228152	Marketing y publicidad					
9228153	Desarrollo y seguimiento de productos mayoristas					
922816	TELEFONOS DE USO PUBLICO					
922817	INGENIERÍA PARA TELECOMUNICACIONES					
922818	COSTE DE VENTAS					
92281801	Retribuciones por interconexión fijo-móvil					
92281802	Retribuciones por interconexión fijo-fijo					
92281804	Pagos a proveedores de información					
92281805	Outsourcing TRAC					
92281806	Equipos para venta					
92281807	Costes proyectos especiales					
92281808	Tributos locales					
92281809	Canon concesional					
92281810	Insolvencias					
92281811	Financieros del circulante					
92281813	Otros costes comerciales					
92281816	Atención comercial					
92281818	Pago a administraciones extranjeras					
92281820	Costes específicos de Sº IP-ISP					
92281821	Costes específicos Acceso bucle cliente					
92281827	Comisiones comerciales					
92281831	Retribución operadores por portabilidad					
92281832	Alquiler de bucle radioeléctrico y sector espacial					
92281833	Retribuciones Sº de información Otras empresas					
92281834	Otros costes de Marketing y Publicidad					

		Acceso / Tráfico / Alquiler de circuitos, servicios de datos y conectividad / Banda ancha				
		Gran Público	PYMES	Gran empresa	Resto Segmentos	Total
92281835	Preasignación y portabilidad					
92281836	Pagos por numero gratuitos de Terceros					
92281839	Alquiler de espacio para Oba					
92281840	Alquiler de espacio para Otros Clientes					
92281841	Costes Energía para Clientes OBA					
92281842	Costes Energía para Otros Clientes					
92281843	Costes específicos Servicios Televisión					
922819	TERMINALES					
9228191	Terminales telefonía privada					
9228192	Terminales telefonía pública					
CANADS						
923821	Corporativos					
923822	No atribuibles a estándares de costes					
923823	No atribuibles a la actividad de telecomunicaciones					

5. Telefónica Móviles

Información sobre ingresos

	Ingresos totales	Ingresos minoristas - Segmento Gran Público	Ingresos minoristas - Resto de segmentos	Ingresos mayoristas
Incluyendo venta de terminales				
Excluyendo venta de terminales				

Información sobre costes

	Costes totales	Costes imputados a servicios minoristas - Segmento Gran Público	Costes imputados a servicios minoristas - Resto de segmentos	Costes imputados a servicios mayoristas
922111 - Interconexión voz y videotelefonía				
922112 - Interconexión SVA				

	Costes totales	Costes imputados a servicios minoristas - Segmento Gran Público	Costes imputados a servicios minoristas - Resto de segmentos	Costes imputados a servicios mayoristas
922113 - Interconexión SMS				
922114 - Interconexión MMS				
922121 - Roaming voz y videotelefonía saliente				
922122 - Roaming voz y videotelefonía entrante				
922123 - Roaming SMS				
922124 - Roaming MMS y Datos				
922131 - SVA Voz y videotelefonía				
922132 - SVA SMS				
922133 - SVA MMS				
922134 - SVA Datos				
92214 - Canon de ingresos				
92215 - Canon del espectro				
92216 - Insolvencias				
92217 - Canon TV				
92221 - Marketing				
92222 - Ventas				
92223 - Nuevos servicios				
92224 - Compras y logística de terminales				
922251 - Sistemas de facturación a cliente final				
922252 - Sistemas de facturación a terceros operadores				
922253 - Resto facturación y cobros				
92226 - Atención a clientes				
92227 - Relación con terceros operadores				
92228 - Soporte				
92231 - Terminales y accesorios - Alta				
92232 - Terminales y accesorios - Fidelización				
92233 - Comisiones - Alta				
92234 - Comisiones - Fidelización y consumo				
9231 - Estructura				
9232 - Costes financieros				
9233 - Otros tributos				
9234 - TREI				
9235 - NAAP				
9236 - Impuesto de sociedades				
9237 - No Imputable al estándar				
9238 - Alquileres compartidos				

Anexo V:

Parámetros utilizados en el test de replicabilidad

(datos confidenciales entre corchetes)

1. Parámetros de aplicación general

1.1. Factor multiplicador de la banda ancha

Vida media de cliente de fibra (meses)	60,00
WACC TESAU (anual)	6,82%
WACC mensualizado	0,55131%
Factor multiplicador banda ancha fibra	50,97

1.2 Costes de comercialización minorista

Costes minoristas (porcentaje sobre ingresos)	[...]
---	-------

2. Componente de banda ancha

2.1. Precios de NEBA local

Precio de acceso (referencia)	-17,57
Alta y baja fibra mensualizada	-0,95

2.2. Costes de equipamiento comunes a todos los productos de fibra de red propia

Margen no recurrente por equipamiento	[...]
---------------------------------------	-------

2.3. Costes de red propia en función de la velocidad

Velocidad	Margen recurrente asociado	
	NEBA local sin IPTV	NEBA local IPTV
Fibra 50Mb/50Mb	-4,93	-8,26
Fibra 100Mb/100Mb	-5,07	-8,35
Fibra 300Mb/300Mb	-5,76	-8,78
Fibra 600Mb/600Mb	-6,30	-9,12

3. Componente de acceso telefónico fijo

Línea de acceso telefónico según tipo de empaquetamiento	Margen recurrente asociado
Paquetes con acceso RTB incluido en la cuota mensual	[...]

4. Componente de tráfico telefónico fijo

Nombre de la tarifa plana	Margen recurrente asociado
TPN-FM	[...]
TPN	[...]

5. Componente de telefonía y banda ancha móvil

Nombre del componente móvil	Margen recurrente asociado
Fusión 1Mi/5GB	[...]
Fusión 1Mi/10GB	[...]
Fusión 2Mi/12GB	[...]
Fusión 4Mi/12GB	[...]
Fusión 200min./2GB	[...]

6. Componente de televisión de pago

6.1. Módulos básicos (incluidos como parte integrante de empaquetamientos de banda ancha)

Denominación del módulo básico	Margen recurrente asociado
Módulo #0	[...]
Módulo Base	[...]
Básico Ficción	[...]
Básico Liga	[...]
Básico Liga/Champions	[...]
Básico Ocio Total	[...]
Básico Series	[...]
Premium	[...]
Premium Extra	[...]
Premium Total	[...]
Todo Fútbol	[...]

6.2. Módulos de contratación adicional

Módulos adicionales	Margen recurrente asociado
Cine	[...]
Series	[...]
Motor	[...]
Selección Deportes	[...]
Cine/Series	[...]
Cine/Motor	[...]
Cine/Selección Deportes	[...]
Series/Motor	[...]
Series/Selección Deportes	[...]
Motor/Selección Deportes	[...]
Series/Cine/Motor	[...]
Series/Cine/Selección Deportes	[...]
Series/Motor/Selección Deportes	[...]
Cine/Motor/Selección deportes	[...]
Series/Cine/Motor/Selección deportes	[...]

7. Coste promocional

Categoría de producto	Coste promocional
Fusión +1 600Mb	[...]
Fusión +1 100Mb	[...]
Fusión +2 600Mb	[...]
Fusión Base 100Mb	[...]
Fusión Base 600Mb	[...]
Fusión +4 600Mb	[...]
Fusión #0 100Mb	[...]