

## **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/D TSA/004/19/SEGUNDA REVISIÓN DE PARÁMETROS DEL ERT**

### **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

#### **Presidenta**

D<sup>a</sup>. 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 23 de enero de 2020

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.

La primera revisión de los parámetros tras la aprobación del ERT se aprobó el 3 de abril de 2019<sup>1</sup>. Esta es la revisión inmediatamente anterior a la que tiene lugar en el presente expediente.

## **SEGUNDO. - Información semestral**

El día 15 de marzo de 2019 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de Telefónica a través del cual se ponían 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 correspondientes al segundo semestre de 2018.

El día 30 de agosto de 2019 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de Telefónica con la información del requerimiento semestral correspondiente al primer semestre de 2019.

## **TERCERO.- Requerimientos de información**

Mediante escritos de la Directora de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual de fechas 29 de marzo, 24 de abril y 31 de mayo de 2019 se requirió a Telefónica determinada información adicional sobre diversos aspectos relacionados con los datos suministrados el día 15 de marzo de 2019. Telefónica aportó la información requerida mediante escritos respectivos de fechas 15 de abril, 20 de mayo y 20 de junio de 2019.

## **CUARTO. - Apertura del procedimiento**

En cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 39/2015, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, mediante escrito de la Directora de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, se notificó el inicio del presente expediente de revisión de los parámetros a los operadores interesados a través de escrito de 30 de septiembre de 2019.

## **QUINTO.- Trámite de audiencia**

El 7 de octubre de 2019 se dio traslado del informe de audiencia de la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual (en adelante, DTSA) a los distintos interesados, con el fin de que presentaran las alegaciones que estimaran oportunas.

---

<sup>1</sup> Resolución de 3 de abril de 2019, relativa a la revisión de parámetros del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica comercializados en el segmento residencial (expediente de referencia OFMIN/DTSA/007/18/PARÁMETROS ERT).

## **SEXTO.- Alegaciones de los interesados**

Con fechas 22 de octubre (Telefónica y Orange), 23 de octubre (Vodafone) y 29 de octubre (Másmóvil) de 2019 tuvieron entrada en el registro de la CNMC los escritos de alegaciones de los diferentes interesados que han tomado parte en el presente procedimiento.

Con posterioridad, Telefónica remitió un escrito adicional de alegaciones, de fecha 3 de diciembre de 2019.

## **SÉPTIMO.- Informe de la Sala de Competencia**

Al amparo de lo dispuesto en el artículo 21.2 a) de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (LCNMC) y del artículo 14.2.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, la Sala de Competencia de la CNMC ha emitido informe sin observaciones.

## **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 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. La primera revisión de los parámetros tras la aprobación del ERT se aprobó el 3 de abril de 2019.

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 que integran su oferta comercial en función de los datos más recientes disponibles. 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.

Sobre la base de la información suministrada por Telefónica a la CNMC, y según lo establecido en la Resolución del ERT, se procede a actualizar los parámetros utilizados en el test de replicabilidad. En los siguientes apartados se exponen cuáles han sido los elementos más relevantes de la revisión de parámetros.

## **III.2 SERVICIOS MAYORISTAS DE REFERENCIA**

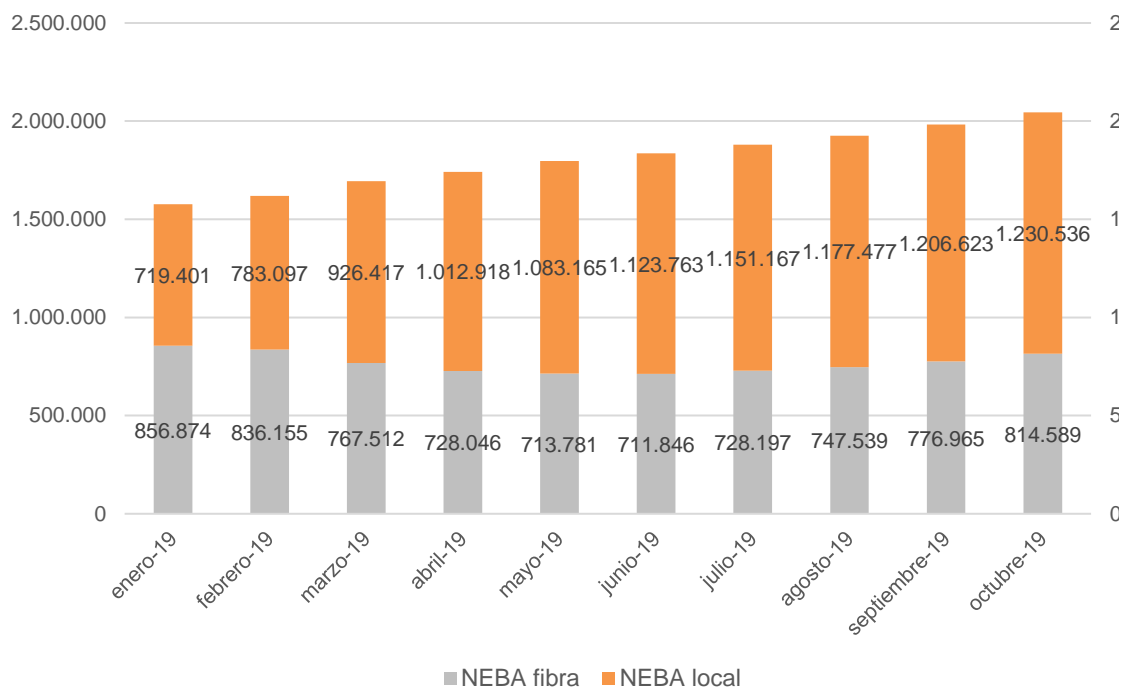
### **III.2.1 Evolución del número de líneas activas de NEBA local y NEBA fibra**

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 en su modalidad regulada como en la 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 periódicos y no periódicos que figuran en las ofertas reguladas y los acuerdos comerciales suscritos con terceros, detallado en función del operador demandante de acceso.

A partir de estos datos, la CNMC realiza el 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.

**Gráfico 1.** Evolución del número de líneas activas de NEBA fibra y local en sus modalidades comercial y regulada (enero de 2019-noviembre de 2019)



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

Según los datos aportados por Telefónica, la planta de los servicios mayoristas provistos sobre la red de fibra óptica de Telefónica, ya sean comerciales o regulados, ha continuado creciendo a un ritmo acelerado desde que fue aprobada la última revisión de los parámetros de la metodología del ERT en abril de 2019. Entre enero y octubre de 2019, los servicios NEBA local y NEBA fibra habrían sumado más de 500.000 líneas, lo que se traduce en un crecimiento intermensual de alrededor del 3% para cada uno de los meses del período estudiado, y alcanzaron un total de 2.045.125 líneas activas (ver gráfico 1).

También es relevante la dinámica que ha seguido el peso relativo de los dos servicios mayoristas de fibra óptica sobre el total de líneas. De forma general, se puede apreciar una progresiva sustitución del servicio NEBA fibra por el servicio NEBA local, tendencia que se ha acentuado desde inicios de 2019. Mientras que a mediados de 2018 el servicio NEBA fibra captaba más del 90% del total de líneas mayoristas sobre la red de fibra óptica de Telefónica, la rápida adopción del NEBA local por parte de los operadores alternativos ha logrado desbancar al NEBA fibra de su posición mayoritaria. En octubre de 2019, el mes más reciente para el que se tienen datos, el NEBA local ya sumaba más del 60% del total de líneas mayoristas de fibra óptica. A pesar del aumento proporcional de NEBA local con respecto a NEBA fibra, desde el mes de junio de 2019, este último servicio está experimentando un crecimiento en su número de líneas.



En conclusión, las cifras aportadas por Telefónica constatan la alta demanda por parte de los operadores alternativos de servicios mayoristas de banda ancha fija de fibra óptica. A su vez, también se puede apreciar la creciente importancia del servicio NEBA local, en su forma comercial o regulada, como solución mayorista preferida por los operadores que solicitan acceso a la red de Telefónica.

### **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 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 toman en consideración son la cuota mensual, de alta y de baja generados por todos los operadores demandantes de acceso.

En la presente revisión, se mantienen los ingresos mayoristas correspondientes de 17,57 euros mensuales correspondientes a la cuota de acceso y los 0,95 euros mensuales por otros conceptos (cuotas de alta y baja).

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. Es decir, dado que la cuota mensual de NEBA local es igual a la cuota de acceso del NEBA fibra, la replicabilidad del servicio NEBA local asegura la replicabilidad del servicio NEBA fibra.

### **III.3 SERVICIOS MINORISTAS DE REFERENCIA**

La Resolución del ERT establece que el listado de productos BAU emblemáticos conforme a los criterios 1 y 3<sup>2</sup> debe ser actualizado en el seno de los

---

<sup>2</sup> 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.

procedimientos de revisión de parámetros. 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

La siguiente tabla muestra los productos BAU de Telefónica más contratados, hasta alcanzar el umbral del 80% de la planta de clientes de fibra de este operador. El número de clientes de cada producto BAU se corresponde con la media de clientes durante el primer semestre de 2019.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 1. 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<sup>3</sup></i>   | 140   | [...]              | [...]                  | [...]                            |
| <i>Fusión +1 100Mb<sup>4</sup></i>   | 85  | [...]              | [...]                  | [...]                            |
| <i>Fusión Base 100Mb<sup>5</sup></i> | 65  | [...]              | [...]                  | [...]                            |
| <i>Fusión +1 600Mb</i>               | 95  | [...]              | [...]                  | [...]                            |
| <i>Fusión Base 600Mb</i>             | 72  | [...]              | [...]                  | [...]                            |
| <i>Fusión #0 100Mb<sup>6</sup></i>   | 50  | [...]              | [...]                  | [...]                            |
| <i>Fusión +4 600Mb</i>               | 190   | [...]              | [...]                  | [...]                            |

En cuanto a características de los productos (precio y/o prestaciones) la fecha de referencia es el 1 de septiembre de 2019<sup>7</sup>. Por tanto, se tiene en cuenta la más reciente reconfiguración del catálogo comercial de Telefónica.

<sup>3</sup> Los productos *Fusión+2* incluyen dos líneas móviles, cada una con llamadas ilimitadas y 20GB, y un componente audiovisual con 80 canales temáticos, todos los canales de fútbol, el paquete *Series* y el canal *Movistar Estrenos*.

<sup>4</sup> Los productos *Fusión+1* incluyen una línea móvil con llamadas ilimitadas y 10MB, y un componente audiovisual que incluye 80 canales temáticos, el paquete *Series* y, en función de la modalidad, el canal *Movistar Liga* (Selección Liga), *Movistar Champions* (Selección Champions) o el paquete *Cine y Netflix* (Selección Ficción).

<sup>5</sup> Los paquetes *Fusión Base*, denominado previamente *Fusión Series*, incluyen una línea móvil con llamadas ilimitadas y 10MB, y un componente audiovisual integrado por 4 canales temáticos y el paquete *Series*.

<sup>6</sup> Los paquetes *Fusión #0* incluyen una línea móvil con 200 minutos y 2GB y un componente audiovisual integrado por 2 canales temáticos.

<sup>7</sup> 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 comercial que se tendrá en cuenta será el que se esté efectivamente comercializando el último



A este respecto, debe recordarse que la Resolución del ERT asimila las mejoras producidas en los productos, con los productos de iguales características y precios. Así ocurrió, por ejemplo, con la incorporación del canal *Partidazo* a determinados paquetes *Fusión Base* (entonces denominados *Fusión Series*). En este caso, y como aspecto más relevante, se han tratado de manera unificada los productos *Fusión+1 Ocio* y los actuales *Fusión+1 Selección Liga*<sup>8</sup>. Además, se han asimilado los empaquetamientos que tenían contratado un módulo de canales a la carta de manera separada con aquellos otros que incluyen dicho módulo de manera gratuita. Tal sería el caso de los antiguos clientes *Fusión+1* que tienen contratado de manera separada el módulo *Series*. Estos clientes se asimilan a los nuevos clientes de *Fusión+1 Selección Liga*, que por el mismo precio tienen también acceso del canal *Movistar Liga*.

### III.3.2 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 el apartado anterior.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

**Tabla 2.** 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+1 20Mb</i>    | 85  | [...]              | [...]                  | [...]                            |
| <i>Fusión Base 20Mb</i> | 65  | [...]              | [...]                  | [...]                            |
| <i>Dúo/Trío 20Mb</i>    | 44  | [...]              | [...]                  | [...]                            |
| <i>Fusión+2 20Mb</i>    | 140   | [...]              | [...]                  | [...]                            |

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

### III.4.1 Costes de red del componente de banda ancha

Los costes de red del servicio mayorista NEBA local utilizados en el cálculo del VAN de los productos de Telefónica se describen en el Anexo III de la Resolución del ERT. En la presente revisión de los parámetros del ERT se utilizan los costes

día con que cuenta Telefónica para notificar la información del requerimiento de información semestral que da lugar a la revisión semestral de parámetros”.

<sup>8</sup> Los productos *Fusión Selección Liga* son el resultado de incorporar el canal *Movistar Liga* a los *Fusión Ocio*. Tanto los *Fusión Selección Liga* como los antiguos *Fusión Ocio* forman parte de la agrupación *Fusión+1*.

de red calculados para el ejercicio 2019, ya utilizados en la Resolución de 3 de abril de 2019.

### 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. El cálculo del importe medio promocional ha tenido en cuenta lo establecido en el apartado III.5.1 del presente documento en lo relativo a la determinación del coste de las ofertas de tipo *try & buy*.

De acuerdo con los datos correspondientes al periodo comprendido entre el 1 de julio de 2018 y el 30 de junio de 2019, los costes promocionales medios por cliente y mes de los **productos BAU emblemáticos** de Telefónica son los siguientes.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

**Tabla 5.** 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 6.** 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

Según la Resolución del ERT, los costes de comercialización minorista considerados en el test se estiman a partir de las contabilidades regulatorias de Telefónica y Telefónica Móviles. Para ello, se impuso a Telefónica la obligación de presentar la información de su contabilidad de costes regulatoria para poder determinar los costes comerciales correspondientes a los diferentes segmentos de clientes de este operador.

En el presente procedimiento se ha calculado la magnitud de costes comerciales, expresada como porcentaje de los ingresos generados por cada producto, conforme a lo descrito en la Resolución de 6 de abril de 2019, en la que se acomete la primera revisión de parámetros. Para ello se ha utilizado información procedente de las contabilidades de costes regulatorias de Telefónica y Telefónica Móviles correspondientes al año 2018.

Como resultado del cálculo señalado se han determinado unos costes comerciales del **[CONFIDENCIAL]** de los ingresos brutos generados por cada empaquetamiento.

**[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]**

**Tabla 7.** Ingresos y costes considerados para determinar el porcentaje de costes minoristas (en euros)

|   | Fija  | Móvil | 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 códec<sup>9</sup>, se calcula el tráfico 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**

Según lo establecido en la Metodología del ERT, 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 móvil<sup>10</sup>. En concreto, se utilizará el precio medio cobrado por Telefónica a estos operadores, diferenciando entre tráficos de voz móvil, servicios de mensajería corta y banda ancha móvil.

---

<sup>9</sup> G.711 con 10 ms, según los parámetros del modelo BU-LRIC.

<sup>10</sup> 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.

En la actualidad, los OMV completos 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.

Respecto a la anterior revisión de los parámetros cabe destacar que **[CONFIDENCIAL]**.

El coste total en el que incurre el operador hipotético por los tráficos unitarios de voz y SMS se calcula añadiendo a las cifras anteriores, en el caso de los tráficos con destino *off-net*, la terminación fija, móvil y de SMS correspondiente. Para ello, se han empleado los precios de terminación móvil vigentes, establecidos en 0,64 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 *II Informe Trimestral 2019* de la CNMC, por ser los datos más recientes a disposición de esta Comisión.

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 sus tarifas convergentes.

### **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 Telefónica<sup>11</sup> se valoran a partir de los CPA mayoristas correspondientes a cada uno de ellos<sup>12</sup>, sin tener en cuenta los costes mínimos garantizados. Los canales 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 2019.

---

<sup>11</sup> Véase el expediente C/0612/14/Telefónica/DTS, sobre la operación de concentración Telefónica/DTS.

<sup>12</sup> En este contexto, el CPA es el precio nominal mensual por abonado relativo a los canales *Premium* de la oferta mayorista de Telefónica.

**Tabla 7.** CPA mayoristas

| Denominación del canal    | CPA vigente<br>(€/mes) |
|---------------------------|------------------------|
| <i>Movistar Liga</i>      | 16,00                  |
| <i>Movistar Champions</i> | 12,00                  |
| <i>Movistar Fórmula 1</i> | 1,00                   |
| <i>Movistar Series</i>    | 0,90                   |
| <i>Movistar Estrenos</i>  | 3,30                   |

En segundo lugar, la valoración de los canales propios de Telefónica no sujetos a la oferta mayorista (esto es, canales propios no *Premium*) y de la plataforma YOMVI<sup>13</sup> 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, en lo que respecta a los canales editados por la propia Telefónica se optó por utilizar los costes devengados como proxy<sup>14</sup>.

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 2019. 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 en el canal durante el primer semestre de 2019.

<sup>13</sup> En el presente expediente se utiliza la antigua denominación YOMVI para referirse al servicio de acceso a contenidos SVOD que Telefónica incluye como parte integrante de sus paquetes de banda ancha.

<sup>14</sup> Los contratos por lo 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.



Finalmente, el coste de los canales editados por terceros se determina en función de los precios pagados por Telefónica para disfrutar de la licencia de emisión de los mismos. Así, el cálculo de VAN que se realiza en este procedimiento toma en consideración los importes por las licencias de emisión, así como el número medio de abonados a cada canal. Este criterio también ha sido utilizado para la valoración del servicio *Netflix*.

Finalmente, el cálculo del margen correspondiente al servicio de televisión de pago ha tenido en cuenta los ingresos generados por la comercialización de canales a la carta, siempre que éstos hayan sido contratados de manera vinculada a un empaquetamiento de banda ancha.

#### 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 IPTV<sup>15</sup>. Para determinar estos costes, se ha recurrido a la información procedente de la contabilidad regulatoria del año 2018. Los costes de red por abonado obtenidos ascienden a **[CONFIDENCIAL]** en el caso de servicios IPTV y de **[CONFIDENCIAL]** para servicios OTT. En línea con las alegaciones formuladas por Telefónica, y estimadas por la CNMC, el cálculo de los costes de red correspondiente a IPTV ha tenido en cuenta la asimilación realizada entre productos OTT y IPTV<sup>16</sup>.

#### 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 28 de noviembre de 2019<sup>17</sup>, cuyo valor es del 6,54%, que es el actualmente vigente. Este valor ha sido actualizado con respecto al que figuraba en el informe de audiencia, que utilizaba el WACC en vigor en ese momento.

---

<sup>15</sup> 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.

<sup>16</sup> Siguiendo lo establecido en la Resolución del ERT, en caso de que un producto ofrezca el servicio de televisión de pago tanto a través de IPTV como de OTT, el VAN de referencia será el del servicio de mejores prestaciones, en este caso IPTV.

<sup>17</sup> Resolución de 28 de noviembre de 2019, 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/003/19/WACC 2019 OP INTEGRADOS).

### III.5 OTRAS CUESTIONES A ABORDAR

#### III.5.1 Tratamiento de ofertas promocionales

##### III.5.1.1 Duración de ofertas promocionales sobre empaquetamientos que incluyen canales *Premium* con contenidos deportivos

La Resolución del ERT establece, en su apartado IV.5.1, los criterios para determinar las diferencias entre el “*precio nominal*” de un producto –que sirven como referencia minorista principal para el cálculo del VAN– y los “*precios promocionales*” que pueden resultar de aplicación. Los precios promocionales tienen un tratamiento diferente en el ERT, descrito en el apartado IV.5.2. En el mismo apartado también se hace referencia a la incorporación de nuevos canales a empaquetamientos de banda ancha, que puede tener un carácter indefinido o que, por el contrario, puede estar vinculada a una acción promocional (por ejemplo, ofertas de tipo *try & buy*).

En lo que respecta a descuentos en la cuota mensual, la Resolución del ERT señala que “[s]e considerará que una oferta consistente en un descuento en la cuota mensual de un producto tiene vocación de estabilidad si su duración es igual o superior a 12 meses”, entendiéndose comprendida en este plazo de 12 meses la concatenación de dos o más promociones que ofrecen descuentos más reducidos. Por otro lado, “[t]ambién se considerará que cuenta con esta vocación de estabilidad la incorporación de canales de televisión a un empaquetamiento (o a un módulo adicional de televisión de pago), salvo en el caso de ofertas de tipo *try & buy* que tengan carácter puntual”. La propia Resolución del ERT advierte que estos criterios tienen un alcance general y que la evaluación de la “vocación de estabilidad” se determinará caso a caso.

En este contexto, dada la elevada complejidad de los empaquetamientos de banda ancha que se comercializan en el mercado y de las promociones que recaen sobre estos productos, resulta conveniente realizar alguna precisión adicional.

Ha de tenerse en cuenta que los canales *Premium* que incluyen contenidos deportivos identifican las temporadas en las que se desarrolla la competición con periodos anuales. Por ello, en el caso de empaquetamientos que incluyan estos canales *Premium*, se considerará que tienen vocación de estabilidad los precios descontados –o promociones equivalentes– y las ofertas promocionales con unos descuentos que se extiendan durante más de **dos tercios de la temporada deportiva**<sup>18</sup>, de manera individual o concatenada. El establecimiento de un umbral de dos tercios sobre el total de la temporada tiene como propósito evitar la utilización estratégica de ofertas promocionales que, en la práctica, tengan

---

<sup>18</sup> Por ejemplo, para calcular el umbral de dos tercios se tomarán como referencia los 9-9,5 meses de duración de la temporada deportiva de fútbol o los 8,5-9 meses de duración de las temporadas de motor.

resultados equivalentes a los de establecer unos precios descontados con vocación de estabilidad.

### III.5.1.2 Coste de las promociones consistentes en la visualización gratuita de eventos deportivos concretos

Esta Sala considera conveniente aclarar la valoración de aquellas promociones consistentes en la visualización gratuita de un evento deportivo concreto. Este sería el caso de la acción promocional que Telefónica llevó a cabo en agosto de 2018 y que tuvo como resultado que todos sus clientes IPTV pudieran disfrutar de la final de la Supercopa de Europa y de los dos primeros partidos ofrecidos por el canal *Movistar Partidazo*.

Para este tipo de acciones promocionales, aunque el acceso efectivo al canal se produzca sólo durante un día (o unas horas), se establece el número de días efectivos de la competición principal como referencia mínima para calcular el coste de este tipo de promociones<sup>19</sup>. De otra manera, se estaría adulterando el cálculo del coste promocional, imputando parte del mismo a periodos en que los contenidos ofrecidos por el canal tienen un atractivo comercial reducido<sup>20</sup>. Por otro lado, el cálculo del coste promocional tendrá en cuenta la totalidad de la planta de clientes susceptibles de disfrutar del contenido, y no el número de clientes que efectivamente lo acaban visionando.

### III.5.2 **Modificación de los requerimientos de información**

El Anexo IV de la Resolución del ERT impone a Telefónica obligaciones en materia de información que deberá suministrar a la CNMC, entre las cuales destacan las obligaciones de información con carácter mensual y semestral.

Dada la frecuencia con que Telefónica introduce modificaciones en los precios y prestaciones de sus productos, o incluso reestructura su catálogo comercial, resulta fundamental que la CNMC disponga de la información más reciente posible y que los procedimientos de actualización de parámetros se lleven a cabo de manera ágil. La complejidad del catálogo comercial de Telefónica ha obligado en numerosas ocasiones a realizar requerimientos de información

---

<sup>19</sup> Es decir, si Telefónica decide ofrecer gratuitamente a sus clientes un partido de fútbol determinado, su coste se determinará partiendo del coste minorista de todo el año natural para pasar a dividir este coste entre el número de días de partido del campeonato más relevante ofrecido por cada canal. En el caso del canal *Movistar Champions* se tomará como referencia la cantidad de 29 días efectivos de competición principal. En el caso de *Movistar La Liga*, la referencia será de 76 días. En un canal como el antiguo *Movistar Partidazo*, la referencia hubiera sido 38 días.

<sup>20</sup> Por poner el ejemplo del antiguo canal *Movistar Partidazo*, no se puede imputar el mismo valor al periodo en el que este canal no emite ningún contenido relevante que al momento en que se emite un partido de fútbol.

complementarios que suponen un obstáculo a una tramitación rápida de los procedimientos de revisión de parámetros.

Por ello, se considera necesario modificar las fechas de entrega de los requerimientos semestrales de parámetros a los que se refiere el Anexo IV de la Resolución del ERT, adelantando en un mes la fecha de suministro de información. Por tanto, la información de los requerimientos semestrales deberá entregarse a la CNMC los días 31 de enero y 31 de agosto de cada año. La primera entrega de información que deberá cumplir con estos nuevos plazos será la correspondiente al 31 de agosto de 2020.

Además, también se incorpora al requerimiento de información semestral la siguiente información:

*“Importes totales incurridos en los dos últimos semestres de referencia correspondientes a la adquisición o reacondicionamiento de equipamiento en domicilio del cliente necesario para la prestación del servicio de banda ancha. Estos importes se deberán separar por concepto (routers, descodificadores, ONT, etc.). Refleje también las unidades de cada tipo de elemento adquirido/reacondicionado. Informe de manera separada de los importes y unidades relativos a descodificadores 4K y al resto de descodificadores<sup>21</sup>”.*

El objetivo de esta incorporación de información es facilitar un cálculo actualizado del coste del equipamiento en domicilio del cliente, teniendo en cuenta aspectos como la incidencia de la renovación de este tipo de equipos a clientes existentes. La referencia a dos semestres intenta evitar fluctuaciones importantes en los costes medios resultados, especialmente relevantes en el caso de este parámetro.

### **III.6 CUESTIONES PLANTEADAS POR LOS INTERESADOS EN EL SENO DEL EXPEDIENTE**

#### **III.6.1 Modificaciones relevantes en la metodología establecida en la Resolución ERT**

##### **III.6.1.1 Alegaciones de los operadores**

Telefónica considera que los cambios auspiciados en la metodología se han llevado a cabo sin seguir los cauces procedimentales existentes.

En concreto, según este operador, la metodología del ERT únicamente puede ser objeto de modificación mediante un procedimiento administrativo análogo al que dio lugar a la aprobación de la Resolución del ERT en marzo de 2018, lo que

---

<sup>21</sup> Se deberá informar por separado de los importes y unidades correspondientes a nuevas adquisiciones de equipamiento y a unidades reacondicionadas.

implicaría la notificación del proyecto de medida a la Comisión Europea, al Organismo de Reguladores Europeos de Comunicaciones Electrónicas (ORECE) y al resto de autoridades nacionales de reglamentación competentes de conformidad con lo establecido en el artículo 7 de la Directiva 2002/21/CE relativa a un marco regulador común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas (Directiva marco).

Según Telefónica, este sería el caso en particular de los cambios planteados en relación con el contenido de la obligación de remisión de información semestral a la CNMC que este operador ha debido asumir. Asimismo, también califica de “*modificación sustancial*” de la metodología aspectos tales como (i) la determinación de un VAN independiente para los productos *Fusión+1* y *Fusión Base*, manteniendo el análisis seguido en Resoluciones anteriores; (ii) el método de cálculo del coste promocional correspondiente a una oferta consistente en la visualización gratuita para toda la planta de clientes de Telefónica de determinados contenidos deportivos, expuesta en el apartado III.5.1.2 del informe de audiencia; y (iii) la aclaración realizada en el apartado III.5.1.1 a propósito de “*vocación de estabilidad*” de aquellos precios descontados –o promociones equivalentes– que recaigan sobre productos que incluyan canales deportivos *Premium* y que se extiendan durante más de dos tercios de la temporada deportiva.

### III.6.1.2 Respuesta de la CNMC

En primer lugar, cabe señalar que las cuestiones relativas al requerimiento de la información semestral que se plantean en el Informe de Audiencia no suponen la introducción de ninguna nueva obligación.

La modificación del plazo de entrega del requerimiento de información semestral tiene un carácter meramente instrumental que, como se expone en el apartado III.8.8, responde a razones de efectividad en la tramitación de los expedientes de revisión de parámetros y no supone un incremento de la carga regulatoria. Además, debe recordarse que en el marco de la metodología anterior ya tuvieron lugar modificaciones parciales del requerimiento de información semestral. Este sería el caso de la Resolución de 23 de julio de 2015, que acometió una revisión del contenido del requerimiento de información semestral para adaptarlo a la desregulación de los mercados de tráfico de voz fija y a la generalización de empaquetamientos convergentes como *Movistar Fusión*. Al margen de lo anterior, resulta preferible que el contenido y plazos de los requerimientos de información semestrales sean públicos y previsibles a que se lleven a cabo requerimientos de información específicos en virtud de las atribuciones conferidas a la CNMC en el artículo 10 de la LGTel.

El resto de cuestiones que Telefónica considera que consisten en una “*modificación sustancial*” de la Resolución del ERT no son sino aclaraciones o precisiones de obligaciones ya existentes que responden a situaciones específicas. La Resolución del ERT estableció los criterios generales de análisis



de determinadas cuestiones, pero su aplicación a casos concretos (“vocación de estabilidad” de precios sobre productos con contenidos deportivos *Premium*) o a iniciativas comerciales sin precedentes relevantes (visualización gratuita para toda la planta de clientes de Telefónica de determinados contenidos deportivos). El tratamiento de nuevas situaciones debe ser desarrollado en las Resoluciones de revisión de parámetros que las aborden, según vayan acaeciendo en el mercado nuevas situaciones. En el caso del mantenimiento de cálculo independiente de un VAN separado para *Fusión+1* y *Fusión Base* ni siquiera se puede hablar de aclaración o precisión alguna, puesto que su fundamento reside directamente en lo establecido en la Resolución del ERT.

Sin perjuicio de lo anterior, tanto en el contexto de la metodología anterior como en el de la aprobada en la Resolución del ERT, no resulta ninguna novedad la introducción de modificaciones parciales –como en el caso del presente procedimiento– o incluso de criterios adicionales que abordan nuevas realidades de mercado.

Sin ánimo de exhaustividad, la Resolución de 30 de mayo de 2013<sup>22</sup> abordó por primera vez la manera en que se analizarían los productos convergentes como *Movistar Fusión*; la Resolución de 24 de octubre de 2013<sup>23</sup> flexibilizó el cálculo del concepto “promoción acumulada” aplicable a clientes en planta; la Resolución de 3 de julio de 2014<sup>24</sup> marcó las líneas del tratamiento regulatorio de la introducción del servicio de televisión de pago en la práctica totalidad de clientes de *Movistar Fusión*; la Resolución de 2 de diciembre de 2014<sup>25</sup> revisó la vida media de los clientes de fibra; la Resolución de 30 de junio de 2016<sup>26</sup> introdujo un cálculo de VAN específico para los productos con contenidos de fútbol *Premium*; y la Resolución de 25 de julio de 2017<sup>27</sup> modificó la referencia mayorista para determinar el coste del componente móvil.

---

<sup>22</sup> Resolución por la que se actualizan determinados parámetros de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (AEM 2012/2061)

<sup>23</sup> Resolución por la que se actualizan determinados parámetros de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (AEM 2013/1733).

<sup>24</sup> Resolución relativa a la revisión semestral de parámetros utilizados en la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (OFMIN/DTSA/608/14/REVISIÓN DE PARÁMETROS METODOLOGÍA)

<sup>25</sup> Resolución relativa a la revisión semestral de parámetros utilizados en la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (Expte. OFMIN/DTSA/1565/14/REVISIÓN DE PARÁMETROS METODOLOGÍA)

<sup>26</sup> Resolución relativa a la revisión semestral de parámetros utilizados en la metodología para el 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)

<sup>27</sup> Resolución sobre la revisión semestral de parámetros utilizados en la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (OFMIN/DTSA/003/17/Revisión de parámetros de la metodología\_17).



En el contexto de la metodología vigente, la Resolución de 3 de abril de 2019<sup>28</sup> desarrolló los criterios fijados en la Resolución del ERT sobre el cálculo de los costes comerciales, una vez que Telefónica hubo suministrado por primera vez la información necesaria para ello. Telefónica y el resto de operadores no son ajenos a esta realidad. De hecho, tanto Telefónica como los operadores alternativos han expresado de modo recurrente, en el seno de los expedientes de revisión de parámetros, qué cambios consideran convenientes introducir en la metodología a la vista de la evolución del mercado.

A este respecto, el Tribunal Supremo ha sido recientemente llamado a pronunciarse sobre la interpretación del Real Decreto 2296/2004, de 10 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre mercado de comunicaciones electrónicas, acceso a las redes y numeración, a la luz de lo dispuesto en el artículo 13 de la LGTel en materia de regulación *ex ante* de los mercados de referencia<sup>29</sup>.

El Alto Tribunal analizó un supuesto de hecho equiparable al que es objeto de la presente resolución, habiendo planteado Telefónica si la revisión de una determinada obligación impuesta a este operador (en dicho caso, la revisión de la oferta de referencia AMLT) debía en todo caso verse supeditada a la realización de un previo análisis de mercado, y por consiguiente a los cauces procedimentales contenidos en el artículo 7 de la Directiva marco.

En su sentencia, el Tribunal Supremo concluye que *“la autoridad nacional de regulación competente debe identificar y definir ex ante los mercados que pueden ser objeto de regulación, es decir, los mercados que pueden justificar la imposición de obligaciones específicas a los operadores con peso significativo en el mercado, sin que tenga que realizar un nuevo análisis del mercado cuando, disponiendo de datos actualizados y contrastados, pretenda introducir cambios en el marco regulatorio anteriormente adoptado, para hacer que el mercado sea realmente competitivo”*<sup>30</sup>. La realización *ex novo* de un nuevo análisis, que estará sometido a lo previsto en el artículo 7 de la Directiva marco, sólo resultará precisa *“en aquellos supuestos en que concurren circunstancias que el Organismo supervisor aprecie que el análisis del mercado precedente ha quedado obsoleto o ha perdido vigencia por el transcurso del tiempo, así como cuando el operador con peso significativo en el mercado o los otros operadores implicados demuestren que se ha producido una alteración sustancial de las condiciones de competitividad del mercado, que requiera la introducción de cambios en la oferta de referencia y, en su caso, la imposición o supresión de determinadas obligaciones al operador dominante para garantizar los objetivos previstos en el*

---

<sup>28</sup> 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).

<sup>29</sup> Sentencia del Tribunal Supremo de 12 de marzo de 2019, rec. cas. 1130/2018.

<sup>30</sup> El subrayado es añadido.

*artículo 16 de la Directiva Marco, referidos a que el mercado de referencia sea realmente competitivo”.*

En línea con las conclusiones del Tribunal Supremo, resulta evidente que, en este caso, la aprobación de la revisión de parámetros del ERT no tiene como fundamento la existencia de una alteración sustancial de las condiciones competitivas del mercado que requieran una revisión integral de las obligaciones ya existentes, sino que deriva de la mera puesta a disposición de la CNMC de datos actualizados y contrastados, que justifican la introducción de cambios puntuales en aras de fomentar el desarrollo de la competencia en los mercados de referencia.

En efecto, como indica la Audiencia Nacional en la sentencia que dio lugar al mentado recurso de casación ante el Tribunal Supremo<sup>31</sup>, “[la] resolución de la CNMC no es sino una continuación, en el marco regulatorio, de un conjunto de actuaciones del órgano administrativo encargado de la regulación. Puesta de manifiesto la situación existente en el mercado en cuestión, y en concreto, la imposibilidad de replicar ofertas comerciales en el mercado empresarial, se adoptan medidas, que, como señalamos, no aparecen de la nada, sino que tienen un fundamento”.

A este respecto, procede recordar que el presente expediente no supone sino la continuación de las medidas de implementación ya contempladas en la Resolución de 24 de febrero de 2016 relativa a la regulación *ex ante* de los mercados mayoristas de banda ancha, así como en la Resolución del ERT. Frente a lo afirmado por Telefónica, las obligaciones contenidas en dichas resoluciones en lo que se refiere a los análisis de replicabilidad económica no son objeto de modificación sustantiva, puesto que meramente se concreta el contenido de dichas obligaciones a fin de adaptarlas a la realidad del mercado en que se produce la intervención de la CNMC.

### **III.6.2 Transparencia del test de replicabilidad**

#### **III.6.2.1 Alegaciones de los operadores**

Telefónica alega sobre la supuesta falta de transparencia del test de replicabilidad que, según sostiene, se manifiesta de dos maneras. Por un lado, considera este operador que la CNMC está incumpliendo el Acuerdo de Transparencia de 21 de junio de 2018<sup>32</sup>. Según este operador, Telefónica debería haber conocido el VAN de los productos que considera emblemáticos por modificación de su catálogo antes de su lanzamiento al mercado. Sin

---

<sup>31</sup> Sentencia de la Audiencia Nacional de 15 de diciembre de 2017, rec. 340/2016.

<sup>32</sup> 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 servicios mayoristas NEBA local y NEBA fibra (OFMIN/D TSA/004/18/CONDICIONES DE TRANSPARENCIA ERT).

embargo, continúa este operador, en el informe de audiencia “*se mencionan migraciones sobre productos lanzados hace meses sobre los que no se había proporcionado previamente ningún tipo de información a Telefónica*”.

Por otro lado, Telefónica también afirma desconocer el método de cálculo de cada uno de los parámetros utilizados para calcular el VAN. Telefónica se refiere a elementos como los costes de red propia, al cálculo correspondiente a los componentes de telefonía fija y móvil, al cálculo del coste del componente de televisión de pago o a la tasa de descuento utilizada. Para cada uno de estos elementos, Telefónica efectúa una serie de valoraciones sobre los criterios utilizados por la CNMC en el cálculo del VAN.

Telefónica concluye que “*no puede verificar que la CNMC haya aplicado correctamente la revisión semestral de los parámetros del test de replicabilidad económica, lo que provoca una clara indefensión a Telefónica como consecuencia de la falta de visibilidad sobre la aplicación de la metodología*”.

Por otro lado, Vodafone solicita que se haga pública determinada información utilizada en el ERT. En especial, el operador pide el coste promocional medio por cada producto base y costes de acceso móvil.

#### III.6.2.2 Respuesta de la CNMC

Telefónica realiza una interpretación extensiva del Acuerdo de Transparencia, según la cual toda modificación que realice este operador en su catálogo comercial debe originar un cálculo específico del VAN por parte de la CNMC y el traslado del resultado a Telefónica antes de la comercialización efectiva de las modificaciones. La pretensión de Telefónica no tiene cabida en el marco de la metodología actual. Baste decir que desde la aprobación de la Resolución del ERT este operador ha realizado **140 modificaciones en su catálogo comercial**, la mayoría de ellas con incidencia en el VAN de los productos BAU emblemáticos. Teniendo además en cuenta que los criterios utilizados por la CNMC para el cálculo del VAN son públicos y transparentes y que los VAN se recalculan de manera periódica y frecuente en los procedimientos de revisión de parámetros, abiertos a todos los interesados, queda aclarada la falta de proporcionalidad de la interpretación de Telefónica.

De manera general, el cálculo de los VAN de los productos emblemáticos debe llevarse a cabo en el marco de los procedimientos correspondientes, con la debida publicidad y participación de los operadores interesados. Ello no obsta para que, cuando Telefónica notifica a la CNMC cambios en su catálogo comercial, los servicios de esta Comisión realicen una valoración preliminar, de carácter interno, del potencial impacto que pudieran tener dichos cambios en los precios de NEBA local y NEBA fibra. En caso de que se concluyera que la modificación consiste en una migración directa o indirecta de un producto BAU emblemático, y dicha migración generara una situación de irreplicabilidad, se procedería conforme a lo dispuesto en el apartado VI.6.1 de la Resolución del

ERT. En ese caso, se conferiría a Telefónica la posibilidad de retirar la medida notificada si así lo estimara conveniente.

Asimismo, el Acuerdo de transparencia prevé que se publiquen los nuevos VAN cuando éstos cambien debido a las modificaciones en el catálogo comercial minorista de Telefónica que se califiquen como “migraciones”, utilizando para ello los parámetros vigentes en cada momento. Desde la última revisión de parámetros, las modificaciones del catálogo comercial citadas por Telefónica consisten en la incorporación de nuevos módulos opcionales a las que pueden optar los clientes de los productos emblemáticos, como el caso de *Netflix* o los nuevos *Fusión Selección Ficción* y *Selección Plus Fútbol*. No son, por tanto, migraciones a los efectos de la Resolución del ERT. En estos casos, no hay una afectación inmediata al VAN de los productos susceptibles de contratar estos módulos opcionales, porque ésta dependerá de los clientes que los contraten<sup>33</sup>. Por ello, el impacto en el VAN de la comercialización de estas medidas comerciales se cuantifica en el marco de los procedimientos de revisión de parámetros, una vez que se cuente con la información necesaria para realizar el cálculo.

Por su parte, la sustitución de los antiguos canales *BeIN Sports LaLiga* y *Movistar Partidazo* por el canal *Movistar La Liga* no consiste ni en la reducción de precio de un producto BAU existente ni en una mejora de prestaciones. Esta medida tampoco se incardina, por tanto, en el concepto de “migración”. En definitiva, el supuesto incumplimiento del Acuerdo de Transparencia al que se refiere Telefónica en su escrito de alegaciones no ha tenido lugar.

A modo de aclaración, una interpretación estricta y proporcionada de la Resolución del ERT y del Acuerdo de Transparencia conduciría a publicar el recálculo del VAN como consecuencia de la introducción de cambios en el catálogo comercial de Telefónica únicamente en dos supuestos:

- a) Cuando la introducción de modificaciones en el catálogo comercial de Telefónica tenga como consecuencia que un producto emblemático sea irreplicable con los precios vigentes de NEBA local y/o NEBA fibra (Resolución del ERT).
- b) Cuando la modificación no recaiga sobre prestaciones adicionales de carácter optativo de un producto BAU emblemático, sino sobre su elemento central, y dicha modificación genere una reducción significativa del VAN del producto, aunque ello no implique su irreplicabilidad (Acuerdo de Transparencia).

---

<sup>33</sup> El cálculo del VAN de los productos BAU emblemáticos se basa en el producto raíz, y añade el margen correspondiente a los módulos adicionales, de carácter opcional, que los clientes contraten. Este margen se calcula a partir de la ponderación, en función del número de clientes, del margen aportado por cada módulo opcional.

Por otro lado, el presunto desconocimiento del método de cálculo de los parámetros utilizados ha sido abordado en la Resolución del ERT y en la revisión aprobada mediante Resolución de 3 de abril de 2019. Además, Telefónica incurre en un planteamiento incorrecto al referirse, en su escrito de alegaciones, a la “supervisión” o “verificación” de la actuación de la CNMC por parte de este operador.

La flexibilidad otorgada a Telefónica para establecer los precios mayoristas de NEBA local y NEBA fibra viene acompañada de una responsabilidad de seguimiento del cumplimiento de la obligación de replicabilidad que tienen satisfacer estos precios. Como se ha puesto de manifiesto en numerosas ocasiones, este operador cuenta con todas las herramientas para ello. Telefónica lleva desde el año 2007 aplicando a sus ofertas de banda ancha los test de replicabilidad de la CNMC, primero con la metodología de 2007 y posteriormente con el ERT vigente. El cálculo de los parámetros utilizados en ambos test es similar en ambas metodologías. Además, es Telefónica quien suministra a la CNMC la información necesaria para realizar el test de replicabilidad. En este contexto resulta sorprendente alegar el “desconocimiento” de unos criterios que llevan utilizándose más de una década, justificando tal desconocimiento a partir de consideraciones genéricas.

A mayor abundamiento, debe señalarse que la exhaustividad de la metodología aprobada en la Resolución del ERT y la experiencia con que cuenta Telefónica en este tipo de test permiten a este operador remitir el cálculo de los parámetros y el propio resultado del test –que debería coincidir con el de la CNMC– de manera simultánea al cumplimiento de su obligación de suministro de información. Conviene recordar que en el marco de los compromisos de la operación de concentración Telefónica/DTS, Telefónica sí remite a la Dirección de Competencia de la CNMC los test de replicabilidad vinculados a estos compromisos, de naturaleza similar a los que se realizan desde la perspectiva *ex ante*.

De las alegaciones de Telefónica parece deducirse su intención de no realizar el seguimiento continuo de la evolución de los parámetros del test, **esperando a que sea la CNMC quien realice esta tarea y limitándose Telefónica a “supervisar” la actuación del regulador.** Como se ha expresado previamente, no es ésta la vocación que inspira la Resolución del ERT. La flexibilidad con que ahora cuenta Telefónica implica también la asunción de responsabilidades adicionales especialmente cuando cuenta con todas las herramientas necesarias para ejercerlas.

En cuanto a la solicitud de Vodafone de publicar el parámetro correspondiente al coste medio promocional, esta Sala considera que dicha información puede presentar carácter confidencial, por mostrar qué productos reciben más intensidad promocional o tienen índices de captación más elevados. Por ello, no se considera adecuado publicar este parámetro.



### III.6.3 Cálculo del coste promocional

#### III.6.3.1 Alegaciones de los operadores

Telefónica no comparte el criterio utilizado para valorar las promociones consistentes en la visualización gratuita de un evento deportivo concreto, como sería el caso de ofrecer gratuitamente un partido de fútbol determinado a todos sus clientes. Según este operador, en el informe de audiencia se introduce un “*nuevo criterio*” que además se aplica retroactivamente a las promociones consideradas en la presente revisión de parámetros. A este respecto, Telefónica pone de manifiesto que este sistema de contabilización tiene un impacto de entorno a **[CONFIDENCIAL]** con respecto a su propuesta de valoración de este tipo de promociones, y que sin la aplicación de este “*nuevo criterio*” no sería necesario proceder a ningún ajuste en los precios de NEBA local y NEBA fibra.

Desde la perspectiva de Telefónica, el coste promocional por usuario de ofrecer gratuitamente a toda su base de clientes un evento deportivo determinado (por ejemplo, un partido de la *Champions*) sería el resultado de dividir el precio minorista mensual del canal (en el caso de *Movistar Champions*, 20 euros mensuales, IVA incluido) entre el tiempo en el que el canal es accesible a su base de clientes (por ejemplo, un día). Es decir, Telefónica sostiene que el coste promocional por usuario de ofrecer en abierto este canal el día de la final *Supercopa de Europa* se situaría en 0,55 euros.

Además, Telefónica añade que la CNMC tenía conocimiento de estas promociones desde agosto de 2018 y no ha sido hasta esta revisión que ha señalado el criterio para calcular su coste.

Según Telefónica, este “*nuevo criterio*” de valoración podría haber sido expuesto en la revisión de parámetros aprobada el día 3 de abril de 2019, pues en ese momento la CNMC tenía disponible la información sobre estas promociones. Por otro lado, Telefónica opina que la definición del criterio no es suficientemente específica, puesto que en cada uno de los canales se emiten diversas competiciones cuyas jornadas no siempre coinciden en el tiempo. Por ejemplo, el canal *Partidazo* emitía tanto un partido de Primera División (38 jornadas) como de Segunda División (42 jornadas). En el caso del canal *Movistar Liga de Campeones*, Telefónica señala que este canal incluye la *Europa League* y un conjunto de ligas internacionales con sus respectivas jornadas. También señala que no tiene el mismo valor una primera ronda que la final de una competición, y que el valor tampoco es el mismo si juega un equipo español o si no lo hace. Finalmente se plantea cómo se valoraría en este contexto la degustación de contenidos fuera de jornada emitidos en cualquiera de estos canales.

Por otro lado, Orange señala que, en un contexto de trasvase de clientes dentro del catálogo de productos de cada operador, Telefónica puede incurrir en el comportamiento estratégico consistente en ir alternando anualmente el tipo de producto en el que concentra la intensidad promocional con el propósito de



sortear la aplicación de la metodología. Es decir, Telefónica podría promocionar únicamente los productos *Fusión +1 600Mb* durante 12 meses, acumulando coste promocional, para posteriormente pasar a promocionar solamente los *Fusión +1 100Mb*, que no tendría un coste promocional acumulado de años anteriores).

### III.6.3.2 Respuesta de la CNMC

La CNMC no ha introducido ningún “*nuevo criterio*” de cálculo del coste promocional de promociones consistentes en la visualización gratuita de un evento deportivo concreto. Más bien se ha expuesto cómo se ha calculado, dentro del procedimiento correspondiente, el coste promocional aplicable a un tipo específico de ofertas sobre las que no existe precedente.

De las alegaciones de Telefónica parece inferirse la idea de que el coste promocional calculado por este operador debe vincular de alguna manera al regulador, con independencia de si dicho cálculo es correcto o no. También pretende Telefónica ser “*preavisada*”, al margen de todo procedimiento administrativo, de los criterios de cálculos utilizados por la CNMC para determinar el coste promocional. A este respecto, debe aclararse que el único marco adecuado para exponer cómo se lleva a cabo la valoración de ofertas promocionales de contenido novedoso es precisamente el del procedimiento administrativo correspondiente. Solo de esta manera se garantiza la transparencia y la oportunidad de presentar alegaciones a todos los interesados. Como conoce Telefónica, en la revisión de parámetros aprobada mediante Resolución de 3 abril de 2019 se tomó como referencia para el cálculo del coste promocional un periodo anterior al de vigencia de las promociones referidas, por lo que en ese momento no cabía abordar ningún aspecto relacionado con éstas.

La valoración que realiza Telefónica del coste de ofrecer a todos sus clientes los dos primeros *Partidazos* y la final de la *Supercopa de Europa* no puede ser aceptada por esta Comisión. Por ejemplo, en el caso del canal *Partidazo*, el criterio que defiende Telefónica supone otorgar el mismo valor a aquellos días en los que no se emite partido alguno y a los que sí emiten partido. Llevado hasta al último extremo el criterio que defiende Telefónica, la apertura del canal sólo durante las dos horas de un partido de fútbol llevaría al absurdo de un coste prácticamente nulo.

Las observaciones realizadas por Telefónica a propósito de la “*indefinición*” del criterio expuesto en el informe de audiencia no justifican la aplicación del criterio defendido por Telefónica, si bien se ha modificado parcialmente el criterio establecido en el informe de audiencia. Concretamente, se ha establecido un coste mínimo para este tipo de promociones más proporcionado, más ajustado a la naturaleza de las ofertas de tipo *try & buy* realizadas hasta la fecha. En el apartado III.5.2. del presente documento se especifica el tratamiento de las cuestiones teóricas a las que hace referencia Telefónica en su escrito de alegaciones.

En cuanto a lo señalado por Orange a propósito de posibles comportamientos estratégicos por parte de Telefónica, conviene recordar que esta Comisión realiza un seguimiento mensual de las captaciones de las distintas promociones comercializadas por Telefónica. En el hipotético caso de que se detecte algún comportamiento estratégico de relevancia por parte de este operador, la CNMC actuaría en consecuencia conforme a los mecanismos de actuación de los que dispone.

### III.6.4 Limitación de la duración de las promociones de degustación

#### III.6.4.1 Alegaciones de los operadores

Telefónica expresa su disconformidad con el límite establecido en el informe de audiencia sobre los descuentos aplicados a los canales *Premium* de deportes. Según ella, en el informe de audiencia se cambia radicalmente la definición de “*producto con vocación de estabilidad*”. Para Telefónica, se trata de un cambio muy relevante que supone una restricción *de facto* de su actividad promocional. Telefónica señala que la introducción de este criterio no se encuentra motivado en la doctrina de la propia CNMC, puesto que en la Resolución de 3 de abril de 2019 se rechazó limitar la duración de las promociones a 6 meses.

Vodafone comparte la propuesta realizada en el informe de audiencia relativa al tratamiento de promociones sobre canales Premium. En concreto, el operador valora positivamente limitar a dos tercios de la temporada los descuentos promocionales sobre canales deportivos *Premium*, aunque plantea la posibilidad de extender este control a otros contenidos *Premium* como los relacionados con el cine y las series.

En esta línea, Orange propone establecer un límite a la capacidad de Telefónica para ofrecer promociones, cuya magnitud dependería de las promociones comercializadas en la temporada anterior y de su número de captaciones. El objetivo de esta medida sería evitar la concatenación de promociones por parte de Telefónica.

#### III.6.4.2 Respuesta de la CNMC

En la presente Resolución no se modifica la definición de “producto” de la Resolución del ERT, redactada en los siguientes términos:

*“A efectos de la presente metodología, se define como “producto” cualquier forma de presentación comercial del servicio de acceso a Internet de banda ancha que se presente en el mercado con vocación de estabilidad en lo que se refiere a las prestaciones ofrecidas y a sus condiciones económicas. Por el contrario, las ofertas consistentes en descuentos temporales en la cuota mensual, en la mejora de prestaciones durante un periodo determinado, o en regalos de cualquier índole quedan fuera de la definición de producto. Estas ofertas –normalmente sujetas a una*

*ventana de contratación temporalmente acotada– se consideran ofertas de carácter no indefinido o promociones.”*

El contenido de la Resolución del ERT deja claro que el elemento definitorio del concepto “producto”, que lo distingue del de “oferta promocional” es la vocación de estabilidad que tengan los precios y características en que se presente el servicio de acceso a Internet de banda ancha de Telefónica. Siempre en este marco, la Resolución del ERT señala que la CNMC evaluará **caso a caso** la existencia o no de la vocación de estabilidad de una determinada oferta. Además, en lo que respecta a dos situaciones concretas, se realizan las siguientes aclaraciones:

- a) Se considera que tiene “vocación de estabilidad” toda oferta consistente en un descuento en la cuota mensual de un producto con una extensión temporal mayor de 12 meses.
- b) También cuenta con esta vocación la incorporación de canales de televisión a un empaquetamiento (o a un módulo de televisión de pago), salvo en el caso de ofertas de tipo *try & buy* **que tengan carácter puntual**.

Las alegaciones de Telefónica parten de una interpretación aislada de la primera de las aclaraciones, además de incorrecta. El que toda oferta consistente en un descuento superior a 12 meses se considere con vocación de estabilidad no implica necesariamente que, a sensu contrario, todas las ofertas con descuentos inferiores a 12 meses no puedan contar con tal vocación. De hecho, la propia Resolución del ERT establece una previsión específica para la incorporación de canales de televisión a un empaquetamiento, desvinculada de cualquier periodo. Esta última previsión obedece a las particulares características del servicio de televisión de pago y, en particular, a la frecuencia con que se modifican los canales que integran la oferta de este servicio.

Los contenidos *Premium* deportivos, especialmente los contenidos de fútbol, se caracterizan por el mayor interés que tienen los espectadores durante el periodo en que tienen lugar las emisiones en directo, que se corresponde con la temporada.

Es decir, el valor de los contenidos reside fundamentalmente en el hecho de su emisión en directo. La emisión en diferido de los contenidos deportivos tiene un valor comparativamente muy inferior. Esta circunstancia tiene su reflejo en la disposición que tienen los operadores a comprar un canal que ofrezca contenidos deportivos; ésta será mayor si los contenidos ofrecidos por el canal son en directo. El tratamiento de las promociones sobre este tipo de canales

*Premium* no puede obviar la vida del contenido emitido en directo ni las preferencias de los espectadores<sup>34</sup>.

En el caso de canales que ofrecen los contenidos *Premium* deportivos, existe una correspondencia casi absoluta entre su valor durante el periodo de las emisiones en directo (es decir, en la temporada deportiva) y el del año natural (12 meses). Por ello, la primera referencia para determinar si una oferta comercial tiene “vocación de estabilidad” es la temporada y no el año natural. Dicho lo anterior, el establecimiento de una referencia secundaria –la del umbral de dos tercios sobre el total de la temporada– para determinar la existencia de dicha “vocación de estabilidad” responde a la necesidad de evitar comportamientos estratégicos por parte de Telefónica que tengan efectos equivalentes a los de realizar ofertas con dicha vocación<sup>35</sup>.

El establecimiento de un límite de dos tercios de la temporada es también coherente con la Resolución del ERT si se aborda desde la perspectiva del tratamiento de las promociones de tipo *try & buy*. Una promoción de tipo *try & buy* –o una consistente en descuentos equivalentes o superiores– no puede calificarse como “puntual” si tiene una duración prolongada. La precisión que se realiza en la presente Resolución dota de certidumbre a las decisiones de Telefónica.

Siguiendo con los argumentos expuestos en los párrafos precedentes, las alegaciones de Vodafone no pueden ser estimadas. En primer lugar, en el caso de los contenidos *Premium* de Cine y Series la emisión en directo no es relevante. En segundo lugar, los canales *Premium* que ofrecen estos contenidos son variados y heterogéneos. Por ejemplo, un canal de Series emite varias series a lo largo de año, ya sea de manera concurrente o consecutiva. Al contrario que ocurre con los canales *Premium* deportivos, los contenidos de mayor valor se distribuyen en el tiempo de una manera más uniforme (es decir, no se concentran en un periodo determinado).

En definitiva, el establecimiento de un umbral de 6 meses sólo tiene sentido en el caso de contenidos *Premium* deportivos. Esta conclusión es coherente con lo establecido en la Resolución de 3 de abril de 2019, aludida por Telefónica en sus alegaciones. En dicha Resolución esta Sala rechazó el considerar que tiene “vocación de estabilidad” cualquier oferta promocional cuyo descuento se extienda por un periodo superior a 6 meses, con independencia de su naturaleza. Por el contrario, en la presente Resolución se realiza una identificación entre el

---

<sup>34</sup> Por ejemplo, un evento deportivo como la final de la Copa de Europa tiene mucho más valor comercial si se emite en directo que si se emite en diferido. El planteamiento defendido por Telefónica atribuye el mismo valor a ambos tipos de emisiones.

<sup>35</sup> Si una temporada tiene una duración de 9 meses, una promoción consistente en un descuento durante un periodo igual a 8 meses y 29 días tendría en la práctica el mismo efecto que otra cuyo descuento en la cuota mensual se extendiera durante los 9 meses completos de la temporada.

umbral general de 12 meses y la temporada deportiva, que sólo afectaría a ofertas comerciales de naturaleza muy específica.

Finalmente, se debe desestimar la pretensión de Orange de limitar la capacidad promocional de Telefónica a un porcentaje sobre el VAN. El método de cálculo del importe promocional establecido en la Resolución del ERT –la determinación de un coste promocional mensual que se extiende durante toda la vida media del cliente– ya permite recoger el impacto de posibles acciones promocionales de elevado impacto en términos de magnitud del descuento o de captación de clientes.

### III.6.5 Definición de producto emblemático

#### III.6.5.1 Alegaciones de los operadores

Telefónica alega que los productos *Fusión Base* y *Fusión+1* deberían ser considerados de manera agrupada, puesto que el componente de comunicaciones electrónicas es el mismo (100Mb/600Mb de velocidad y un componente móvil con llamadas ilimitadas y 10GB). El análisis por separado de estos productos constituye, según Telefónica, “*un cambio profundo en la metodología*”.

Orange denuncia el producto *Fusión Selección Plus Fútbol*, lanzado este verano. El producto ofrece 600Mb de velocidad, llamadas móvil ilimitadas y 12GB de descarga de datos, más los 80 canales familiares y todos los canales de fútbol. Su precio es de 110 euros mensuales, pero tiene un precio promocionado de un año a 85 euros. Orange considera que se trata de un producto emblemático y que el precio que se debería tomar como referencia es el de 85 euros mensuales (es decir, el precio promocionado).

Por otro lado, Másmóvil solicita en sus alegaciones la inclusión del producto de O2 como producto emblemático.

#### III.6.5.2 Respuesta de la CNMC

Los productos *Fusión+1* y *Fusión Base* no cumplen con las condiciones para ser analizados conjuntamente. A pesar de que el componente de comunicaciones electrónicas es coincidente, ni las características de ambos productos ni sus respectivas dinámicas competitivas justifican un análisis agrupado.

En relación con la primera de las cuestiones, la Resolución del ERT considera de manera agrupada a un producto o empaquetamiento “*raíz*” y a todas las combinaciones resultantes de añadir a dicho producto, módulos de televisión de pago.

Los productos raíz de *Fusión +1* y *Fusión Base* son claramente diferentes: mientras el primero de ellos ofrece 80 canales temáticos, el módulo *Series* y

*Movistar Liga, Fusión Base* no incorpora el canal *Movistar Liga* ni los 80 canales temáticos. *Fusión +1* y *Fusión Base* están sometidos a unas restricciones comerciales diferentes. No es posible, por ejemplo, contratar directamente el módulo *Premium, Premium Extra* o *Premium Total* desde *Fusión Base*.

Las dinámicas comerciales de *Fusión+1* y *Fusión Base* también son diferentes. Las campañas publicitarias que han afectado a estos productos no han reflejado en ningún momento un carácter agrupado. Más bien al contrario, *Fusión Base* ha tenido un tratamiento independiente con respecto al del resto de productos *Fusión*. Además, la política promocional de Telefónica con respecto a estos productos ha sido marcadamente diferenciada, como se puede constatar en la información contenida en el Anexo III del presente documento.

Contrariamente a como sostiene Telefónica, el mantener el criterio seguido hasta el momento –es decir, calcular un VAN diferente para *Fusión+1* y *Fusión Base*– es coherente con lo establecido en la Resolución del ERT, pues contempla la posibilidad de establecer agrupaciones independientes en productos con un mismo componente de comunicaciones electrónicas “en función de sus respectivas dinámicas comerciales, sus estructuras de precios o posibilidad de contratar módulos de televisión de pago”<sup>36</sup>.

Respondiendo las alegaciones de Orange, el producto *Fusión Selección Plus Fútbol* se considera como una de las combinaciones posibles de *Fusión+1 600Mb*. Al igual que ocurre con la posibilidad de contratar el acceso a *Netflix* de manera vinculada a los empaquetamientos de banda ancha, el hecho de esta combinación incluya 2GB adicionales de descarga de datos móvil no convierte este producto en una agrupación separada. No cabe, por tanto, estimar la alegación de Orange.

Respecto a las alegaciones de Más móvil, el empaquetamiento comercializado por Telefónica bajo su marca secundaria O2 no cumple actualmente los criterios establecidos para ser calificado como producto BAU emblemático. No obstante, la CNMC revisa periódicamente la evolución de la planta y del número de altas de los productos comercializados bajo la marca O2. En caso de que se estimara procedente, y dentro del procedimiento correspondiente, la CNMC podría declarar el carácter emblemático del producto de O2 conforme a lo establecido en la Resolución del ERT.

---

<sup>36</sup> De hecho, este planteamiento está implícito en las propias alegaciones de Telefónica (en concreto, en sus páginas 20 y 21), pues no considera que la adición de un pequeño aumento en la franquicia de datos móviles de los clientes que contraten *Netflix* o las opciones *Selección Plus Fútbol* o *Selección Plus Ficción* den lugar a nuevas agrupaciones de productos.



### III.6.6 Valoración de costes comerciales

#### III.6.6.1 Alegaciones de los operadores

En relación a los parámetros utilizados en ERT, Telefónica expone su malestar por el hecho que la DTSA no haya utilizado exclusivamente la información proporcionada por el operador sobre costes comerciales y haya mantenido el mismo criterio que el utilizado en la Resolución anterior, aunque éste puede ser mejorado a partir de la información adicional suministrada por Telefónica.

Telefónica se refiere a unos nuevos datos sobre amortizaciones a considerar en el cálculo de los costes comerciales del test de replicabilidad, que no ofrecen ninguna garantía de trazabilidad con la información de la contabilidad de costes. Telefónica considera que las amortizaciones se deben valorar según esta información que ha ofrecido, y no mediante el sistema establecido por la CNMC en la última Resolución de actualización de parámetros. La utilización de los datos aportados por Telefónica tendría como consecuencia la reducción de los costes comerciales, lo cual incrementa el VAN de todos los productos sujetos al test de replicabilidad.

Por otro lado, cuestiona que se mantengan los centros de actividad “*Tributos*” y “*Costes de red ISP-IP*”.

#### III.6.6.2 Respuesta de la CNMC

La Resolución del ERT impone a Telefónica la obligación de presentar, como documentación soporte a las contabilidades regulatorias, “*toda la información necesaria para poder determinar los costes comerciales correspondientes a los diferentes segmentos de clientes de Telefónica a partir del SCC, de manera coherente con los principios impuestos en el ERT*”. A propósito de la segmentación realizada, la misma Resolución, en su apartado IV.4.2., señala que se deberá **garantizar la trazabilidad** entre la información procedente del SCC y aquella utilizada como referencia en el test de replicabilidad, facilitando para ello los informes extracontables o cualquier otro tipo de herramienta necesaria para la satisfacción de tal propósito, donde figuren los criterios de reparto utilizados y valores empleados para ello.

En lo que respecta a los costes correspondientes al inmovilizado material e inmaterial –que no son tenidos en cuenta en el cálculo de los costes comerciales–, la Resolución de 3 de abril de 2019 estableció un criterio claro, sencillo y trazable para determinar qué parte de estos costes se imputarían a los distintos segmentos de clientes.

La segmentación de los costes del inmovilizado material e inmaterial facilitada por Telefónica rompe con el criterio establecido en la Resolución de 3 de abril, planteando unos cálculos alternativos que no cumplen con la condición de trazabilidad que exige la Resolución del ERT. En efecto, la información aportada

por Telefónica no describe qué criterios y fuentes de información se han utilizado para imputar unos costes de inmovilizado material e inmaterial más elevados en los segmentos de clientes relevantes en el contexto del test de replicabilidad y más reducidos en aquellos otros segmentos que quedan fuera su ámbito. El criterio establecido en la Resolución de 3 de abril de 2019 sí es transparente y garantiza la trazabilidad de los cálculos. No resulta procedente, por tanto, modificar el criterio aprobado en la última actualización de parámetros.

Por otro lado, en la Resolución de 3 de abril de 2019 se dio respuesta a las alegaciones de Telefónica acerca de la inclusión de los centros de actividad “*Tributos Locales*” y “*Costes específicos de ISP-IP*”. En el presente procedimiento Telefónica reitera que estos centros de actividad deben ser excluidos **en su totalidad** del cálculo de los costes comerciales porque **una parte no detallada ni cuantificada** de los costes que reflejan dichos centros de actividad se corresponden con actividades recogidas en los precios mayoristas. Sin entrar a valorar si las afirmaciones de Telefónica se ajustan a la realidad, resultaría en todo caso desproporcionado excluir totalmente un centro de actividad por una falta de correspondencia parcial. La aplicación de esta misma lógica en sentido inverso podría dar lugar a la consideración en el cálculo –de manera total o parcial– de determinados centros de actividad que actualmente no son tenidos en cuenta.

A este respecto, debe recordarse que los criterios establecidos en la Resolución del ERT y desarrollados en su actualización de 3 de abril abogan por un sistema de cálculo de los costes comerciales previsible y sencillo, que toma la totalidad de los costes reflejados en los centros de actividad considerados más relevantes. En este contexto no tienen cabida reinterpretaciones selectivas como las que propone Telefónica.

### **III.6.7 Valoración del componente televisión de pago**

#### **III.6.7.1 Alegaciones de los operadores**

Vodafone destaca el hecho de que el producto con menor VAN –es decir, el que marca la superación o no del test de replicabilidad– pueda incluir tanto el canal *Movistar Liga* como *Movistar Champions*, ambos canales Premium sujetos a la oferta mayorista de Telefónica. Dado que el test de replicabilidad utiliza como referencia para valorar estos canales el CPA mayorista, Vodafone considera fundamental que la CNMC publique “*el efecto cuantitativo que tiene el coste de los contenidos Movistar Liga y Movistar Champions en el cálculo del VAN de Fusión+1 100Mb*”. De esta manera, arguye Vodafone, quedará patente si realmente es relevante la valoración de estos canales en función de los CPA mayoristas.

Por su parte, Orange entiende que una situación de falta de replicabilidad debería traducirse no sólo en una reducción de los precios de NEBA local y NEBA fibra, sino también en un ajuste retroactivo de los costes mínimos

garantizados de los canales *Premium* de la oferta mayorista de Telefónica. En caso de que no supere el test de replicabilidad, la Sala de Supervisión Regulatoria debería dar traslado de tal circunstancia a la Sala de Competencia.

### III.6.7.2 Respuesta de la CNMC

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 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. Como conoce Vodafone, el test de replicabilidad *ex ante* de la CNMC toma estos CPA mayoristas como referencia para valorar los canales *Premium* de la oferta mayorista de Telefónica. Por tanto, desde la perspectiva de la regulación *ex ante* no resulta posible llevar a cabo el análisis que solicita Vodafone.

Por otro lado, tal y como se expuso en la Resolución de 3 de abril de 2019<sup>37</sup>, *“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”*. Cualquier aspecto que trascienda a la valoración de la suficiencia de los precios mayoristas de NEBA local y NEBA fibra queda fuera del ámbito del test de replicabilidad *ex ante*.

En todo caso, debe recordarse que las Resoluciones de revisión de parámetros del ERT son objeto de informe cruzado por parte de la Dirección de Competencia, por lo que no resultaría necesario dar traslado alguno de los resultados del test de replicabilidad en los términos en los que se refiere Orange. Por ello, las pretensiones de este operador deben ser desestimadas.

### **III.6.8 Modificación de los plazos de entrega de los requerimientos semestrales y mensuales**

#### III.6.8.1 Alegaciones de los operadores

Telefónica manifiesta su disconformidad por la reducción del plazo de entrega del requerimiento de información semestral. En primer lugar, en línea con lo

---

<sup>37</sup> Expediente de referencia OFMIN/DTSA/007/18/Parámetros ERT

abordado en la sección III.8.1, considera que esta modificación del plazo constituye modificación en la Resolución del ERT.

En segundo lugar, el operador alega que los frecuentes cambios en su catálogo comercial no son motivo suficiente para modificar las fechas de entrega de los requerimientos mensuales, puesto que se trata de una práctica común en el mercado. Finalmente, Telefónica sostiene que la CNMC dispone de instrumentos suficientes para requerir información en caso de que las modificaciones que este operador realice en su catálogo comercial así lo requieran.

### III.6.8.2 Respuesta de la CNMC

Dada la creciente complejidad del catálogo de productos de Telefónica, en los últimos procedimientos de revisión de parámetros ha sido necesario realizar diversos requerimientos de información aclaratorios de la información del requerimiento semestral o de otro tipo de información suministrada por Telefónica. Ello retrasa de manera injustificada la tramitación del procedimiento de revisión de parámetros y el cálculo de los VAN actualizados. Sirva como ejemplo el caso de la última revisión de parámetros, en cuyo expediente la CNMC no dispuso de información completa hasta 2 meses después del plazo máximo fijado del 31 de agosto de 2018. De manera particular, desde la adquisición de DTS por parte de Telefónica, la información concerniente al componente audiovisual de este operador ha exigido aclaraciones adicionales.

El hecho de que los operadores alternativos también realicen cambios frecuentes en el catálogo comercial no es argumento para eximir al operador con PSM del cumplimiento de sus obligaciones regulatorias.

Finalmente, debe recordarse que la mayoría de la información que se suministra en el requerimiento de información semestral es susceptible de ser preparada con antelación, pues se refiere fundamentalmente a (i) contratos vigentes con proveedores de contenidos de televisión de pago y/o costes presupuestados; (ii) condiciones de los contratos vigentes con OMV y consumos de éstos; (iii) tráficos de telefonía fija y móvil de periodos comprendidos entre siete meses y un mes anteriores al plazo establecido. Por tanto, no se puede calificar la reducción del plazo como desproporcionada.

No obstante, dada la acumulación de obligaciones regulatorias que tienen lugar durante el mes de julio, en el apartado III.5.2. se ha optado por establecer el día 31 de agosto como fecha máxima de entrega para el requerimiento de información correspondiente al primer semestre de cada año. La fecha máxima de entrega del requerimiento de información del segundo semestre de cada año se mantiene fijada para el día 31 de enero.

### **III.6.9 Vida media de los usuarios del servicio de banda ancha prestado sobre fibra**

#### III.6.9.1 Alegaciones de los operadores

Orange alega que la vida media de los clientes debería pasar de los 60 meses actuales a 48, puesto que los indicadores de *churn* del mercado se han incrementado. Por esta razón, propone que se revise la vida media utilizada en el ERT.

#### III.6.9.2 Respuesta de la CNMC

La CNMC no considera oportuna modificar este parámetro en el marco del presente expediente, pues ello requeriría acometer un estudio específico para obtener una estimación precisa del parámetro. No obstante, en próximas revisiones de parámetros se podrá evaluar la idoneidad de realizar dicho estudio.

### **III.6.10 Tratamiento de la auto-instalación de acometidas por los operadores**

#### III.6.10.1 Alegaciones de los operadores

Orange señala que, en el marco de instalación de acometidas NEBA por los operadores, son los operadores alternativos los que asumen el coste de las acometidas, mediante su instalación o adquisición. Por ello, el test de replicabilidad debería incorporar el coste de las acometidas, de tal manera que el VAN se reduzca en aproximadamente en 50 euros.

#### III.6.10.2 Respuesta de la CNMC

Orange plantea la consideración en el marco del ERT de los costes correspondientes a unos servicios que no están recogidos en las ofertas mayoristas NEBA local y NEBA fibra, paralelos a otros que sí están recogidos en estas ofertas. Como conoce este operador, con independencia de la existencia de acuerdos entre operadores sobre aspectos parciales, el test de replicabilidad limita su ámbito de actuación al contenido de las ofertas de referencia. Por tanto, la alegación debe ser desestimada.

### **III.6.11 Consideración de la funcionalidad en el cálculo de los costes de red propia**

#### III.6.11.1 Alegaciones de los operadores

Telefónica considera que el plazo de aplicación de esta revisión del ERT comprenderá en su gran mayoría el año 2020, y al deber usarse un planteamiento prospectivo, entiende que la CNMC debiera tener en consideración en los costes de red el impacto de la puesta en marcha de la funcionalidad *multicast* en el servicio NEBA local.

Telefónica cita el ahorro de costes que esta funcionalidad supone para los operadores (como se expuso por ejemplo en la Resolución<sup>38</sup> que aprobó la oferta de referencia de NEBA local y en la Resolución<sup>39</sup> que incorpora *multicast* en NEBA local), e indica que el servicio *multicast* estará a disposición de los operadores en diciembre de 2019, por lo que es imprescindible que la CNMC lo tenga en cuenta en el análisis de replicabilidad.

### III.6.11.2 Respuesta de la CNMC

En primer lugar, es necesario aclarar el marco temporal de disponibilidad de la funcionalidad *multicast* en NEBA local. La Resolución de 3 de abril de 2019 estableció un plazo de desarrollo de 8 meses para esta funcionalidad, de modo que el servicio deberá estar ya desarrollado por Telefónica en diciembre de 2019. Sin embargo, la misma Resolución habilita un período de 3 meses para la realización de pruebas para comprobar el correcto funcionamiento de la funcionalidad *multicast* de manera automatizada (y a mayor estala que en las pruebas realizadas hasta ahora), más 2 meses adicionales para la adecuación de su planta al resultado de dichas pruebas.

Se trata del calendario propuesto por la propia Telefónica, que por tanto es plenamente consciente de que en diciembre de 2019 la funcionalidad *multicast* de NEBA local no puede aún ser usada por los operadores, y no lo será hasta el final de las pruebas (suponiendo que concluyan con éxito), previsto para el 10 de mayo de 2020. Esta fecha podrá sin embargo sufrir variaciones en función de las dificultades que aparezcan a lo largo del proceso. Pero además, una vez concluidas con éxito las pruebas, comenzará un proceso de migración de los clientes de los operadores participantes en ellas de modo que toda su planta mayorista pueda usar *multicast*; este proceso será posiblemente escalonado y acordado con los operadores, de modo que previsiblemente no será hasta el último trimestre de 2020 cuando los operadores puedan hacer pleno uso de la funcionalidad *multicast* de NEBA local, y por tanto sean efectivos los ahorros en costes de red que conlleva esta funcionalidad y que describe Telefónica en sus alegaciones.

A la vista de este calendario, carece de sentido la revisión de los costes de red por la funcionalidad en esta revisión del ERT, que como se indicó en el apartado III.4.1 hace uso de los costes de red de 2019.

---

<sup>38</sup> Resolución, de 10 de enero de 2017, por la cual se aprueba la oferta de referencia del servicio mayorista NEBA local, y se acuerda su notificación a la Comisión Europea y al Organismo de Reguladores Europeos de Comunicaciones Electrónicas (ORECE).

<sup>39</sup> Resolución, de 3 de abril de 2019, sobre la modificación del servicio mayorista NEBA local para introducir la funcionalidad de *multicast*.



### **III.7 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.

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

### **III.8 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.-** Establecer una duración máxima de dos tercios de la temporada correspondiente para las ofertas promocionales que recaigan sobre empaquetamientos que incluyan canales *Premium* con contenidos deportivos, según lo previsto en el apartado III.5.1 de la presente Resolución.

**QUINTO.-** Modificar el contenido y los plazos de entrega periódica de información del Anexo IV de la Resolución de 6 de marzo de 2018 según los términos establecidos en el apartado III.5.2 de la presente Resolución.

**SEXTO.-** 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

| <b>Denominación del producto o paquete básico</b> | <b>Cuota mensual (euros, IVA incluido)</b> | <b>VAN</b> |
|---|--|------------|
| <i>Fusión +1 600Mb</i>                            | 95   | 396,27     |
| <i>Fusión +1 100Mb</i>                            | 85   | 11,01      |
| <i>Fusión +2 600Mb</i>                            | 140  | 645,51     |
| <i>Fusión Base 100Mb</i>                          | 65   | 339,46     |
| <i>Fusión Base 600Mb</i>                          | 72   | 359,71     |
| <i>Fusión +4 600Mb</i>                            | 190  | 1.174,56   |
| <i>Fusión #0 100Mb</i>                            | 50   | 127,11     |

## Anexo II:

### VAN de los productos emblemáticos de cobre

| Denominación del producto o empaquetamiento básico | Cuota mensual (euros, IVA incluido) | VAN    |
|--|-------------------------------------|--------|
| <i>Fusión+1 20Mb</i>                               | 85                                  | 259,44 |
| <i>Fusión Base 20Mb</i>                            | 65                                  | 382,95 |
| <i>Dúo/Trío 20Mb</i>                               | 44                                  | 568,64 |
| <i>Fusión+2 20Mb</i>                               | 140                                 | 625,79 |

## Anexo III Promociones sobre Fusión+1 y Fusión Base

### Promociones sobre *Fusión Base 100Mb*

| Conceptos promocionados  | Inicio de la ventana de contratación | Fin de la ventana de contratación |
|--|--------------------------------------|-----------------------------------|
| Cuotas a 48 euros en la base durante 2 meses   | 14-04-19                             | 31-12-19                          |
| Cuotas a 50 euros en la base durante 2 meses   | 05-07-19                             | 31-12-19                          |
| Degustación 1 mes Paquete Cine   | 14-04-19                             | 31-12-19                          |
| Degustación 1 mes Paquete Motor  | 29-04-19                             | 31-12-19                          |
| Descuento del 20% sobre la base durante 364 días   | 14-04-19                             | 31-12-19                          |
| Descuento del 40% sobre la base durante 364 días   | 08-07-19                             | 31-08-19                          |
| Descuento del 50% sobre la base durante 3 meses  | 14-04-19                             | 30-06-20                          |
| Descuento del 50% sobre la base durante 364 días   | 14-04-19                             | 31-12-19                          |
| Descuento del 50% sobre la base durante 6 meses  | 14-04-19                             | 29-02-20                          |
| Descuento del 50% sobre la base durante 6 meses  | 14-04-19                             | 31-12-19                          |
| Primera cuota a 50 y segunda a 60  | 15-07-19                             | 31-12-19                          |
| Primera cuota de la base a 32,3 y cinco cuotas restantes a 42,3                            | 01-07-19                             | 31-12-19                          |
| Primera cuota de la base a 32,3 y dos cuotas restantes a 42,3                              | 01-07-19                             | 31-12-19                          |
| Gratuidad de Netflix durante 1 mes.  | 02-06-19                             | 31-12-19                          |
| Promoción Try&Buy paquete Premium gratis durante 2 meses, con cuota de alta de 19,90 euros | 25-11-19                             | 30-06-20                          |
| Promoción Try&Pay canal Toros 1 mes gratis   | 30-05-19                             | 30-09-19                          |



### Promociones sobre *Fusión+1 100Mb*

| <b>Conceptos promocionados</b>                           | <b>Inicio de la ventana de contratación</b> | <b>Fin de la ventana de contratación</b> |
|--|---|--|
| 2 cuotas con 20 euros de descuento (i.i.)                | 16-08-18                                    | 30-06-19                                 |
| 2 cuotas de la base a 75 euros                           | 01-07-19                                    | 31-12-19                                 |
| 2 cuotas de la base a 78 euros                           | 01-07-19                                    | 31-12-19                                 |
| Degustación 1 mes Paquete Cine                           | 01-03-19                                    | 30-06-19                                 |
| Degustación 1 mes Paquete Motor                          | 29-04-19                                    | 31-12-19                                 |
| Degustación 1 mes Paquete S.Deportes                     | 29-04-19                                    | 31-12-19                                 |
| Descuento del 20% sobre la base durante 364 días         | 16-08-18                                    | 31-12-19                                 |
| Descuento del 50% sobre la base durante 3 meses          | 01-10-18                                    | 31-12-18                                 |
| Descuento del 50% sobre la base durante 6 meses          | 16-08-18                                    | 30-06-19                                 |
| Promoción 1 mes gratis Netflix                           | 01-02-19                                    | 31-12-19                                 |
| Promoción 3 mes gratis Netflix                           | 11-12-18                                    | 31-12-19                                 |
| Promoción Try&Buy paquete Premium gratis durante 2 meses | 05-06-19                                    | 31-12-19                                 |