

RESOLUCIÓN SOBRE EL ANÁLISIS DE ASEQUIBILIDAD DEL INCREMENTO DE LA CUOTA DE ABONO DEL SERVICIO DE ACCESO TELEFÓNICO FIJO COMUNICADO POR TELEFÓNICA

(OFMIN/DTSA/003/24/CUOTA DE ABONO)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel García Castillejo

Consejeros

D. Josep Maria Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

D.^a María Jesús Martín Martínez

D. Enrique Monasterio Beñaran

Secretario

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Barcelona, a 3 de julio de 2025

La Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) con la composición expresada, ha acordado lo siguiente:

I ANTECEDENTES

PRIMERO.- Escrito presentado por Telefónica de España, S.A.U.

El día 9 de octubre de 2024 tuvo entrada en el registro de la CNMC un escrito de Telefónica de España, S.A.U (Telefónica) a través del cual comunicaba su intención de incrementar el precio de su cuota de abono a la línea telefónica desde los 17,40 (IVA incluido) a **[CONFIDENCIAL]**. A la fecha de aprobación de la presente Resolución, Telefónica no ha aplicado aún ese incremento de precio.

En su escrito de comunicación, Telefónica expresó que la subida de precios es, a su juicio, razonable. Para justificar su posición, aportó una serie de datos que comparan el incremento de precios propuesto con la evolución experimentada por determinadas variables económicas entre 2013 (año en que tuvo lugar la última modificación del precio de la cuota de abono¹) y 2024.

SEGUNDO.- Inicio del procedimiento

De conformidad con lo previsto en los artículos 6 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC), 70.2 de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones (en adelante, LGTel) y 58 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (en adelante, LPAC), mediante escrito de la Directora de Telecomunicaciones y del Sector audiovisual de 29 de noviembre de 2024 se puso en conocimiento de Telefónica el inicio de oficio del presente procedimiento administrativo, con la referencia OFMIN/DTSA/003/24, cuyo objeto es la valoración del incremento de precios comunicado desde el punto de vista de la obligación de asequibilidad de los servicios incluidos en el ámbito del servicio universal.

TERCERO.- Solicitud de informe

De manera inmediata a la apertura del procedimiento, y de conformidad con el artículo 22.1.d) de la LPAC, la CNMC solicitó al Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, al Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública y al Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030

¹ En concreto, Telefónica incrementó el precio de la cuota de abono de 13,97 euros (16,90, IVA incluido) a los 14,38 actuales (17,40, IVA incluido).

que emitieran sendos informes que expresaran sus opiniones sobre la adecuación de la subida de la cuota de abono a la garantía de asequibilidad.

CUARTO.- Informes de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa y de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales

Los días 20 de diciembre de 2024 y 15 de enero de 2025 tuvieron entrada en el registro de la CNMC los respectivos informes de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa (en adelante, SEEAE), perteneciente al Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, y de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales (en adelante, SETID), del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública.

QUINTO.- Trámite de audiencia

Con fecha 28 de febrero de 2025 se dio traslado a Telefónica del informe de audiencia del procedimiento sobre el incremento de la cuota de abono del servicio de acceso telefónico fijo, concediéndose a este operador un plazo de 15 días hábiles para formular sus alegaciones. El informe de audiencia también fue notificado al Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, al Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública y al Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

El escrito de alegaciones de Telefónica al informe de audiencia tuvo entrada en el registro de la CNMC el día 25 de marzo de 2025.

II FUNDAMENTOS JURÍDICOS PROCEDIMENTALES

II.1 Objeto del procedimiento

El objeto del procedimiento es la valoración del incremento de precios comunicado, desde el punto de vista del cumplimiento de la obligación de asequibilidad de los servicios incluidos en el ámbito del servicio universal y, si se estimara necesario, la adopción de las medidas necesarias para corregir el carácter no asequible de la cuota de abono comunicada por Telefónica.

II.2 Habilitación competencial

Las competencias de la CNMC para intervenir resultan de lo dispuesto en la normativa sectorial. Tal y como señala el artículo 6.5 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (LCNMC), este organismo “*supervisará y controlará el correcto funcionamiento de los mercados de comunicaciones electrónicas*”, correspondiéndole a estos efectos “*realizar las funciones*

atribuidas por la [Ley General de Telecomunicaciones], y su normativa de desarrollo.”

La Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones (LGTel) incluye la línea telefónica dentro del ámbito del servicio universal, cuya prestación debe garantizarse *“para todos los consumidores con independencia de su localización geográfica, en condiciones de neutralidad tecnológica, con una calidad determinada y a un precio asequible”*².

La LGTel establece que es la CNMC, en coordinación con los departamentos ministeriales correspondientes, la encargada de supervisar *“la evolución y el nivel de la tarificación al público de los servicios incluidos en el servicio universal bien sean prestados por todos los operadores o bien sean prestados por el operador u operadores designados, en particular en relación con los niveles nacionales de precios al consumo y de rentas”*³. En relación con la garantía de asequibilidad, el artículo 38.3 habilita a la CNMC a *“exigir a dichos operadores que apliquen limitaciones de precios, tarifas comunes, equiparación geográfica u otros regímenes similares”*.

Por otra parte, el artículo 25.1.a) de la LCNMC y el artículo 21 del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la CNMC, atribuyen a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual (DTSA) las facultades de instrucción de los expedientes en materia de comunicaciones electrónicas en aplicación de la LGTel.

Finalmente, atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC y el artículo 14.1.b) de su Estatuto Orgánico, el órgano decisorio competente para la resolución del presente procedimiento es la Sala de Supervisión Regulatoria.

III FUNDAMENTOS JURÍDICOS MATERIALES

III.1 Datos generales sobre el servicio de acceso telefónico

III.1.1 Evolución de las líneas de acceso telefónico fijo 1P

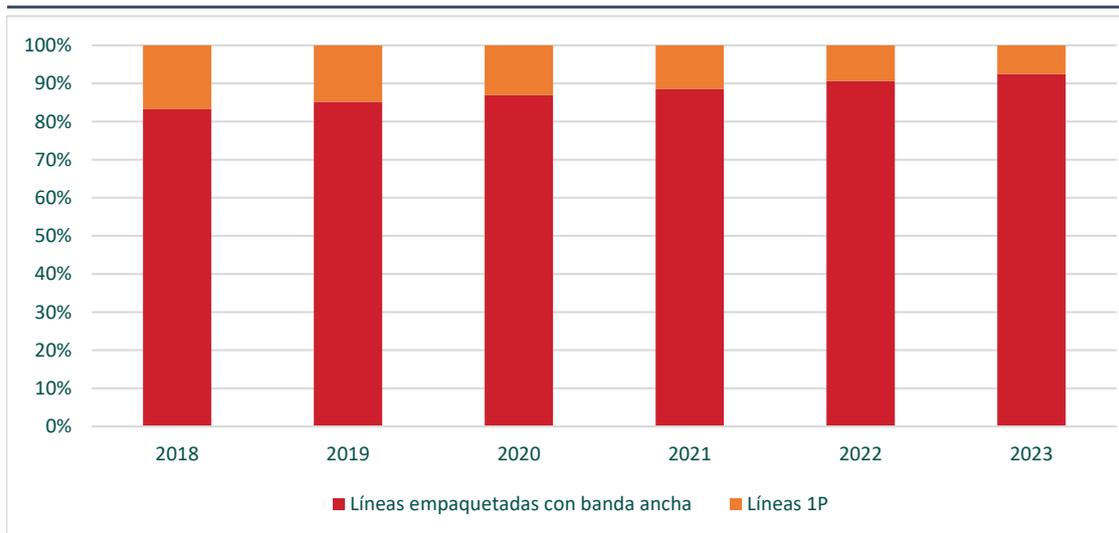
La línea telefónica suele comercializarse como parte de empaquetamientos de banda ancha. Según los datos más recientes disponibles, sólo el 7% de las líneas de acceso telefónico residenciales se contratan de manera independiente al servicio de acceso a Internet de banda ancha (esto es, líneas

² Artículo 37.1 de la LGTel.

³ Artículos 38.2 y 100.2, apartado o) de la LGTel.

1P), y esta proporción se ha ido reduciendo a lo largo de los últimos años. En el caso de Telefónica, el porcentaje de líneas 1P es **[CONFIDENCIAL]**. **El precio que Telefónica pretende incrementar es precisamente el de las líneas 1P.**

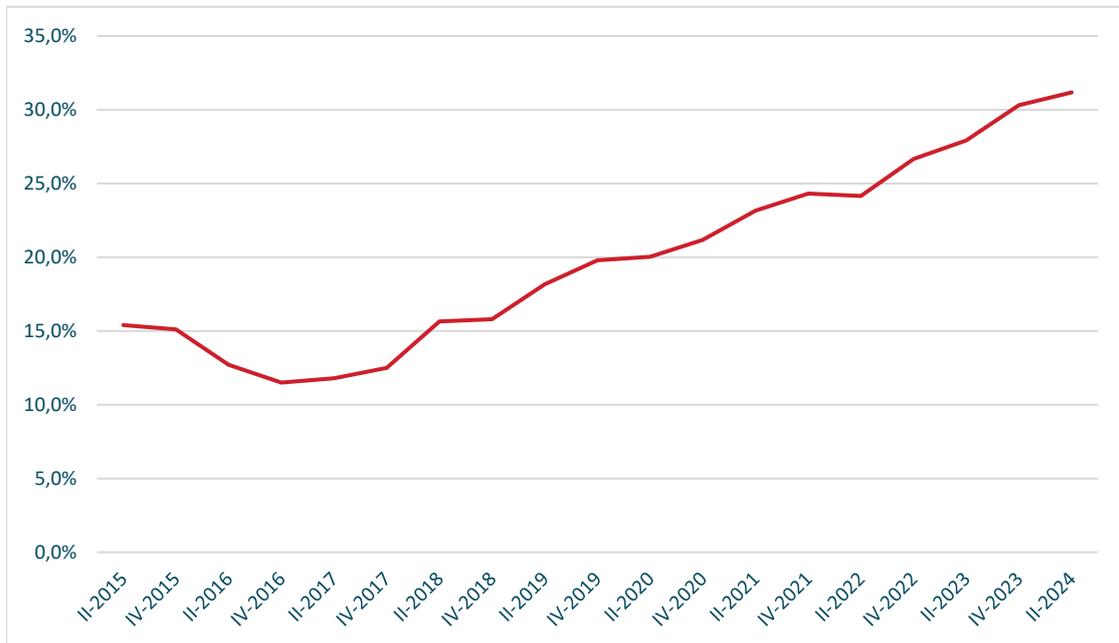
Gráfico 1. Proporción de líneas 1P de acceso telefónico fijo sobre el total en el segmento residencial.



Fuente: Requerimiento de información a operadores

Por otro lado, con independencia de si la contratación se produce de manera empaquetada o no con el servicio de acceso a Internet de banda ancha, lo cierto es que el número de hogares que contrata el servicio de acceso telefónico es cada vez menor. Según refleja el *Panel de Hogares*, el 31,2% de los hogares españoles ha optado por no disponer del servicio de telefonía fija.

Gráfico 2. Porcentaje de hogares sin telefonía fija

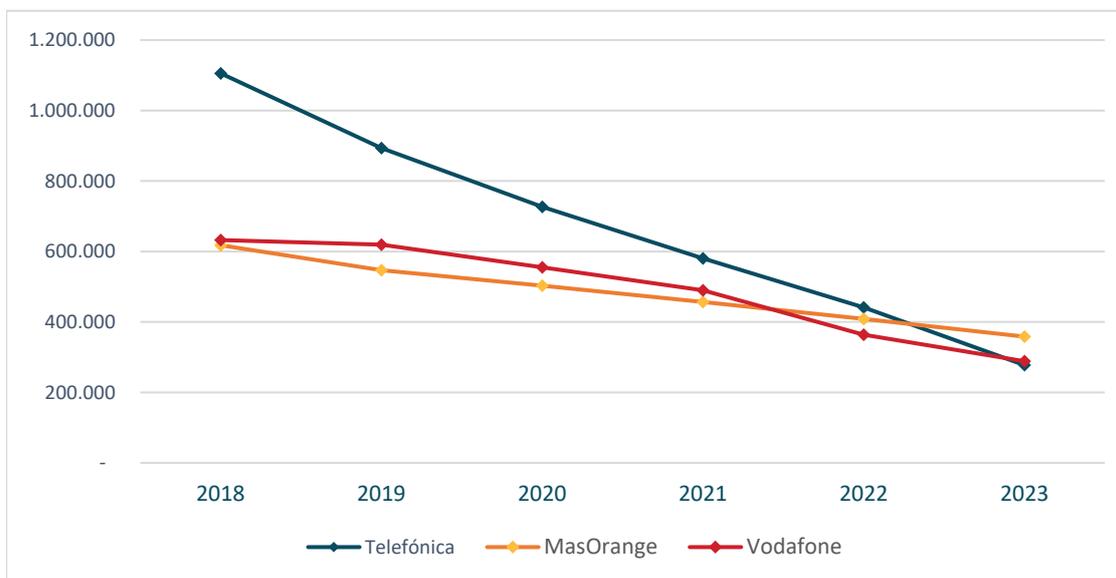


Fuente: Elaboración propia a partir del Panel de Hogares de la CNMC

Por tanto, la comercialización de la línea de acceso telefónico se ve condicionada por dos fenómenos: (i) la tendencia a empaquetarse con el servicio de acceso a Internet; (ii) el número cada vez mayor de hogares que opta por no contratar el servicio de acceso telefónico⁴. Ambos fenómenos se manifiestan en el fuerte declive de las líneas 1P, que afecta a todos los operadores y se muestra en el gráfico 3.

⁴ Estas cuestiones se abordan con mayor profundidad en la Resolución de 11 de julio de 2024, sobre la definición y análisis del mercado mayorista de acceso y originación de llamadas en redes fijas (mercado 2/2007), cuya referencia de expediente es ANME/DTSA/001/23.

Gráfico 3. Líneas 1P por operador en el segmento residencial



Fuente: Requerimiento de información a operadores

El gráfico también muestra que el proceso de reducción de líneas 1P es más acusado en Telefónica que en el resto de operadores, si bien es cierto que todos ellos están perdiendo sus líneas 1P de manera sostenida. En diciembre de 2023 Telefónica contaba con 277.704 líneas 1P en el segmento residencial, lo que situaba su cuota de mercado en el 30%, frente a una cuota del 38,8% de MasOrange. En su escrito de 9 de octubre de 2024, Telefónica actualizó el número de líneas 1P a septiembre y las cuantificó en 217.504.

En resumen, las líneas afectadas por la subida comunicada por Telefónica son las líneas 1P, que se encuentran en un fuerte declive. Las líneas de acceso telefónico que se comercializan empaquetadas con el servicio de acceso a Internet de banda ancha, cuyo número continúa creciendo, no se ven afectadas por el incremento de precios.

III.1.2 Caracterización de los clientes de telefonía fija 1P

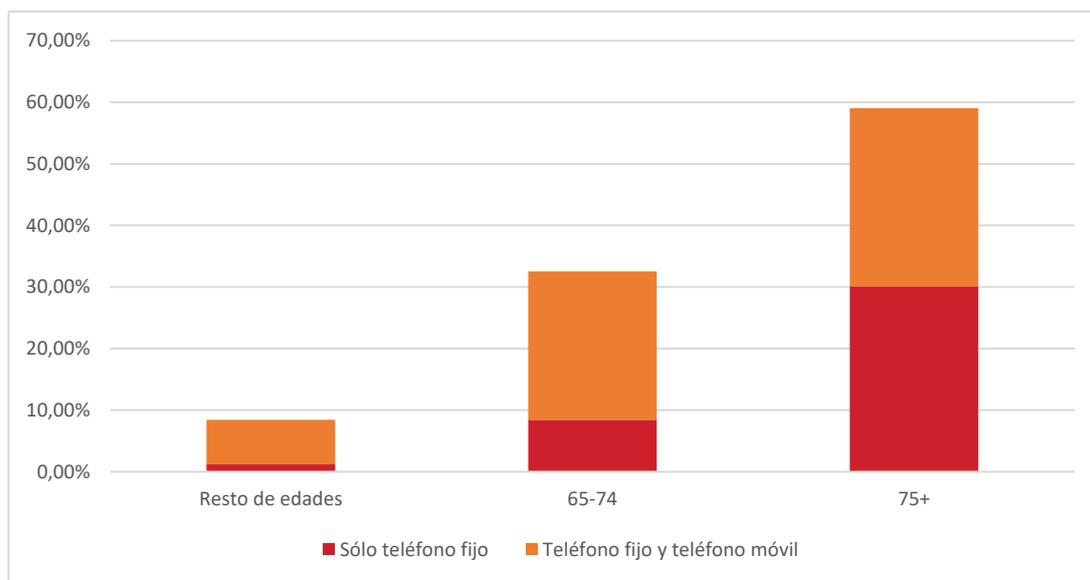
En los informes de la CNMC con referencias INF/D TSA/015/17, INF/D TSA/237/17 e INF/D TSA/144/19 se realizaba una caracterización de los clientes de telefonía fija 1P a partir de los datos del *Panel de Hogares de la CNMC*. Según esos informes, este tipo de clientes no suele estar interesado en el servicio de acceso a Internet de banda ancha, y se corresponde normalmente

con **pensionistas de bajos ingresos**. También se trata de personas con menor propensión al cambio de operador⁵.

Los datos del *Eurobarómetro especial 510: Comunicaciones electrónicas en el mercado único*⁶ confirman esta caracterización y permiten profundizar en ella. En los siguientes párrafos se describe la distribución de los clientes de líneas 1P en España, incluyéndose en ellos tanto los que sólo tienen contratado el servicio de telefonía fija como aquellos otros que, complementariamente, tienen el servicio de telefonía móvil. En todo caso, se trata de clientes que no cuentan con el servicio de acceso a internet de banda ancha fija.

El **gráfico 4** muestra que el 59,04% de los clientes 1P tienen más de 75 años y el 32,53% se sitúan en la franja comprendida entre los 65 y 74 años. Sólo el 8,43% de los clientes 1P son menores de 65 años.

Gráfico 4. Distribución de los clientes de telefonía fija 1P en función de grupos de edad



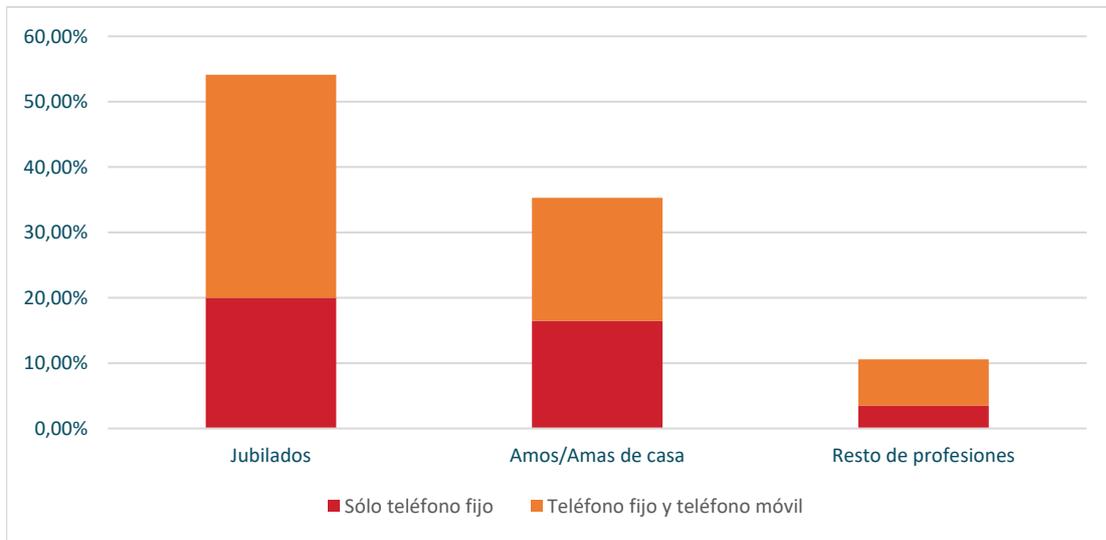
Fuente: Eurobarómetro especial 510

En consonancia con lo anterior, el **gráfico 5** categoriza a la mayoría de los clientes 1P como jubilados/as (el 54,12%) o amos/as de casa (el 35,29%). El 10,59% restante se distribuye entre distintas profesiones.

⁵ Véanse los informes INF/DTSA/015/17, INF/DTSA/237/17 e INF/DTSA/144/19, donde se realizaba esta caracterización a partir de los datos del *Panel de Hogares de la CNMC*.

⁶ Disponible en https://data.europa.eu/data/datasets/s2232_510_eng?locale=es

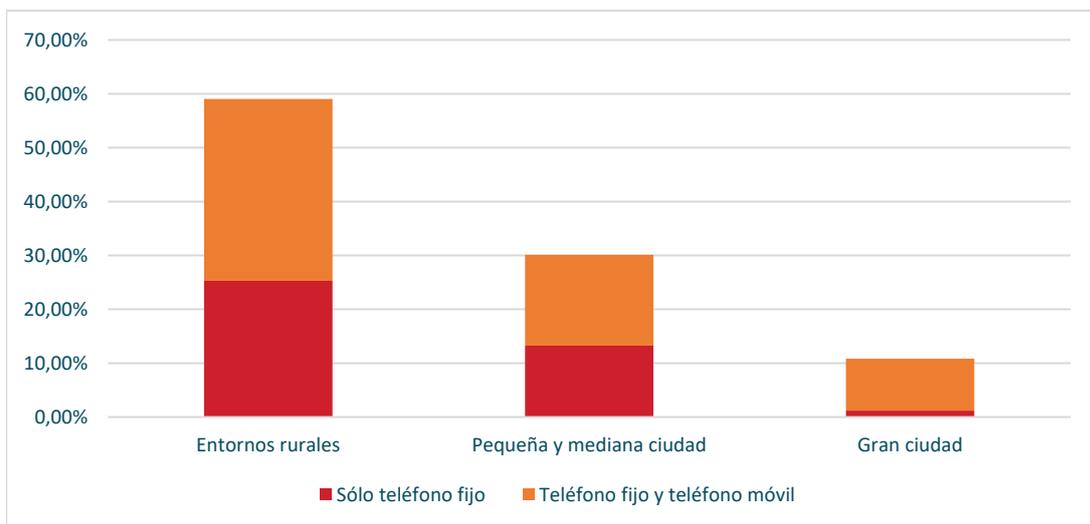
Gráfico 5. Distribución de los clientes de telefonía 1P en función de la ocupación



Fuente: Eurobarómetro especial 510

Desde un punto de vista de su ubicación geográfica, el **gráfico 6** explicita la mayor propensión a residir en medios rurales y ciudades pequeñas, algo ya señalado por la SEEA en su informe. Existe una relación inversamente proporcional entre el tamaño de la población y la contratación de la telefonía fija 1P. De hecho, el 59,04% de los clientes 1P residen en zonas rurales.

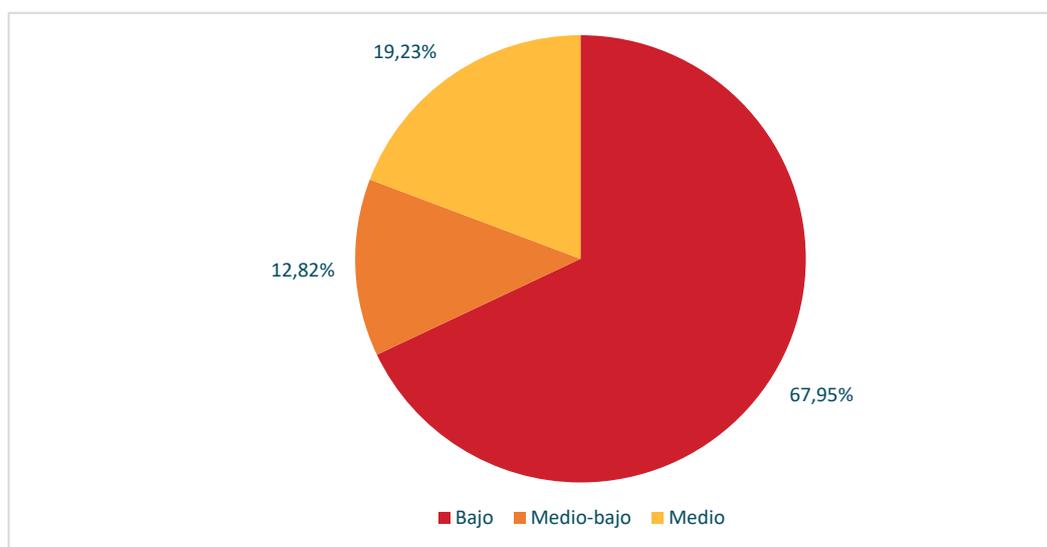
Gráfico 6. Distribución de los clientes de telefonía 1P en función del tamaño de población



Fuente: Eurobarómetro especial 510

Hay otros dos aspectos, también contemplados en el citado *Eurobarómetro*, que permiten perfilar de un modo más preciso a los clientes 1P. El primero es el nivel socioeconómico en el que se identifican. Como muestra el **gráfico 7**, el 80,77% de los clientes 1P se sitúan en los niveles socioeconómicos bajo o medio-bajo, según su propia percepción. El Eurobarómetro no registra clientes 1P que se identifiquen en los niveles socioeconómicos medio-alto o alto.

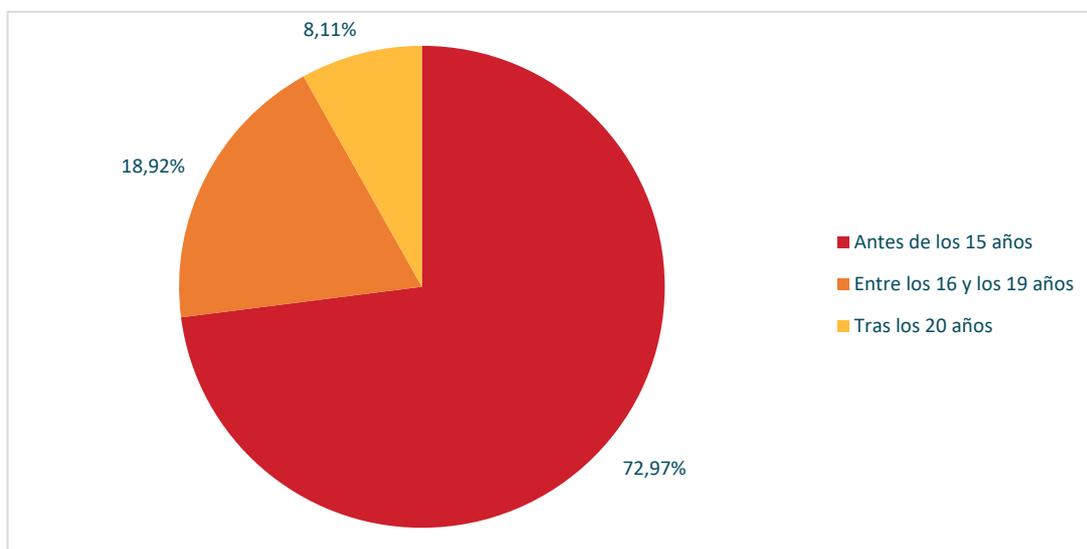
Gráfico 7. Distribución de los clientes de telefonía 1P en función de su nivel socioeconómico autopercebido



Fuente: Eurobarómetro especial 510

El segundo aspecto que destacar es el relativo a la educación. En el **gráfico 8** se puede ver que el 72,97% de los clientes 1P abandonó sus estudios antes de los 15 años. Por su parte, un 18,92% lo hizo entre los 16 y los 19 años. Sólo un 8,11% del total estaba estudiando a los 20 años.

Gráfico 8. Distribución de los clientes de telefonía 1P según la edad de finalización de sus estudios



Fuente: Eurobarómetro especial 510

En resumen, el *Eurobarómetro* permite identificar ciertos rasgos preponderantes en los clientes 1P: (i) una edad superior a los 65 años; (ii) jubilados/as y/o amos/as de casa; (iii) residentes en entornos rurales; (iv) de nivel socioeconómico bajo o medio-bajo; (v) con un nivel educativo básico.

III.1.3 Descripción de las tarifas comercializadas en el segmento residencial

Tradicionalmente, los clientes 1P han tenido menor atractivo para los operadores alternativos, pues reportaban menores ingresos –y generaban menor rentabilidad– que los clientes de servicios empaquetados. Como consecuencia de lo anterior, la cuota de Telefónica dentro del subconjunto de clientes 1P residencial era particularmente elevada.

En los últimos años, sin embargo, se ha generalizado el uso del **acceso fijo radio** por parte de los operadores alternativos como medio para prestar el servicio de acceso telefónico fijo, frente a la alternativa que era prestarlo basándose en redes de cobre (lo cual hacía este servicio dependiente de los servicios mayoristas de Telefónica como el AMLT)⁷. El acceso fijo radio, que

⁷ En septiembre de 2023, fecha de los últimos datos en disposición de la CNMC, sólo el 1,5% de las líneas de telefonía fija 1P de los operadores alternativos se prestaban, de manera residual, sobre la red de cobre. La desregulación del servicio mayorista de acceso y originación de llamadas en redes fijas, aprobada por la CNMC en julio de 2024 (expediente ANME/DTSA/001/23), habrá acelerado el fin del uso de las redes de cobre por parte de los operadores alternativos.

utiliza la infraestructura de telefonía móvil para prestar servicios de voz fija, ha permitido a los operadores alternativos ofrecer tarifas muy reducidas, permitiéndoles separarse de Telefónica y bajarlas más que las de este último operador. La generalización del acceso fijo radio y, particularmente, las tarifas de los operadores alternativos podrían explicar que Telefónica no sea el operador con mayor número de líneas entre los clientes 1P residenciales, como se pudo ver en el gráfico 3.

La tabla 1 refleja las tarifas de telefonía 1P de los principales operadores, entre la que se encuentra aquella cuyo precio Telefónica pretende incrementar (la línea fija sin llamadas incluidas, cuyo precio actual es de 17,40 euros). En ella se puede comprobar que **las tarifas de Telefónica son sustancialmente más elevadas que las de los operadores alternativos**. Estos últimos ofrecen el servicio de telefonía fija (ofrecido sólo mediante acceso fijo radio) a un precio entre los 12,95 y 14,60 euros, incluyéndose en este precio las llamadas cursadas. En el caso de Telefónica, sólo la cuota de abono, sin incluir llamadas, tiene actualmente un precio de 17,40 euros mensuales. Cuando Telefónica incluye una tarifa plana de llamadas ilimitadas, el precio se sitúa en los 43 euros mensuales (entre 2,9 y 3,3 veces más caro que las tarifas equivalentes de los operadores alternativos).

Tabla 1. Principales tarifas de telefonía fija 1P			
Operador	Denominación de la tarifa	Precio (IVA incluido)	Características
Telefónica	Línea fija sin llamadas	17,40 euros / mes	Línea de acceso telefónico. Las llamadas se facturan aparte, con unos precios de: establecimiento de llamada de 18,67 c€, y llamadas 1,86 c€/min (a numeración fija metropolitanas y provinciales), 8,96 c€/min (nacionales); 19,30 c€/min (a móviles en horario normal) y 12,45 c€/min (a móviles en horario reducido)., Todo ello con IVA incluido ⁸ .
Telefónica	Línea fija con llamadas a fijos	32 euros / mes	Línea de acceso telefónico, y llamadas a números fijos gratis los fines de semana (entre semana, a 24,2 c€/llamada). Llamadas a móviles nacionales: 21,8 c€/min (más 25 c€ establecimiento)
Telefónica	Línea fija con llamadas a fijos y móviles	39 euros / mes	Línea de acceso telefónico + llamadas ilimitadas a fijos + 300 minutos de llamadas a móviles
Telefónica	Línea fija con tarifa plana	43 euros / mes	Línea de acceso telefónico + llamadas ilimitadas a teléfonos fijos y móviles
Orange	Mi fijo	12,95 euros / mes	Línea de acceso telefónico + llamadas ilimitadas a teléfonos fijos
Masmóvil	Más fijo	13,90 euros / mes	Línea de acceso telefónico + llamadas ilimitadas a teléfonos fijos y móviles
Vodafone	Tarifa teléfono fijo	14,60 euros / mes	Línea de acceso telefónico + llamadas ilimitadas a teléfonos fijos y móviles

Al igual que los operadores alternativos, Telefónica también recurre fundamentalmente al acceso fijo radio para prestar sus servicios de telefonía fija 1P. Por tanto, la diferencia de precios no obedece al uso de distintas tecnologías para prestar el servicio, máxime cuando Telefónica anunció el fin de cualquier servicio minorista prestado a través de la red de cobre, tal como sucedió a finales de mayo de 2025.

En resumen, **las líneas de telefonía fija 1P de Telefónica son actualmente las más caras del mercado**. La medida propuesta por Telefónica de elevar la cuota de abono abriría más esta brecha de precios con los operadores

⁸ Véase el “Contrato Tipo de abono genera al servicio telefónico fijo disponible al público para usuarios finales” de Telefónica, disponible en https://prod.adb.col.movistar.es/content/dam/movistar/contratos/contrato-abonogeneral-serviciotelefonicofijo.pdf?_gl=1*1572mj2*_ga*MTk2NjQ0MzE5My4xNzM0NjgzNDM2*_ga_J1GJWFY08P*MTczODkxODU5Ni42LjEuMTczODkxODYzOC4wLjAuOTA3ODE2ODE1

alternativos. Si la evaluación de asequibilidad se basara en el precio medio del mercado, la subida de precios comunicada por Telefónica no podría admitirse.

[CONFIDENCIAL].

III.2 Valoración de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales y de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa

III.2.1 Escrito de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales

Apoyándose en los datos que figuran en la Resolución de la CNMC de 11 de julio de 2024, sobre la definición y análisis del mercado mayorista de acceso y originación de llamadas en redes fijas (mercado 2/2007)⁹, la SETID parte de la base de que el mercado de acceso a la telefónica fija se ofrece en condiciones competitivas. Como elementos más destacables de la evolución del mercado en los últimos años, la SETID señala la importante reducción del número de líneas 1P (como ilustra el gráfico 3 de este documento), así como la pérdida de cuotas de mercado de Telefónica, Orange y Vodafone en favor de MasMóvil y de otros operadores alternativos.

En este contexto de desarrollo competitivo, la SETID señala la existencia en el mercado de tarifas de telefonía fija a precios muy reducidos (tal sería el caso de las expuestas en la tabla 1). De hecho, recuerda la SETID, la obligación de asequibilidad se extiende a todos los prestadores del servicio de telefonía fija, tal y como establece el artículo 38.3 de la LGTel. Estas circunstancias, sumadas a la provisión del abono social por parte de Telefónica, conducirían a concluir que el incremento de la cuota de abono comunicada por Telefónica tiene una incidencia limitada en la asequibilidad del servicio.

Por otro lado, la SETID evalúa la comunicación de Telefónica a la luz del desempeño en los últimos años de ciertos indicadores económicos de carácter general. Concretamente, la SETID hace referencia a las variaciones acumuladas del IPC¹⁰, del salario mínimo interprofesional¹¹, de la pensión media de jubilación¹² y de la renta media por hogar¹³. El crecimiento de todos

⁹ Expediente de referencia ANME/DTSA/001/23.

¹⁰ Incremento del 23,4% entre abril de 2013 y noviembre de 2024.

¹¹ El SMI creció un 54,23% entre 2018 y 2024.

¹² Que pasó de los 978,34 euros mensuales de 2013 a 1.441,50 en 2024, lo que representa una subida del 47,34%.

¹³ La renta media por hogar creció un 33,13% entre 2014 y 2023, pasando así de 26.154 a 34.821 euros en términos anuales.

estos indicadores supera el **[CONFIDENCIAL]** de subida de la cuota de abono comunicada por Telefónica, lo que lleva a la SETID a afirmar que *“podría deducirse que la comunicación del incremento de la cuota de abono no debería afectar a la asequibilidad del servicio universal”*.

No obstante, una vez realizado un análisis inicial a partir de variables generales, la SETID profundiza en su análisis e introduce las siguientes de precisiones:

- a) En primer lugar, deben tenerse en cuenta también las **especiales características socioeconómicas de los usuarios a los que con mayor incidencia se aplicaría esta medida de la subida de la cuota de abono o usuarios 1P**, definidos, con carácter general, por sus rentas más bajas respecto a otro tipo de usuarios y colectivos y las zonas remotas y aisladas, de perfil rural, en donde residen muchos de ellos.
- b) En segundo lugar, con carácter general, **los precios minoristas finales de Telefónica siguen configurándose como uno de los principales referentes a la hora de fijar las condiciones competitivas y tarifarias en el mercado español**, en especial, en lo que a asequibilidad se refiere, lo que podría generar un efecto tractor para la fijación de tarifas asequibles por parte de otros operadores que operan en el mercado.
- c) Por último, la SETID recuerda que la cuota de abono tiene como misión esencial garantizar la suficiencia financiera en la instalación, mantenimiento, reparación e innovación y mejora de la red. A este respecto, considera que *“la CNMC tiene mayor conocimiento de los costes reales que la cuota de abono de Telefónica representa en la contabilidad de costes que presenta anualmente”* y que, por ello, *“se encuentra en mejor disposición para **decidir si el margen económico disponible es suficiente para garantizar la sostenibilidad financiera de la red de Telefónica dedicada a la prestación del servicio universal y, al mismo tiempo, alcanzar la asequibilidad del servicio**”*.

III.2.2 Escrito de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa

La SEEAE parte de la definición de asequibilidad que figura en el artículo 35.1 del Real Decreto 424/2005¹⁴, que incide en la idea de comparabilidad de los precios sujetos a la condición de asequibilidad con respecto a los generales del mercado: “[s]e entenderá que los precios de los servicios incluidos en el servicio

¹⁴ Real Decreto 424/2005, de 15 de abril, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios

universal son asequibles para los usuarios cuando se cumplan los siguientes objetivos: a) Que los precios de los servicios incluidos en el servicio universal en zonas de alto coste, rurales, insulares y distantes sean comparables a los precios de dichos servicios en áreas urbanas, teniendo en cuenta, entre otros factores, sus costes y los colectivos con necesidades sociales especiales conforme a este reglamento. (...). De manera más específica, la SEEAE indica que el proyecto de Orden por la que se designa a Telefónica como operador encargado de prestar el servicio universal¹⁵ establece, entre sus condiciones de asequibilidad, “*que se ofrezcan planes de precios en los que el importe de las cuotas de alta, el de los conceptos asimilados y el de las cuotas periódicas fijas de abono no limiten la posibilidad de ser consumidor del servicio.*”

Por lo tanto, a la hora de considerar la asequibilidad del servicio universal de telefonía fija **es necesario observar si su precio es comparable al ofrecido por otros operadores de referencia presentes en el mercado**. A este respecto, la Secretaría de Estado expone una comparativa de los precios de las tarifas de telefonía fija de los principales operadores, similar a la que figura en la Tabla 1, que muestra que los precios de Telefónica ya son mayores que los del resto de operadores y, además, estos últimos incluyen un mayor rango de prestaciones. En base a lo expuesto, **la SEEAE no considera adecuada la propuesta de Telefónica de realizar un incremento de precio de la cuota de abono** de la línea individual STB de 17,40 a **[CONFIDENCIAL]**.

III.3 Análisis de la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual

III.3.1 Antecedentes de análisis de asequibilidad realizados por la CNMC

La anterior LGTel de 2014 atribuía al Gobierno la garantía de asequibilidad del servicio universal, por lo que fue éste quien se tuvo que pronunciar sobre anteriores propuestas de Telefónica de incrementos de precio de la cuota de abono, para lo que solicitó informes a la CNMC. Los informes emitidos por la CNMC al respecto fueron los siguientes:

- Acuerdo de 16 de enero de 2017, por el que se emite informe al Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital relativo a las condiciones competitivas del mercado minorista de acceso telefónico y la asequibilidad de este servicio¹⁶ **[CONFIDENCIAL]**.

¹⁵ Orden aprobada con fecha 29 de enero de 2025.

¹⁶ Expediente de referencia INF/D TSA/015/17/CUOTA ABONO TELEFÓNICA.

- Acuerdo de 22 de febrero de 2018, por el que se emite informe al Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital relativo a las condiciones competitivas del mercado minorista de acceso telefónico y la asequibilidad de este servicio¹⁷. **[CONFIDENCIAL]**.
- Acuerdo de 21 de noviembre de 2019, por el que se emite informe a la Secretaría de Estado de Avance Digital relativo a las condiciones competitivas del mercado minorista de acceso telefónico fijo y a la asequibilidad de este servicio¹⁸. **[CONFIDENCIAL]**.

En todos los informes anteriores, la CNMC concluyó que las subidas propuestas por Telefónica tendrían consecuencias negativas sobre la asequibilidad del servicio. **La Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos (CDGAE), encargada entonces de aprobar las subidas, rechazó los incrementos de precios propuestos,** tomando en consideración, entre otras cuestiones, los informes de la CNMC.

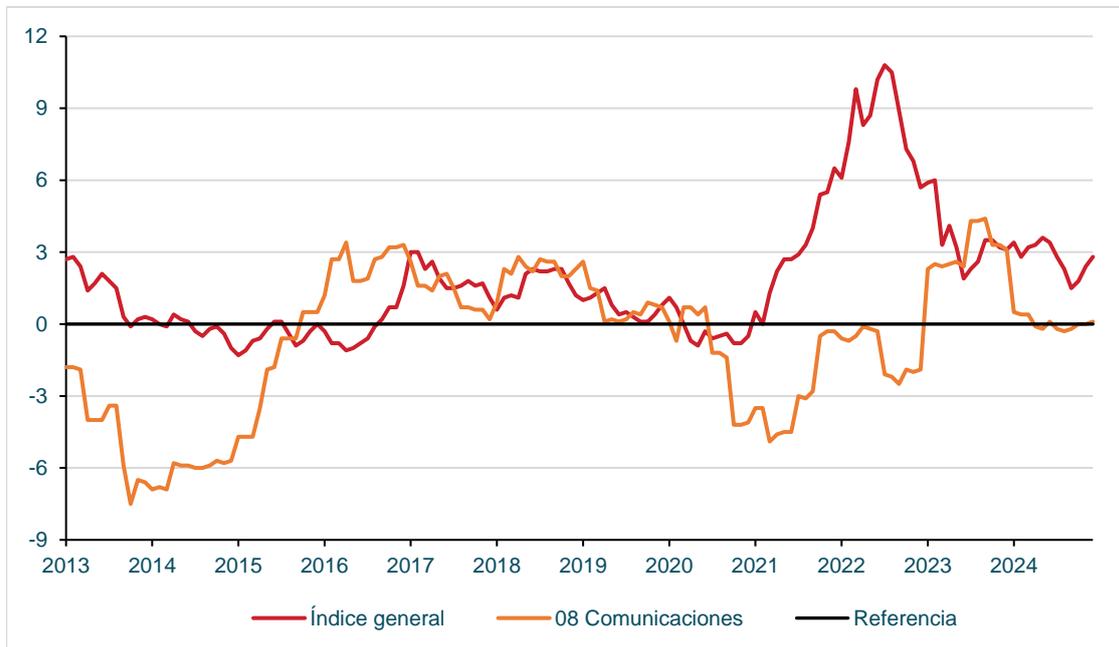
III.3.2 Evolución de los índices de precios

En los informes previamente realizados por la CNMC sobre la asequibilidad del precio de la cuota de abono de Telefónica se tomaron como referencia los índices de precios al consumo general y, específicamente, el de comunicaciones. El **gráfico 9** expone la tasa de variación mensual de estas magnitudes desde el año 2013 hasta diciembre de 2024, y constata que los precios de los servicios de comunicaciones han crecido, en general, en menor cuantía que los precios generales.

¹⁷ Expediente de referencia INF/DTSA/237/17/CUOTA ABONO TELEFÓNICA 2018.

¹⁸ Expediente de referencia INF/DTSA/144/19/INFORME ASEQUIBILIDAD 2019.

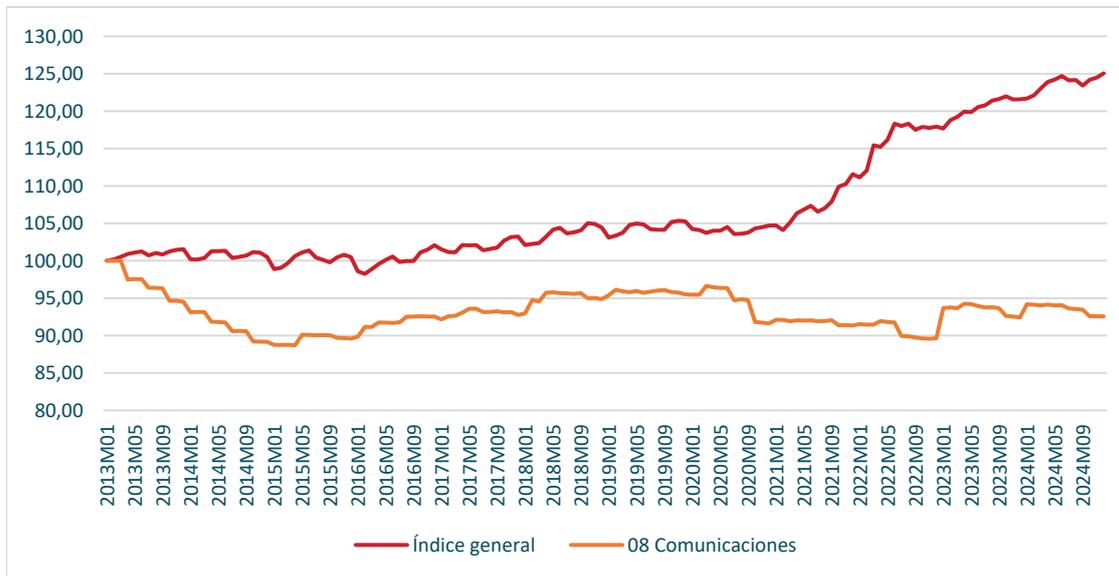
Gráfico 9. Variación interanual de los precios generales y de comunicaciones



Fuente: INE

Este fenómeno se observa de manera más clara en el **gráfico 10**, que refleja la evolución de los precios generales y de los servicios de comunicaciones desde 2013 hasta diciembre de 2024. El incremento general de precios del 25,05% acaecido desde 2013 contrasta con la reducción del 7,4% de los precios de los servicios de comunicaciones en el mismo periodo.

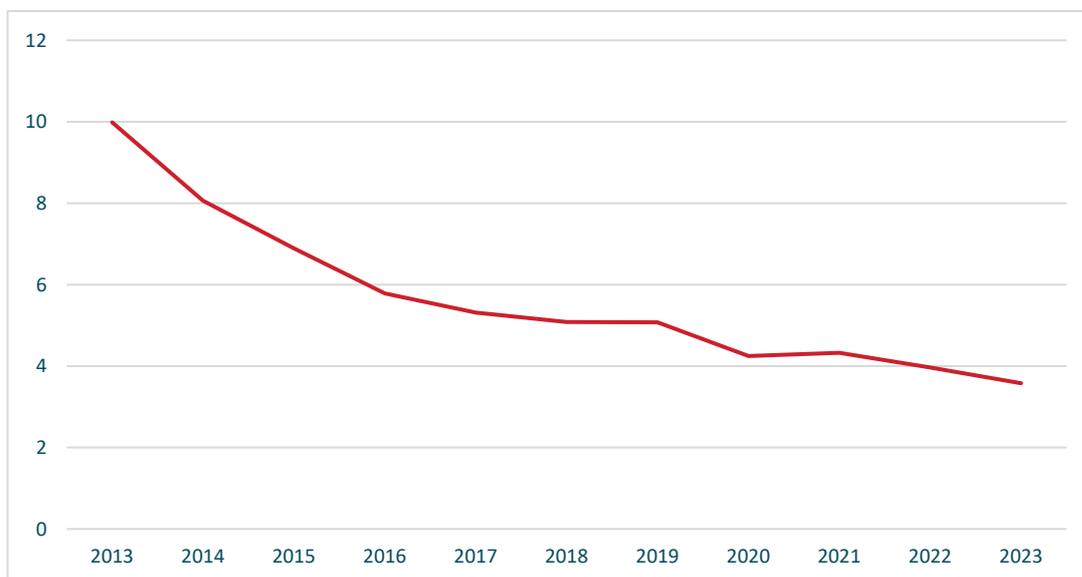
Gráfico 10. Índices evolución de precios general y de comunicaciones (base enero de 2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Como referencia alternativa, el **gráfico 11** detalla cómo se ha reducido el ingreso medio por línea de acceso telefónico fijo entre los años 2013 y 2023, incluyéndose tanto las líneas 1P como las empaquetadas con la banda ancha, de modo que la subida de precios comunicada por Telefónica del **[CONFIDENCIAL]** contraviene la tendencia observada en los últimos años (esto es, una reducción cercana al 65%).

Gráfico 11. Ingreso medio por línea del servicio de acceso telefónico, en euros mensuales



Fuente: CNMCData

En definitiva, tras analizar la evolución de los precios de los servicios de comunicaciones y del acceso telefónico desde el año 2013, se puede concluir que propuesta de Telefónica es contraria a la tendencia observada en el mercado.

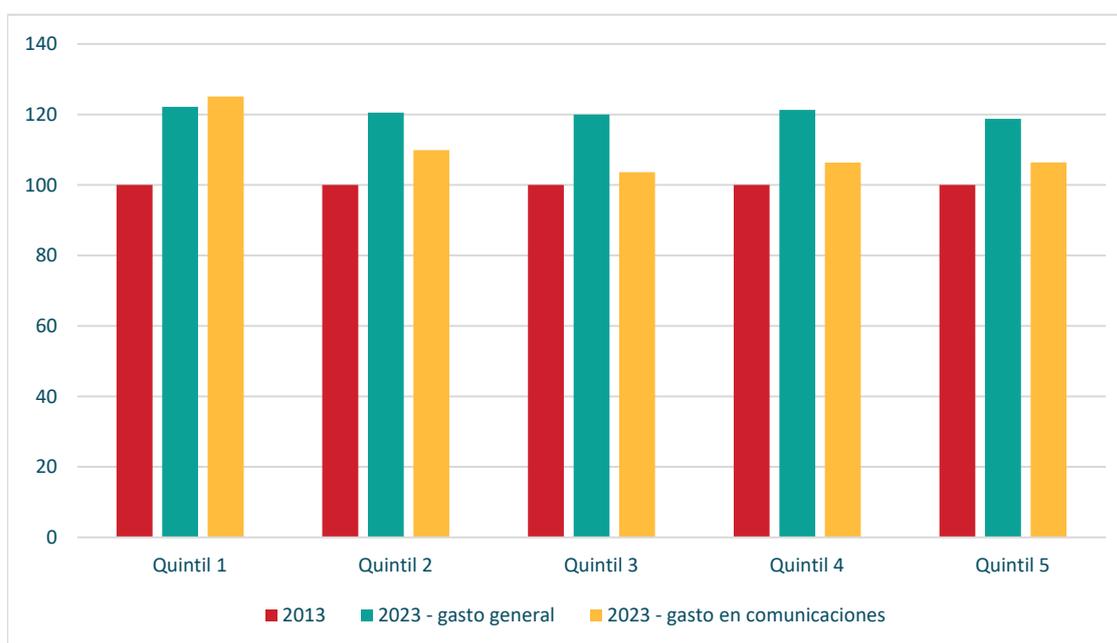
III.3.3 Evolución del gasto por hogar

En el informe de la CNMC de 21 de noviembre de 2019 antes mencionado, se destacó que *“el análisis de indicadores que realiza Telefónica se centra exclusivamente en los efectos macroeconómicos sobre los hogares o individuos medios cuando, en realidad, su medida tendrá un impacto diferencialmente mayor en los hogares con rentas bajas. Esto se debe al hecho de que solo un limitado grupo de sus clientes pagan el precio nominal de la cuota de acceso y que, además, éstos se caracterizan por su condición socioeconómica más vulnerable”*. Por ello, y dadas las características socioeconómicas particulares de la demanda del servicio telefónico fijo 1P, en el informe se procedió a estudiar los datos de gasto total por hogar según su distribución por quintiles, pues este indicador presenta una alta correlación con los niveles de renta de los hogares. En concreto, el análisis se centró en el primer quintil, que representa a los hogares con menor renta.

En línea con el informe de 2019, a continuación se analiza el gasto por hogar en servicios de comunicaciones en función de los quintiles de gasto, según datos del INE. En el **gráfico 12** se muestra que el quintil de hogares con menores gastos totales, que es donde se concentran los clientes de la línea de

abono, ha experimentado un incremento de gasto en servicios de comunicaciones del 25,08% entre 2013 y 2023, mientras que los clientes pertenecientes a otros quintiles han tenido incrementos significativamente inferiores. Llama la atención el hecho de que el incremento de gasto en comunicaciones ha sido mayor que el gasto general (22,15%) sólo en el primer quintil (25,08%), pues en los quintiles de mayor gasto la tendencia ha sido la opuesta: el gasto en servicios de comunicaciones creció en menor cuantía que el gasto general de los hogares.

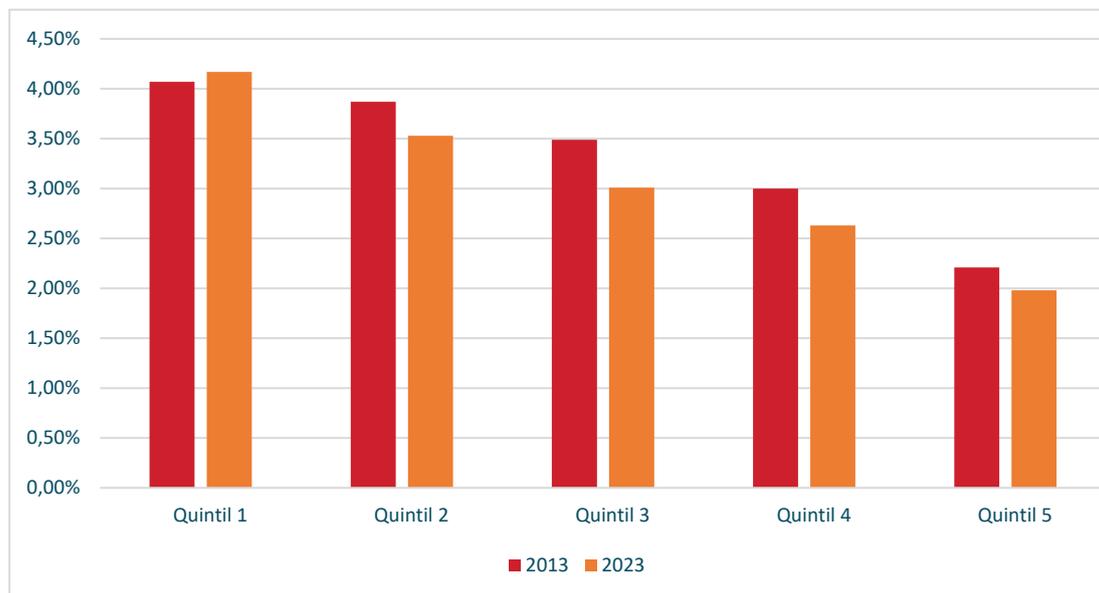
Gráfico 12. Incremento del gasto general y en comunicaciones por quintiles de gasto total por hogar (base año 2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Otra manera de aproximarse a este fenómeno es a través del análisis de la contribución de los servicios de comunicaciones al gasto total de los hogares. En el **gráfico 13** se puede observar que el peso de los servicios de comunicaciones sobre el gasto total por hogar se ha reducido en los cuatro quintiles de mayor gasto, pero se ha incrementado en los hogares que corresponden al quintil de menor gasto.

Gráfico 13. Participación de los servicios de comunicaciones electrónicas en el total de gastos por hogar, por quintiles de gasto



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

En resumen, los hogares con menor nivel de gasto (que se asocian con aquéllos con menores ingresos) han incrementado (i) la cantidad absoluta dedicada a los servicios de comunicaciones y (ii) el porcentaje del gasto total dedicado a este tipo de servicios. En aquellos hogares que cuenten con la línea de acceso telefónica 1P de Telefónica, el aumento de precio comunicado por Telefónica acentuaría esta situación y, por tanto, redundaría negativamente en la asequibilidad del servicio.

III.3.4 Análisis de costes

En el Informe de la CNMC de 22 de febrero de 2018 antes mencionado, se comparó el precio de la línea de acceso telefónico con el coste para Telefónica de ofrecer ese servicio. En ese momento se consideró que un margen del **[CONFIDENCIAL]** no justificaba un incremento de precios desde el punto de vista de los costes del servicio¹⁹. Para ello se utilizaron los datos procedentes de la contabilidad de costes regulatoria de Telefónica del ejercicio 2016, que era la última entonces disponible. En ese momento, **el servicio de acceso telefónico se proveía casi exclusivamente a través de la red de cobre.**

¹⁹ Margen calculado a partir de la contabilidad de Telefónica de 2016.

Este escenario ha cambiado de manera sustancial. En diciembre de 2023, las líneas de acceso telefónico 1P de Telefónica se proveían a través de acceso fijo radio ([**CONFIDENCIAL**] de las líneas), FTTH (un [**CONFIDENCIAL**] de las líneas) y la red de cobre (el [**CONFIDENCIAL**] restante). Además, Telefónica ha cerrado completamente el cobre en mayo de 2025, por lo que, en la práctica, las líneas sobre las que recaerá el incremento de precios comunicada serán provistas fundamentalmente mediante acceso fijo radio y redes FTTH.

La contabilidad de costes no identifica el coste por línea del acceso telefónico a través de estas dos tecnologías. Sin embargo, en respuesta a un requerimiento de información formulado en el contexto del cálculo del CNSU del año 2021, Telefónica aportó el coste por línea de prestación bajo ambas tecnologías: [**CONFIDENCIAL**] cuando se trata de acceso FTTH y [**CONFIDENCIAL**] en el caso de acceso fijo radio. Aunque estos costes corresponden al año 2021, no hay indicios que apunten a que en años posteriores hayan incrementado. Más bien al contrario: los datos con que cuenta la CNMC parecen indicar que la generalización de este tipo de accesos habría llevado a una reducción de coste unitario con respecto a los de 2021. Por tanto, tomar como referencia estos costes daría lugar a estimaciones conservadoras.

De los datos aportados por Telefónica se puede obtener un coste ponderado de una línea de acceso telefónico 1P de [**CONFIDENCIAL**] euros mensuales²⁰.

Por tanto, el margen actual sobre costes de Telefónica al precio de 17,40 euros (14,38 sin IVA) ya sería de un [**CONFIDENCIAL**]. Con la subida propuesta, este margen se incrementaría hasta el [**CONFIDENCIAL**]. Dado el elevado margen ya existente, el incremento de precios propuesto por Telefónica no estaría justificado por los costes subyacentes del servicio.

III.3.5 Efectividad del abono social

En su escrito de 9 de octubre de 2024, Telefónica subraya la existencia del abono social, que se traduce en un descuento del 95% en la cuota de abono de la línea de acceso telefónico 1P. Este abono lo pueden solicitar los jubilados y pensionistas con una renta familiar inferior al 120% del IPREM²¹ (en 2024, 10.080 euros anuales).

²⁰ La ponderación se ha estimado a partir de los pesos relativos observados en diciembre de 2023.

²¹ Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples.

En el Informe de 16 de enero de 2017 la CNMC puso de manifiesto el reducido número de beneficiarios del abono y, además, la tendencia decreciente que mostraba. En diciembre de 2015 ascendían a 55.070, lo que suponía un 53,84% de reducción con respecto a enero de 2011. Según los últimos datos de los que dispone la CNMC, continuó reduciéndose: los beneficiarios a diciembre de 2024 eran 9.913, lo que representa aproximadamente el 4,5% de la planta total de clientes 1P de Telefónica.

La LGTel prevé el desarrollo reglamentario del abono social. El Real Decreto que se apruebe a tal efecto deberá determinar “*las características sociales y de poder adquisitivo correspondientes para determinar que los consumidores tienen rentas bajas o necesidades sociales especiales*”²² y regular las “*opciones o paquetes de tarifas que difieran de las aplicadas en condiciones normales de explotación comercial en condiciones transparentes, públicas y no discriminatorias*”²³. Según la LGTel, el abono social deberá aplicarse, al menos a (i) servicios de comunicaciones vocales que se presten a través de una conexión subyacente en una ubicación fija (es decir, a la cuota de abono a la línea 1P); (ii) a los servicios de acceso a una internet de banda ancha que se presten a través de una conexión subyacente en una ubicación fija y (iii) a productos que empaqueten ambos servicios. La aprobación de este Real Decreto podría incrementar la efectividad del abono social.

En paralelo, y por sugerencia de la CNMC en su informe, la reciente Orden Ministerial que designa a Telefónica como prestador del servicio universal durante los años 2025 y 2026²⁴ instó a Telefónica a mejorar la transparencia de los servicios prestados al amparo de su designación. El operador actuó en consecuencia y actualizó su web conforme a las premisas recogidas en la Orden Ministerial²⁵.

Sin embargo, en tanto no se produzca el desarrollo reglamentario no se podrán valorar los efectos de esta mayor transparencia, además de que cualquier análisis sobre la efectividad del abono social debe partir de la situación actual, dónde el **[CONFIDENCIAL]**.

En definitiva, dado el limitado número de beneficiarios del abono social (9.913), su existencia en los términos actuales no remediaría los problemas de

²² Artículo 38.1 de la LGTel.

²³ Artículo 38.3 de la LGTel.

²⁴ Orden de 29 de enero de 2025 del Ministro para la Transformación Digital y de la Función Pública por la que se designa a Telefónica de España, S.A.U. como operador encargado de la prestación de los servicios incluidos en el servicio universal de telecomunicaciones.

²⁵ Véase <https://www.movistar.es/atencion-cliente/servicio-universal>.

asequibilidad del colectivo de clientes que hacen uso de líneas telefónicas desempaquetadas o 1P de Telefónica (217.504).

IV ALEGACIONES DE TELEFÓNICA

IV.1 Alcance de las obligaciones de asequibilidad

IV.1.1 Alegaciones de Telefónica

Según Telefónica, la obligación de ofrecer unos precios asequibles no depende, única y exclusivamente, del operador prestador del servicio universal (es decir, de Telefónica). Según este operador, los clientes que deseen contratar alguno de los servicios incluidos en el servicio universal pueden hacerlo con cualquiera de los operadores que tengan cobertura para su prestación. Apoyándose en el artículo 38.3 de la LGTel, Telefónica también señala que incluso *“aquellos colectivos con rentas bajas o necesidades sociales especiales deberían poder verse beneficiados por tarifas u opciones, adaptadas a dichas circunstancias, que proporcionen los diferentes operadores de comunicaciones electrónicas”*.

Telefónica opina que su obligación de prestar el servicio con condiciones asequibles no implica hacerlo en unas condiciones ajenas a la realidad económica, y, en particular, al mercado de las telecomunicaciones. Estas obligaciones deberían estar sujetas a un juicio de proporcionalidad y encontrarse justificadas en criterios objetivos y razonables. Telefónica considera inadecuados los criterios que condujeron a la DTSA a determinar que el incremento de precio del **[CONFIDENCIAL]** de su línea 1P no cumple con ese requisito de asequibilidad. Según arguye este operador, tales criterios *“no resultan de un análisis verdaderamente objetivo y fundado en la realidad de los hechos y el estado actual del mercado, lo que lógicamente vicia sus conclusiones y, en última instancia, el rechazo de la actualización comunicada por Telefónica”*.

IV.1.2 Valoración de la CNMC

El artículo 37.1 de la LGTel establece un conjunto de servicios *“cuya prestación se garantiza **para todos los consumidores** con independencia de su localización geográfica, en condiciones de neutralidad tecnológica, con una calidad determinada y **a un precio asequible**”* [el subrayado es añadido]. Entre estos servicios se encuentra el acceso a la red telefónica fija. Por otro lado, el artículo 40.1 de la LGTel prevé la designación de uno o varios operadores que se encarguen de la prestación de cualquiera de los servicios que integran el servicio universal **en caso de que las circunstancias normales de la**

explotación comercial no garanticen tal prestación²⁶. Sobre la base de este artículo, Telefónica fue designada como operadora prestadora del servicio universal por Orden del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública de 29 de enero de 2025.

En lo que respecta al caso que nos ocupa, la designación efectuada permite extraer dos implicaciones:

- La primera es que el mercado no es capaz de proveer el servicio de acceso telefónico fijo en todo el territorio nacional en los términos exigidos por el artículo 37.1 de la LGTel; en la medida en que la insuficiencia del mercado es el presupuesto necesario para activar el mecanismo de designación previsto en el artículo 40.1 de la LGTel.
- La segunda, consecuencia de la anterior, es que Telefónica está obligada a prestar el servicio de acceso telefónico fijo a unos precios asequibles, para todos los consumidores y en todo el territorio nacional.

Por tanto, y respondiendo las alegaciones de Telefónica, **la obligación de este operador de suministrar el acceso al servicio telefónico fijo a un precio asequible** es independiente de las obligaciones de otros operadores en relación con el suministro del servicio de acceso telefónico fijo en sus respectivos ámbitos de cobertura.

En definitiva, **las obligaciones del artículo 38.3 de la LGTel para todos los operadores no eximen a Telefónica de tener que ofrecer el servicio de acceso telefónico fijo a unos precios asequibles**²⁷.

Por otro lado, Telefónica alega que su obligación de asequibilidad “*no implica hacerlo en unas condiciones ajenas a la realidad económica, y, en particular,*

²⁶ Según el artículo 40.1 de la LGTel, “[c]uando la prestación de cualquiera de los servicios integrantes del servicio universal en una ubicación fija no quede garantizada por las circunstancias normales de explotación comercial, el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital designará uno o más operadores para que satisfagan todas las solicitudes razonables de acceso a los servicios integrantes del servicio universal y garanticen su prestación eficiente en las partes afectadas del territorio nacional a efecto de asegurar su disponibilidad en todo el territorio nacional”.

²⁷ Según la Orden Ministerial de designación de Telefónica: “*que el operador designado en virtud del presente procedimiento tenga que garantizar la asequibilidad de los precios de los servicios a prestar incluidos en el servicio universal de telecomunicaciones en los términos indicados en esta orden no es óbice para el cumplimiento del citado 38.3 de la Ley 11/2022, de 28 de junio, y, en consecuencia, que todos los operadores que presten servicios de acceso a una internet de banda ancha y los servicios de comunicaciones vocales que se presten a través de una conexión subyacente en una ubicación fija deban ofrecer a los consumidores con rentas bajas o con necesidades sociales especiales opciones o paquetes de tarifas asequibles*”

del mercado de las telecomunicaciones”. En respuesta a esta afirmación, conviene insistir en que la designación de Telefónica como prestador del servicio universal se debe a la constatación, por parte del Ministerio, de la insuficiencia de las circunstancias normales de la explotación comercial para garantizar la prestación de los servicios incluidos en el servicio universal²⁸. Por tanto, contrariamente a la opinión de Telefónica, la obligación de asequibilidad que se deriva de esta designación no sólo tiene en consideración la realidad económica, sino que ésta justifica su imposición.

Por último, Telefónica cuestiona la proporcionalidad y objetividad del análisis realizado por la DTSA en el informe de audiencia. Esta Comisión no comparte la opinión de este operador, puesto que:

- a) El análisis realizado en el informe de audiencia aplica los mismos criterios que fueron empleados por la CNMC en los informes INF/DTSA/015/17, INF/DTSA/237/17 e INF/DTSA/144/19. Estos criterios fueron avalados por las sentencias de la Sala Tercera del Tribunal Supremo núm. 314/2020, de 3 de marzo y núm. 1045/2021, de 19 de julio), dictadas en los recursos ordinarios núm. 314/2020 y 206/2020, respectivamente.
- b) En el presente procedimiento se ha ampliado el análisis con respecto a los precedentes mencionados: la evolución de los precios se ha abordado desde varias perspectivas, se ha profundizado en la caracterización de los clientes de las líneas 1P, y se ha determinado la relación entre el producto afectado por el incremento de precios y los costes de su prestación por parte de Telefónica²⁹.

En definitiva, el análisis se fundamenta en datos públicos y contrastables, en unos criterios ya avalados por el Tribunal Supremo que, además, han sido reforzados en el presente procedimiento para darle más consistencia al análisis.

²⁸ La Orden de 29 de enero de 2025 indica que *“actualmente no queda garantizado que se puedan satisfacer todas las solicitudes razonables de acceso a los servicios integrantes del servicio universal en todo el territorio nacional en las condiciones de accesibilidad, asequibilidad y calidad propias del servicio universal, estimándose conveniente no excluir ninguna zona geográfica del ámbito de la prestación del servicio universal”*.

²⁹ El Tribunal Supremo, en las sentencias citadas, contempla que el regulador valore una multiplicidad de factores para analizar la asequibilidad de los servicios incluidos en las obligaciones de servicio universal. El análisis no consistiría, por tanto, en la mera aplicación de una metodología previamente determinada, sino que se caracterizaría con un cierto grado de flexibilidad, siempre que se tengan en cuenta los índices de precios y los niveles de renta.

IV.2 Caracterización de los clientes del servicio de telefonía fija 1P

IV.2.1 Alegaciones de Telefónica

Telefónica cuestiona la caracterización de los clientes del servicio de telefonía fija 1P que se realiza en el informe de audiencia, que otorga cierta preponderancia a los “*pensionistas de bajos ingresos*”. En opinión de este operador, tal caracterización es “*parcial y sesgada*”, lo que viciaría el análisis realizado, y lo justifica a partir de los siguientes argumentos:

- A) La DTSA obvia que hay perfiles de clientes distintos del constituido por “*pensionistas de bajos ingresos*” que podrían condicionar la contratación de servicios 1P. Se trataría de clientes sin cobertura de banda ancha o de clientes que requieren servicios de telefonía fija 1P para de segunda residencia.
- B) La DTSA “*parece centrarse únicamente en el colectivo susceptible de acogerse al abono social*”, que no alcanza ni el 5% de la planta 1P, y olvida que este servicio es contratado por un colectivo mucho más amplio. Por otro lado, aunque admite la existencia de una brecha digital entre las personas mayores, Telefónica destaca que la mayoría de los hogares sustentados por una persona mayor de 65 años tiene contratado un servicio de banda ancha. Ello le lleva a atribuir esa brecha digital a las dificultades que puedan tener esas personas a manejarse en la red, y no a que tengan interés en la contratación de servicios de banda ancha o a que no dispongan de ella.
- C) La afirmación de la DTSA acerca de la menor propensión al cambio de operador del colectivo de pensionistas es sesgada. En primer lugar, porque se basa en datos antiguos, cuando el contexto de mercado era sustancialmente diferente al actual. En segundo lugar, porque la pérdida de cuota de mercado de Telefónica en el segmento acredita precisamente que los clientes 1P cambian de operador.
- D) Finalmente, tampoco sería correcta la caracterización del cliente de telefonía fija 1P que realiza el MTDyFP, según la cual los clientes 1P se asocian a rentas inferiores y una mayor propensión a residir en el medio rural. Para rebatir esta idea, Telefónica aporta datos acerca de renta y lugar de residencia de sus clientes 1P.

IV.2.2 Valoración de la CNMC

La caracterización de los clientes de telefonía 1P, según la cual éstos se vinculan principalmente con “*pensionistas de bajos ingresos*”, no ha sido objeto

de discusión en los últimos años. La propia Telefónica, en su comunicación de incremento de precio, identifica los clientes del servicio de telefonía 1P con pensionistas, además de con perceptores del SMI. Para justificar la razonabilidad del incremento de precio, Telefónica aporta datos relativos a (i) el número de pensionistas en España; (ii) la evolución de las pensiones medias de incapacidad permanente, jubilación, viudedad, orfandad y en favor de familiar; (iii) el porcentaje que supone el precio de la cuota de acceso telefónico sobre la pensión media. En su escrito inicial, Telefónica no realiza mención alguna a los “*clientes sin cobertura de banda ancha o clientes que requieren servicios de telefonía fija 1P para de segunda residencia*” que saca a colación en su escrito de alegaciones, lo que puede interpretarse como la atribución a este tipo de líneas de una representatividad reducida.

En el apartado III.1.2 de la presente Resolución se profundiza en la caracterización de los clientes 1P conforme a datos actualizados, y muestra la elevada proporción de personas (i) mayores de 65 años; (ii) de bajos ingresos; (iii) residentes en el medio rural, y (iv) de nivel educativo básico. Los datos observados no sólo sustentan, sino que refuerzan, la caracterización seguida hasta la fecha. Esto no niega que puedan existir otros tipos de clientes, como a los que alude Telefónica en su escrito de alegaciones. Su representatividad, no obstante, sería muy reducida.

Los datos aportados por Telefónica no desvirtúan la caracterización realizada. Por ejemplo, los datos de renta media por persona y hogar son datos medios de secciones censales que agrega información de todos los residentes en esas secciones censales (y no específicamente de clientes 1P). La información que Telefónica suministra sobre la distribución según el tamaño de la ciudad de sus líneas 1P acredita la relación inversamente proporcional entre el tamaño del municipio de residencia y la proporción de este tipo de líneas que se muestra en el mencionado apartado III.1.2³⁰. Por otro lado, el que el **[CONFIDENCIAL]** de sus clientes de telefonía 1P cuenten con otros servicios de comunicaciones electrónicas no cambia las conclusiones sobre la caracterización de los clientes, máxime cuando se trata mayoritariamente de telefonía móvil (ello se desprende de los gráficos 4 a 6). En cuanto a las alegaciones relativas a la pérdida de cuota de mercado de Telefónica, cabe remitirse a lo señalado en el apartado IV.1. acerca de la insuficiencia del mercado para garantizar la

³⁰ Según se desprende de las alegaciones de Telefónica, el **[CONFIDENCIAL]** de sus clientes 1P residen en municipios de menos de 1.000 habitantes, cuando estos municipios representan el 2,96% de la población española. El **[CONFIDENCIAL]** reside en municipios de entre 1.000 y 5.000 habitantes, porcentaje también por encima de la representatividad de estos municipios en el conjunto de la población española, que es del 8,80% (datos del INE correspondientes a 2024).

prestación de los servicios incluidos en el servicio universal a **todos** los usuarios.

IV.3 Consideración al precio que ofrecen los operadores alternativos como referencia de asequibilidad de la cuota de abono de Telefónica

IV.3.1 Alegaciones de Telefónica

Telefónica sostiene que la comparación de su cuota de abono con las de los operadores alternativos “*no permite determinar la condición de asequibilidad de la modificación planteada*”.

En primer lugar, Telefónica arguye que la Orden Ministerial que designa a Telefónica como prestador del servicio universal para 2025 y 2026 dice textualmente que “[l]os *precios vigentes, entendiendo por tales aquellos que se vienen aplicando, son declarados asequibles*”, y recuerda que la CNMC no efectuó comentario alguno en su informe al borrador donde ya figuraba esta opinión del Ministerio.

En segundo lugar, continúa Telefónica, la intervención del regulador debería responder a la existencia de unas distorsiones en el mercado que, en el caso que nos ocupa, no se identifican. Para sustentar su argumentación, este operador menciona el análisis del mercado 2/2007 y recuerda que la CNMC concluyó que ese mercado se desarrolla en un entorno de competencia efectiva.

Por otro lado, Telefónica niega que el incremento de la cuota de abono de su servicio de telefonía 1P pueda generar el “*efecto arrastre*” en el mercado al que se refiere el MECyE en su informe. El que los operadores alternativos tengan unas tarifas inferiores a las de Telefónica refutaría la existencia de ese efecto arrastre.

IV.3.2 Valoración de la CNMC

Los precios del servicio de telefonía 1P que los operadores alternativos ofertan bajo un régimen de libre competencia son una de las referencias adecuadas (insistimos, no la única) para determinar la asequibilidad de los precios impuestos por el operador designado como prestador del servicio universal. De hecho, esta referencia es usada por otros reguladores, como el alemán³¹.

³¹ Según el documento “[Grundsätze über die Ermittlung erschwinglicher Preise für Telekommunikationsdienste](#)” de la BNetZa, unos precios se consideran asequibles cuando se orientan a los precios habituales de mercado.

Las razones esgrimidas por Telefónica para cuestionar la intervención de la CNMC para valorar la asequibilidad del precio comunicado para su línea 1P deben ser rechazadas. La intervención de la CNMC en este procedimiento no tiene como objetivo corregir problemas de competencia detectados en un análisis de mercado, sino garantizar el cumplimiento de una obligación de servicio público. Esta obligación es compatible con una adecuada concurrencia competitiva en los mercados minoristas afectados³². Sin perjuicio de lo anterior, la mención de Telefónica al mercado mayorista 2/2007 no resulta pertinente, pues no es el mercado en el que se incardina la línea de acceso telefónico 1P³³.

Finalmente, la obligación de Telefónica de proveer el servicio de acceso telefónico fijo 1P a un precio asequible es autónoma e independiente de que existan otros operadores ofreciendo este servicio, incluso a precios más reducidos. Por tanto, un hipotético efecto arrastre no resultaría relevante para valorar si el precio de la línea 1P es asequible o no.

IV.4 Evolución de los precios de los servicios de comunicaciones en relación con la actualización de la cuota de abono

IV.4.1 Alegaciones de Telefónica

Telefónica critica que la CNMC haya tomado como referencia el índice de precios al consumo de comunicaciones del INE, pues éste está compuesto por varios subgrupos, clases y subclases. La mayoría de estas clases *“no tienen nada que ver con el servicio respecto del que se quiere actualizar la cuota”*, por lo que la CNMC realiza una comparación de *“dos variables que no son claramente homogéneas”* (el precio de la cuota e IPC de comunicaciones). Según Telefónica, la subclase 08301 (*“servicios de telefonía fija”*) es la única que directamente está relacionada con la cuota cuyo precio este operador pretende incrementar. Esta subclase en particular habría subido un 16,7% desde 2017, en línea con la subclase 08304 (*“servicios empaquetados de telefonía”*), que experimentó un incremento de precios del 16,5%. Telefónica descalifica el criterio adoptado por la CNMC por *“comparar dos variables que*

³² Por ejemplo, las obligaciones regulatorias impuestas por la CNMC a nivel mayorista permiten que los mercados minoristas de banda ancha se desarrollen, en términos generales, de forma competitiva. Ello no obsta para que (i) el artículo 37 de la LGTel establezca la obligación de ofrecer un servicio de acceso a internet de 10Mb; (ii) el MTDyFP haya determinado que la concurrencia competitiva no garantiza que este servicio pueda ser disfrutado a un precio asequible por todos los usuarios con independencia de su localización geográfica, y (iii) Telefónica haya sido designada como operador prestador del servicio universal.

³³ El mercado 2/2007 es el mercado de acceso y originación de llamadas en la red Telefónica fija. Se trata de un mercado mayorista que se sitúa aguas arriba del mercado minorista de acceso telefónico fijo, Hasta su reciente desregulación, su servicio más representativo era el denominado AMLT.

no son claramente homogéneas” (es decir, la cuota de abono y el índice de precios de comunicaciones publicado por el INE), y concluye que la evolución observada en la subclase 08301 (“*servicios de telefonía fija*”), la única relevante a su juicio, avala su pretensión de incremento de precios.

IV.4.2 Valoración de la CNMC

Como se ha expuesto, el análisis que se realiza en el presente procedimiento se basa en los mismos criterios ya seguidos en los informes INF/DTSA/015/17, INF/DTSA/237/17 e INF/DTSA/144/19. Uno de ellos consistía en comparar el precio comunicado por Telefónica con la evolución del índice de precios al consumo de comunicaciones que publica el INE. El Tribunal Supremo, en las sentencias ya previamente referidas, avaló los criterios seguidos por la CNMC y abordó la cuestión de la homogeneidad del IPC de comunicaciones que Telefónica vuelve a sacar a colación en sus alegaciones³⁴. No obstante, en los párrafos siguientes se tienen en cuenta los argumentos de Telefónica en relación con el uso de este indicador.

El artículo 38.2 de la LGTel establece que la supervisión de la asequibilidad de los precios de los servicios incluidos en el servicio universal se llevará a cabo “*en particular en relación con los niveles nacionales de precios al consumo y de rentas*”. En lo que se refiere a los niveles nacionales de precios al consumo, esta Comisión considera que el IPC de comunicaciones es una variable adecuada a tener en cuenta, pues permite contextualizar y ver hasta qué punto el precio del producto analizado resulta acorde con la evolución general del sector. No debe olvidarse, además, que las obligaciones de asequibilidad del servicio universal tienen un alcance más amplio que el de la telefonía 1P.

El indicador alternativo que propone Telefónica (la *subclase 08031*) puede también ser tenido en cuenta, junto con otros, en una valoración global de la asequibilidad del incremento de la cuota comunicado por este operador. No obstante, su importancia debe ser relativizada por los motivos que se exponen a continuación.

³⁴ El Tribunal Supremo, en su Sentencia de 3 de marzo de 2020, señalaba que “[t]ampoco puede la Sala acoger las críticas de la demanda sobre la falta de homogeneidad del precio del servicio universal con las referencias de precios utilizadas, pues el IPC es una variable que recoge la evolución general de los precios que satisfacen los consumidores, y el **subíndice de servicios telefónicos**, que elabora el Instituto Nacional de Estadística, **que incluye no solo los gastos ligados a la telefonía fija, sino también los asociados a la telefonía móvil y acceso a internet, es de utilidad para comparar la evolución de los precios que satisfacen los usuarios del servicio universal con la tendencia que presenta el sector de las telecomunicaciones en su conjunto**”.

- En primer lugar, la subclase 08031 no se compone únicamente por la telefonía 1P, sino que también incluye otros servicios de naturaleza muy distinta³⁵. Por tanto, presenta una falta de homogeneidad similar a la que Telefónica critica.
- En segundo lugar, Telefónica se basa en la referencia de la subclase 08301 para llegar a la conclusión de que los precios de las líneas 1P se han incrementado un 16,7% desde el año 2017. Sin embargo, al tratarse de un servicio fácilmente identificable, resulta sencillo constatar que no ha sido así. La propia Telefónica, citando al Ministerio, recoge en su escrito de alegaciones que *“el mercado ha experimentado un fuerte proceso competitivo que ha llevado a una gran pérdida de cuota de mercado por parte de Telefónica y ha dado lugar a una bajada generalizada de tarifas”*, debido a los menores precios de los operadores alternativos (como recoge la tabla 1). Telefónica vuelve a mencionar este fenómeno en la página 15 de su escrito de alegaciones³⁶. Atendiendo a este fenómeno, el incremento del 16,7% señalado por Telefónica tendría que estar relacionado con el resto de elementos que integran la subclase 08031.

En definitiva, el IPC de comunicaciones que publica el INE es una referencia correcta y adecuada, aunque no exclusiva, para realizar una valoración general de los productos sujetos a la obligación de servicio universal.

IV.5 Incremento de gasto en comunicaciones de los hogares de menor renta

IV.5.1 Alegaciones de Telefónica

Para Telefónica, la evaluación del incremento de gasto en comunicaciones observado en el primer quintil es un criterio desacertado, pues hay dos aspectos que no han sido tomados en consideración y que condicionan totalmente el resultado del análisis.

³⁵ Según recoge Telefónica en sus alegaciones, la subclase 08301 está integrada por *“gastos en llamadas, alquiler e instalación de teléfono, gastos de contratación, cambio de titular o de domicilio, etc.; así como gastos de fax. Gastos en llamadas en locutorios y cabinas y las efectuadas desde hoteles, cafeterías, restaurantes, etc.”*

³⁶ *“Partiendo de que la cuota que nos ocupa no se ha visto alterada desde 2013, que cada vez es menor la cuota de Telefónica en este tipo de producto y que la cuota mensual de los productos de los nuevos entrantes es mucho menor a la de Telefónica, tal y como ha puesto de manifiesto la propia CNMC, no se entendería que el gasto de comunicaciones se hubiese incrementado en este periodo para los hogares de este quintil, sino que se tendría que haber visto reducido como reflejo de que habría mucha más planta a un precio menor”.*

El primero de ellos es la distorsión generada por el COVID-19. La pandemia disparó la demanda de servicios como el teletrabajo o la educación online, lo que incrementó el gasto de los hogares en servicios de comunicación, especialmente en el quintil inferior, *“toda vez que este tipo de servicios en este colectivo se presume menor”*.

El segundo es la conversión del acceso a Internet de banda ancha en un bien básico. Telefónica alude al dato según el cual el 96,8% de los hogares españoles disponen de acceso a internet de banda ancha³⁷. A partir de este dato, Telefónica concluye que este tipo de servicios *“se encuentra plenamente integrado en los presupuestos de gasto de los hogares y no se plantearía la renuncia a los mismos, incluso en los hogares de renta más baja”*. El incremento de gasto experimentado por los hogares del primer quintil vendría explicado por el hecho de que los hogares contratan servicios de banda ancha.

Telefónica realiza una interpretación propia del contenido del informe de audiencia según la cual la CNMC sostendría que los hogares del primer quintil *“contratan principalmente servicios de telefonía fija no empaquetada”*. Para Telefónica, la supuesta posición de la CNMC sería contradictoria con el incremento del gasto observado en el primer quintil. Teniendo en cuenta que (i) los operadores alternativos han incrementado su cuota de mercado en detrimento de Telefónica, y que (ii) los precios de los alternativos son inferiores a los de Telefónica, la única explicación al incremento de gasto de los hogares del primer quintil sería que éstos contratan cada vez más *“otros servicios de comunicaciones”* (fundamentalmente, servicios de banda ancha).

IV.5.2 Valoración de la CNMC

Efectivamente, la pandemia generada por el COVID-19 impulsó el uso del teletrabajo y la educación online, lo que pudo incrementar en cierta medida la contratación de servicios de banda ancha. Sin embargo, eso no significa que los servicios de banda ancha se contraten de manera generalizada y por igual en todo tipo de hogares, con independencia de sus niveles de ingresos.

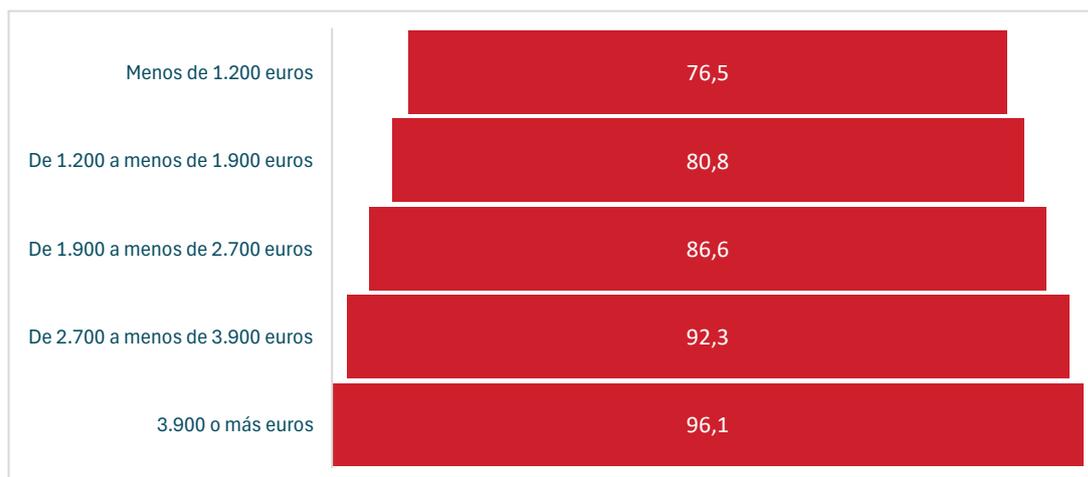
Los datos de la *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2024*, publicados por el INE, muestran claramente que el servicio de banda ancha fija está menos extendido en los hogares con menores ingresos³⁸. El INE muestra asimismo que el

³⁷ Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) en los hogares

³⁸ El porcentaje del 96,8% que cita Telefónica en sus alegaciones incluye la banda ancha móvil que, como sabemos, queda fuera de la obligación de este operador como prestador del servicio universal, por lo que resulta menos adecuado.

teletrabajo y la educación online se utilizan de manera más intensa a medida que los ingresos netos por hogar son mayores³⁹. Por tanto, el efecto en los hogares de menor renta que apunta Telefónica en sus alegaciones debería relativizarse.

Gráfico 14. Porcentaje de hogares que tienen contratada banda ancha fija en función de sus ingresos netos mensuales



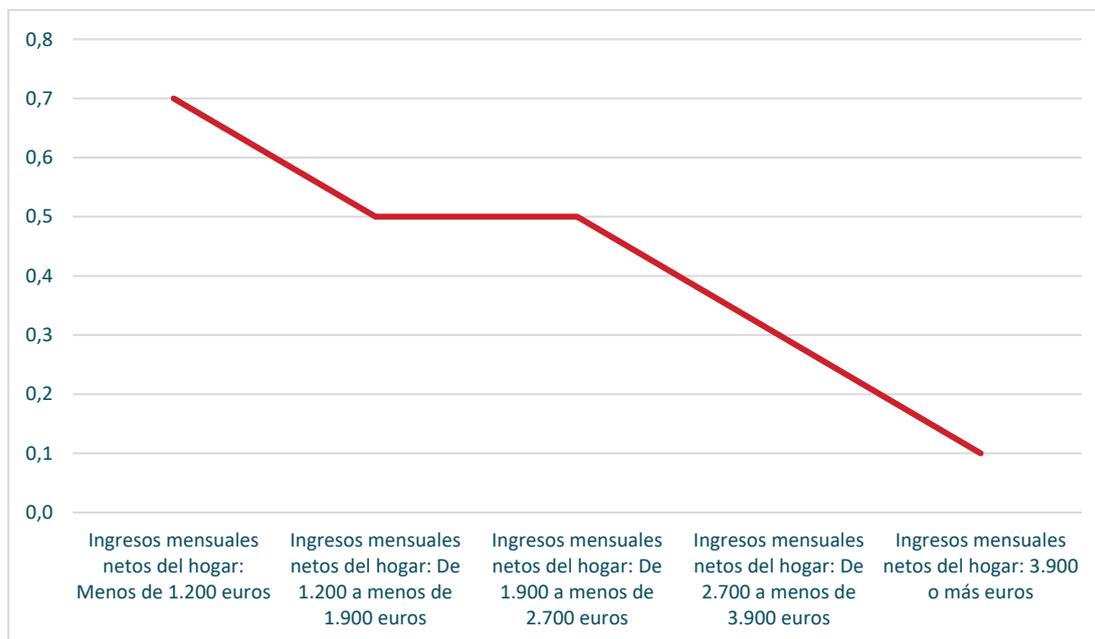
Fuente: INE - Encuesta sobre equipamiento y uso de las TIC en los hogares 2024

Por otro lado, en el informe de audiencia no se sostiene que los hogares con menor renta contratan principalmente telefonía fija 1P, sino que una de las características de los clientes de este servicio –no la única– es que se concentran fundamentalmente en hogares de ingresos reducidos. El siguiente gráfico, que complementa el gráfico 7, muestra la relación inversamente proporcional entre el porcentaje de hogares que sólo disponen de teléfono fijo y la renta media del hogar⁴⁰.

³⁹ Por ejemplo, en los hogares con ingresos netos inferiores a 1.900 euros, sólo se teletrabajó en un 4,3% de ellos y sólo se cursó algún tipo de curso online en un 19,7%. Cuando se trata de hogares que ingresan más de 3.900 euros mensuales netos, estos porcentajes se elevan respectivamente al 14,5% y 40%. Los datos se refieren a personas de edades comprendidas entre los 16 y los 74 años.

⁴⁰ El gráfico 15 muestra los hogares que sólo disponen teléfono fijo, lo que no se corresponde con la totalidad de clientes 1P (pues parte de ellos cuentan también con telefonía móvil). Según datos del *Eurobarómetro 510* y se muestra en el gráfico 4, la práctica totalidad de estos hogares están integrados por personas de más de 65 años. Aunque el INE no ofrece datos de clientes 1P que cuenten también con telefonía móvil, la caracterización de estos clientes que se realiza en el apartado III.1.2 muestra que no hay grandes diferencias con respecto a aquellos clientes que no disponen de telefonía móvil.

Gráfico 15. Porcentaje de hogares que sólo tienen contratado teléfono fijo



Fuente: INE - Encuesta sobre equipamiento y uso de las TIC en los hogares 2024

Telefónica continúa con la lectura errónea del contenido del informe de audiencia de la DTSA según la cual los hogares con menor renta “*sólo suelen contratar servicios de telefonía fija no empaquetada*”, y arguye que el mayor incremento de gasto de estos hogares no puede atribuirse a los precios de la telefonía 1P, pues éstos se han reducido gracias a los menores precios de los operadores alternativos. Realmente, lo que muestra el análisis del gasto por hogar en servicios de comunicaciones por quintiles de gasto es que los hogares de rentas más bajas:

- (i) Se enfrentan a unas restricciones mayores para contratar servicios de comunicaciones electrónicas (no únicamente telefonía fija), pues su coste de oportunidad es más pronunciado. Por ejemplo, entre los hogares con ingresos inferiores a 900 euros netos mensuales que no tienen acceso a internet, en el 35% de los casos la razón es su elevado coste⁴¹.

⁴¹ Datos procedentes de la *Encuesta sobre equipamiento y uso de las TIC en los hogares 2021*, que fue la última que incluyó el apartado *No acceso a Internet en la vivienda principal por tamaño del hogar, tipo de hogar, hábitat, ingresos mensuales netos del hogar y motivos declarado*

- (ii) Los hogares de menor renta no se han beneficiado de la misma manera que el resto de hogares de la reducción general de precios de los servicios de comunicaciones electrónicas que se muestran en el gráfico 10.

La valoración de la asequibilidad que se realiza en el informe de audiencia del precio de la línea 1P que comunicó Telefónica es sensible al hecho de que los clientes de este servicio se encuadran mayoritariamente en esta categoría de hogares y, por tanto, se enfrentan a esas restricciones. Unas restricciones que no sólo tienen incidencia en la contratación del acceso telefónico fijo, sino que se extienden a todos los servicios de comunicaciones electrónicas que, conforme al artículo 37.1 de la LGTel, quedan comprendidos en el servicio universal.

IV.6 [CONFIDENCIAL]

IV.7 Margen existente entre el precio minorista de la línea de acceso telefónico 1P y sus costes subyacentes

IV.7.1 Alegaciones de Telefónica

Telefónica critica que la DTSA tomara en consideración el margen del [CONFIDENCIAL] que obtendría con el precio comunicado. Según este operador, la CNMC parece olvidar el objetivo de promoción de la competencia efectiva al que se debe. Añade Telefónica que “*el establecimiento de precios máximos en los servicios suele ocasionar distorsiones en la competencia*”.

IV.7.2 Valoración de la CNMC

El coste de prestación del servicio de telefonía fija 1P es una de las referencias para analizar el precio comunicado por Telefónica. El Tribunal Supremo, en su Sentencia de julio de 2021, ya subrayó la pertinencia de este indicador⁴².

La alusión de Telefónica a una supuesta distorsión de la competencia olvida que su designación como prestador del servicio universal se fundamenta en la insuficiencia de la competencia para garantizar que todas las personas puedan disfrutar de un conjunto de servicios a precios asequibles en cualquier lugar del

⁴² A propósito de la consideración de los costes como referencia para determinar la asequibilidad de los precios de la línea individual, el Tribunal Supremo afirmaba en su Sentencia de julio de 2021 que “[n]o cabe duda de que el examen de la evolución de los costes de provisión del servicio universal tiene interés en el debate planteado en el pleito, **pues una subida de precios por encima de la evolución de los costes revelaría la falta de justificación de dicha subida**”.

territorio. También que una de las múltiples funciones de la CNMC es la de velar por el efectivo cumplimiento de las obligaciones de servicio universal⁴³.

IV.8 Efectividad del abono social

IV.8.1 Alegaciones de Telefónica

En su escrito de alegaciones, Telefónica quiere precisar que la limitada efectividad del abono social, que la DTSA menciona en el informe de audiencia, no responde a una falta de iniciativa o de transparencia por su parte. A este respecto, este operador recuerda que el abono social está destinado a jubilados y pensionistas con una renta de la unidad familiar inferior al 120% del IPREM (es decir, 10.080 euros anuales) y que las pensiones mínimas se sitúan por encima de este indicador. En su opinión, esta circunstancia podría ser el motivo por el que el número de beneficiarios del abono social desciende cada vez más.

Por otro lado, Telefónica informa de que, recientemente, ha mejorado en su web la información relativa al abono social, dotándola de una mayor transparencia. Asimismo, recuerda que, en caso de materializarse el incremento comunicado, los beneficiarios del abono social mantendrían su cuota actual. Telefónica afirma haber ampliado el descuento sobre la línea telefónica del que disfrutarían los beneficiarios del abono social, de manera que se anulen los efectos de la subida de precios.

IV.8.2 Valoración de la CNMC

El informe de audiencia se ciñe a constatar la escasa efectividad del abono social, sin entrar a valorar las causas que pudieran explicarla. También reconoce la reciente mejora de la transparencia de la web de Telefónica en lo relativo al abono social. A pesar de ello, los datos más recientes disponibles continúan mostrando un descenso en el número de beneficiarios.

Con una efectividad tan reducida, la ampliación del descuento que señala Telefónica (y que, contrariamente a como alega Telefónica, no figura en su escrito de comunicación⁴⁴) no tendría impacto relevante.

⁴³ Artículo 100.1, apartado o) de la LGTel.

⁴⁴ El escrito de comunicación de la subida no amplía el descuento del abono social, sino que subraya que el impacto en sus beneficiarios sería pequeño: “[l]a actualización propuesta de la cuota apenas supone un incremento de poco más de doce céntimos al mes para los clientes que disfrutan de dicha bonificación”.

V CONCLUSIONES

En este procedimiento se ha analizado si el incremento del precio de la línea de acceso telefónico fijo de Telefónica desde los 17,40 euros actuales a **[CONFIDENCIAL]** euros es compatible con las obligaciones de Telefónica como operador designado para prestar el servicio universal para los años 2025 y 2026. Esta designación obliga a Telefónica a ofrecer el servicio de acceso telefónico fijo “*para todos los consumidores con independencia de su localización geográfica, en condiciones de neutralidad tecnológica, con una calidad determinada y a un precio asequible*”⁴⁵. El que, conforme al artículo 38.3 de la LGTel, todos los operadores tengan la obligación de ofrecer tarifas especiales a los usuarios de rentas bajas o necesidades sociales especiales no afecta al contenido de la obligación de Telefónica como prestador del servicio universal, que tiene alcance y contenido diferentes.

El análisis de la CNMC se ha basado en los realizados en el pasado, con referencias INF/DTSA/015/17, INF/DTSA/237/17 e INF/DTSA/144/19. Partiendo de los criterios allí seguidos, en este procedimiento se ha profundizado en alguno de ellos y se han considerado nuevos elementos.

Los datos del *Eurobarómetro 510* muestran que los clientes de la línea de acceso telefónico 1P son mayoritariamente personas mayores, de rentas reducidas, bajo nivel educativo y residentes en zonas rurales. Con independencia de que el número de clientes 1P sea relativamente reducido y de que decrezca progresivamente, en general se trata de personas vulnerables que, por falta de conocimiento o por sus propias características personales, pueden encontrar dificultades para cambiar de operador o resistencia a renunciar al servicio de telefonía fija. Los datos más recientes del INE (como los que se muestran en el gráfico 15) indican que **existe una relación inversamente proporcional entre el uso exclusivo de la telefonía fija y los ingresos netos por hogar**.

La subida de precio comunicada por Telefónica no se alinea con la tendencia observada en los mercados de comunicaciones electrónicas. La subida del **[CONFIDENCIAL]** anunciada por Telefónica contrasta con la reducción general de dos variables relevantes:

- a) Los precios de las comunicaciones electrónicas en España, que desde 2013 han caído un 6,45%.

⁴⁵ Artículo 37.1 de la LGTel

- b) El ingreso medio del servicio de acceso telefónico fijo (que considera tanto las líneas 1P como aquellas otras empaquetadas con banda ancha). La reducción experimentada desde 2013 ha sido del 65%.

En paralelo, los hogares del primer quintil de gasto (los que tienen menores ingresos y, por tanto, donde se ubican la mayoría de los clientes de telefonía 1P) han tenido un incremento de gasto en servicios de comunicaciones superior al del resto de hogares. Los hogares de menores ingresos se enfrentan a unas restricciones mayores para contratar servicios de comunicaciones electrónicas (no únicamente telefonía fija), pues su coste de oportunidad es más pronunciado. Se ha constatado, además, que los beneficios asociados a la reducción de precios de los servicios de comunicaciones se han concentrado en los hogares de los quintiles segundo a quinto, pero no en el primero.

Por último, con la subida comunicada, Telefónica igualaría el precio de la línea de acceso telefónico 1P con la del producto de banda ancha de 10Mb, también cubierto por el servicio universal, que incluye la propia línea de acceso telefónico. La igualación de precios rompería la coherencia tarifaria entre la línea de acceso telefónico sin empaquetar y la misma línea de acceso telefónico pero empaquetada con el acceso a Internet de 10Mb, pues normalmente los productos con menores prestaciones tienen un precio inferior.

Teniendo en consideración los aspectos anteriores **se concluye que la subida de precios comunicada por Telefónica no cumpliría –de ejecutarse– la obligación de asequibilidad** del apartado Cuarto.5 de la Orden Ministerial de designación de 29 de enero de 2025, en los términos del artículo 38 de la LGTel.

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

RESUELVE

PRIMERO.- Declarar que el incremento del precio de la cuota mensual de abono de la línea de acceso telefónico fijo comunicado por Telefónica de España, S.A.U a este organismo no cumple con la obligación de asequibilidad establecida en el artículo 38 de la LGTel y en la Orden Ministerial de designación de 29 de enero de 2025.

SEGUNDO.- Conminar a Telefónica a no aplicar el incremento de precio comunicado sobre la cuota mensual de abono de la línea de acceso telefónico fijo.

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, publíquese en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (www.cnmc.es) y notifíquese a:

TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U.

Asimismo, a los efectos oportunos, dese traslado al Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, al Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública y al Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

Con este acuerdo se agota la vía administrativa, si bien cabe interposición de recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.