

**Expediente: Nº OFMIN/DTSA/004/16/Test de replicabilidad económica residencial**

Cítese la referencia en los escritos relacionados con este expediente

**Trámite de información pública del procedimiento relativo a la metodología para la determinación del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica comercializados en el segmento residencial**

**PRIMERO.- Revisión de los mercados mayoristas de banda ancha**

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 3 y 4).

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 impuso a Telefónica de España S.A.U. (Telefónica) la obligación de proporcionar los servicios mayoristas de acceso desagregado virtual al bucle de fibra óptica (FTTH), denominado NEBA-local, en los términos de su Anexo 4.

La citada Resolución establece asimismo que *“[l]os precios del servicio mayorista NEBA-local deben garantizar que los operadores alternativos puedan reproducir las ofertas minoristas de los servicios BAU de Telefónica, en su condición de operador con PSM en el mercado de referencia. Con el objetivo de prevenir una combinación de precios a nivel minorista y mayorista que haga que las ofertas de los servicios BAU de Telefónica no sean replicables para un operador alternativo a partir del servicio NEBA-local, los precios de este servicio mayorista de acceso están sujetos a un test de replicabilidad económica”*.

Igualmente, la Resolución de 24 de febrero de 2016 impuso a Telefónica la obligación de prestar un servicio mayorista de acceso indirecto sobre la red de fibra (NEBA). En lo que respecta este servicio, los precios que establezca Telefónica *“deberán garantizar que los operadores alternativos puedan reproducir las ofertas minoristas de los servicios BAU de Telefónica dirigidas a los clientes residenciales. Con este objetivo, los precios de este servicio mayorista de acceso*

*están sujetos a una obligación ex-ante de control de precios conforme a un test de replicabilidad económica”.*

Según se establece en la Resolución, los aspectos definitorios del test de replicabilidad aplicable a los servicios NEBA prestados sobre accesos FTTH (NEBA fibra) y NEBA-local se concretarán en la metodología que se apruebe a tal efecto. Por ello, *“la CNMC incoará un expediente específico con el objeto de analizar y determinar los detalles de esta metodología”.*

La Resolución de 24 de febrero de 2016 mantiene, por otra parte, el conjunto de obligaciones en materia de comunicación y replicabilidad económica que, para las ofertas dirigida al segmento residencial y comercializadas sobre la base de la red de cobre de Telefónica, el regulador sectorial ha venido configurando a partir de la Resolución de 26 de julio de 2007, por la que se adopta la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica (AEM 2006/1486), así como sus sucesivas actualizaciones.

## **SEGUNDO.- Escrito de Telefónica**

Con fecha 4 de mayo de 2016 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de Telefónica por el que presenta su propuesta de oferta de referencia para el servicio NEBA-local, incluyendo asimismo el modelo de precios que resultará de aplicación.

## **TERCERO.- Inicio del procedimiento administrativo**

Con fecha 11 de mayo de 2016, mediante escrito de la Directora de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual (DTSA) se inició el procedimiento administrativo de aprobación de la metodología para la aplicación del test de replicabilidad económica de las ofertas comerciales de Telefónica, con arreglo a la normativa sectorial así como a las previsiones de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común<sup>1</sup> (LRJPAC).

## **CUARTO.- Alegaciones de los operadores**

En el marco del procedimiento de referencia, los operadores BT España Compañía de Servicios Globales de Telecomunicaciones S.A.U. (BT), MásMóvil Ibercom, S.A. (MásMóvil), Orange Espagne, S.A.U. (Orange), Vodafone España S.A.U. (Vodafone) y Telefónica, así como la Asociación de Operadores de Telecomunicaciones Empresariales (Asotem), presentaron sus observaciones.

---

<sup>1</sup> Normativa que ha seguido rigiendo la tramitación del presente procedimiento, en virtud de lo previsto en la disposición transitoria tercera de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

## **QUINTO.- Aprobación de la oferta de referencia NEBA-local**

Mediante Resolución de 10 de enero de 2017, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC adoptó la Resolución por la cual se aprueba la oferta de referencia del servicio mayorista NEBA-local.

Esta Resolución está vigente desde el día siguiente a su publicación en el BOE, es decir, desde el 19 de enero de 2017. El plazo dado en dicha Resolución para el desarrollo de NEBA-local es de 12 meses, por lo que el servicio mayorista deberá estar operativo el 19 de enero de 2018.

## **SEXTO.- Habilitación competencial**

En el marco de sus actuaciones la CNMC debe, de conformidad con el artículo 1.2 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (LCNMC) *“garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios”*.

En concreto, en lo referente al sector de las comunicaciones electrónicas, el artículo 6 dispone que la CNMC *“supervisará y controlará el correcto funcionamiento de los mercados de comunicaciones electrónicas”*, y en su apartado 5 añade que, entre sus funciones, estarán las atribuidas por la Ley General de Telecomunicaciones.

Para realizar las citadas labores de supervisión y control los artículos 6 de la LCNMC y 70.2 de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones (LGTel), otorgan a esta Comisión, entre otras, las funciones de definir y analizar los mercados de referencia relativos a redes y servicios de comunicaciones electrónicas, la identificación del operador u operadores que posean un poder significativo cuando en el análisis se constate que el mercado no se desarrolla en un entorno de competencia efectiva, así como, en su caso, la de establecer obligaciones regulatorias a los mismos, todo ello de acuerdo con el procedimiento y efectos determinados en los artículos 13 y 14 de la misma LGTel y en la normativa concordante.

Como consecuencia de dicha habilitación competencial, con fecha 24 de febrero de 2016 el Pleno de la CNMC aprobó la Resolución de los mercados 3 y 4, donde como se ha indicado se imponen una serie de obligaciones a Telefónica en materia de replicabilidad económica, 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, y el establecimiento por la CNMC de un test de replicabilidad económica.

Por consiguiente, esta Comisión resulta competente para proceder a la aprobación de la metodología para la aplicación del test de replicabilidad económica de las ofertas comerciales de Telefónica.

### **SÉPTIMO.- Apertura del trámite de información pública**

De conformidad con lo previsto en el artículo 5.1 del Reglamento sobre mercados de comunicaciones electrónicas, acceso a las redes y numeración, aprobado mediante Real Decreto 2296/2004, de 10 de diciembre y en el artículo 86 de la LRJPAC, se acuerda la apertura del trámite de información pública por el plazo de **un mes de duración improrrogable**, a contar desde el día siguiente a la publicación del presente acuerdo en el Boletín Oficial del Estado (BOE), para que cualquier persona física y jurídica pueda formular las observaciones o sugerencias que tenga por conveniente y todos los interesados puedan alegar y presentar los documentos y justificaciones que estimen pertinentes sobre la propuesta adjunta al presente oficio.

Se recuerda a los interesados que, conforme a lo dispuesto en el artículo 35.a) de la LRJPAC, los ciudadanos tienen derecho: *“(...) a conocer, en cualquier momento, el estado de la tramitación de los procedimientos en los que tengan la condición de interesados, y a obtener copias de documentos contenidos en ellos”*. Este derecho de acceso a un expediente tiene como única limitación aquellos documentos relativos a materias protegidas por el secreto comercial e industrial, conforme a lo previsto por el artículo 14 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

A tales efectos, podrá examinarse el expediente en la sede de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de la calle Bolivia, núm. 56, de Barcelona o accediendo a la página web de la Comisión, [www.cnmc.es](http://www.cnmc.es).

Asimismo, y tal como dispone el artículo 13 de la LGTel y el artículo 5.3 del Reglamento de Mercados, la revisión aquí referida estará en todo caso también sometida al procedimiento de notificación y consulta con la Comisión Europea y las autoridades nacionales de reglamentación, así como con las autoridades nacionales competentes.

### **OCTAVO.- Publicación en el BOE**

La notificación del presente acto se realizará mediante su publicación en el BOE.

Contra el presente acto de trámite no cabe la interposición de recurso administrativo al no concurrir en el mismo los requisitos establecidos en el artículo 107.1 de la LRJPAC. No obstante, la oposición al mismo podrá ser alegada por los interesados para su consideración en la resolución que ponga fin al presente procedimiento.

Barcelona, 28 de abril de 2017  
LA DIRECTORA DE TELECOMUNICACIONES Y  
DEL SECTOR AUDIOVISUAL

Alejandra de Iturriaga Gandini

## CONTENIDOS

<b>I</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>8</b>
I.1	ANÁLISIS DE LOS MERCADOS DE BANDA ANCHA .....	8
I.2	OBJETO Y ALCANCE DEL PROCEDIMIENTO.....	9
I.3	ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO.....	11
<b>II</b>	<b>SERVICIOS MAYORISTAS DE REFERENCIA</b> .....	<b>14</b>
II.1	PREVISIONES DE LA RESOLUCIÓN DE LOS MERCADOS 3 Y 4 SOBRE LAS REFERENCIAS MAYORISTAS DEL TEST DE REPLICABILIDAD .....	14
II.2	CONSIDERACIÓN SEPARADA DE LOS SERVICIOS MAYORISTAS .....	15
II.3	ESTRUCTURA DE PRECIOS DEL NEBA-LOCAL .....	16
II.4	OFERTA MAYORISTA NEBA .....	26
II.5	CÁLCULO DEL PRECIO MEDIO DEL SERVICIO NEBA-LOCAL EN EL ERT .....	29
<b>III</b>	<b>SERVICIOS MINORISTAS DE REFERENCIA</b> .....	<b>31</b>
III.1	CUESTIONES PRELIMINARES.....	31
III.2	DEFINICIÓN DE PRODUCTO EMBLEMÁTICO BAU.....	31
III.3	CATÁLOGO DE PRODUCTOS Y EMPAQUETAMIENTOS EMBLEMÁTICOS BAU .....	38
<b>IV</b>	<b>CRITERIOS GENERALES DEL TEST DE REPLICABILIDAD ECONÓMICA</b> .....	<b>39</b>
IV.1	PRINCIPIOS DE VALORACIÓN DE LOS PRODUCTOS SUJETOS AL TEST DE REPLICABILIDAD .....	39
IV.2	CÁLCULO DEL VAN DE LOS PRODUCTOS BAU SUJETOS AL TEST DE REPLICABILIDAD .....	41
IV.3	ESTÁNDAR DE EFICIENCIA .....	44
IV.4	ESTÁNDAR DE COSTES.....	46
IV.5	TRATAMIENTO DE LAS PROMOCIONES. DETERMINACIÓN DEL IMPORTE MEDIO PROMOCIONAL.....	50
<b>V</b>	<b>ASPECTOS ESPECÍFICOS RELATIVOS AL EMPAQUETAMIENTO DE SERVICIOS</b> .....	<b>53</b>
V.1	CONSIDERACIONES PRELIMINARES.....	53
V.2	VALORACIÓN DEL COMPONENTE DE TELEFONÍA FIJA.....	54
V.3	VALORACIÓN DEL COMPONENTE DE TELEFONÍA Y BANDA ANCHA MÓVIL .....	54
V.4	VALORACIÓN DEL COMPONENTE AUDIOVISUAL .....	57
V.5	VALORACIÓN DE OTROS ELEMENTOS QUE SE PRESENTEN EMPAQUETADOS CON EL SERVICIO DE ACCESO A INTERNET DE BANDA ANCHA.....	63
<b>VI</b>	<b>ASPECTOS PROCEDIMENTALES DEL TEST DE REPLICABILIDAD</b> ..	<b>64</b>

---

VI.1	CONSIDERACIONES PREVIAS .....	64
VI.2	OBLIGACIÓN DE COMUNICACIÓN DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA.....	64
VI.3	CONCRECIÓN DEL CONTENIDO DE LA OBLIGACIÓN DE COMUNICACIÓN DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA .....	65
VI.4	ALCANCE DEL TEST DE REPLICABILIDAD .....	67
VI.5	CONTROL SEMESTRAL DEL CATÁLOGO DE PRODUCTOS EMBLEMÁTICOS .....	68
VI.6	CONSECUENCIAS DE NO SUPERAR EL TEST DE REPLICABILIDAD .....	69
VI.7	MODIFICACIÓN POR TELEFÓNICA DE LOS PRECIOS DE LAS OFERTAS NEBA-LOCAL Y NEBA.....	70
VI.8	SUMINISTRO PERIÓDICO DE INFORMACIÓN POR PARTE DE TELEFÓNICA.....	72
<b>VII</b>	<b>METODOLOGÍA DE ANÁLISIS EX ANTE DE LAS OFERTAS DE COBRE .....</b>	<b>73</b>
VII.1	INTRODUCCIÓN .....	73
VII.2	RESOLUCIÓN DE 30 DE MAYO DE 2013. ....	75
VII.3	REPLICABILIDAD DE LAS OFERTAS PRESTADAS SOBRE LA RED DE COBRE. ....	76
VII.4	ASPECTOS PROCEDIMENTALES DEL TEST DE REPLICABILIDAD DE LAS OFERTAS DE COBRE.....	77
<b>VIII</b>	<b>PROPUESTA DE LA DIRECCIÓN DE TELECOMUNICACIONES Y DEL SECTOR AUDIOVISUAL.....</b>	<b>80</b>
	<b>ANEXO I: VAN DE LOS PRODUCTOS BAU EMBLEMÁTICOSVAN DE LOS PRODUCTOS BAU EMBLEMÁTICOS.....</b>	<b>81</b>
	<b>ANEXO II: ESTRUCTURA DE PRECIOS DEL SERVICIO NEBA-LOCAL ESTRUCTURA DE PRECIOS DEL SERVICIO NEBA-LOCAL .....</b>	<b>833</b>
	<b>ANEXO III: MODELO DE COSTES PARA LOS SERVICIOS MAYORISTAS NEBA-LOCAL Y NEBA .....</b>	<b>86</b>
	<b>ANEXO IV: INFORMACIÓN A SUMINISTRAR POR TELEFÓNICA .....</b>	<b>90</b>

## DOCUMENTO 1

### **Consulta Pública sobre la metodología para la determinación del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica comercializados en el segmento residencial** (Expediente: N° OFMIN/DTSA/004/16/Test de replicabilidad económica)

## I Introducción

### I.1 ANÁLISIS DE LOS MERCADOS DE BANDA ANCHA

Con fecha 24 de febrero de 2016 el Pleno de la CNMC aprobó 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 (en adelante, Resolución de los mercados 3 y 4). Los mercados analizados se identifican con los mercados 3a, 3b y 4 de la Recomendación de 2014 de la Recomendación de mercados de 2014.

En el marco de la Resolución de los mercados 3 y 4 se designa a Telefónica como operador PSM y se le imponen una serie de obligaciones regulatorias. En particular, se impone a Telefónica las obligaciones de:

- Prestar el nuevo servicio mayorista de acceso (virtual) a la red de fibra óptica en todo el territorio nacional (NEBA-local) con la excepción de los 66 municipios de la zona BAU. Con este fin, Telefónica deberá elaborar una oferta de referencia y ofrecer este servicio mayorista en condiciones no discriminatorias, y a unos precios que permitan a los operadores alternativos un margen suficiente en la comercialización de los servicios minoristas (esto es, conforme a un test de replicabilidad económica).
- Prestar el servicio mayorista de acceso indirecto a la red de fibra óptica en las centrales locales de la zona 2 que constituyen el mercado 3b\_2, sin limitación de velocidad, conforme a las mismas condiciones establecidas para el NEBA-local y, por tanto, al mismo test de replicabilidad económica.

La Resolución de los mercados 3 y 4 establece que la CNMC debe incoar un expediente específico con el objeto de analizar y determinar los detalles de la metodología del test de replicabilidad económica de los productos minoristas de Telefónica que se comercialicen en el **mercado residencial**<sup>2</sup> y que utilicen como

<sup>2</sup> El mercado residencial se caracteriza por la comercialización de productos estandarizados, que también pueden ser contratados por colectivos profesionales como los autónomos.

insumos mayoristas los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA (siempre sobre accesos FTTH, puesto que sobre accesos de cobre sigue vigente la orientación a costes; por lo tanto, cuando se haga referencia a NEBA en el contexto del ERT en el resto del documento, se sobreentiende referido a accesos FTTH).

Hasta el momento, las ofertas minoristas de banda ancha de Telefónica se analizan conforme a la metodología para el análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica definida en la Resolución de 26 de julio de 2007<sup>3</sup> y sus sucesivas actualizaciones (en adelante, la metodología de 2007). A través del test de replicabilidad definido en la metodología de 2007 se valora la suficiencia de las ofertas mayoristas de banda ancha prestadas mediante los servicios mayoristas de acceso a infraestructuras de obra civil (MARCo), acceso desagregado al bucle, de acceso indirecto sobre las redes de cobre y fibra (NEBA).

La Resolución de los mercados 3 y 4 prevé que la metodología de 2007 (i) se aplique hasta que no esté disponible el NEBA-local para determinar la replicabilidad de las ofertas prestadas por Telefónica sobre su red de fibra y (ii) continúe siendo asimismo la referencia para el análisis de todos aquellos productos minoristas de banda ancha que no presentan una vinculación con los servicios NEBA-local y NEBA fibra (es decir, productos sobre accesos de cobre y productos de fibra comercializados en zona BAU).

## I.2 OBJETO Y ALCANCE DEL PROCEDIMIENTO

El presente procedimiento tiene por objeto, en primer lugar, **aprobar el ERT de ámbito residencial al que se refiere la Resolución de los mercados 3 y 4** y que, como se ha mencionado, se vincula a los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA. En concreto, la obligación de Telefónica de ofrecer estos servicios deriva del análisis respectivo de los mercados 3a y 3b. Por tanto, en este documento se desarrollan los principios generales del ERT que se establecen en la Resolución de los mercados 3 y 4.

La Resolución de los mercados 3 y 4 establece las líneas generales del ERT y enumera los principales elementos que han de ser abordados con detalle en el expediente que defina el ERT. Se trata de los siguientes:

- La determinación de los servicios BAU emblemáticos, dentro del portfolio actual de productos BAU de Telefónica, conforme a un umbral expresado como un porcentaje mínimo sobre el total de conexiones BAU.
- La determinación de las condiciones que habrán de cumplir los nuevos productos BAU que comercialice Telefónica a lo largo del próximo horizonte temporal regulatorio para ser considerados servicios BAU emblemáticos.

<sup>3</sup> Expediente de referencia MTZ 2006/1486.

- El cálculo del precio efectivo que el operador alternativo pagaría, conforme al estándar EEO, por el servicio NEBA-local dadas la estructura y los niveles tarifarios propuestos por Telefónica así como los posibles descuentos aplicados a la división minorista de Telefónica.
- La estimación de los costes minoristas en que se incurre para comercializar los servicios BAU emblemáticos a partir del servicio NEBA-local, enumerándose y estimándose el coste respectivo de las actividades minoristas y servicios de red adicionales, conforme al estándar EEO.
- La fijación del *mark-up* a aplicar sobre los costes comerciales para la recuperación de los costes comunes.
- La estimación de la vida media del cliente representativo de los servicios BAU emblemáticos.
- El establecimiento de la tasa de retorno a utilizar en el cálculo del VAN de los servicios BAU emblemáticos conforme al último WACC aprobado por la CNMC a Telefónica.
- La determinación del mecanismo para verificar si las promociones realizadas por Telefónica con respecto a cada servicio BAU emblemático no supera el VAN correspondiente.

En segundo lugar, el presente procedimiento tiene también por objeto **actualizar la metodología vigente de análisis ex ante del resto de productos de banda ancha de Telefónica** (es decir, aquéllos no vinculados con los servicios NEBA-local y NEBA fibra), de forma que los principios del test de replicabilidad de estos productos minoristas se encuentren alineados, en la mayor medida posible, con los principios del ERT. No obstante, no existirá una identificación plena entre los principios del ERT de los productos de fibra y los aplicables a los productos de cobre. Las diferentes características, desde un punto de vista regulatorio, del NEBA-local y del NEBA fibra con respecto a las del resto de servicios mayoristas de banda ancha justifican la persistencia de algunas diferencias en el análisis *ex ante* de productos minoristas que se vinculan a unas y otras ofertas mayoristas.

Con respecto al caso específico de los productos minoristas provistos mediante la red de cobre, cabe recordar que la Resolución de 30 de mayo de 2013<sup>4</sup> estableció un nuevo test para su análisis *ex ante*, que introducía un control agregado en función de tres segmentos de clientes. Este test de replicabilidad agregado entraría en vigor una vez finalizada una fase previa de implementación, de carácter interno, y tras aprobarse una Resolución específica de inicio de vigencia.

<sup>4</sup> Resolución de 30 de mayo de 2013, por la cual se aprueba la revisión de la metodología para el análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica (expediente MTZ 2012/2259).

Sin embargo, se considera que no resulta procedente fijar una fecha para la entrada en vigor de la Resolución de 30 de mayo de 2013, sino que resulta más proporcionado adaptar la metodología vigente desde el año 2007 a los principios y procedimientos fijados en el ERT definido en la presente Resolución. Por lo tanto, será la metodología de 2007, a la que se incorporarán determinadas modificaciones en el presente procedimiento, la que regirá el análisis de las ofertas comercializadas sobre la red de cobre de Telefónica.

De esta manera, la metodología del ERT y la metodología de 2007 actualizada se constituyen en las herramientas a través de las cuales la CNMC analizará la replicabilidad de las ofertas minoristas de banda ancha que Telefónica comercialice en el **segmento residencial**. Con ello se preserva la coherencia de las actuaciones de la CNMC en lo que se refiere al control *ex ante* de las ofertas minoristas de banda ancha de Telefónica.

Las ofertas minoristas dirigidas al **segmento empresarial** quedan fuera del alcance del presente procedimiento. Este tipo de ofertas presentan un grado de complejidad elevado, pues no sólo incluyen servicios de banda ancha sino otros servicios de comunicaciones electrónicas y servicios avanzados de datos, así como multiplicidad de soluciones mayoristas sobre las cuales se prestan el conjunto de productos minoristas que constituyen la oferta comercial. Para este tipo de ofertas, que se incardinan en el mercado 4, resulta conveniente la incoación de un procedimiento específico, y así lo establece expresamente la Resolución de los mercados 3 y 4.

### I.3 ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO

De acuerdo con las consideraciones expuestas en los párrafos precedentes, el presente documento se articula de la manera que se expone a continuación.

La **Sección II** aborda la consideración de los servicios mayoristas de referencia NEBA-local y NEBA fibra. En esta sección se valora la propuesta de estructura de precios de Telefónica, considerando las alegaciones de los distintos operadores alternativos sobre la misma. También se expone el tratamiento de los precios mayoristas en el test de replicabilidad.

La **Sección III** realiza una definición del concepto “*producto BAU emblemático*” y marca las pautas para la consideración como tales de los nuevos productos o paquetes BAU que comercialice Telefónica. En dicha sección se establece un primer listado de productos BAU emblemáticos, conforme a los datos más recientes con que cuenta la CNMC.

La **Sección IV** establece el modo en que aplican los principios generales del test de replicabilidad económica. El ERT se inclina por un nivel de agregación

producto a producto, una valoración de rentabilidad basada en la determinación de los flujos de caja descontados, en la aplicación de un modelo de costes BU-LRIC para calcular los costes asociados a la provisión del servicio minorista analizado, desde la perspectiva del estándar de operador igualmente eficiente. Es decir, el ERT se alinea con los criterios establecidos en la Recomendación de no discriminación<sup>5</sup>.

La **Sección V** marca los criterios del ERT que se utilizarán cuando el servicio de banda ancha se comercialice en forma de empaquetamiento de servicios. De manera particular, se especifica el tratamiento de los servicios que más habitualmente se presentan de manera empaquetada con el servicio de acceso a Internet de banda ancha (voz fija, voz móvil, banda ancha móvil, servicio de televisión de pago).

La **Sección VI** aborda diversas cuestiones procedimentales, tales como la comunicación de nuevos productos y servicios o las Resoluciones de actualización periódica de la información utilizada en el ERT. Asimismo, se definen las consecuencias de una situación de no replicabilidad.

Por último, la **Sección VII** se refiere a la metodología aplicable a los productos y empaquetamientos que se prestan a través de los servicios mayoristas de Telefónica basados en la red de cobre. En dicha sección se hacen asimismo una serie de consideraciones en relación con la vigencia de la metodología actualmente en vigor (en virtud de la Resolución de 26 de julio de 2007) así como sobre la no aplicación de la metodología definida en la Resolución de 30 de mayo de 2013.

El presente documento cuenta también con los siguientes Anexos:

- En el **Anexo I** figura el conjunto de productos emblemáticos. En el Anexo figura también el VAN correspondiente a cada uno de estos productos, calculado en función de los principios expuestos a lo largo de las distintas secciones del presente documento.
- El **Anexo II** recoge la estructura de precios de la oferta mayorista NEBA-local una vez introducidos en la propuesta de Telefónica las modificaciones establecidas en la Sección II.
- El **Anexo III** describe el modelo de costes de red BU-LRIC utilizado en el test de replicabilidad económica.

<sup>5</sup> Recomendación de la Comisión Europea de 11 de septiembre de 2013, relativa a la coherencia en las obligaciones de no discriminación y en las metodologías de costes para promover la competencia y potenciar el entorno de la inversión en banda ancha (2013/466/UE).

- El **Anexo IV** especifica la información que deberá suministrar Telefónica con carácter periódico, de manera que la CNMC pueda realizar el análisis de replicabilidad de los productos con información actualizada.

## **II Servicios mayoristas de referencia**

### **II.1 PREVISIONES DE LA RESOLUCIÓN DE LOS MERCADOS 3 Y 4 SOBRE LAS REFERENCIAS MAYORISTAS DEL TEST DE REPLICABILIDAD**

La Resolución de los mercados 3 y 4 impone a Telefónica la obligación de prestar los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA fibra, cuyos precios están sujetos a la superación del ERT. Es decir, al contrario que ocurre con otros servicios mayoristas regulados de este operador, los precios del NEBA-local y del NEBA fibra no están sujetos al principio de orientación a costes.

Conforme a lo establecido en dicha Resolución, los precios que Telefónica establezca para sus servicios mayoristas NEBA-local y NEBA fibra deben garantizar que los operadores alternativos puedan reproducir las ofertas minoristas de los servicios BAU emblemáticos de este operador. Dicho en otros términos, los precios mayoristas que establezca Telefónica se vinculan a una condición de replicabilidad.

A través de este mecanismo, se busca garantizar –en consonancia con la Recomendación relativa a la coherencia en las obligaciones de no discriminación y en las metodologías de costes– que Telefónica tenga suficiente flexibilidad para configurar sus ofertas minoristas (y así rentabilizar las inversiones que la sustentan) al mismo tiempo que se asegura que los principales productos de banda ancha ultra-rápida pueden ser replicados de forma sostenible por los competidores de Telefónica, a fin de tener un modelo de negocio solvente que les permita también invertir.

Por tanto, el ERT se erige como un instrumento regulatorio fundamental para determinar el cumplimiento de la condición de replicabilidad y, en último término, para la satisfacción de los objetivos anteriores.

A este respecto, es preciso tener en cuenta que la flexibilidad que tiene Telefónica para configurar sus servicios mayoristas es amplia y va más allá del establecimiento de un precio. La estructura de las ofertas mayoristas, los precios asociados a los distintos servicios que las integran, o los mecanismos de compartición de riesgo inversor deben guardar consistencia con los principios regulatorios establecidos en la Resolución de los mercados 3 y 4.

En el presente apartado se aborda el modo en que el ERT considerará el componente de banda ancha mayorista (es decir, cómo se tendrán en cuenta los precios de los servicios NEBA-local y NEBA fibra). En particular, se abordan los siguientes aspectos:

- La consideración individual de cada una de las ofertas mayoristas de banda ancha sujetas al ERT.
- Los mecanismos de compartición del riesgo que pudieran incorporar las ofertas mayoristas NEBA-local y NEBA, así como su compatibilidad con la regulación vigente.
- La utilización del ingreso medio obtenido por Telefónica como precio mayorista de referencia considerado en el ERT.
- Las diferencias existentes entre las ofertas NEBA-local y NEBA fibra. En especial, el paso del modelo de precios orientados a costes –actualmente vigente para el servicio NEBA– al nuevo modelo de control de precios mayoristas basado en el ERT.

## II.2 CONSIDERACIÓN SEPARADA DE LOS SERVICIOS MAYORISTAS

En relación con el componente mayorista, el Anexo 6 de la Resolución de los mercados 3 y 4 establece lo siguiente:

*“En relación con las ofertas minoristas dirigidas al segmento residencial y comercializadas sobre la base de la red de fibra óptica de Telefónica, serán de aplicación los principios contenidos en la sección IV.4.5.3.2 y en la sección III.4.7.5.3 relativa al test de replicabilidad económica de la presente Resolución y, en virtud de los cuales, el servicio mayorista NEBA-local, así como el servicio mayorista de acceso indirecto de banda ancha sobre la red de fibra óptica deben garantizar que los operadores alternativos puedan reproducir las ofertas minoristas de los servicios banda ancha ultra-rápida emblemáticos (servicios BAU emblemáticos) de Telefónica **a partir de cada uno de ellos considerado por separado**” (el subrayado es añadido).*

Según se desprende del párrafo anterior, el ERT debe ser aplicado de manera independiente para cada una de las ofertas mayoristas. Debe excluirse, por tanto, la utilización de un *mix* de servicios mayoristas como el que caracteriza el test de replicabilidad establecido en la metodología de análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica aprobada mediante Resolución de 26 de julio de 2007 (MTZ 2006/1486). En consecuencia, el ERT determinará la replicabilidad de los productos BAU emblemáticos de Telefónica en función de las ofertas mayoristas NEBA-local, por un lado, y de NEBA, por el otro<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Mediante escrito de 24 de agosto de 2016, Telefónica proponía a la CNMC que el ERT consistiera en un *mix* basado en la cobertura de los servicios NEBA-local, NEBA y MARCo, siendo la composición de este *mix* distinto en función del ámbito geográfico en que se comercialice el producto analizado. No obstante, esta propuesta es contraria a lo establecido en la Resolución de los mercados 3 y 4, que exige que el análisis de replicabilidad se realice sobre cada producto mayorista por separado.

## II.3 ESTRUCTURA DE PRECIOS DEL NEBA-LOCAL

Con fecha 4 de mayo de 2016 tuvo entrada en el Registro de la CNMC escrito de Telefónica por el que presenta su propuesta de oferta de referencia para el servicio NEBA-local, incluyendo asimismo la estructura de precios que resultaría de aplicación<sup>7</sup>. En los siguientes apartados se procede a valorar las condiciones económicas del NEBA-local, de acuerdo con la comunicación de Telefónica y con los comentarios sobre la misma realizados por los operadores alternativos (a los que se les dio traslado del documento).

### II.3.1 Oferta presentada por Telefónica.

La oferta de referencia NEBA-local notificada por Telefónica recoge, en su Anexo I, la estructura de precios correspondientes a los distintos conceptos que la integran, no estando todavía definidos los valores concretos de los precios aplicables. Según plantea Telefónica, el servicio NEBA-local seguiría un modelo de compartición de riesgos entre la propia Telefónica y los operadores demandantes de acceso. Este modelo se concreta en la obligación, por parte de los operadores que accedan al servicio, de garantizar un compromiso mínimo de compra (en adelante, CMC), estableciéndose un plazo de cuatro años para alcanzarlo.

El CMC que debe asumir cada operador demandante del servicio NEBA-local varía en función de la cuota de banda ancha fija que cada operador demandante del servicio mayorista tenga en cada central cabecera de fibra, calculada sobre el total de la planta sobre la infraestructura de Telefónica (esto es, mayorista más minorista).

Los elementos que permiten determinar el CMC serían los siguientes:

- El número de UUII cubiertas por la central cabecera de fibra en la que se está contratando el servicio NEBA-local<sup>8</sup>. (*UUII CentralCabeceraFibra*).

<sup>7</sup> Los aspectos de la propuesta de Telefónica referentes a las condiciones técnicas de la oferta mayorista NEBA-local fueron objeto de la 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) (expediente OFE/DTSA/005/16/OFERTA NEBA-LOCAL).

<sup>8</sup> Se empleará el último dato de previsión de unidades inmobiliarias cubiertas por esa central a seis meses vista, que se haya remitido desde Telefónica a CNMC en el momento de la puesta en servicio del primer PAI de NEBA-LOCAL del operador en esa central. *Fuente de datos: Informe de despliegue de FTTH enviado por Telefónica a CNMC.*

- La cuota de mercado mayorista del operador demandante en el área de cobertura de la cabecera de fibra, calculada como el cociente de los accesos mayoristas (tanto de cobre como de fibra) del operador en el área de cobertura de la cabecera de fibra entre la suma del total de los accesos mayoristas de todos los operadores y los accesos minoristas de banda ancha de Telefónica en el área de cobertura de la cabecera de fibra<sup>9</sup> (*CuotaMayBAFOp*).

No obstante, se considerará una cuota mínima del 10% en caso de que, de acuerdo con el cálculo anterior, no se alcance esta magnitud.

- Número de cuotas mensuales del servicio NEBA-LOCAL por Unidad Inmobiliaria, entendido como el compromiso de consumo de cuotas mensuales del servicio NEBA-local por UUII. Dicho compromiso unitario mínimo de consumo es de 12 cuotas mensuales (*N*).

A partir de los conceptos anteriores, Telefónica propone la siguiente fórmula para calcular el CMC que tendría que asumir cada operador demandante del servicio NEBA-local:

$$CMC = (UUII \text{ CentralCabeceraFibra} * MAX[CuotaMayBAFOp, 10\%] * N)$$

De acuerdo con la oferta económica propuesta por Telefónica, todas las cuotas mensuales que los operadores abonen a Telefónica por el servicio NEBA-local asociado a sus respectivas conexiones en la central cabecera de fibra correspondiente, se descontarían del CMC calculado sobre esa central.

El consumo del CMC se debería realizar en 48 meses a contar desde el mes en que se pone en servicio el primer PAI de NEBA-local del operador en la central cabecera. Si al finalizar el plazo de 48 meses no se ha cubierto de forma completa el CMC correspondiente, se le facturará al operador la diferencia entre el CMC y las cuotas mensuales efectivamente consumidas al precio de la cuota mensual vigente en ese momento.

$$ABONO \text{ DEL CMC PENDIENTE} = (CMC - CUOTAS \text{ ABONADAS HASTA EL MES } 48) * Cuota \text{ mensual vigente de la conexión de NEBA-LOCAL}$$

Una vez superado el CMC, se consideraría ya cumplido el CMC en la central y se procedería a facturar al operador por las conexiones que tenga en esa central y por las nuevas conexiones que contrate según el anexo de precios del servicio y en la modalidad de una a una.

<sup>9</sup> Fuente de datos: Información mensual remitida por Telefónica a CNMC sobre la planta mayorista por operador y central.

Finalmente, la oferta presentada por Telefónica prevé una revisión anual del CMC calculado inicialmente para cada central cabecera<sup>10</sup>.

### **II.3.2 Alegaciones de los operadores a la oferta presentada por Telefónica.**

#### **II.3.2.1 Compromiso mínimo de compra.**

Los operadores alternativos que han presentado alegaciones a la propuesta de precios del servicio NEBA-local de Telefónica (Vodafone, Orange, BT, ASOTEM y Masmóvil) declaran su oposición al establecimiento del CMC.

Vodafone y Orange opinan que la propuesta de Telefónica no busca conseguir una compartición del riesgo derivada de la inversión en redes de fibra, sino asegurar la financiación parcial de la inversión que va a realizar en su red de fibra por parte de los operadores alternativos.

Concretamente, Orange señala que en el área de cobertura del servicio mayorista NEBA-local el ratio entre UUII y accesos de banda ancha es muy elevado en las poblaciones situadas en el área de cobertura del NEBA-local<sup>11</sup>. Esta circunstancia es relevante dado que existe una relación directamente proporcional entre el mencionado ratio y la cuantía del CMC correspondiente a cada central cabecera.

Además, de acuerdo con este operador, la contratación de NEBA-local en centrales donde los operadores dispongan de despliegues parciales se ve penalizada, y distorsiona todavía más la capacidad de operadores alternativos de seguir invirtiendo por cuanto que, aun cuando el coste se calcula teniendo en cuenta únicamente el porcentaje de clientes sobre la red de Telefónica, éste se aplica sobre la totalidad de unidades inmobiliarias de la central cabecera sin excluir las cubiertas en los despliegues propios.

Por su parte, Vodafone califica el CMC como una obligación no razonable y desproporcionada, que constituye un obstáculo para la competencia a medio y largo plazo. Las principales razones aducidas por Vodafone son las siguientes:

---

<sup>10</sup> Se revisará anualmente el CMC calculado de forma inicial en una central cabecera, para cubrir el incremento de despliegue de UUII realizado en esa central cabecera de fibra, desde que el operador contrató el servicio NEBA-LOCAL. Esta revisión se realizará siempre y cuando el incremento de despliegue respecto al hito de revisión inmediatamente anterior, suponga un crecimiento de las UUII mayor al 15%.

Para el cálculo del nuevo CMC se utilizará la cuota del mercado mayorista que el operador tenga en el área de cobertura de la cabecera de fibra en el momento de la revisión.

El plazo de cumplimiento del CMC se revisará de forma proporcional a la variación del propio CMC respecto al momento inicial, con un incremento máximo de dos años sobre el plazo inicial.

<sup>11</sup> Según señala Orange, mientras en ratio de UUII y conexiones de banda ancha en ciudades como Madrid y Barcelona se puede situar en torno a 1,5, en poblaciones de entre 1.000 y 50.000 habitantes, este ratio se incrementa hasta alcanzar un valor de entre 2,5 y 3.

- El servicio de NEBA-local ya obliga a una inversión propia relevante para los operadores alternativos, dado que la apertura del servicio en una central cabecera NEBA implica incurrir en unas inversiones que deben ser amortizadas.
- Se desincentivan los despliegues propios de red frente a la migración al servicio mayorista NEBA-local, pues obliga al operador alternativo a priorizar el alquiler del servicio mayorista regulado frente al despliegue propio de red.
- La obligación de alcanzar un número de líneas en NEBA-local dentro de un plazo determinado implicaría directamente forzar al operador migrar a sus clientes desde la red de cobre a la de fibra de acuerdo a un ritmo preestablecido. Vodafone señala que ello puede conducir a tomar decisiones comerciales y de rentabilidad económica que pudieran no ser racionales.

Vodafone y ASOTEM sostienen que cualquier compromiso debe estar asociado directamente a la evolución del mercado y estar basado en acuerdos voluntarios de los operadores mediante la oferta por parte de Telefónica de incentivos específicos, como pueden ser los descuentos por volumen o beneficios asociados a la demanda planificada comunicada con antelación por los operadores.

BT añade que, en la práctica, el establecimiento del compromiso mínimo de compra propuesto por Telefónica inhabilita el uso del servicio a todos los operadores salvo a Orange y Vodafone. En particular, BT señala que el establecimiento de un compromiso mínimo de compra cierra el mercado a los operadores de empresa. Por ejemplo, la cuota de mercado que tendría BT en las centrales susceptibles de prestar el servicio NEBA-local sería del **[CONFIDENCIAL]**. Además, este operador opina que la posibilidad de aplicar medidas de flexibilización de los precios de la banda ancha, tales como los descuentos por volumen, o los compromisos de compra a largo plazo, están únicamente pensados para aquellos casos en los que se ha impuesto por parte del regulador una regulación de los precios de orientación a costes.

ASOTEM considera que el concepto de CMC debe ser suprimido por carecer de base legal. Además, la retribución del riesgo de la inversión estaría contemplada expresamente en la Resolución de 24 de febrero de 2016, y consiste precisamente en el régimen de flexibilidad de precios del servicio NEBA-local, sujeto sólo a la condición de replicabilidad económica.

Masmóvil se suma a la opinión expresada por los operadores anteriores y, por tanto, se opone a que la oferta NEBA-local incorpore un CMC. Según expresa en su escrito de manifestaciones:

- El CMC no se corresponde con la estructura económica de las ofertas mayoristas de precios mayoristas para compartir el riesgo que se observa en otros sectores.
- La estructura de precios propuesta por Telefónica constituye “*una barrera a la entrada de operadores innovadores que basen su estrategia en servir a segmentos pequeños de clientes con servicios diferenciados*”.
- El CMC dificulta el desarrollo de una competencia en infraestructuras. Al estar el CMC ligado a la cuota de mercado minorista, el operador competidor de Telefónica no puede tomar decisiones eficientes de inversión.

Por otro lado, tras haber accedido al expediente y haber valorado las alegaciones presentadas por los operadores anteriores, Telefónica responde de la siguiente manera:

- En primer lugar, Telefónica considera que el ritmo de captación de los operadores alternativos permitiría alcanzar el CMC dentro del periodo de 4 años establecido. Por este motivo, el compromiso mínimo de compra no afecta a la replicabilidad económica, porque no supondría ningún pago adicional a las cuotas de alta y mensuales del NEBA-local. Para justificar su afirmación aporta el resultado de sus estimaciones, conforme a un modelo propio, sobre el cumplimiento del CMC por parte de los operadores alternativos.
- En segundo lugar, la propuesta no conlleva descuentos por volumen, ya que en ningún caso hay un pago por adelantado de un determinado volumen de conexiones y/o tráfico. En este sentido, Telefónica señala que la Recomendación de no discriminación reconoce la posibilidad de contemplar mecanismos de distribución del riesgo y recoge la compra por volumen únicamente como una posibilidad. Telefónica, no obstante, ha optado por el modelo CMC, porque:
  - (i) No supone una barrera de entrada al servicio para los operadores alternativos al solicitar simplemente el dinero por las conexiones utilizadas y, además, espaciar en el tiempo los pagos de las conexiones.
  - (ii) No tiene implicaciones sobre el precio mayorista que se debería utilizar para la replicabilidad, ya que no se realiza ningún pago por adelantado.
- La propuesta de Telefónica reconoce el despliegue de los operadores alternativos, puesto que únicamente solicita un compromiso mínimo de

compra sobre la cuota mayorista de banda ancha de la central en que se aplique el CMC, no sobre la cuota total de banda ancha que los operadores alternativos dispongan en una zona determinada. Es decir, se reconoce un menor compromiso en las zonas en las que exista un despliegue por parte de los operadores alternativos.

- El modelo propuesto no genera ningún desincentivo a los despliegues actuales y futuros. Según Telefónica, los operadores continúan realizando despliegues de su red de fibra, a pesar de tener la posibilidad de acogerse al NEBA-local a corto plazo. En cuanto a las alegaciones realizadas por Vodafone en las que asegura que los despliegues se detendrían hasta el cumplimiento del CMC, Telefónica sostiene que *“quedan descartadas al haberse demostrado que los operadores a través de sus propios medios son capaces de cubrir poblaciones en menos de tres meses, por lo que la migración de sus conexiones desde NEBA-local a sus propias redes podría realizarse con gran agilidad en el momento en que se alcanzara ese CMC señalado, maximizando la eficiencia de sus inversiones al no necesitar mucho tiempo de antelación para su planificación”*.

#### II.3.2.2 Cuota mensual del servicio NEBA-local.

Vodafone está de acuerdo con la estructura de precios de Telefónica según la cual el servicio NEBA-local tiene sólo una cuota mensual correspondiente al acceso, sin que se facture de manera separada el tráfico cursado. La componente de la red asociada a la gestión del tráfico está asociada a los servicios de acceso indirecto (*bitstream*) y vinculada al tramo de red de transporte hasta el punto de conexión de Telefónica con los operadores.

Una estructura de precios con una única cuota mensual facilita el seguimiento de Telefónica, como operador PSM, en relación a sus obligaciones en materia de replicabilidad económica de sus ofertas minoristas. Por el contrario, un precio variable asociado al tráfico supone una complejidad añadida importante a la hora de definir el precio regulado del servicio por la dificultad asociada a determinar cuál es la reserva de tráfico por cliente que debe considerarse para determinar el precio final. En conclusión, la eliminación de la componente del tráfico supone un beneficio asociado a la certidumbre de precios para los operadores alternativos y de estabilidad regulatoria.

Por su parte, Masmóvil considera que son necesarios diferentes perfiles y tarifas según la velocidad de acceso, al menos tantos como los empleados por las ofertas minoristas de Telefónica que estén usando acceso en fibra.

#### II.3.2.3 Otras cuestiones planteadas.

En paralelo, Orange considera que deberían establecerse mecanismos de coinversión a partes iguales. Concretamente, Orange propone que se establezcan

estructuras de precios mayoristas compatibles con la coinversión en tramos de red donde no es previsible la duplicación de despliegues. Para ello baraja dos escenarios: el primero de ellos, coinversión de verticales de interior en las zonas más densas; en segundo lugar, coinversión tanto en horizontales como en verticales de fachada y de interior en zonas menos densas.

Masmóvil no comparte la utilización del estándar de EEO en el ERT, y se inclina por el estándar REO o EEO ajustado. De manera especial, solicita que se tome como vida media la correspondiente a los operadores alternativos. Asimismo, Masmóvil solicita que se asegure la replicabilidad de todas las ofertas minoristas de Telefónica, y no únicamente de los productos BAU emblemáticos.

### **II.3.3 Determinación de la estructura de precios del servicio NEBA-local.**

#### **II.3.3.1 Compromiso mínimo de compra**

La Resolución de los mercados 3 y 4 establece que el control de los precios mayoristas basado en la superación el ERT *“ofrece una mayor flexibilidad en el diseño de los precios del NEBA-local y por tanto podría tener cabida una estructura de precios, para este servicio mayorista, que permita una compartición de los riesgos entre el operador inversor y el operador demandante de acceso siempre y cuando este último pueda prestar de forma rentable los servicios BAU emblemáticos a partir del NEBA-local”*. La flexibilidad tiene como objetivo que el riesgo asumido por Telefónica a la hora de invertir en fibra óptica sea retribuido de manera adecuada y proporcionada y garantiza también la rentabilidad para los demandantes del servicio mayorista.

El cumplimiento de la condición de rentabilidad se extiende a la oferta mayorista entendida en su conjunto. Más allá de los precios que se establezcan por cada uno de los diferentes conceptos que integran el servicio NEBA-local, la estructura de precios de la oferta puede presentar, de por sí, implicaciones relevantes en la rentabilidad que obtengan los operadores demandantes de acceso. Por tanto, la evaluación del cumplimiento de la condición de rentabilidad debe extenderse también a la existencia de un CMC como el propuesto por Telefónica.

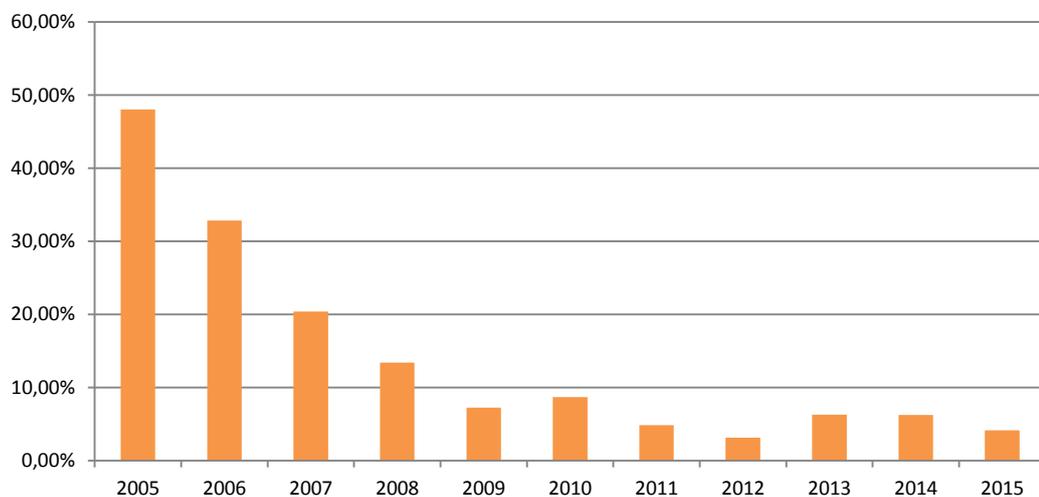
En virtud de la Resolución de los mercados 3 y 4 no se puede justificar la imposición de una estructura de precios que limite la entrada al mercado de nuevos operadores, ni tampoco dificultar que los operadores establecidos puedan avanzar en la escalera de inversión. En este sentido, se pueden realizar las siguientes valoraciones acerca de la inclusión del CMC en la oferta NEBA-local:

- El modelo propuesto por Telefónica obliga al operador alternativo a elegir, en el área de cobertura de cada central cabecera, entre desplegar fibra propia o utilizar la oferta mayorista de Telefónica. Es decir, la existencia del CMC dificulta una estrategia competitiva basada, en una primera fase, en la captación inicial de clientes a través de la oferta mayorista NEBA-local

para, en un segunda fase, pasar a prestar el servicio de acceso a Internet BAU sobre líneas de red propia (una vez desplegada la red en el área de cobertura de la central cabecera).

- La exigencia de alcanzar un 10% de cuota de mercado en 4 años que se exige a los operadores alternativos entrantes es desproporcionada, especialmente teniendo en cuenta que el mercado de banda ancha experimenta una tasa de crecimiento más moderada que en los primeros años de desarrollo del mercado<sup>12</sup>.

**Gráfico 1.** Tasa de crecimiento interanual del número de líneas de banda ancha



*Fuente: Informes Trimestrales CNMC.*

El requisito de alcanzar el 10% de cuota es especialmente gravoso para los operadores que centran su actividad comercial en el ámbito empresarial, tal y como señala la propia BT en su escrito de alegaciones. Este tipo de operadores suelen tener a sus clientes dispersos geográficamente, y no suelen concentrar un número importante de líneas en las centrales en las que tienen presencia.

- El modelo de Telefónica puede obligar a los operadores establecidos a la captación de clientes siguiendo razones que no tienen por qué ser de obtención de rentabilidad generada por esos clientes, sino que puede estar conducida por la necesidad de alcanzar la cuota mínima exigida por Telefónica. Es decir, se produce una desviación de los incentivos de los operadores alternativos que recurran a la oferta NEBA-local.

<sup>12</sup> Sólo a modo de segunda referencia, y salvando las diferencias existentes entre sus respectivos mercados, en el mercado minorista de telefonía móvil Yoigo ha alcanzado un cuota de mercado del 7,51% en sus 10 años de presencia comercial en España (todo ello a pesar de un crecimiento sostenido en el número de líneas y en la cuota de mercado de este operador).

En definitiva, el enfoque de compartición de riesgo de sus inversiones en fibra que propone Telefónica excede el marco establecido en la Resolución de los mercados 3 y 4. En consecuencia, debe ser retirado de la propuesta. Ello no significa que no puedan establecerse mecanismos de compartición de riesgo que se alineen con la regulación vigente, cuyas bases se exponen en el siguiente apartado.

### II.3.3.2 Mecanismos de compartición de riesgo compatibles con la Resolución de los mercados 3 y 4

La Recomendación de no discriminación señala, en su Considerando 49, que *“los operadores con PSM y los solicitantes de acceso podrían compartir parte del riesgo de la inversión diferenciando los precios del acceso al por mayor según el nivel de compromiso de los solicitantes de acceso. Ello podría dar lugar a precios más bajos en los acuerdos a largo plazo con garantías de volumen, resultantes de la asunción por los solicitantes de acceso de algunos riesgos asociados a la incertidumbre de la demanda”*. Es decir, la Recomendación permite que los operadores alternativos disfruten de unos precios de acceso mayorista más bajos cuando se asumen ciertos compromisos ligados a la compartición del riesgo de la inversión que cuando estos compromisos no se asumen.

De la redacción del citado Considerando 49 se infieren dos requisitos que han de satisfacer los mecanismos de compartición del riesgo de la inversión:

1. La existencia, para un mismo servicio, de (i) unos precios vinculados a la asunción de riesgos por parte de los demandantes de acceso; (ii) unos precios sin descuento, que no se vinculan a compromiso alguno; (iii) una correspondencia entre ambos precios, de manera que los primeros resultan de aplicar un descuento a los segundos.
2. El carácter voluntario de los mecanismos de distribución del riesgo de la inversión.

La Resolución de los mercados 3 y 4 hace referencia a dos mecanismos para distribuir el riesgo de las inversiones: los descuentos por volumen y los acuerdos tarifarios a largo plazo. Ambos instrumentos son también citados en la Recomendación de no discriminación<sup>13</sup>. No obstante, no se excluye la posibilidad de plantear alternativas basadas en otros modelos.

<sup>13</sup> El Considerando 19 de la Recomendación de no discriminación señala que *“[l]os descuentos por volumen y los acuerdos tarifarios de acceso a largo plazo constituyen una herramienta importante para favorecer la inversión en NGA, en particular cuando la utilización por los consumidores aún es reducida, y pueden ser compatibles con los enfoques EdI y EdP”*.

A este respecto, la DTSA considera que los mecanismos de compartición de riesgos que Telefónica introduzca en la oferta NEBA-local deben tener un carácter voluntario. Aquellos demandantes de acceso que no deseen participar de estos mecanismos también deben poder acceder al servicio, aunque sin beneficiarse de los descuentos asociados a éstos. Por tanto, el capítulo de precios de la oferta NEBA-local recogerá (i) los precios nominales correspondientes a cada concepto; (ii) los descuentos que se apliquen vinculados a los distintos grados de compartición del riesgo inversor que se establezcan. La CNMC velará por que la relación entre los precios nominales y los precios descontados sea razonable.

Por otro lado, los descuentos que se establezcan han de ajustarse a la obligación de no discriminación a la que está sujeta Telefónica, tal y como establece la Resolución de los mercados 3 y 4 en lo que respecta al servicio NEBA-local.

### II.3.3.3 Razonabilidad de la estructura de precios del NEBA-local

Vodafone y Masmóvil proponen que la oferta NEBA-local tenga una estructura de precios determinada. En respuesta a estos operadores, cabe recordar que es Telefónica quien tiene la capacidad de configurar libremente los precios de su oferta mayorista, sin más limitaciones que las que se derivan de la propia Resolución de los mercados 3 y 4 y, en particular, la superación del ERT.

Por tanto, si bien las estructuras de precios propuestas por estos operadores no son, en principio, incompatibles con la regulación vigente, su aplicación debería derivar de la iniciativa de Telefónica.

A este respecto también cabe señalar que la estructura de la oferta NEBA-local consta de diversos elementos que van más allá de la cuota mensual del acceso FTTH. Entre éstos se encuentran los precios correspondientes a conceptos como las altas y bajas del servicio, a la instalación del PTRO, al PAI-L, a la notificación de falsas averías o al servicio de mantenimiento. Asimismo, la estructura de precios de esta oferta mayorista también comprendería los hipotéticos mecanismos de distribución del riesgo inversor mencionados en el apartado anterior.

Telefónica tiene flexibilidad para configurar los precios de su oferta mayorista, su estructura y valores concretos de precios. El ERT analizará los elementos principales de los precios del servicio, pero otros como algunos de los citados anteriormente no forman parte del cálculo del VAN realizado por el ERT y deberán estar sujetos al principio de razonabilidad. De otra manera, se podría utilizar la estructura de precios de la oferta mayorista para constituir barreras de entrada y expulsar a competidores del mercado. Por ello, las modificaciones que Telefónica realice en el Anexo de precios de la oferta NEBA-local serán analizadas por la CNMC con el fin de evaluar su compatibilidad con los fines perseguidos por la regulación de los mercados de banda ancha.

#### II.3.3.4 Otras cuestiones

Los esquemas de coinversión planteados por Orange ya fueron objeto de consideración en el marco de la tramitación del expediente de análisis de los mercados 3 y 4. En respuesta a sus alegaciones formuladas por este operador, la CNMC recordó que la regulación vigente no impide que se alcancen acuerdos de coinversión entre los distintos operadores. Por ejemplo, fruto de esta libertad conferida a los agentes económicos, un operador como Jazztel fue capaz de suscribir un acuerdo de coinversión con Telefónica, para el despliegue conjunto de tres millones de unidades inmobiliarias.

En todo caso, la oferta NEBA-local se vincula a la obligación de acceso a la que está sujeta Telefónica en virtud de la Resolución de los mercados 3 y 4. En consecuencia, el ERT queda también ligado a la obligación de acceso. La solicitud de Orange queda, por tanto, fuera del alcance de este procedimiento.

Respondiendo las cuestiones planteadas por Masmóvil, tanto la aplicación del estándar EEO como el análisis de replicabilidad limitado a productos BAU emblemáticos (y no sobre la totalidad de productos de fibra de Telefónica) vienen establecidos en la Resolución de los mercados 3 y 4. No resulta procedente cuestionar en este procedimiento los principios generales del ERT, definidos en la citada Resolución. No obstante, en los apartados IV.3 y IV.4 del presente documento se exponen los motivos que fundamentan la aplicación en el ERT los principios aludidos.

## II.4 OFERTA MAYORISTA NEBA

### II.4.1 Consideraciones generales sobre el servicio NEBA

Mediante la Resolución de 22 de enero de 2009<sup>14</sup>, la CMT impuso a Telefónica la obligación de proporcionar los servicios mayoristas de acceso de banda ancha (con velocidad nominal hasta 30 Mbit/s) a todos los operadores, en condiciones transparentes y no discriminatorias, y con precios orientados a costes, mediante un nuevo servicio mayorista que sustituyera a ADSL-IP y GigADSL.

Esta obligación se concretó en la oferta mayorista NEBA, cuyos términos generales se establecieron en la Resolución de 11 de noviembre de 2010<sup>15</sup>. La

---

<sup>14</sup> Resolución de 22 de enero de 2009, por la que se aprueba la definición y análisis del mercado de acceso (físico) al por mayor a infraestructura de red (incluido el acceso compartido o completamente desagregado) en una ubicación fija y el mercado de acceso de banda ancha al por mayor, la designación de operador con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas, y se acuerda su notificación a la Comisión Europea (Expediente de referencia MTZ 2008/626).

<sup>15</sup> Resolución sobre la propuesta de nuevo servicio de acceso mayorista de banda ancha (DT 2009/497).

oferta fue definitivamente aprobada mediante Resolución de 10 de noviembre de 2011<sup>16</sup>, con la excepción de sus precios, los cuales fueron objeto de análisis y aprobación en un procedimiento separado<sup>17</sup>. Una vez superadas las fases de implementación precomercial y comercial del servicio, la CNMC aprobó la Resolución que declaró la disponibilidad del NEBA<sup>18</sup>.

Actualmente, el NEBA se encuentra consolidado como servicio mayorista. Los precios correspondientes a los diferentes conceptos que figuran en esta oferta se encuentran orientados a costes, destacando los de la cuota de acceso del servicio (19,93 euros mensuales) y los de capacidad en PAI<sup>19</sup> (4,79 euros por Mb/s para tráfico best-effort).

La Resolución de los mercados 3 y 4, aprobada en 2016 y que sustituye a la de 2009, mantiene la obligación de proveer acceso al servicio mayorista NEBA, si bien con un ámbito geográfico más reducido. A diferencia de la regulación anterior, los precios del servicio NEBA sobre fibra dejan de regirse por el principio de orientación a costes, para pasar a estar sujetos a control de precios basados en el ERT, cuya metodología es el objeto del presente expediente<sup>20</sup>.

Para facilitar la transición entre ambos modelos, la Resolución de mercados de banda ancha establece lo siguiente:

*“Hasta que la CNMC proceda a la adopción de una metodología de análisis de las ofertas comerciales de Telefónica soportadas sobre su red de fibra óptica, y se produce la implantación del servicio NEBA-local, resultarán de aplicación los precios en vigor del servicio NEBA<sup>21</sup>, sin perjuicio de la facultad de la CNMC para modificar los precios relativos a elementos comunes a los accesos de cobre, como los servicios soporte”.*

<sup>16</sup> Resolución de 10 de noviembre de 2011, sobre la propuesta de oferta de referencia del servicio NEBA remitida por Telefónica de España, S.A.U. (DT 2011/738).

<sup>17</sup> Resolución de 30 de enero de 2014, por la que se revisan los precios de los servicios mayoristas GigADSL, ADSL-IP y NEBA (Expte. DT 2011/739). En el marco de dicho expediente se dictó la Resolución de 19 de julio de 2012, por la cual se acuerda la adopción de una medida provisional relativa a los precios del servicio mayorista de banda ancha de Telefónica S.A.U (NEBA).

<sup>18</sup> Resolución de 1 de abril de 2014, sobre la solicitud de declaración de disponibilidad efectiva del servicio NEBA (expediente de referencia OFE/DTSA/1287/13/DISPONIBILIDAD).

<sup>19</sup> Establecido en la Resolución, de 10 de enero de 2017, por la cual se aprueba la revisión del precio de la capacidad en PAI del servicio de banda ancha mayorista NEBA.

<sup>20</sup> El servicio NEBA prestado sobre la red de cobre continúa orientado a costes.

<sup>21</sup> Contemplados en la Resolución de 30 de enero de 2014 por la que se revisan los precios de los servicios mayoristas de banda ancha GigADSL, ADSL-IP y NEBA, así como en la Resolución OFE/DTSA/1840/14/PRECIO CAPACIDAD NEBA de 23 de julio de 2015 sobre la revisión del precio de la capacidad en PAI del servicio de banda ancha mayorista NEBA.

Por tanto, será la aprobación de la Resolución que dé fin al presente procedimiento, la que marque el inicio de la aplicación del nuevo modelo, ajustándose a los principios y criterios establecidos en el ERT.

#### **II.4.2 Alegaciones de los operadores**

Vodafone considera que los precios de los servicios NEBA-local y NEBA deben estar directamente relacionados, de manera que exista una correspondencia directa entre los precios del servicio NEBA-local y los del componente de acceso del servicio NEBA. Con ello se asegura la coherencia entre las tarifas de los servicios regulados y se salvaguarda el principio de la escalera de inversión.

#### **II.4.3 Estructura de precios del servicio NEBA**

Las ofertas NEBA-local y NEBA, aun pertenecientes a mercados mayoristas diferenciados, guardan una estrecha vinculación entre sí. Desde un punto de vista técnico, ambas ofertas comparten sus elementos de red, diferenciándose fundamentalmente en sus respectivos puntos de entrega de la señal.

La CNMC utiliza el mismo modelo *bottom-up* para determinar (i) los costes de red adicionales en los que un operador alternativo debe incurrir para prestar su servicio a través de NEBA-local; (ii) el precio por capacidad asociado al servicio NEBA, que se encuentra orientado a costes. Los costes correspondientes a ambos conceptos resultan equivalentes, al intervenir los mismos elementos de red adicionales.

Por otro lado, los precios del servicio NEBA deben ser tales que un operador alternativo no vea alterados sus incentivos para, una vez alcanzada una escala mínima requerida, pueda continuar invirtiendo en red propia para poder prestar a sus clientes el servicio de acceso a Internet BAU mediante NEBA-local.

Por las razones anteriores, y en línea con las alegaciones formuladas por Vodafone, el precio máximo que Telefónica imponga para la cuota mensual de acceso NEBA no podrá superar el precio de acceso mensual correspondiente al servicio NEBA-local. De esta manera, si Telefónica igualara las cuotas de acceso de ambos servicios, el operador alternativo que contratara acceso NEBA tendría que pagar adicionalmente el importe correspondiente a la capacidad en PAI. Desde el punto de vista de la oferta mayorista, el servicio NEBA tendría un precio global más elevado que el servicio NEBA-local.

A este respecto, cabe recordar que los precios de capacidad en PAI son comunes en los accesos de cobre y de fibra, y seguirán fijados por la CNMC siguiendo el principio de orientación a costes. Además, la estructura de precios del servicio NEBA se ajustará a los mismos principios de razonabilidad aplicables al NEBA-local.

En cuanto a la replicabilidad de la oferta mayorista NEBA, el ERT considerará que la replicabilidad de un producto BAU emblemático mediante NEBA-local también asegura su replicabilidad a partir de NEBA.

## **II.5 CÁLCULO DEL PRECIO MEDIO DEL SERVICIO NEBA-LOCAL EN EL ERT**

Mediante el ERT la CNMC evaluará si los precios correspondientes a los servicios NEBA-local permiten a un teórico operador alternativo tan eficiente como Telefónica replicar los productos BAU emblemáticos que comercialice este último operador. Por ello, el cómo se valore el componente mayorista del test de replicabilidad (es decir, en qué importes tiene que incurrir un demandante de acceso) resulta de gran importancia.

En ese sentido, es preciso tener en cuenta que los precios de las ofertas NEBA-local y NEBA presentan un carácter complejo; además de la cuota recurrente de acceso, en estas ofertas figuran los precios por conceptos tales como alta, baja, instalación del PTRO, mantenimiento, notificación de falsas averías, etc. Los precios de estos servicios están también sujetos a la flexibilidad que otorga la vigente regulación de los mercados de banda ancha (en el caso de NEBA, solo para los conceptos ligados exclusivamente a accesos FTTH). Es decir, Telefónica puede llevar a cabo modificaciones de diversa índole en estas ofertas mayoristas que afecten a la estructura de precios, a las prestaciones que figuren en éstas, o a los importes por concepto.

El ERT debe tener en cuenta la heterogeneidad de los precios mayoristas que deriva de los factores anteriores de una manera adecuada, y que le aporte previsibilidad y estabilidad.

Por ello, el ERT utilizará como referencia para calcular el precio medio efectivo del servicio NEBA-local el ingreso medio por línea y mes obtenido por Telefónica en el último semestre de referencia<sup>22</sup>. Este ingreso medio recogerá los ingresos correspondientes a todos los conceptos (recurrentes y no recurrentes) incluidos en la oferta NEBA-local procedentes de todos los operadores demandantes de acceso.

Por el contrario, el ingreso medio que se determine no recogerá el efecto de los descuentos derivados de compromisos mínimos de compra, acuerdos tarifarios de acceso a largo plazo o cualquiera otros mecanismos de distribución del riesgo inversor que Telefónica establezca en su oferta NEBA-local. Tampoco serán considerados en el ERT los precios mayoristas procedentes de acuerdos bilaterales, de carácter comercial, de prestaciones similares a estas ofertas

---

<sup>22</sup> Sobre los semestres de referencia, véase el Anexo IV.

reguladas de fibra. Los incentivos que obtenga Telefónica por ofrecer estos descuentos deben vincularse solamente a la reducción del riesgo inversor de este operador y a las eficiencias generadas por ello.

El carácter voluntario de los acuerdos de compartición de riesgo inversor debe traducirse en que aquel operador que no quiera sumarse a éstos ha de ser capaz de replicar los productos BAU emblemáticos de Telefónica. Sin embargo, si se consideraran los descuentos a la hora de calcular el precio medio del servicio NEBA-local, los operadores que se mantuvieran al margen de estos acuerdos se compartición podría verse expulsados del mercado.

## III Servicios minoristas de referencia

### III.1 CUESTIONES PRELIMINARES

La Resolución de los mercados 3 y 4 determina la aplicación del test de replicabilidad económica exclusivamente para aquellos productos BAU calificados como emblemáticos. Asimismo, la Resolución especifica que la determinación de los productos emblemáticos será objeto de un desarrollo más detallado en la presente metodología. No obstante, se establece que deben quedar comprendidos dentro de la definición de producto emblemático:

- Los servicios BAU existentes que (i) se comercializan de forma empaquetada con al menos un servicio de comunicaciones móviles o un servicio de televisión de pago, y (ii) representan individualmente más de un umbral mínimo, expresado como un porcentaje sobre el total de conexiones BAU del operador con PSM.
- Aquellos nuevos servicios BAU que (i) vayan a ser comercializados de forma empaquetada con al menos un servicio de comunicaciones móviles o un servicio de televisión de pago y supongan una mejora con respecto a los anteriores sin un incremento en precio significativo (expresado como un incremento porcentual máximo) y/o (ii) constituyan una novedad disruptiva en el mercado, como pudieran ser productos de banda ancha *stand alone* y/o ofertas empaquetadas que incluyan servicios que hasta ese momento no se incluían en el mercado, como por ejemplo fue el caso de las ofertas convergentes Fusión en octubre de 2012.

Por tanto, no es necesario que todos los productos BAU de Telefónica se sometan al test de replicabilidad, sino que únicamente han de hacerlo los productos calificados como “*emblemáticos*”.

De conformidad con las pautas generales definidas en la Recomendación de 11 de septiembre de 2013 y en la Resolución sobre los mercados de banda ancha, en los siguientes apartados se perfila la definición de producto emblemático. A continuación, se establecen los mecanismos de actualización del listado que los integra o de incorporación de nuevos productos a éste.

### III.2 DEFINICIÓN DE PRODUCTO EMBLEMÁTICO BAU

#### III.2.1 Definición de producto

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.

En línea con la Recomendación y con la Resolución sobre los mercados de banda ancha, los empaquetamientos que incluyan el servicio de acceso a Internet de banda ancha también se consideran “productos” a efectos de la presente metodología y, consecuentemente, sujetos al test de replicabilidad económica. A propósito de los empaquetamientos, se estima necesario realizar las siguientes precisiones:

- En el caso de que la contratación de un servicio sea un requisito para la contratación de un producto de banda ancha este servicio se considerará empaquetado con el producto de banda ancha, con independencia de cómo se presente comercialmente su contratación. Tal sería el caso del acceso telefónico RTB de Telefónica con respecto a determinados empaquetamientos que no incluyen formalmente este servicio como parte integrante de ciertos paquetes no Fusión.
- La adición a un producto sujeto al ERT de módulos de prestaciones adicionales a cambio de una cuota incremental dará como resultado un empaquetamiento diferenciado. De esta manera, la contratación por parte del cliente de modalidades del servicio de televisión de pago de Telefónica vinculadas al servicio de acceso a Internet de banda ancha (paquetes *Cine*, *Series*, *Motor*, *Premium*, etc.) generará empaquetamientos de banda ancha independientes.

Por otro lado, las ofertas consistentes en descuentos 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. Su tratamiento en el marco del ERT se detalla en el apartado IV.5 del presente documento.

En resumen, la presente metodología mantiene las definiciones de producto y de ofertas de carácter no indefinido utilizadas en el contexto de la metodología de la Resolución MTZ 2006/1486.

### **III.2.2 Calificación de un producto como emblemático BAU**

La DTSA propone considerar productos BAU emblemáticos los que se ajusten a los siguientes criterios:

- 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.

A continuación se expone de manera más detallada el modo en que se aplicarán los criterios anteriores.

### III.2.2.1 Primer criterio: productos BAU con mayor número de clientes

Partiendo de la definición expuesta en el apartado anterior, la susceptibilidad de un producto para ser calificado como “*producto emblemático BAU*” está, en primer lugar, determinada por su vinculación a los servicios mayoristas NEBA y NEBA-local. Por tanto, los productos de banda ancha de Telefónica que se prestan sobre la red de cobre no pueden ser calificados como “*productos emblemáticos BAU*”. A efectos de la presente metodología, tampoco pueden recibir esta calificación los productos de fibra de Telefónica que se comercialicen exclusivamente en aquellas zonas en las que no están disponibles ninguna de las dos ofertas mayoristas NEBA-local y NEBA fibra (es decir, en los 66 municipios que constituyen la zona BAU). El análisis de replicabilidad de los productos de banda ancha de Telefónica no vinculados a las mencionadas ofertas mayoristas se ajustará a lo dispuesto en la sección VI del presente documento.

De cara al análisis de replicabilidad, el conjunto de productos emblemáticos BAU quedará integrado por aquellos que cuenten con mayor número de clientes, hasta alcanzar el 80% de los clientes de productos de banda ancha sobre fibra de Telefónica susceptibles de ser calificados como emblemáticos. A la hora de cuantificar el número de clientes de cada producto, se establecen los siguientes criterios:

- Se considerarán de manera conjunta los productos de prestaciones equivalentes, aunque éstos se comercialicen con distinto precio<sup>23</sup>.
- Se cuantificarán de manera agregada los clientes de aquellos productos, coexistentes en el mercado, con similares características y mismo precio, si éstos se diferencian entre sí en que uno de ellos incorpora mayores prestaciones con respecto al otro (por ejemplo, productos similares en precio y prestaciones pero con diferente velocidad)<sup>24</sup>. La cuantificación

<sup>23</sup> Este sería el caso de los productos “ADSL Base” con respecto a ciertos paquetes “Dúo” de Telefónica. En este caso, el ERT tomará como referencia el precio minorista del producto de menor precio.

<sup>24</sup> Podría también enmarcarse en este supuesto el lanzamiento de un producto convergente similar a uno ya existente pero que incorporara, por ejemplo (i) una franquicia de datos móviles mayor (ii) una tarifa plana de voz fija más atractiva o (iii) canales de televisión adicionales.

agregada de estos productos en el contexto de las actualizaciones semestrales del ERT ha de entenderse sin perjuicio la aplicación del segundo criterio a las migraciones indirectas<sup>25</sup>.

- Para cada producto BAU, se tomará como referencia el número medio de clientes del último semestre de referencia.

Teniendo en cuenta el umbral del 80% y los anteriores criterios de agrupación, así como la información correspondiente al segundo semestre de 2016, conforme al primer criterio se obtiene como resultado el siguiente listado de productos BAU emblemáticos:

**[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]**

---

<sup>25</sup> Es decir, con carácter semestral se definen los productos BAU emblemáticos conforme al primer criterio. A la hora de seleccionar los productos más contratados que engloban el 80% de los clientes se toman de manera agregada los productos con mismo precios y características que sólo se diferencian en la incorporación de prestaciones adicionales (y que darían lugar a las migraciones indirectas). Una vez definido el catálogo de productos BAU emblemáticos para un determinado periodo de referencia, podría aplicar el segundo criterio, pero sólo cuando se vean afectados los productos de este catálogo.

**Tabla 1.** Productos BAU más contratados por los clientes de Telefónica

Denominación	Cuota mensual (IVA incluido)	Número de clientes <sup>26</sup>	Porcentaje de clientes	Porcentaje acumulado de clientes
Dúo Base 300Mb	49,02	[...]	[...]	[...]
Fusión Contigo OTT 50Mb	55,00	[...]	[...]	[...]
Fusión Contigo IPTV 300Mb	67,00	[...]	[...]	[...]
Fusión Contigo OTT 300Mb	67,00	[...]	[...]	[...]
Fusión TV Más 50Mb	75,00	[...]	[...]	[...]
Fusión TV Más 300Mb	90,00	[...]	[...]	[...]
Fusión TV Más +2 300Mb	115,00	[...]	[...]	[...]
Fusión TV Más +2 Premium 300Mb	140,00	[...]	[...]	[...]
Fusión TV Más Premium 300Mb	140,00	[...]	[...]	[...]
Fusión TV Más +2 Premium Extra 300Mb	155,00	[...]	[...]	[...]
Fusión TV Más Premium Extra 300Mb	155,00	[...]	[...]	[...]
Fusión TV Más +4 Premium 300Mb	165,00	[...]	[...]	[...]

### III.2.2.2 Segundo criterio: migraciones directas e indirectas

#### Migraciones directas

Es habitual que el catálogo comercial de los operadores de comunicaciones electrónicas experimente cambios con cierta frecuencia, bien sea en el precio, o bien en sus prestaciones. Por ejemplo, los operadores han ido migrando a sus clientes a mayores velocidades, o han ido añadiendo otras prestaciones a sus empaquetamientos de banda ancha, como por ejemplo:

- Una mayor franquicia de llamadas fijo-móvil a las tarifas planas de voz fija que forman parte de los principales empaquetamientos de banda ancha.
- En el caso de paquetes convergentes fijo-móvil, se ha incrementado la franquicia de descarga de datos de banda ancha móvil.

<sup>26</sup> Datos correspondientes al mes de diciembre de 2016.

- Incorporación del servicio de televisión de pago en la modalidad básica de determinados empaquetamientos de banda ancha, o de canales *Premium* en la citada modalidad básica<sup>27</sup>.

Además, el precio de los productos de banda ancha no suele permanecer estable, sino que es objeto de incrementos o reducciones.

A título ilustrativo, la siguiente tabla recoge los principales cambios experimentados por el producto *Movistar Fusión* desde el inicio de su comercialización en octubre de 2012.

**Tabla 2.** Principales modificaciones experimentadas por el paquete *Movistar Fusión* de alto valor

Fecha	Cuota mensual	Lanzamiento comercial o modificación efectuada
octubre-12	60,00 €	Lanzamiento inicial del producto <i>Movistar Fusión</i>
mayo-14	60,00 €	Incorporación de la modalidad <i>Movistar TV Para todos</i>
septiembre-14	60,00 €	Aumento de la franquicia de banda ancha móvil de 1GB a 2GB
mayo-15	65,00 €	Incremento de la cuota mensual de 5 euros.
noviembre-15	65,00 €	Aumento de la franquicia de banda ancha móvil de 2GB a 3GB
febrero-16	68,00 €	Incremento de la cuota mensual de 3 euros e incorporación del canal <i>Bein Sports</i> . Velocidades FTTH pasan a ser simétricas.
agosto-16	68,00 €	Incremento de la cuota mensual de 2 euros. Sustitución del canal <i>Bein Sports</i> por <i>Bein la Liga</i> .
octubre-16	70,00 €	Incremento de velocidad a 50Mbps
abril-07	75,00 €	Aumento de la franquicia de banda ancha móvil de 3GB a 8GB e incremento de la cuota mensual de 5 euros

En el marco de la presente metodología, cualquier modificación del precio o prestaciones de los productos BAU emblemáticos que afecte directamente a clientes existentes (**migraciones directas**) heredará la condición de producto emblemático. Este sería el caso, por ejemplo, de la migración automática de los clientes de un producto emblemático a velocidades superiores, o modificaciones automáticas de los precios.

### Migraciones indirectas

<sup>27</sup> En febrero de 2016 Telefónica introdujo el canal *Bein Sports* en su oferta básica de televisión para todos aquellos clientes de Fusión de alto valor.

Al margen de lo anterior, también tendrán la consideración de productos BAU emblemáticos los nuevos productos que cumplan las siguientes condiciones:

- Los nuevos productos que, aunque no impliquen una migración automática, sean el resultado de aumentar las prestaciones o reducir precios de productos existentes. Por ejemplo, si Telefónica aumenta la velocidad de un producto BAU emblemático sin que aumente su precio, pero sólo disfrutan de este aumento en un primer momento las altas nuevas o los clientes que soliciten expresamente este aumento, el producto con nueva velocidad será también considerado como BAU emblemático.
- Los productos que resulten de añadir prestaciones adicionales y/o una reducción de precios sin que ello apareje una migración directa de los clientes. Este sería el caso del lanzamiento de una nueva versión de un empaquetamiento, similar a uno ya existente de comercialización paralela, pero un precio más reducido.

### III.2.2.3 Tercer criterio: consideración de otros productos como emblemáticos

La Recomendación señala que *“las ANR deben considerar si un determinado producto minorista, que puede no estar entre los productos minoristas más importantes del operador con PSM, es especialmente atractivo para los operadores alternativos que se pudieran centrar en cierto nicho o en productos minoristas de menor calidad. Las ANR pueden optar por incluir ese producto entre los productos emblemáticos”*.

En términos similares, la Resolución de los mercados 3 y 4 establece la potestad de la CNMC para incluir otros productos que, por su especial trascendencia o carácter disruptivo en el mercado, justifiquen su calificación como productos emblemáticos aun no ajustándose a los requisitos expuestos en los apartados anteriores. Se trataría de *“nuevos servicios BAU”* con carácter potencialmente disruptivo en el mercado, como pudo ser en octubre de 2012 el producto *“Movistar Fusión”*.

La identificación de estos productos iría asociada a la presencia de características muy novedosas en el mercado, como por ejemplo:

- nuevas velocidades en el servicio de banda ancha fijo (bajada y también subida);
- des-empaquetamientos (productos *stand alone*).
- empaquetamientos con otros servicios (no necesariamente de comunicaciones electrónicas) que hasta la fecha no se hubieran llevado a cabo.

En línea con lo expresado en la Recomendación, la CNMC podrá otorgar la calificación de “emblemático” a productos del catálogo comercial de Telefónica no categorizados inicialmente como tales mediante el primer o el segundo criterio. Éste podría ser el caso de productos dirigidos a nichos específicos de clientes o empaquetamientos que incluyen determinados contenidos *Premium* –en particular, futbolísticos– cuya composición y/o precio varían periódicamente<sup>28</sup>. Igualmente, la inversión publicitaria asociada al producto será un factor a considerar a la hora de calificar un producto como emblemático. No obstante, la calificación de un producto BAU a través de este criterio tiene un carácter excepcional.

Una vez definido el listado de productos BAU emblemáticos definidos mediante el primer criterio, no se estima necesario en la actualidad añadir productos adicionales a dicho listado mediante el tercer criterio.

### **III.3 CATÁLOGO DE PRODUCTOS Y EMPAQUETAMIENTOS EMBLEMÁTICOS BAU**

Teniendo en cuenta los criterios anteriores, se establece como catálogo de productos BAU emblemáticos el conjunto de productos que figuran en la tabla 1 y en el Anexo I del presente documento.

---

<sup>28</sup> Por ejemplo, en los últimos años, Telefónica ha comercializado su servicio de televisión de pago bajo las modalidades *Imagenio*, *Movistar TV*, *Movistar Para Todos* (o sus modalidades alternativas Extra Energía, Extra Fútbol y Total) o el actual *Movistar Plus*. Los precios y prestaciones de cada una de estas modalidades eran diferentes entre sí.

## IV Criterios generales del test de replicabilidad económica

### IV.1 PRINCIPIOS DE VALORACIÓN DE LOS PRODUCTOS SUJETOS AL TEST DE REPLICABILIDAD

De acuerdo con la Recomendación “[l]as ANR deben evaluar la rentabilidad de los productos emblemáticos sobre la base de un análisis dinámico de varios períodos, como el enfoque de los flujos de efectivo descontados”. Por tanto, la Recomendación se decanta por un análisis prospectivo y dinámico frente a la alternativa que representa un test periodo a periodo. Para ello, las ANR deben determinar un horizonte temporal adecuado para evaluar si el margen entre el precio minorista del producto emblemático y el precio del insumo de acceso al por mayor basado en NGA pertinente permite la recuperación de los costes descendentes (incluyéndose en estos un porcentaje razonable de los costes comunes).

Por su parte, la Resolución de los mercados 3 y 4 establece que “[p]ara cada “servicio BAU emblemático” se calcula el Valor Actual Neto (VAN) derivado de la prestación de dicho servicio, como flujo descontado de caja de los ingresos y costes asociados al mismo durante la vida media del cliente representativo de los servicios BAU del operador con PSM (de manera que este parámetro esté en consonancia con el estándar EEO)”.

Por otro lado, cabe recordar que el test de replicabilidad tiene como fin último la evaluación de la suficiencia de las ofertas mayoristas de Telefónica NEBA y NEBA-local. En el caso particular del NEBA-local, además, la flexibilidad otorgada a Telefónica para definir sus precios mayoristas –no resulta aplicable el principio de orientación a costes– definida en el apartado II del presente documento implica la necesidad de que éstos permitan a un operador alternativo eficiente replicar los productos BAU emblemáticos de Telefónica. Los aspectos generales del test de replicabilidad son los siguientes:

- Un nivel de agregación que se concreta en la aplicación del test a cada uno de los productos BAU emblemáticos de Telefónica, considerados de manera individual. Los empaquetamientos que incluyan el servicio de acceso a Internet BAU se analizan mediante un test de emulabilidad conjunta.
- La valoración de la rentabilidad de los productos y paquetes mediante el método de los flujos de caja descontados (frente a la alternativa que representa una valoración periodo a periodo). El test de replicabilidad valora la rentabilidad que le supone adquirir un cliente a un operador alternativo que recurra a la oferta mayorista regulada de Telefónica.

A este respecto, tanto el horizonte temporal de permanencia del cliente en el operador como la tasa de descuento utilizada resultan dos variables fundamentales en el análisis realizado, que se concreta en la determinación del VAN correspondiente a cada producto o paquete. Por ello, la determinación del horizonte temporal de permanencia del cliente – en otros términos, su “vida media”– debe estar fundamentada en datos reales de Telefónica.

En cuanto a la tasa de descuento, se empleará el último WACC aprobado por la CNMC correspondiente a Telefónica, que actualmente se sitúa en el 6,32%<sup>29</sup>.

- El estándar de operador igualmente eficiente para determinar los ingresos y costes asociados a los servicios no regulados. Bajo este estándar, se asume que el operador alternativo teórico en el que se fundamenta el test de replicabilidad tiene una estructura de costes y unas economías de escala similares a la de Telefónica. Otra de las implicaciones de la adopción de este estándar es la utilización de los perfiles de consumo de los clientes de Telefónica en el cálculo del VAN de los diferentes productos.

Por otro lado, conforme a lo establecido en el apartado II del presente documento, el test de replicabilidad se llevará a cabo de manera individual para la oferta NEBA-local, asimilando el resultado del test al servicio NEBA. Se excluye, por tanto, la utilización de un *mix* de ofertas mayoristas como el que caracteriza a la metodología de 2007.

La siguiente tabla resume los aspectos generales del test de replicabilidad, y se comparan con los de la metodología de 2007.

---

<sup>29</sup> Resolución relativa a la tasa anual de coste de capital a aplicar en la contabilidad de costes de Telefónica de España, S.A.U., Telefónica Móviles España, S.A.U., Vodafone España, S.A.U. y Orange Espagne, S.A.U. del ejercicio 2016 (expediente WACC/DTSA/002/16/WACC 2016 OP INTEGRADOS).

**Tabla 3.** Comparación de los principios aplicados en la metodología de 2007 y en el ERT

Principio del test de replicabilidad	Metodología de 2007	ERT
<b>Servicios mayoristas de referencia</b>	Mix entre los distintos servicios mayoristas aplicables	Test de replicabilidad basado en el servicio NEBA-local, con asimilación del resultado al servicio NEBA.
<b>Nivel de agregación minorista</b>	Producto a producto, considerando todo el catálogo de Telefónica	Producto a producto, restringido a productos BAU emblemáticos.
<b>Valoración de la rentabilidad</b>	Enfoque de flujos de caja descontados	Enfoque de flujos de caja descontados
<b>Estándar de eficiencia</b>	EEO ajustado	EEO
<b>Estándar de costes</b>	Costes corrientes	Modelo de costes de red BU-LRIC para una red fija (Frontiers)
<b>Análisis de promociones</b>	Determinación de la replicabilidad de cada una de las promociones comunicadas, mediante el contraste de su importe con el VAN del producto sobre la que recae	Análisis de replicabilidad agregado de todas las promociones comercializadas en el semestre anterior
<b>Valoración del componente móvil</b>	OMV de Telefónica	OMV de Telefónica
<b>Valoración del componente audiovisual</b>	Basado en los costes unitarios de Telefónica y en la oferta mayorista de canales de Telefónica	Basado en los costes unitarios de Telefónica y en la oferta mayorista de canales de Telefónica

Los dos primeros aspectos de la tabla (servicios mayoristas de referencia y nivel de agregación a nivel minorista) han sido desarrollados en las secciones II y III. Las respectivas valoraciones de los componentes móvil y audiovisual se abordan en la sección V. Por tanto, a continuación se comentan los aspectos relacionados con el enfoque de valoración de la rentabilidad, el estándar de eficiencia, el estándar de costes y el tratamiento de ofertas promocionales.

## **IV.2 CÁLCULO DEL VAN DE LOS PRODUCTOS BAU SUJETOS AL TEST DE REPLICABILIDAD**

### **IV.2.1 Enfoque de flujos de caja descontados**

Para determinar si los precios de los servicios mayoristas sujetos a la presente metodología permiten a un operador alternativo eficiente replicar, de manera económicamente rentable, la comercialización de los productos emblemáticos BAU de Telefónica, la presente metodología se inclina por la aplicación del enfoque de flujos de caja descontados. La aplicación de este enfoque se traduce

en el cálculo del valor actual neto (VAN) asociado a cada producto BAU emblemático; es decir, se determina el margen obtenido por Telefónica por la comercialización de los productos BAU emblemáticos durante un horizonte temporal determinado, y se aplica a este margen una tasa de descuento (concretamente, el WACC de este operador). La regla de decisión seguirá la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=0}^T \frac{Ingreso_t - Coste_t}{(1+r)^t} > 0,$$

donde:

“t” es cada uno de los meses en los que el cliente está adscrito al servicio.

“T” es el horizonte temporal de permanencia del cliente.

“r” es la tasa de descuento aplicada, que se corresponde con el WACC anual aprobado para Telefónica.

En caso de que el VAN resultante sea mayor o igual a cero, se entenderá que un operador alternativo puede replicar el producto BAU emblemático analizado recurriendo al servicio mayorista utilizado en el análisis (NEBA-local o NEBA). En sentido contrario, un VAN inferior a cero significará que el producto no supera el ERT.

De modo indirecto, a partir del VAN calculado para cada producto BAU emblemático es posible conocer el precio máximo asociado al acceso (recurrente mensual) que podría imponer Telefónica a los servicios NEBA-local y NEBA respetando la condición de replicabilidad y suponiendo constantes los demás precios mayoristas del servicio. Dado que Telefónica aún no ha notificado los precios definitivos del servicio NEBA local, el Anexo I del presente documento recoge los VAN que resultarían si Telefónica impusiera un **precio global para el servicio NEBA-local de 18,82 euros mensuales**. Éste es el precio global máximo que permite a los operadores alternativos replicar todos los productos BAU emblemáticos de Telefónica. Su cálculo se ha realizado conforme a los criterios que a continuación se exponen, y teniendo en cuenta los parámetros que se están utilizando en la revisión de parámetros de referencia OFMIN/DTSA/003/17, actualmente en fase de instrucción.

El precio global de 18,82 euros equivaldría al resultado de dividir el total de ingresos percibidos por Telefónica por el servicio NEBA-local entre el número total de líneas de este servicio mayorista. En este cálculo se considerarían los ingresos procedentes de todos los conceptos que figuran en la oferta NEBA-local, pero no los posibles descuentos que en su caso se aplicarían. Asumiendo que los precios de alta y de baja por cliente del servicio NEBA-local fueran los mismos que los que actualmente están vigentes para NEBA, y obviando el impacto del resto de

conceptos de la oferta, el precio máximo de la cuota mensual<sup>30</sup> del servicio NEBA-local sería de **17,52 euros mensuales**<sup>31</sup>.

#### **IV.2.2 Horizonte temporal de referencia para el análisis de productos BAU**

La Recomendación señala que “[e]l período pertinente para este análisis de replicabilidad económica ex ante se debe establecer de acuerdo con la estimación de la vida media de la clientela. Esa vida media de la clientela sería el período de tiempo durante el cual el cliente contribuye a la recuperación de: a) los costes descendentes que se anualizan según un método de amortización que sea apropiado para el activo en cuestión y la vida económica de los activos correspondientes necesarios para las operaciones minoristas (incluidos los costes de red que no están incluidos en el servicio de acceso al por mayor NGA), y b) otros costes descendentes que normalmente no se anualizan (típicamente los costes de captación de abonados) y que el operador contrae para obtener clientes y debe tratar de recuperar a lo largo de la vida media de estos”.

Asimismo, el Anexo VI de la Resolución de los mercados de banda ancha, concerniente al test de replicabilidad económica, prevé que la metodología contenga la “estimación de la vida media del cliente representativo de los servicios BAU emblemáticos”.

En el marco del procedimiento de la mencionada Resolución de 2 de diciembre de 2014<sup>32</sup>, y a partir de datos reales requeridos a Telefónica, la CNMC determinó una vida media para los clientes de fibra óptica de 60 meses<sup>33</sup>. Este horizonte temporal es el que ha venido empleándose en los análisis de replicabilidad realizados conforme a la metodología de 2007. La DTSA considera que esta

---

<sup>30</sup> La cuota mensual aquí aludida se identifica con la cuota periódica que figura en el punto 2.3 del Anexo II del presente documento.

<sup>31</sup> Se ha estimado un coste mensual por cliente de 1,30 euros correspondiente a las cuotas de alta (constituida por la media entre la cuota de alta sobre vacante y la de alta sobre ocupado) y de baja. Para imputar a cada mes estos importes se ha considerado la permanencia media por cliente de 60 meses de los clientes minoristas de fibra que se emplea en el ERT.

<sup>32</sup> Expte. OFMIN/DTSA/1565/14/REVISIÓN DE PARÁMETROS METODOLOGÍA.

<sup>33</sup> La CNMC requirió a Telefónica que aportara el número de altas por trimestre de nuevos clientes de FTTH obtenidos por este operador desde el inicio de la comercialización de servicios de banda ancha sobre esta red. Además, para cada grupo de clientes que se dieron de alta en un trimestre determinado, se solicitó información sobre la permanencia de los clientes que causaron baja, agrupada también por trimestres. A partir de los datos obtenidos se determinó la tasa de salida acumulada correspondiente a cada una de las agrupaciones de clientes captados en los diferentes trimestres considerados. Se identificó la permanencia media del cliente como el trimestre en que el 50% de los individuos del grupo de entrada correspondiente han salido, esto es, como el trimestre en el que se alcanza un 50% en la tasa de salida acumulada. Ese valor se corresponde con el valor mediano de la distribución de salidas. Según la estimación realizada a partir de los valores anteriores, el 50% de la tasa de salida acumulada se alcanza en el trimestre 20, que se corresponden con los 60 meses establecidos en el test de replicabilidad como horizonte temporal.

estimación continúa constituyendo una referencia válida, por lo que se propone utilizarla en la presente metodología. Cabe además señalar que esta vida media coincide con la aplicada por otros reguladores europeos en sus respectivas metodologías, como es el caso de OFCOM en su *VULA margin*<sup>34</sup>. No obstante, el horizonte temporal de referencia puede ser objeto de revisión en el contexto de los expedientes periódicos de actualización de parámetros.

### IV.2.3 Perspectiva del cliente

En la determinación del VAN de producto BAU emblemático analizado se adoptará la perspectiva de cliente, de manera que se tienen en cuenta la totalidad de ingresos y costes que el cliente genera al operador, siempre que éstos tengan vinculación con el producto BAU sujeto a análisis. Sirva como ejemplo el caso de las llamadas con destino internacional. Este tipo de llamadas no suelen estar incluidas en las franquicias de voz de los paquetes de banda ancha convergentes. Sin embargo, generan al operador un margen económico vinculado a la contratación del servicio telefónico como parte del empaquetamiento convergente, que será tenido en cuenta en el ERT.

La exigencia de una vinculación entre el margen adicional generado por el cliente y el producto de banda ancha que sea objeto de análisis significa que no se considerarán en el cálculo del VAN otros posibles ingresos –y sus correspondientes costes– que un determinado cliente de banda ancha genera a Telefónica. Por ejemplo, los ingresos netos generados por líneas móviles que no esté vinculadas al servicio de banda ancha de Telefónica no serán tenidas en cuenta en el ERT. Tampoco será considerado el margen que pudieran aportar las aplicaciones y servicios digitales que comercialice Telefónica.

## IV.3 ESTÁNDAR DE EFICIENCIA

El Anexo II de la Recomendación, sobre los parámetros a aplicar en el test de replicabilidad económica, señala que “[l]os costes en el mercado descendente se estiman a partir de los costes de las empresas descendentes del propio operador con PSM (análisis OIE)”. La aplicación del estándar de operador igualmente eficiente se traduce –y así lo establece la Recomendación– en que “[l]as ANR deben utilizar los costes auditados del operador con PSM en el mercado descendente, siempre que estén suficientemente desagregados”.

La Resolución sobre los mercados de banda ancha establece la aplicación del estándar de operador igualmente eficiente, lo cual implica que los costes minoristas utilizados en el test de replicabilidad –es decir, los costes en el

<sup>34</sup> [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0015/72420/vula\\_margin\\_final\\_statement.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/72420/vula_margin_final_statement.pdf).

mercado descendente– se calcularán a partir de los incurridos por el operador con PSM<sup>35</sup>.

La Resolución especifica que no se procederá a realizar ningún ajuste de escala a la hora de calcular estos costes minoristas<sup>36</sup>, dado que los operadores alternativos ya disponen de una base de clientes de banda ancha y, además, se mantiene un servicio mayorista de banda ancha sobre la red de fibra de Telefónica que de forma transitoria tendría dimensión nacional.

La aplicación del estándar de operador igualmente eficiente en la presente metodología sigue la línea marcada por la metodología de análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica aprobada mediante Resolución de 26 de julio de 2007 (MTZ 2006/1486), que preveía con carácter general la aplicación de este criterio.

Como consecuencia de la aplicación del estándar EEO, los costes que afronta Telefónica se erigen como la referencia para valorar los costes minoristas (es decir, aquéllos en los que tendría que incurrir un operador alternativo teórico correspondientes a todos aquellos conceptos no cubiertos por la oferta mayorista, y que resultan necesarios para replicar los productos emblemáticos sujetos al test). Básicamente, los costes minoristas se desglosan en dos categorías: (i) costes de red propia y (ii) costes comerciales.

La adopción del estándar EEO implica, además, que los perfiles de consumo por cliente empleados en el test de replicabilidad se corresponderán con los de Telefónica. Esta cuestión es relevante no sólo en la determinación de costes asociados a los productos objeto de análisis, sino en la cuantificación de los ingresos y costes adicionales generados por el cliente por conceptos no cubiertos por la cuota mensual<sup>37</sup>.

El estándar EEO se extiende a los componentes no regulados que se comercializan como parte de empaquetamientos de banda ancha, como los servicios audiovisuales, el componente móvil o el de telefonía fija. La sección V

---

<sup>35</sup> Por costes minoristas se entiende los costes en que incurren los operadores en sus actividades minoristas tales como marketing, adquisición y retención de clientes, facturación y gestión de impagos así como los costes de red incurridos en el despliegue y mantenimiento de los elementos de red adicionales a aquéllos incluidos en el servicio mayorista de acceso sujeto a control de precios (equivalentemente, los costes de red no incluidos en el servicio mayorista de acceso sujeto a control de precios).

<sup>36</sup> La Recomendación permite a las ANR introducir ajustes por escala en los costes descendentes del operador con PSM a fin de garantizar que la replicabilidad económica sea una perspectiva realista, pero esta posibilidad queda sujeta a ciertas condiciones, como (i) que la entrada o la expansión en el mercado de los operadores alternativos se haya visto frustrada en el pasado o (ii) los operadores alternativos tengan unos bajísimos volúmenes de líneas y alcance geográfico significativamente limitado en comparación con la red NGA del operador con PSM.

<sup>37</sup> Por ejemplo, llamadas internacionales.

del presente documento expone los criterios generales de valoración de estos componentes conforme al estándar de eficiencia EEO.

#### **IV.4 ESTÁNDAR DE COSTES**

De acuerdo con el Anexo II de la Recomendación, “[e]l coste incremental de la prestación del servicio descendente pertinente es la norma apropiada. Se debe utilizar un modelo LRIC+ para calcular el coste incremental (incluidos los costes irrecuperables) y añadir un margen relativo a los costes comunes relacionados con las actividades del mercado descendente.” En particular, y así se deriva de lo establecido en el artículo 31 de la Recomendación, “[l]as ANR deben adoptar una metodología de costes BU LRIC+ que estime los costes corrientes en que incurriría un operador eficiente hipotético para construir una red moderna y eficiente, esto es, una red NGA.”

La Resolución de los mercados 3 y 4 se ajusta a la previsión anterior, al señalar que el cálculo de los costes minoristas “se basa en elementos como modelos bottom-up o ascendentes y en los datos de la contabilidad regulatoria de Telefónica, para lo cual la CNMC podrá acudir a los instrumentos que tiene encomendado desarrollar (o que Telefónica ha de poner a su disposición) en virtud del resto de obligaciones derivadas de la regulación ex ante de los mercados mayoristas de banda ancha”. Además, la Resolución prevé la incorporación de un margen adicional sobre los costes minoristas (obtenidos del modelo LRIC) para la recuperación de los costes comunes correspondientes a las actividades minoristas<sup>38</sup>.

Sentado lo anterior, en los siguientes apartados se concreta la manera en que opera el mencionado estándar de costes en el contexto del ERT.

##### **IV.4.1 Costes de red propia**

El test de replicabilidad económica conlleva un cálculo del VAN para los productos emblemáticos seleccionados, con los criterios descritos a lo largo de este documento. Este cálculo se realiza a partir de una serie de parámetros de entrada, entre los que se encuentran algunos elementos del Anexo de precios de la oferta de referencia correspondiente, los precios minoristas, y de manera relevante, una serie de costes de red que afrontaría un operador alternativo a partir de cada servicio mayorista seleccionado como punto de partida para el análisis de replicabilidad económica.

Estos costes de red se calculan mediante el estándar EEO, de operador igualmente eficiente; se trata de un operador con la misma eficiencia y misma

---

<sup>38</sup> De esta manera, la determinación del coste total correspondiente al servicio BAU sujeto al test de replicabilidad se ajusta al siguiente esquema: *Coste servicio BAU = Precio del servicio NEBA-local + costes minoristas (basado en un modelo LRIC) + mark-up (sobre los costes minoristas).*

escala que Telefónica, es decir, serían los costes que este operador afrontaría para proveer en su minorista los servicios de referencia a partir del servicio mayorista NEBA local.

El punto de partida para estimar los diferentes elementos de los costes de red es el modelo de costes BU-LRIC (modelo de costes de banda ancha) de la CNMC para estimar los costes de prestación del servicio NEBA y de ADSL-IP. Este modelo se usa para la determinación del precio de la capacidad en el PAI del servicio NEBA desde la Resolución de la Sala de Supervisión Regulatoria de 30 de enero de 2014, por la que se revisan los precios de los servicios mayoristas de banda ancha GigADSL, ADSL-IP y NEBA. Su último uso fue en el marco de la actualización de precios de la capacidad en PAI de 10 de enero de 2017. Además de para el cálculo del precio por capacidad NEBA, los costes de fibra que derivan de este modelo BU-LRIC se utilizan en el análisis de replicabilidad de las ofertas comerciales que se lleva a cabo en el marco de la metodología de 2007. En definitiva, se trata de un modelo conocido por los operadores, cuyo uso por parte de la CNMC se encuentra plenamente consolidado.

En el Anexo III del presente documento se describen de manera general los elementos de red que deben sumarse al precio de los servicios mayoristas para que un operador pueda prestar el servicio minorista objeto de análisis. Estos elementos se basan en precios mayoristas (como es el caso de la entrega de señal o del PAI), o en el mencionado modelo BU-LRIC de red. En el Anexo III se describe, además, la actualización de los parámetros llevada a cabo en el modelo de costes de red BU-LRIC. La actualización más importante consiste en la especificación de los elementos de red propia necesarios para complementar la utilización del servicio NEBA-local por parte de un operador alternativo<sup>39</sup>.

De este modo, y partiendo de los costes unitarios que afronta un operador por el servicio mayorista objeto de análisis, se suman los costes de red propia necesarios para la prestación del servicio minorista, añadiendo finalmente los costes comunes. Estos costes constituyen parámetros de entrada al cálculo del VAN de cada producto minorista.

En las siguientes tablas figuran los costes que se obtienen para las velocidades 50Mbps y 300Mbps, resultantes del proceso descrito. En concreto, en lo que respecta al servicio NEBA-local, se ha determinado el coste correspondiente al servicio bajo dos supuestos, cuya estimación de costes está descrita también en el Anexo III:

- Prestación del servicio de banda ancha sin IPTV.

<sup>39</sup> Los costes de red propia que utiliza actualmente la metodología de 2007 se basan en la utilización del servicio NEBA por parte de un operador alternativo, al ser el único servicio mayorista de fibra disponible actualmente.

- Prestación del servicio de banda ancha de manera conjunta con un servicio de televisión a través de IPTV. Este servicio se presta a partir del servicio mayorista NEBA local. El cálculo del VAN suma a estos costes de red el coste, obtenido de la contabilidad regulatoria, de los elementos de IPTV no asociados a la red, tales como mantenimiento y activación del servicio, nodos TV y transporte, o coste de instalación minorista de IPTV, cuyo cálculo se detalle en el apartado V.4.3.

La determinación de los costes de red del servicio NEBA-local parte de los mismos tráficos medios que fueron empleados en la Resolución de 10 de enero de 2017 para determinar el coste del NEBA, añadiendo el tráfico de IPTV<sup>40</sup>.

**Tabla 4.** Costes de red del servicio mayorista NEBA-local imputado a las velocidades 50Mbps y 300Mbps

	NEBA-local		NEBA-local - IPTV	
	50Mbps/50Mbps	300Mbps/300Mbps	50Mbps/50Mbps	300Mbps/300Mbps
<i>PAI-L</i>	0,03	0,03	0,16	0,16
<i>EdS/Backhaul</i>	0,17	0,20	0,95	0,95
<i>MAN Ethernet</i>	0,95	0,97	1,55	1,55
<i>BRAS/RADIUS</i>	0,24	0,24	0,24	0,24
<i>Core IP Backbone</i>	3,05	3,62	3,07	3,65
<i>Internet access</i>	0,81	0,98	0,81	0,98
<i>Hosting</i>	0,10	0,10	0,10	0,10
<i>Costes Comunes</i>	0,27	0,31	0,34	0,37
<b>Costes de red propia totales</b>	<b>5,62</b>	<b>6,45</b>	<b>7,22</b>	<b>8,00</b>

Como se ha expuesto previamente, el ERT establece una vinculación entre el precio del servicio NEBA-local y el precio de acceso de NEBA. Por ello, en el presente apartado no se exponen de manera específica los resultados correspondientes al servicio NEBA que derivan del modelo.

<sup>40</sup> A partir de los tráficos medios por usuario en hora cargada para el año 2017 de acuerdo al estándar EEO, que son de 575,88 Kbps para velocidades de 50Mbps y de 701,07 Kbps para la velocidad 300Mbps.

#### IV.4.2 Costes de comercialización minorista

El modelo *bottom-up* de la CNMC no cubre los costes de comercialización minorista. Por ello, su determinación en el marco del ERT se realizará basándose en la contabilidad de costes regulatoria de Telefónica. No obstante, la contabilidad de costes de Telefónica no es una fuente directamente aplicable al ERT, por lo que se requiere llevar a cabo determinadas actuaciones.

- El ERT limita su alcance a los clientes residenciales. Sin embargo, la contabilidad de costes regulatoria de Telefónica no distingue entre los diferentes segmentos de clientes. Resulta por tanto preciso que Telefónica facilite a la CNMC los criterios de reparto utilizados para realizar tal distinción, a través de informes extracontables o de cualquier otro tipo de herramienta. En todo caso, se deberá garantizar la trazabilidad entre la información procedente del SCC y aquella utilizada como referencia en el test de replicabilidad.
- Telefónica comercializa de manera mayoritaria empaquetamientos que incluyen un componente de telefonía móvil. Los costes comerciales imputables al componente de telefonía móvil de los paquetes convergentes deben también ser tenidos en cuenta en el análisis de replicabilidad de estos productos. En consecuencia, también será preciso contar con información contable de Telefónica Móviles, sujeta a las mismas exigencias de trazabilidad que la de Telefónica.
- El ERT sólo considerará los ingresos y costes correspondientes a los servicios minoristas que se identifiquen como relevantes, que son el de acceso a Internet de banda ancha y los que se comercializan de manera empaquetada con éste (como el acceso telefónico, el de tráfico de voz fija o la televisión de pago).
- Igualmente, sólo se tendrán en cuenta los centros de actividad relevantes de cara al ERT. Serán, por tanto, excluidos, los centros de actividad que se correspondan con elementos cubiertos por los distintos servicios mayoristas o por los modelos de costes de red propia utilizados en el test. Los centros de actividad relevantes, además, se limitarán a los atribuibles directamente a los servicios minoristas que queden dentro del alcance del test de replicabilidad.
- Para minimizar los efectos derivados de la falta de correspondencia temporal entre periodos resulta necesario contar con datos lo más actualizados posible. Por este motivo se tomará como referencia la última contabilidad presentada por Telefónica. En los expedientes de revisión de parámetros se podrán llevar a cabo las regularizaciones necesarias para corregir, en su caso, las diferencias que sean detectadas entre la versión entregada de la contabilidad y la auditada.

Esta Comisión ha llevado a cabo una estimación inicial de los costes comerciales de Telefónica basada en la contabilidad del año 2015, en la información del requerimiento semestral que Telefónica provee en el marco de la metodología de 2007, así como en las respuestas a requerimientos de información complementarios que la CNMC ha realizado a este operador. Conforme a esta estimación los costes comerciales se situarían en un **[CONFIDENCIAL]** sobre el total de ingresos. Esta estimación inicial, que tiene carácter provisional, será revisada una vez que la CNMC disponga de la contabilidad de Telefónica del año 2016.

#### **IV.5 TRATAMIENTO DE LAS PROMOCIONES. DETERMINACIÓN DEL IMPORTE MEDIO PROMOCIONAL.**

Las promociones son ofertas que se caracterizan por la existencia de una ventana de contratación limitada y/o la limitación de las condiciones a un periodo definido, cuyos principales objetivos son estimular la contratación de nuevos productos y retener (o fidelizar) los clientes en planta. Las promociones carecen de la vocación de estabilidad en lo que se refiere a las prestaciones ofrecidas y a sus condiciones económicas que sí tienen los productos o empaquetamientos sobre las que recaen.

La metodología de 2007 analiza la replicabilidad de cada una de las promociones que Telefónica lanza al mercado, contrastando el importe de los regalos o descuentos asociados a éstas con el VAN correspondiente al producto promocionado. Una promoción se considera replicable por parte de un operador alternativo si su importe no supera el límite promocional que constituye el VAN del producto promocionado.

Además, la metodología actualmente vigente impone unas reglas específicas para las promociones destinadas a clientes en planta, con el fin de evitar que se supere el VAN a través de la concatenación de ofertas promocionales. La metodología de 2007 también prevé un control adicional dirigido a las promociones que recaen sobre empaquetamientos de banda ancha que incluyan contenidos de fútbol nacional<sup>41</sup>.

---

<sup>41</sup> La revisión de la metodología de 2007 aprobada mediante Resolución de 30 de junio de 2016 estableció un control adicional para las promociones que recaigan sobre empaquetamientos de banda ancha que incluyan contenidos de fútbol nacional. Este tipo de productos están sujetos a una mayor inestabilidad, puesto que la configuración de los productos que incluyen este tipo de contenidos cambia con cierta frecuencia y, por ello, los clientes tienden a migrarse de unas modalidades del servicio de televisión de pago de Telefónica a otras, aun manteniendo el servicio de acceso a Internet de banda ancha. En consecuencia, se estimó conveniente que el análisis de las ofertas promocionales tuviera como referencia al margen actualizado correspondiente a un horizonte temporal de 12 meses, que constituye el límite promocional. El control adicional verifica que el coste de las promociones que recaen sobre los empaquetamientos de banda ancha que incluyen contenidos de fútbol nacional no supera el mencionado límite.

La DTSA considera que el ERT debe adoptar un enfoque diferente a la hora de abordar el tratamiento de las ofertas promocionales. El mayor nivel de competencia y la madurez del mercado han trasladado el protagonismo de la actividad promocional a las ofertas de retención, mientras que el sistema de control de las promociones que se realiza en el marco de la metodología de 2007 fue diseñado en un escenario en el que la mayoría de las ofertas eran de captación. Se ha de apuntar, además, que la metodología de 2007 establece uno de los controles más exhaustivos que se observan a nivel europeo, que actualmente no se corresponde con el grado de desarrollo competitivo que caracteriza el mercado de banda ancha en España.

Por otro lado, el entorno competitivo actual se caracteriza por frecuentes reconfiguraciones del catálogo comercial de los operadores, consecuencia de la incorporación de nuevos contenidos audiovisuales, de mejoras en las velocidades de acceso a Internet, de la incorporación de líneas móviles adicionales o de incrementos de la franquicia de datos móviles. Son habituales, además, las ofertas promocionales consistentes en el disfrute temporal de mejores prestaciones que las inicialmente contratadas, como por ejemplo el acceso a ciertos contenidos audiovisuales durante un periodo limitado de degustación. En definitiva, a lo largo de su permanencia en el operador, un cliente de banda ancha pasa por diferentes configuraciones comerciales. En este contexto de elevada flexibilidad, el cliente de un producto BAU emblemático podría beneficiarse, por ejemplo, de una promoción dirigida a la promoción de otro producto, para luego volver al producto BAU inicial. Un análisis de replicabilidad de las promociones vinculado al VAN del producto específico sobre el que recae no es la solución más adecuada, ni aun teniendo en cuenta los mecanismos de corrección establecidos en la metodología de 2007.

Las ofertas promocionales se valorarán por consiguiente de manera agregada. Para ello, se calculará el importe promocional medio de Telefónica de los clientes de fibra, tomando como referencia la información procedente de los requerimientos mensuales sobre clientes promocionados en los últimos 12 meses. Para calcular este importe promocional medio se considerará el coste total de las promociones de Telefónica<sup>42</sup> y la planta media de clientes de fibra de este operador en el mismo periodo. El importe resultante, expresado en términos de coste medio por cliente y mes, será incorporado al cálculo del VAN. En cada Resolución de revisión de parámetros se actualizará este cálculo, tomando como referencia las promociones comercializadas en los dos últimos semestres de referencia.

---

<sup>42</sup> El coste de cada una de las promociones se calculará de la misma manera que en la metodología de 2007: por tanto, se considerará como tal el valor de los descuentos que el cliente disfrute o el importe de regalos que se asocien a la oferta. Se considerará como coste promocional cualquier tipo de descuento o regalo del que se beneficie el cliente de banda ancha de Telefónica, aunque este descuento vaya ligado al componente de telefonía móvil (por ejemplo, subvención al terminal).

De acuerdo con los datos correspondientes al periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016, el coste medio de Telefónica es de **[CONFIDENCIAL]** euros por cliente y mes.

**[CONFIDENCIAL]**

En comparación con el escenario regulatorio vigente, el tratamiento que se propone para las ofertas promocionales dentro del ERT otorga a Telefónica mayor flexibilidad a la hora de comercializar nuevos productos y realizar acciones de captación. Sin embargo, se han de tener en cuenta dos circunstancias:

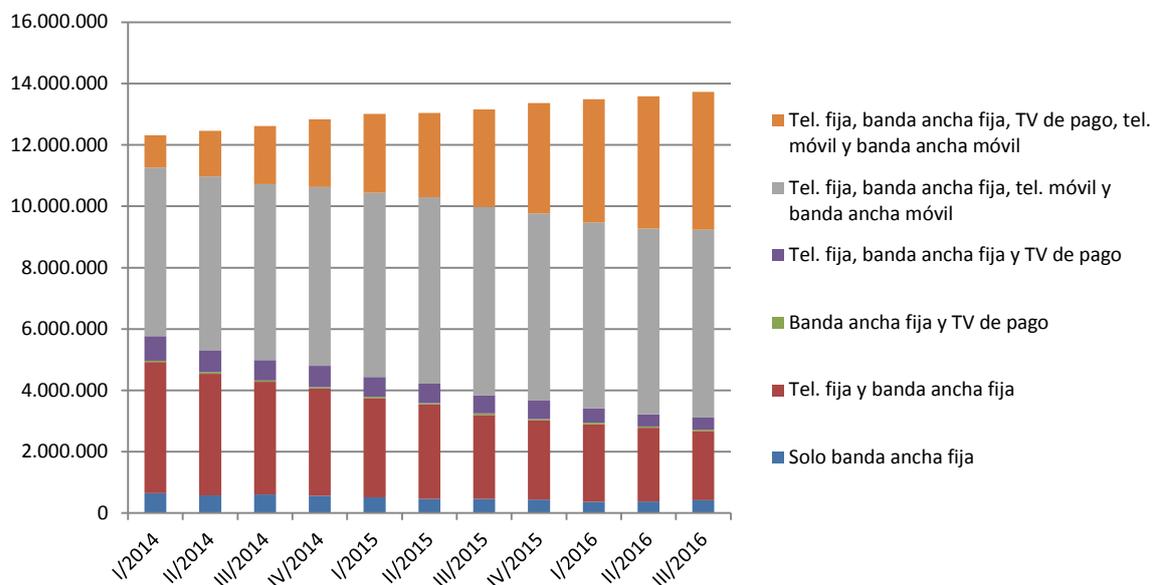
- Una actividad promocional muy intensa por parte de Telefónica tendría como resultado un incremento en el coste promocional medio por cliente y mes, lo que en último término podría desembocar en una reducción de los precios mayoristas de NEBA-local y NEBA.
- La mayor flexibilidad otorgada a Telefónica se traduce en un incremento de las obligaciones de información que este operador debe satisfacer, que se detallan en la Sección VII y en el Anexo II de este documento.

## V Aspectos específicos relativos al empaquetamiento de servicios

### V.1 CONSIDERACIONES PRELIMINARES

El mercado minorista de acceso a Internet de banda ancha se caracteriza por un elevado predominio de ofertas empaquetadas. De hecho, según los datos más recientes disponibles, el 97,97% de los accesos a Internet de banda ancha contratados se presentan en forma de paquetes.

**Gráfico 2.** Número de los accesos a Internet de banda ancha según el tipo de empaquetamiento en el que se presenten



Fuente: Informes Trimestrales CNMC.

En el mercado español es especialmente destacable el protagonismo de los empaquetamientos convergentes, que incluyen servicios de telefonía móvil, y que representan el 77,29% del total de conexiones de banda ancha. Los empaquetamientos convergentes que además incluyen el servicio de televisión de pago alcanzan un 32,78% del total de líneas de banda ancha, y se enmarcan en una tendencia creciente.

De hecho, el listado de productos BAU emblemáticos que figura en la sección III está integrado en su totalidad por empaquetamientos de servicios, todos ellos de carácter convergente fijo-móvil con la excepción del *Dúo 300Mbps*.

La DTSA considera que el análisis de replicabilidad de estos productos debe llevarse a cabo mediante un test de replicabilidad conjunta, que considere de manera global los ingresos y costes asociados a todos los servicios incluidos en

cada empaquetamiento. Es decir, se propone mantener el mismo criterio de análisis de la metodología de 2007.

## **V.2 VALORACIÓN DEL COMPONENTE DE TELEFONÍA FIJA**

Como se expuesto en el apartado anterior, la práctica totalidad de empaquetamientos de banda ancha se comercializan de manera conjunta con el servicio de acceso telefónico. A este respecto, cabe apuntar que los servicios mayoristas de banda ancha NEBA-local y NEBA posibilitan la prestación conjunta de ambos servicios.

Los costes que derivan del modelo BU-LRIC se han calculado teniendo en consideración esta circunstancia. Por tanto, 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.

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

- El coste de la originación del tráfico fijo puede determinarse basándose en el modelo BU-LRIC, considerando que se presta mediante VoIP.
- El coste de terminar las llamadas en terceros operadores se calculará 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.

## **V.3 VALORACIÓN DEL COMPONENTE DE TELEFONÍA Y BANDA ANCHA MÓVIL**

### **V.3.1 Referencia para determinar el coste correspondiente al componente móvil**

La valoración de los ingresos y costes correspondientes al componente móvil se hará tomando como referencia los contratos suscritos por Telefónica con los OMV a los que este operador preste el servicio mayorista de acceso y originación móvil. De entre estos contratos se seleccionará aquél que resultaría más eficiente en

caso de que un operador alternativo quisiera replicar los productos convergentes de Telefónica<sup>43</sup>.

De acuerdo con el criterio anterior, y teniendo en cuenta el perfil de tráfico de los clientes de los paquetes *Fusión*, se ha optado por el contrato que genere a un operador alternativo un coste más reducido. En este caso el operador seleccionado es LYCA. Por lo tanto, en el test de replicabilidad de los paquetes convergentes la valoración del coste de componente móvil se realizará a partir de los costes a los que se enfrentaría un operador que tuviera un contrato similar al de LYCA. No obstante, en función de (i) nuevos contratos que se suscriban, así como de las modificaciones que se produzcan en contratos vigentes o (ii) nuevos perfiles de tráfico móvil de los clientes de paquetes convergentes de Telefónica, en futuras Resoluciones de actualizaciones semestrales de parámetros podrá seleccionarse otro operador de conformidad con el criterio anteriormente expuesto.

En caso de que Telefónica no proveyera el servicio de acceso y originación móvil a ningún OMV susceptible de ser tomado como referencia, el componente móvil de Telefónica se valorará de acuerdo con el modelo de costes BU-LRIC de la CNMC<sup>44</sup>. También se optará por esta referencia si los costes que derivan de este modelo resultaran inferiores a los basados en los OMV de Telefónica.

### **V.3.2 Otras cuestiones sobre la valoración del componente móvil**

#### **V.3.2.1 Líneas móviles adicionales vinculadas a empaquetamientos convergentes**

Los empaquetamientos convergentes fijo-móvil que se comercializan en España suelen ofrecer a sus clientes la posibilidad de añadir líneas móviles adicionales, vinculadas al paquete convergente, a un precio más reducido que cuando se contrata una línea móvil de manera independiente. Los productos *Movistar Fusión*, por ejemplo, permiten asociar los siguientes tipos de líneas adicionales:

- Líneas móviles con una franquicia de llamadas móvil-móvil/móvil-fijo de ámbito nacional y 3GB de descarga de datos, por un precio de 32 euros mensuales (IVA incluido), que se añaden al precio correspondiente al empaquetamiento convergente contratado por el cliente.

---

<sup>43</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 tales como la propiedad del OMV –Tuenti, por ejemplo, es un OMV propiedad de Telefónica– o la representatividad en el mercado del operador que resultara seleccionado.

<sup>44</sup> Este modelo se emplea, por ejemplo, para la determinación de los precios de terminación móvil.

- Líneas móviles que permiten realizar llamadas de ámbito nacional por 0 céntimos por minuto (únicamente se factura un establecimiento de llamada de 25 céntimos de euro, IVA incluido), y que incluyen una franquicia de 200MB de datos móviles. Los clientes de *Movistar Fusión* pueden vincular gratuitamente una de estas líneas al empaquetamiento que tuvieran contratado.

Como se ha expuesto en el apartado 4.2.3, a la hora de determinar los ingresos y costes correspondientes a un producto, el ERT adopta una perspectiva de cliente. En consecuencia, el margen aportado por las líneas móviles adicionales debe formar parte de los elementos considerados a la hora de determinar el VAN del empaquetamiento convergente al que se vinculen.

A este respecto, resulta pertinente delimitar cuándo una línea móvil se considera vinculada a un empaquetamiento convergente y, por tanto, susceptible de aportar un margen al cálculo del VAN, sea éste positivo o negativo.

En el contexto del ERT, una línea móvil se considera vinculada a un empaquetamiento si:

- Para contratar la línea adicional, es preciso que el cliente tenga contratado un empaquetamiento de banda ancha convergente.
- La línea adicional tiene un precio incremental y/o prestaciones diferentes a la del resto de líneas móviles ofertadas por Telefónica Móviles<sup>45</sup>.
- El abandono por parte del cliente del empaquetamiento convergente acarrea la cancelación de la línea adicional o su reposicionamiento en una tarifa móvil de carácter general.

#### V.3.2.2 Promociones sobre el componente móvil

En el apartado IV.5 de la presente metodología se hace referencia a la determinación del importe **promocional medio anual** utilizado en la presente metodología. En el caso de los paquetes convergentes resultan especialmente relevantes las que recaen sobre el componente móvil, que han sido particularmente relevantes desde la generalización de los paquetes convergentes.

En relación con la subvención del terminal móvil, Telefónica está obligada a comunicar cualquier descuento que reciba el cliente en la adquisición del terminal móvil que disfruten sus clientes de banda ancha (independientemente de si la subvención se vincula a una línea principal o adicional de un empaquetamiento convergente). El importe correspondiente a estos descuentos se tendrá en cuenta a la hora de calcular el coste medio promocional por cliente y mes.

<sup>45</sup> A modo de ejemplo, se puede comparar la línea Vive 34 con la línea adicional Movistar Fusión.

Además de las promociones de subvención del terminal móvil, Telefónica ofrece regularmente a sus clientes de paquetes convergentes otras ofertas o descuentos que recaen sobre el componente móvil, como descuentos temporales en caso de contratar una línea adicional o el aumento de la franquicia de datos móviles en determinadas épocas del año.

Teniendo en cuenta lo anterior, conviene precisar que toda promoción que recaiga sobre el componente móvil de un paquete convergente se considera vinculada al paquete y, por tanto sometida al ERT. No resulta relevante que otros clientes de telefonía móvil de Telefónica, sin paquete convergente, reciban promociones con el mismo contenido.

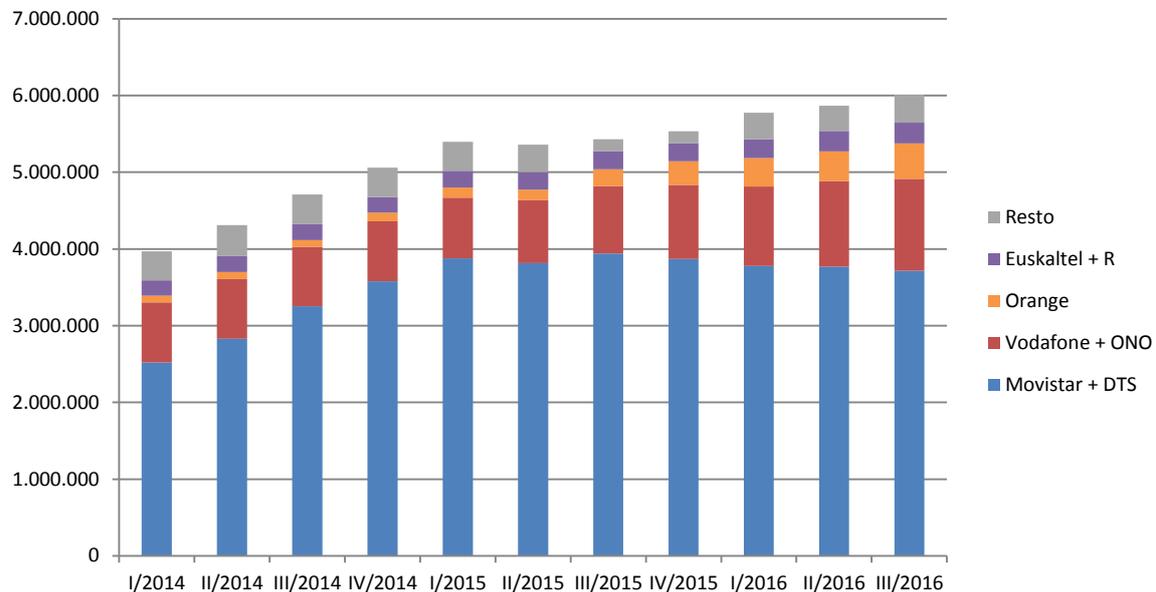
## V.4 VALORACIÓN DEL COMPONENTE AUDIOVISUAL

### V.4.1 Consideraciones previas

El servicio de televisión de pago se ha erigido como un elemento dinamizador de la competencia en el mercado de banda ancha, tanto en el caso de Telefónica como en el caso de los operadores alternativos. Telefónica, por ejemplo, incluye en sus paquetes *Fusión* de alto valor un paquete familiar de televisión de pago, que incluye más de 80 canales, así como otros canales como *BeIN Sports LaLiga*, *BeIN Sports Champions League*, *Movistar Series* y *Movistar Series Xtra*. Además, los clientes de Telefónica tienen la opción de contratar módulos adicionales de canales. El resto de operadores ofrecen a sus clientes una oferta de televisión de pago que comercializan de manera empaquetada con el servicio de acceso a Internet de banda ancha.

Según el *III Informe Trimestral 2016* de la CNMC, el número total de abonados al servicio de televisión de pago se sitúa por encima de los 6 millones, habiéndose incrementado un 66,09% desde el primer trimestre de 2014. El crecimiento del mercado de televisión de pago en España se explica fundamentalmente por la comercialización de este servicio por los operadores de banda ancha, que lo transmiten a través de sus respectivas redes de acceso.

**Gráfico 3.** Abonados de televisión de pago de los principales operadores de telecomunicaciones



Fuente: Informes Trimestrales CNMC.

La CNMC ha abordado el tratamiento de los empaquetamientos que incluyen el servicio de televisión de pago en diferentes Resoluciones de actualización de la metodología de 2007<sup>46</sup>. En estas Resoluciones se concretan los criterios aplicados a la hora de analizar este tipo de empaquetamientos, partiendo siempre de los principios generales de esta metodología. Por tanto, la CNMC cuenta con unos criterios consolidados –y conocidos por los agentes del mercado– para llevar a cabo el test de replicabilidad de los empaquetamientos de banda ancha que, en la actualidad, son los más relevantes en el mercado.

Por otro lado, en los compromisos asumidos por Telefónica en el marco de la operación de concentración Telefónica/DTS<sup>47</sup> se estableció que los precios de la oferta mayorista de canales Premium de Telefónica debe someterse a tres test de replicabilidad, siendo el primero de ellos de características similares al test de replicabilidad conjunta que se plantea en el ERT<sup>48</sup>.

<sup>46</sup> Ver por ejemplo la Resolución de la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC de 23 de julio de 2015, por la que se aprueba la revisión semestral de parámetros utilizados en la metodología del análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España S.A.U (expediente de referencia OFMIN/DTSA/15/282/Revisión de parámetros metodología\_14).

<sup>47</sup> Resolución del Pleno de la CNMC de 22 de abril de 2015 (expediente de referencia C/06/12/14/Telefónica/DTS).

<sup>48</sup> Según los compromisos el primero de estos test de replicabilidad “se realizará a partir de los precios mayoristas establecidos para cada canal, las políticas comerciales minoristas de Telefónica en relación con los paquetes de servicios que contienen dicho canal, los costes de comercialización minorista de los paquetes de servicios que contienen dicho canal de Telefónica y los costes de provisión del resto de servicios con los que Telefónica empaqueta el canal”.

La aplicación uniforme de unos mismos principios, criterios e *inputs* a la hora de realizar un mismo tipo de test de replicabilidad –en este caso, el test de replicabilidad conjunta– reduce el riesgo de incoherencias de las actuaciones que la CNMC realice desde distintas perspectivas jurídicas, conduciendo a una unidad de resultados. Asimismo, se traduce en un incremento de la seguridad jurídica para los distintos operadores que puedan verse sometidos a un test de replicabilidad llevado a cabo por esta Comisión.

Por esta razón, la citada Resolución de 23 de julio de 2015 adaptó la valoración de los contenidos audiovisuales *Premium* a lo dispuesto a este respecto en la Resolución de 22 de abril de 2015 en el expediente C/0612/14/Telefónica/DTS. La adaptación consistió en (i) considerar en el test la oferta mayorista de canales *Premium* de Telefónica, y (ii) utilizar como referencia el CPA de cada canal que figura en dicha oferta, conforme a lo dispuesto en la Resolución precitada.

La DTSA considera adecuado mantener en el ERT el mismo tratamiento del componente audiovisual que el de la metodología de 2007, de manera que se siga garantizando la coherencia en el test de replicabilidad que la CNMC realice tanto desde la perspectiva regulatoria como desde el Derecho de la Competencia.

#### **V.4.2 Costes de los canales y contenidos incluidos en el componente audiovisual**

##### **V.4.2.1 Canales sujetos a la oferta mayorista de Telefónica**

La valoración de los canales *Premium* sujetos a la oferta mayorista derivada del expediente C/0612/14/Telefónica/DTS se realizará conforme a los CPAs correspondientes a cada uno de ellos<sup>49</sup>.

Siguiendo el estándar de operador igualmente eficiente y los criterios de replicabilidad establecidos en el citado expediente C/0612/14/Telefónica/DTS, la valoración de los canales sujetos a la oferta mayorista no tendrá en cuenta los mínimos garantizados.

##### **V.4.2.2 Canales propios de Telefónica no sujetos a la oferta mayorista y plataforma YOMVI**

Además de los canales propios *Premium* sujetos a su oferta mayorista, Telefónica edita otros canales que también se incorporan a su oferta de televisión de pago<sup>50</sup>. Los contenidos emitidos en esos canales pueden ser de producción propia bien o adquiridos a terceros.

---

<sup>49</sup> En este contexto, el CPA es el precio nominal mensual por abonado relativo a los canales *Premium* de la oferta mayorista de Telefónica.

<sup>50</sup> Actualmente, estos canales son *Movistar DCine*, *Acción*, *MComedia*, *Cine Ñ*, *Xtra*, *Canal #0*, *Deportes 1*, *Deportes 2* y *Golf*.

Aun no estando sujetos al compromiso de ser incorporados a la oferta mayorista de canales, la producción propia resulta un elemento de primer orden de importancia en la estrategia competitiva de Telefónica. De hecho, según el último requerimiento de información semestral, la previsión de gasto de Telefónica para el año 2017 asciende a **[CONFIDENCIAL]** de euros. Desde una perspectiva temporal más amplia, Telefónica ha anunciado su previsión de invertir en torno a 70 millones de euros anuales sólo en series de producción propia<sup>51</sup>.

De acuerdo con el estándar de operador igualmente eficiente, el coste de los canales de producción propia se calculará en función de los importes en los que realmente incurre Telefónica. En concreto, para cada canal se determinará un coste medio mensual por cliente que tenga acceso al mismo. A la hora de calcular el VAN de los productos BAU emblemáticos sujetos al ERT, se considerará el coste de aquéllos canales incluidos en el componente audiovisual del producto.

Una vez establecido el criterio general de valoración, es preciso realizar una serie de precisiones adicionales. En primer lugar, para valorar los canales propios se adoptará una perspectiva prospectiva, pero limitando el horizonte temporal a un año. Es decir, se tendrán en cuenta los costes presupuestados para cada año natural, así como las plantas medias de clientes estimadas para el mismo periodo. Sin perjuicio de lo anterior, la CNMC requerirá a Telefónica en la revisión semestral de parámetros que aporte los costes devengados en los meses anteriores, para contrastar la información con la basada en lo presupuestado. En caso de detectarse discrepancias significativas, será posible realizar los ajustes que se estimen necesarios.

Adoptando este enfoque prospectivo se intenta guardar un equilibrio entre, por un lado, la necesidad de contar con una planta mínima de clientes para hacer rentable una inversión en contenidos audiovisuales sujeta a elevados costes fijos y, por otro, la seguridad en la información a la que ha de ajustarse el ERT.

En segundo lugar, a la hora de calcular el coste mensual por cliente de los canales de producción propia se considerarán los clientes que tienen contratado con Telefónica el acceso al canal de manera no empaquetada con el servicio de banda ancha. Es decir, el importe total correspondiente a la producción propia de un canal se dividirá entre el número total de clientes que acceden al mismo, independientemente de si se trata o no de clientes de banda ancha.

Por otro lado, se detraerán del coste correspondiente a cada canal los ingresos generados por publicidad, por licencias concedidas a terceros, o por ventas de los contenidos a través de otras formas de distribución<sup>52</sup>.

<sup>51</sup> [https://www.telefonica.com/documents/23283/111832373/NdP\\_LMG\\_UIMP16.pdf/70206cff-a4d7-49ce-886e-0c4407f65b97?version=1.0](https://www.telefonica.com/documents/23283/111832373/NdP_LMG_UIMP16.pdf/70206cff-a4d7-49ce-886e-0c4407f65b97?version=1.0)

<sup>52</sup> Un ejemplo de esto último serían los ingresos generados por la venta en formato físico (DVD, Blu-Ray) de una serie producida por Telefónica.

Finalmente, los criterios anteriores serán también de aplicación a la plataforma YOMVI.

#### V.4.2.3 Canales de terceros

Telefónica incluye en su oferta de televisión de pago canales producidos por terceros. Actualmente, los más relevantes de ellos son los denominados *Bein Sports LaLiga* y *Bein Sports Champions League*. La valoración de estos canales se realizará en función de los precios pagados por Telefónica para disfrutar de la licencia de emisión de los mismos. Por lo demás, se aplicarán los mismos criterios expuestos en el apartado anterior.

### **V.4.3 Costes de red del servicio de televisión de pago**

Además de los costes correspondientes a los contenidos, el ERT debe también considerar el coste correspondiente a los elementos de red necesarios para la prestación del servicio de televisión de pago.

#### V.4.3.1 Red MAN Ethernet

Los costes de la red MAN Ethernet han sido estimados dentro del modelo de BU-LRIC, su resultado figura en la tabla 4, presentada en la tabla IV.4.1.

#### V.4.3.2 Costes de red del resto de componentes

Además de los costes de la red MAN Ethernet, es necesario tener en cuenta el coste de los elementos de IPTV no asociados a la red, tales como mantenimiento y activación del servicio, nodos TV y transporte, o coste de instalación minorista de IPTV. Para determinar estos costes, se ha recurrido a la información procedente de la última contabilidad regulatoria disponible, que corresponde al año 2015.

**[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]**

**Tabla 6.** Coste imputable a los elementos de red considerados en el modelo

	IPTV <sup>53</sup>	OTT
921801126 - <b>Mantenimiento servicio IPTV</b>	[...]	[...]
921801195 - <b>Activación servicio IPTV</b>	[...]	[...]
92180225 - <b>Nodos específicos TV</b>	[...]	[...]
921803210 - <b>Transporte plataformas de servicios</b>	[...]	[...]
92180341 - <b>Transporte Nodos servicio IPTV</b>	[...]	[...]
921804 – <b>Funciones añadidas</b>	[...]	[...]
921805 – <b>Otras funciones</b>	[...]	[...]
92180622 - <b>Instalación servicio IPTV</b>	[...]	[...]
<b>Total costes</b>	[...]	[...]

Conforme al último requerimiento de información mensual disponible, correspondiente al mes de diciembre de 2016, se ha utilizado un total **[CONFIDENCIAL]** clientes IPTV. Para clientes OTT se ha utilizado un total de **[CONFIDENCIAL]** clientes. Por tanto, dividiendo los costes totales entre las plantas se clientes respectivas de IPTV y OTT, se obtienen unos costes de red, adicionales a los correspondientes al transporte MAN Ethernet, de **[CONFIDENCIAL]** en el caso de servicios IPTV y de **[CONFIDENCIAL]** para servicios OTT.

#### **V.4.4 Promociones sobre el componente audiovisual**

En ocasiones, Telefónica lanza promociones consistentes en el acceso gratuito, durante un periodo limitado, a su todo o parte de su oferta de televisión de pago, con el objeto de dar a conocer a sus potenciales clientes de los canales y contenidos incluidos en ella.

Estas ofertas deberán ser notificadas a la CNMC, al igual que ocurre con el resto de promociones de Telefónica. El coste de las mismas se basará en el precio minorista de los contenidos a los que se les da acceso y en el tiempo en el que el descuento está en vigor<sup>54</sup>.

<sup>53</sup> Las cantidades que figuran en la tabla resultan de sumar los servicios 98004221 (IPTV Conexión), 98004223 (IPTV Abono), 98004224 (IPTV contenidos bajo demanda) y 98004225 (IPTV – Otros)

<sup>54</sup> Por ejemplo, una promoción consistente en la gratuidad durante 3 meses del componente *Premium Extra* dirigida a clientes de paquetes *Fusión* deberá ser notificada a la CNMC, imputándosele un coste de 161,15 euros (esto es, 53,71 euros mensuales de precio incremental sin IVA de componente *Premium Extra* por tres meses de gratuidad de la promoción)

## **V.5 VALORACIÓN DE OTROS ELEMENTOS QUE SE PRESENTEN EMPAQUETADOS CON EL SERVICIO DE ACCESO A INTERNET DE BANDA ANCHA**

En general, Telefónica empaqueta su servicio de banda ancha con los servicios a los que se refieren los apartados anteriores. No obstante, en alguna ocasión se han notificado productos de banda ancha en los que se empaquetan otros componentes, como software.

En caso de que un producto BAU emblemático contenga otro servicio, éste se valorará en función del coste en el que incurre Telefónica. Para poder realizar la estimación de este coste, la CNMC podrá requerir cuanta información estime necesaria (como por ejemplo, los contratos suscritos con posibles proveedores del servicio empaquetado).

## **VI Aspectos procedimentales del test de replicabilidad**

### **VI.1 CONSIDERACIONES PREVIAS**

En los siguientes apartados se perfilan determinados aspectos procedimentales del test de replicabilidad económica. En particular, resulta preciso abordar las siguientes cuestiones:

1. el análisis de la obligación de comunicación de ofertas tal y como aparece configurada en la Resolución de los mercados 3 y 4;
2. la concreción del contenido de la obligación de comunicación, en particular en lo relativo a (i) las ofertas comerciales disponibles exclusivamente en zona BAU y (ii) las ofertas y empaquetamientos de carácter no indefinido;
3. el alcance del test de replicabilidad;
4. el control semestral del catálogo de productos emblemáticos;
5. las consecuencias de no superar el test de replicabilidad;
6. la modificación por Telefónica de los precios de las ofertas NEBA-local y NEBA.

### **VI.2 OBLIGACIÓN DE COMUNICACIÓN DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA**

La Resolución de los mercados 3 y 4 impone a Telefónica una serie de obligaciones en materia de comunicación de sus ofertas minoristas dirigidas al segmento residencial y comercializadas sobre la base de la red de fibra óptica. En concreto, Telefónica debe comunicar a la CNMC los precios y condiciones aplicables a los servicios BAU emblemáticos (tal y como los mismos aparecen delimitados en la Resolución de los mercados 3 y 4 así como en la presente Resolución) con al menos un mes de antelación a su aplicación/comercialización efectiva.

La Resolución de los mercados 3 y 4 recoge asimismo el contenido mínimo de la información que Telefónica, en tanto operador con PSM en los mercados de referencia, debe suministrar a la CNMC para que este organismo pueda efectuar el análisis de replicabilidad correspondiente. Dicho contenido mínimo está desarrollado en el Anexo IV del presente informe.

## **VI.3 CONCRECIÓN DEL CONTENIDO DE LA OBLIGACIÓN DE COMUNICACIÓN DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA**

La Resolución de los mercados 3 y 4 establece que el lanzamiento de las ofertas y empaquetamientos de carácter indefinido (denominados en este documento como “productos”) debe ser notificado a la CNMC un mes antes del inicio de su comercialización efectiva.

Se efectúan a continuación una serie de consideraciones en lo que se refiere a (i) la disponibilidad de ofertas exclusivamente en zona BAU; (ii) la comunicación de las ofertas y empaquetamientos de carácter no indefinido.

### **VI.3.1 Ofertas comerciales disponibles exclusivamente en zona BAU**

La Resolución de los mercados 3 y 4 impone a Telefónica la obligación de poner a disposición de terceros operadores los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA en aquellas áreas geográficas que no forman parte de la zona BAU<sup>55</sup>. Estos dos servicios mayoristas (NEBA-local y NEBA) constituyen asimismo la base sobre la que se articula el test de replicabilidad económica que la CNMC debe aplicar a las ofertas minoristas de Telefónica basadas en su red de fibra óptica.

Por su parte, las obligaciones de comunicación impuestas a Telefónica tienen un contenido más amplio, sin que exista diferenciación alguna en función del ámbito geográfico de las ofertas (zona BAU o zona no BAU). Este criterio resulta acorde con la política comercial mantenida hasta la fecha por Telefónica, donde en general sus ofertas minoristas han tenido un alcance nacional. Procede por otra parte recordar que el resto de obligaciones regulatorias vigentes sobre la red de fibra óptica de este operador (y en particular, la obligación de garantizar el acceso a sus canalizaciones y conductos a partir de la oferta MARCo) se aplican indistintamente en toda la geografía española.

Dado este alcance más amplio de la obligación de comunicación, Telefónica está obligada a comunicar a la CNMC todas las ofertas comerciales soportadas sobre su red de fibra óptica que tenga previsto lanzar al mercado, con independencia de su ámbito geográfico. Es decir, la obligación de comunicación resultará por ejemplo aplicable en el supuesto de que Telefónica decida comercializar en la zona BAU ofertas minoristas diferenciadas de las ofertas que comercializa en el resto del territorio nacional.

La obligación de comunicación de las ofertas diferenciadas que Telefónica pueda poner a disposición de sus clientes en la zona BAU permitirá a la CNMC hacer un

---

<sup>55</sup> Cabe en todo caso recordar que la unidad geográfica de referencia para la aplicabilidad de las obligaciones relativas al servicio mayorista NEBA es en principio la central local.

seguimiento del desarrollo del mercado y de la competencia a nivel minorista también en dicha área geográfica.

Cabe en todo caso clarificar que, de conformidad con lo previsto en la Resolución de los mercados 3 y 4, en dichos supuestos la CNMC no realizará un test de replicabilidad con anterioridad al lanzamiento comercial de la oferta. Las ofertas destinadas exclusivamente a la zona BAU se analizarán mediante la tramitación de un procedimiento específico sólo en caso de que se detecten indicios de incumplimiento de las obligaciones a las que Telefónica está sujeta. Dicho procedimiento se podría incoar de oficio –esto es, por iniciativa de la propia CNMC– o bien a instancia de parte, cuando así lo requiera un operador alternativo. En principio, la apertura del procedimiento tendría lugar con posterioridad al lanzamiento de la oferta minorista al mercado). Habida cuenta de los insumos mayoristas que están disponibles en la zona BAU, en estos casos el test de replicabilidad se realizará tomando como *input* de referencia la oferta mayorista de acceso a conductos y registros (oferta MARCo) de Telefónica.

### **VI.3.2 Ofertas y empaquetamientos de carácter no indefinido**

En relación con las ofertas de carácter no indefinido comercializadas sobre la red de fibra óptica, la Resolución de los mercados 3 y 4 indica que será en el seno del presente procedimiento, en virtud del cual se aprueba la metodología para la determinación del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica, donde tendrá lugar *“la determinación del mecanismo para verificar si las promociones realizadas por Telefónica con respecto a cada servicio BAU emblemático no supera el VAN correspondiente”*.

A este respecto, y desde un punto de vista procedimental, se considera necesario que Telefónica comunique igualmente con al menos 15 días de antelación a su aplicación/comercialización efectiva los precios y condiciones aplicables a sus ofertas de carácter no indefinido comercializadas sobre su red de fibra óptica.

De esta manera, se proceden a alinear los plazos de comunicación de las ofertas de carácter no indefinido con independencia de la red que soporte el servicio, resultando el plazo de 15 días más proporcionado que el plazo general contemplado en la Resolución de los mercados 3 y 4 para los servicios BAU emblemáticos (en principio, un mes).

De conformidad con lo previsto en el epígrafe anterior, los plazos así delimitados para la comunicación de ofertas de carácter no indefinido resultarán de aplicación con independencia del ámbito geográfico en que se comercialicen dichas ofertas (a nivel nacional o en áreas específicas de la geografía española, incluyendo por ejemplo promociones dirigidas exclusivamente a la zona BAU).

La comunicación de las ofertas y empaquetamientos de carácter no indefinido tendrá lugar a efectos informativos, con el objetivo de que la CNMC pueda llevar a

cabo su labor de control en los términos previstos en el presente informe para las acciones comerciales de carácter temporal. Es decir, tal y como se expone en la presente propuesta, el mecanismo de control pre-lanzamiento (con anterioridad a su comercialización efectiva) que resulta de aplicación a determinadas ofertas de carácter indefinido de Telefónica no se extenderá a las ofertas comerciales de Telefónica de carácter no indefinido, y que serán objeto de un tratamiento específico.

## VI.4 ALCANCE DEL TEST DE REPLICABILIDAD

### VI.4.1 Ofertas y empaquetamientos de carácter indefinido

Tal y como se ha indicado en el epígrafe anterior, Telefónica debe comunicar a la CNMC todos sus productos de banda ancha de carácter indefinido prestados sobre la red de fibra óptica con al menos un mes de antelación a su comercialización efectiva.

En ese momento, pueden darse dos situaciones:

a) el producto BAU comunicado consiste en la modificación de un producto anterior ya calificado como emblemático, o bien conlleva una migración de los clientes de productos BAU emblemáticos. Sobre este producto resultaría por consiguiente de aplicación el **segundo criterio** descrito en el apartado III.2.2.2 del presente informe, y el producto comunicado sería calificado como emblemático.

En este supuesto, el producto BAU emblemático comunicado se someterá de manera inmediata (y con carácter previo a su lanzamiento) al test de replicabilidad aquí desarrollado, conforme a los valores vigentes en el momento del análisis. En caso de que no se supere el test, Telefónica no podrá comercializar el producto BAU comunicado hasta que no reduzca los precios mayoristas y garantice así la replicabilidad del producto a partir de cada de los servicios regulados (NEBA-local y NEBA fibra).

b) El producto BAU comunicado no se encuadra en el segundo criterio. Por consiguiente, el producto no se somete de manera inmediata (y con carácter previo a su lanzamiento) al test de replicabilidad.

Sin embargo, en el contexto de las revisiones de los parámetros de la metodología que la CNMC debe acometer periódicamente, y que se detallan a continuación, el producto comunicado podría ser calificado como emblemático conforme a los **criterios 1 o 3**, siempre que se cumplan las condiciones establecidas para ello. Si esto ocurriera, en el mismo expediente de actualización de parámetros tendría lugar el análisis de replicabilidad del producto calificado como emblemático.

Al margen de lo anterior, la CNMC mantiene la facultad de acordar la apertura de un expediente específico en el cual se podría calificar un producto BAU como “emblemático”, mediante el criterio 3, y proceder al análisis de su replicabilidad. Este mecanismo operaría con solamente carácter excepcional, si Telefónica adoptara alguna medida en el mercado minorista (como la presentación de un producto altamente disruptivo) cuyo elevado impacto en los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA requiriera una intervención inmediata por parte de la CNMC.

#### **VI.4.2 Ofertas y empaquetamientos de carácter no indefinido**

En relación con las ofertas y empaquetamientos de carácter no indefinido, la CNMC procederá periódicamente a adoptar una Resolución de revisión de los parámetros de la metodología, donde se especificarán los componentes esenciales que deben regir el análisis de este tipo de acciones comerciales (incluyendo en particular la determinación del importe promocional medio por cliente y mes<sup>56</sup>).

El análisis de las ofertas y empaquetamientos de carácter no indefinido no se producirá por consiguiente con anterioridad a la comercialización efectiva de los mismos, sino en un momento posterior (pudiendo dar lugar a una revisión a la baja de los precios mayoristas de los insumos regulados, en el supuesto de que el incremento de la actividad promocional de Telefónica en un determinado período dé lugar a situaciones de falta de replicabilidad durante el periodo analizado).

#### **VI.5 Control semestral del catálogo de productos emblemáticos**

Como se ha visto, y en línea con la práctica decisional de este organismo hasta la fecha, la CNMC adoptará con carácter periódico una Resolución, donde procederá a revisar los parámetros esenciales del test de replicabilidad económica.

En la citada Resolución, y sobre la base de la información que Telefónica tiene la obligación de aportar a la CNMC (y que aparece recogida en el Anexo IV del presente documento) se revisará asimismo el conjunto de productos emblemáticos comercializados por Telefónica hasta ese momento.

Por tanto, en las revisiones periódicas la CNMC:

- Procederá a actualizar el listado de productos emblemáticos, incluyendo

---

<sup>56</sup> El importe promocional medio se calculará a partir de los datos de clientes captados en cada una de las promociones comunicadas por Telefónica a lo largo de los doce meses anteriores.

- a. los productos que deben ser analizados de conformidad con los criterios 1 y 3 (y que serán especificados en la propia Resolución de revisión);
  - b. los productos emblemáticos que en el semestre anterior han sido objeto de revisión con carácter previo a su lanzamiento (conforme al criterio 2).
- Incluirá la información actualizada sobre costes y consumos (y restantes parámetros que configuran la presente metodología de análisis). De manera particular, se determinará el importe promocional medio vigente en cada momento.
  - Calculará, conforme a los valores actualizados, los VAN correspondientes a los productos BAU emblemáticos.
  - Determinará el precio medio mayorista correspondiente a los servicios NEBA-local y NEBA, en los términos señalados en la el apartado II.5 de la presente Resolución.
  - Especificará los productos emblemáticos en vigor que –en su caso– no superan el test de replicabilidad, lo que dará lugar a la reducción temporal de los precios de la oferta NEBA-local o NEBA.

Los productos no emblemáticos no serán objeto de análisis en las revisiones periódicas que la CNMC debe acometer.

Estas revisiones se realizarán en principio con carácter semestral (en línea con los plazos de revisión vigentes hasta la fecha). No obstante, sobre la base de la experiencia adquirida, la CNMC podrá acordar en la correspondiente Resolución de revisión de los parámetros de la metodología que las sucesivas revisiones se efectúen con una periodicidad mayor (por ejemplo, anual) si la evolución del mercado así lo aconseja.

## **VI.6 CONSECUENCIAS DE NO SUPERAR EL TEST DE REPLICABILIDAD**

### **VI.6.1 No superación del test de replicabilidad en el contexto de la comunicación de una migración directa o indirecta que afecte a productos emblemáticos BAU**

En el caso de los servicios comercializados por Telefónica que se encuadran dentro del **segundo criterio**, la CNMC realizará el análisis de replicabilidad de los citados servicios de manera inmediata (con anterioridad a su lanzamiento comercial).

Por tanto, en caso de que se detecte una situación de falta de replicabilidad, y dado que dicha situación persistiría en el caso de que la oferta se lanzase al mercado, la oferta planteada por Telefónica no será susceptible de comercialización hasta el momento en que este operador ajuste las tarifas mayoristas a fin de garantizar la replicabilidad de la misma.

Este planteamiento está por tanto en línea con la actuación regulatoria ya prevista para las ofertas comerciales de Telefónica conforme a la metodología vigente.

#### **VI.6.2 No superación del test de replicabilidad en la actualización de parámetros**

En relación con los servicios comercializados por Telefónica que se encuadran en el **primer o tercer criterio**, en el caso de que en la correspondiente Resolución de revisión de los parámetros de la metodología se detecten instancias de ausencia de replicabilidad, la CNMC procederá a ajustar los precios de los servicios mayoristas afectados a fin de garantizar la replicabilidad de las ofertas de Telefónica.

En principio, la componente del precio que será objeto de modificación por la CNMC será la cuota de acceso mensual de los servicios mayoristas afectados (NEBA-local y/o NEBA).

### **VI.7 MODIFICACIÓN POR TELEFÓNICA DE LOS PRECIOS DE LAS OFERTAS NEBA-LOCAL Y NEBA**

En relación con los insumos mayoristas NEBA-local y NEBA fibra, la Resolución de los mercados 3 y 4 somete dichos insumos a un test de replicabilidad económica, correspondiendo en última instancia a Telefónica la determinación del precio mayorista de referencia.

A este respecto, el VAN de los servicios BAU emblemáticos permite delimitar en cada momento el precio mayorista máximo que Telefónica puede fijar por la provisión de los servicios regulados<sup>57</sup>. Dentro de estos márgenes, Telefónica tiene flexibilidad para modificar los precios de los componentes de la estructura tarifaria que rige el acceso al NEBA-local y NEBA fibra, sin perjuicio de las consideraciones efectuadas en el apartado II.3.3.3 sobre los criterios de razonabilidad que deben guiar la fijación del precio de los servicios de carácter auxiliar.

---

<sup>57</sup> El precio mayorista máximo será el precio máximo que garantice que el VAN de todos los servicios BAU emblemáticos de Telefónica es igual o superior a cero.

Según prevé la Resolución de los mercados 3 y 4, Telefónica en cualquier caso debe *“hacer públicos en todo momento a los operadores terceros los precios del servicio NEBA-local así como sus modificaciones, mediante la publicación de dichos precios en la oferta de referencia que este operador debe poner a disposición de terceros. Los precios del servicio NEBA-local, así como cualquier modificación que se pueda producir respecto de los mismos, deberán ser asimismo comunicados a la CNMC”*<sup>58</sup>.

Por otra parte, la Resolución de los mercados 3 y 4 alinea la entrada en vigor de los nuevos precios mayoristas propuestos por Telefónica con la valoración de los mismos por la CNMC conforme al test de replicabilidad económica, al señalar que *“las modificaciones que Telefónica pueda efectuar en relación con los precios del servicio NEBA-local no resultarán de aplicación hasta el momento en que la CNMC haya verificado la replicabilidad económica de las ofertas comerciales de Telefónica ya existentes sobre la base de los nuevos precios”*<sup>59</sup>.

Resulta por consiguiente necesario reconciliar la libertad que tiene Telefónica para modificar el precio de acceso a los servicios regulados NEBA-local y NEBA con la verificación por la CNMC de la compatibilidad de los nuevos precios con el test de replicabilidad económica. A la hora de llevar a cabo este ejercicio, resulta asimismo pertinente tomar en consideración las expectativas de los operadores alternativos, los cuales deben operar en el mercado en unas ciertas condiciones de predictibilidad a la hora de realizar sus ofertas minoristas, que podrían verse alteradas en el supuesto de que Telefónica pudiera unilateralmente modificar sus precios en cualquier momento.

Teniendo en cuenta estos elementos, se considera que cualquier propuesta de modificación del precio de los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA fibra por parte de Telefónica deberá ser objeto de un tratamiento específico por la CNMC en el marco de las Resoluciones semestrales de revisión de los parámetros de la metodología, sin que los nuevos precios puedan entrar en vigor hasta el momento de su adopción. Será asimismo en las citadas Resoluciones de revisión de los parámetros de la metodología donde se procederá a recalcular los VAN para los productos comercializados por Telefónica, y se especificarán los nuevos precios mayoristas máximos que resultarán de aplicación conforme a las nuevas tarifas mayoristas.

En los mismos términos, cualquier nueva estructura de precios de los servicios NEBA-local y NEBA planteada por Telefónica deberá ser objeto de valoración por la CNMC dentro del correspondiente expediente de revisión semestral de los parámetros de la metodología. A estos efectos, Telefónica deberá remitir a la CNMC su nueva propuesta de estructura tarifaria, junto con la información que

<sup>58</sup> Las mismas consideraciones son asimismo aplicables al servicio NEBA.

<sup>59</sup> Las mismas consideraciones son asimismo aplicables al servicio NEBA.

este operador está obligado a comunicar conforme a los requerimientos de información semestrales.

En opinión de la DTSA, el que las modificaciones de precios de las ofertas NEBA-local y NEBA sean tratadas en el marco de las revisiones semestrales de parámetros permiten mantener el equilibrio entre, por un lado, la flexibilidad que la Resolución de los mercados de banda ancha otorga a Telefónica para fijar los precios mayoristas de sus servicios y, por otro, garantizar la cierta estabilidad a los operadores alternativos que diseñen su catálogo de servicios minoristas de banda ancha a partir de las ofertas NEBA-local y NEBA. Se debe tener presente, además, que la tramitación de un expediente para verificar los precios modificados de estas ofertas mayoristas se solaparían en el tiempo, con alta probabilidad, con las revisiones de actualización semestral de parámetros (que suelen tener un periodo de tramitación de unos 4 meses).

## **VI.8 SUMINISTRO PERIÓDICO DE INFORMACIÓN POR PARTE DE TELEFÓNICA**

Además de la comunicación con carácter previo la comercialización de sus productos y promociones, Telefónica debe también responder semestralmente a un requerimiento de información sobre, entre otras cuestiones, los tráficos, ingresos, costes y clientes de este operador. El objetivo de este requerimiento es que la CNMC cuente con información actualizada para poder llevar a cabo el test de replicabilidad económica de los productos BAU emblemáticos de Telefónica.

El Anexo IV del presente documento recoge el contenido del requerimiento de información semestral. En función de la aparición de nuevos tipos de productos o de la propia evolución de mercado, el contenido de dicho requerimiento puede ser modificado en el futuro.

Para otorgar a Telefónica el tiempo necesario para dar respuesta al requerimiento se considera adecuado ampliar el plazo a dos meses desde el inicio del semestre de referencia. Por tanto, la información deberá estar en disposición de esta Comisión antes de los días 1 de septiembre y 1 de marzo de cada año.

La información del requerimiento semestral se aplicará sin perjuicio de la consideración de datos procedentes de requerimientos de información de carácter complementario, que pueden tener como objeto la utilización de datos más actualizados sobre parámetros específicos del test de replicabilidad sujetos a mayor variabilidad (por ejemplo, consumos de banda ancha móvil, o costes del servicio de televisión de pago).

## VII Metodología de análisis ex ante de las ofertas de cobre

### VII.1 INTRODUCCIÓN

La Resolución de los mercados 3 y 4 señala que “*en relación con las ofertas minoristas dirigidas al segmento residencial y comercializadas sobre la base de la red de cobre de Telefónica, serán de aplicación las disposiciones contenidas en la Resolución de 26 de julio de 2007, por la que se adopta la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica (AEM 2006/1486)*”. Es decir, la metodología vigente seguirá siendo de aplicación.

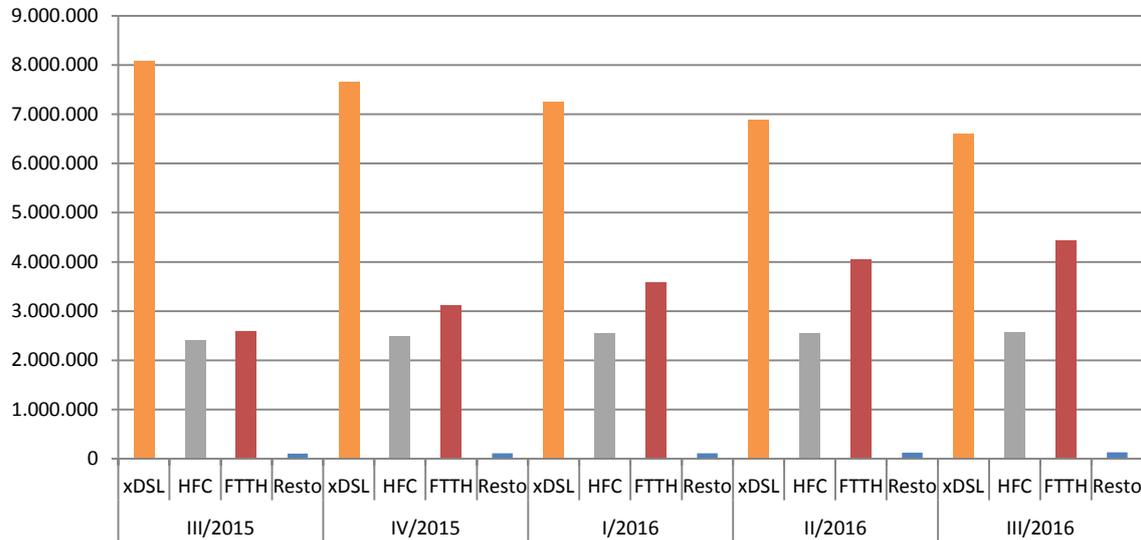
La continuidad en la vigencia de la metodología de 2007 para las ofertas de cobre se explica por la diferente naturaleza entre el test de replicabilidad previsto en ésta, por un lado, y el ERT que se vincula a los servicios NEBA-local y NEBA fibra. Así, mientras el ERT se enmarca en el contexto de flexibilidad de precios para las ofertas mayoristas de fibra, el test de replicabilidad definido en la metodología de 2007 se vincula a unas ofertas mayoristas que están orientadas a costes.

No obstante, existen razones suficientes para introducir determinadas modificaciones en la metodología de 2007 que la alineen con el ERT, siempre teniendo en cuenta las diferencias existentes entre ambos modelos.

En primer lugar, las condiciones competitivas de los productos de banda ancha prestados sobre la red de cobre han cambiado sensiblemente en los últimos años, hasta el punto de que éstos ya no protagonizan el desarrollo competitivo en los mercados minoristas de banda ancha. En lo que respecta a nuevos clientes, todos los operadores siguen una clara estrategia de priorización de la fibra sobre el cobre, quedando este último limitado a aquellas zonas donde no tengan cobertura de fibra. En el caso de Telefónica, por ejemplo, sólo el **[CONFIDENCIAL]** de las altas de nuevos clientes que tuvo en el mes de diciembre de 2016 contrataron productos prestados sobre la red de cobre. A título ilustrativo se puede destacar que las páginas webs de los operadores no publicitan activamente los productos de cobre.

Los datos publicados por la CNMC en sus informes trimestrales confirman esta tendencia. El siguiente gráfico muestra la reducción que están experimentando los accesos de cobre que contrasta con el incremento de líneas FTTH.

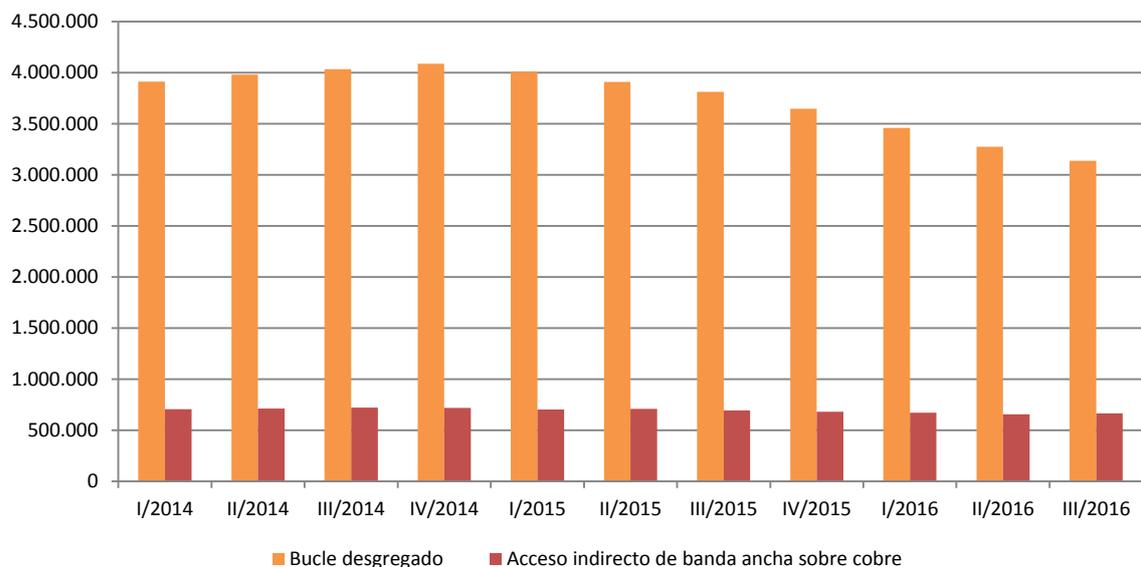
**Gráfico 4.** Líneas de banda ancha por tecnología de acceso



Fuente: Informes Trimestrales CNMC.

A nivel mayorista también se observa cómo el número de líneas correspondientes a servicios basados en el cobre han declinado notablemente en los últimos años. Por ejemplo, como se observa en el gráfico, entre el primer trimestre de 2014 y el tercero de 2016, los bucles desagregados se redujeron un 19,76%.

**Gráfico 5.** Número de líneas mayoristas de banda ancha de cobre



Fuente: Informes Trimestrales CNMC.

En este contexto, un control de replicabilidad tan exhaustivo como el que actualmente sigue la CNMC, que analiza cada producto y cada promoción de manera individual, puede resultar desproporcionado.

Por otro lado, el ERT y la metodología de 2007 comparten elementos comunes. En aras a la consistencia interna de las actuaciones de la CNMC, es deseable que los principios utilizados en ambos test se encuentren alineados entre sí, y los parámetros empleados en el cálculo del VAN sean los mismos.

Por tanto, a la vez que se apruebe el ERT se introducirán una serie de cambios en la metodología de 2007. Previamente, se efectúan una serie de consideraciones sobre la Resolución de 30 de mayo de 2013, por la cual se aprueba la revisión de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica, a los efectos de clarificar el *estatus* de la misma.

## **VII.2 RESOLUCIÓN DE 30 DE MAYO DE 2013.**

La Resolución de 30 de mayo de 2013, por la cual se aprueba la revisión de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales sobre cobre de Telefónica (expediente MTZ 2012/2259), reconocía que la evolución de la metodología en los términos allí previstos requería de una modificación sustancial de los procedimientos desarrollados hasta ese momento por el regulador sectorial.

En particular, según señalaba la Resolución precitada, la entrada en vigor de los nuevos criterios de análisis estaba supeditada a la realización de cambios importantes en la información que Telefónica debía suministrar al regulador sectorial, así como en la manera en que debía llevarse a cabo la revisión y monitorización posterior de dicha información.

Por consiguiente, la Resolución de 30 de mayo de 2013 indicaba que la nueva metodología no resultaría de aplicación con carácter exclusivo a las ofertas comerciales de Telefónica hasta el momento en que el regulador sectorial declarara expresamente (por medio de una Resolución) la finalización del período de convivencia con la metodología que había estado vigente desde el año 2007<sup>60</sup>.

A este respecto, como es bien conocido, la CNMC no ha procedido a efectuar hasta la fecha la declaración en virtud de la cual resultaría de aplicación exclusiva la Resolución de 30 de mayo de 2013. En efecto, dicha Resolución se dictó en un momento en que las ofertas de Telefónica prestadas a partir de su red de cobre seguían constituyendo el eje de su política minorista. Esta realidad comercial se ha visto radicalmente transformada a partir del año 2013, al ir adquiriendo las ofertas comercializadas sobre la red de fibra óptica de Telefónica paulatinamente

---

<sup>60</sup> En virtud de la Resolución de 26 de julio de 2007, por la que se adopta la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica (AEM 2006/1486), así como sus sucesivas actualizaciones.

una mayor prominencia, hasta constituir en la actualidad el eje de la actividad comercial de este operador.

Dada esta nueva situación a nivel minorista, no resulta proporcionado exigir de Telefónica que acometa los desarrollos que la Resolución de 30 de mayo de 2013 planteaba para la supervisión por la CNMC de sus ofertas minoristas de cobre, dada la paulatina pérdida de peso de dichas ofertas en la cartera comercial de este operador (siendo ésta una tendencia que sin duda se consolidará en el medio y largo plazo).

A este respecto, y como se detalla en el presente documento, se considera que resulta más conveniente proceder a revisar la metodología que para las ofertas de cobre se ha mantenido vigente –con sucesivas modificaciones– desde el año 2007, a fin de adaptar la misma a los procedimientos y criterios que en la presente Resolución se plantean para las ofertas comercializadas sobre la red de fibra óptica de Telefónica.

### **VII.3 REPLICABILIDAD DE LAS OFERTAS PRESTADAS SOBRE LA RED DE COBRE.**

#### **VII.3.1 Servicios mayoristas de referencia.**

De conformidad con lo previsto en la Resolución de los mercados 3 y 4, los insumos mayoristas a tomar en consideración para el análisis de replicabilidad son:

- a) Acceso desagregado al bucle y sub-bucle de cobre de ámbito nacional.
- b) NEBA cobre en las centrales locales de la zona 2 (mercado 3b\_2).

El análisis de replicabilidad de los productos de cobre continuará utilizando el *mix* vigente de servicios mayoristas.

#### **VII.3.2 Servicios minoristas de referencia.**

El control de replicabilidad de los productos y paquetes de banda ancha prestados sobre la red de cobre se limitará a los productos emblemáticos de cobre, para cuya definición se aplicarán los criterios expuestos en la sección III para los productos de fibra. Una vez que las modificaciones que se introducen en el presente documento entren en vigor, la CNMC publicará en las revisiones de parámetros el listado actualizado de productos emblemáticos de cobre.

Los productos de cobre que no sean calificados como emblemáticos no serán sometidos al test de replicabilidad.

### **VII.3.3 Criterios generales del análisis de replicabilidad de los productos emblemáticos de cobre.**

El análisis de replicabilidad de los productos emblemáticos de cobre se alineará con los principios descritos en el presente documento para el test de replicabilidad económica. Se utilizan todos los criterios que se describen en el apartado IV y V. Es decir, se calculará el VAN de cada producto emblemático de cobre, que deberá ser positivo para que el éste sea considerado replicable. Como principal diferencia, el cálculo del VAN de los productos de cobre continuará utilizando un horizonte temporal de 27 meses, frente a los 60 que se toman para determinar el de las ofertas de fibra<sup>61</sup>. Además, para el análisis de replicabilidad de las ofertas de banda ancha prestadas a través de la red cobre la referencia mayorista será, como hasta ahora, un *mix* basado en el uso por parte de los operadores alternativos de los servicios de bucle desagregado y acceso indirecto de banda ancha. El coste del servicio de acceso indirecto que se tendrán en cuenta en el análisis de replicabilidad será el del servicio NEBA cobre.

Al igual que en el caso de las ofertas de fibra, el cálculo del VAN de los productos de cobre emblemáticos introducirá como elemento el importe correspondiente al coste promocional medio por cliente y mes de los productos de cobre. Ello implica que no se llevará a cabo, como hasta ahora, un análisis de replicabilidad promoción a promoción, sino que éstas se tratarán de manera agregada dentro del cálculo del VAN de cada producto.

## **VII.4 ASPECTOS PROCEDIMENTALES DEL TEST DE REPLICABILIDAD DE LAS OFERTAS DE COBRE.**

### **VII.4.1.1 Comunicación de la comercialización de nuevos productos y promociones.**

En relación con sus ofertas soportadas sobre la base de su red de cobre, Telefónica está obligada a comunicarlas todas, con independencia del ámbito geográfico (nacional o infra-nacional) de las mismas. Cabe a este respecto recordar que uno de los servicios mayoristas de referencia en el mercado 3a (el servicio de acceso desagregado al bucle) tiene un alcance nacional, por lo que resulta coherente que la CNMC mantenga un control sobre cualquier tipo de oferta basada en la red de cobre, con independencia de su mayor o menor alcance geográfico.

En particular, según recoge la Resolución de los mercados 3 y 4:

---

<sup>61</sup> Este periodo de 27 meses puede ser objeto de revisión en las actualizaciones semestrales de parámetros.

- Para las ofertas dirigidas al segmento residencial y comercializadas sobre la base de la red de cobre, Telefónica debe comunicar a la CNMC los precios y condiciones aplicables a los servicios minoristas de banda ancha con al menos **un mes de antelación** a su aplicación/comercialización efectiva. Se entienden sujetos a esta obligación las ofertas y empaquetamientos de carácter indefinido que Telefónica pretenda comercializar<sup>62</sup>, así como cualquier modificación sobre los mismos.
- En relación con el resto de ofertas de Telefónica, de carácter no indefinido (tales como reducciones temporales de precios, descuentos promocionales, bonos temporales de descuento, etc.), Telefónica está obligada a comunicar los precios y condiciones aplicables a las mismas con al menos **quince días de antelación** a su aplicación/comercialización efectiva.

Es decir, en lo que concierne a las ofertas basadas en la red de cobre de Telefónica, el régimen de comunicación es en esencia idéntico al régimen que ha estado vigente desde la aprobación de la Resolución de 26 de julio de 2007, por la que se adopta la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica (AEM 2006/1486), así como sus sucesivas actualizaciones.

#### *VII.4.1.2 Análisis de los productos comunicados.*

Al igual que ocurre con los productos BAU emblemáticos de fibra, el análisis de replicabilidad de los productos de cobre se podrá realizar en dos momentos:

- En las revisiones semestrales de parámetros, en función de los valores que se actualicen. En estas revisiones también se identificarán los productos emblemáticos de cobre de acuerdo con los criterios primero y tercero.
- En el momento de la comunicación de un nuevo producto que, conforme al segundo criterio, sea considerado como una migración directa o indirecta de un producto emblemático de cobre. También serán analizados en el momento de su notificación los cambios en las condiciones comerciales o prestaciones que Telefónica lleve a cabo sobre sus productos de cobre ya calificados como emblemáticos.

El análisis de replicabilidad de los productos de sobre se realizará en dos momentos:

---

<sup>62</sup> Un producto tiene carácter indefinido cuando su precio nominal, tanto recurrente como no recurrente, no está limitado temporalmente.

- Para los productos emblemáticos de cobre que se incardinan en el segundo criterio, el análisis se llevará a cabo en el momento de su comunicación por parte de Telefónica. La CNMC determinará el VAN correspondiente al producto o paquete de cobre comunicado conforme a los valores vigentes en ese semestre. En caso de que el VAN resultante sea negativo, Telefónica deberá paralizar la comercialización del producto hasta que modifique sus precios mayoristas<sup>63</sup>.
- En los procedimientos de revisiones semestrales se recalcularán los VAN de los productos emblemáticos de cobre que se identifiquen en dichos procedimientos a partir de los parámetros actualizados (consumos medios de los clientes, costes minoristas, coste promocional medio por cliente y mes, etc.). Si alguno de los productos emblemáticos de cobre obtiene un VAN negativo, Telefónica no podrá comercializar estos productos hasta que modifique sus precios mayoristas.

Los clientes del producto emblemático de cobre afectado podrán continuar disfrutando de éste en las mismas condiciones. Sin embargo, Telefónica no podrá (i) captar nuevos clientes para estos productos (i) realizar promociones que afecten a estos productos.

En ambos supuestos, a diferencia del análisis de productos de fibra, la obtención de un VAN negativo en un producto emblemático no conllevará un ajuste automático de los precios mayoristas.

Finalmente, las obligaciones de información que figuran en el Anexo IV se extienden a los productos de cobre.

---

<sup>63</sup> Alternativamente, también podrá (i) adaptar las características del producto para que supere el test de replicabilidad; (ii) notificar a la CNMC la no comercialización del producto.

## **VIII Propuesta de la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual**

En razón de lo expuesto, la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual propone elevar una propuesta a la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia por la que se

### **RESUELVE**

**PRIMERO.-** Aprobar la metodología para la determinación del test de replicabilidad económica de los productos de banda ancha de Telefónica de España, S.A.U. comercializados sobre la base de su red de fibra óptica.

**SEGUNDO.-** Imponer a Telefónica de España, S.A.U. las obligaciones de información contenidas en el Anexo IV del presente documento.

**TERCERO.-** En relación con los productos de banda ancha de Telefónica de España, S.A.U. comercializados sobre la base de su red de cobre, resultará de aplicación lo dispuesto en la presente Resolución respecto a los citados productos. Con carácter subsidiario, los principios contenidos en la Resolución de 26 de julio de 2007, por la que se adopta la metodología para el análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica (AEM 2006/1486), así como sus sucesivas actualizaciones, seguirán resultando de aplicación en tanto en cuanto no se opongan a lo establecido en la presente Resolución.

Barcelona, 28 de abril de 2017

LA DIRECTORA DE TELECOMUNICACIONES Y  
DEL SECTOR AUDIOVISUAL

Alejandra de Iturriaga Gandini

## **Anexo I:**

### **VAN de los productos BAU emblemáticos**

En la siguiente tabla se muestran los VAN de los productos BAU emblemáticos tomando como referencia el precio global máximo de 18,82 euros mensuales que puede imponer Telefónica para el servicio NEBA-local (y para el acceso NEBA) que se deriva de los criterios expuestos en el ERT y de los parámetros del último requerimiento de información semestral con que cuenta la CNMC. Como se ha mencionado previamente, de este precio global se estima que 1,30 euros mensuales corresponderían a los servicios de alta y baja de los abonados, por lo el resto de los conceptos de la oferta (básicamente, la cuota mensual del servicio de acceso) no podrían superar los 17,52 euros mensuales.

En la versión definitiva del presente documento, los VAN que figuren en la tabla anterior diferirán de los que figuran actualmente en la tabla en función (i) de los precios que Telefónica notifique para sus servicios NEBA-local y NEBA; (ii) de la información procedente del requerimiento de información semestral más reciente disponible; (iii) del cálculo de los costes comerciales en función de la contabilidad de costes del año 2016, una vez que se disponga de ella.

<b>Denominación del producto o empaquetamiento</b>	<b>Cuota mensual (euros, IVA incluido)</b>	<b>VAN</b>
Fusión+2 300Mb/300Mb + Todo el Fútbol	115,00	121,73
Fusión+2 300Mb/300Mb + Premium	140,00	78,18
Fusión 50Mb/50Mb + Básico Liga	75,00	0,00
Fusión 300Mb/300Mb + Básico Bein Sports/Liga	90,00	168,71
Fusión Contigo 300Mb/300Mb + YOMVI/Zero-IPTV	67,00	744,35
Fusión 300Mb/300Mb + Premium	140,00	713,33
Fusión+4 300Mb/300Mb + Premium	165,00	37,88
Fusión+2 300Mb/300Mb + Premium Extra	155,00	594,80
Fusión 300Mb/300Mb + Premium Extra	155,00	1.229,96
Fusión Contigo 50Mb/50Mb + YOMVI/Zero-OTT	55,00	506,97
Fusión Contigo 300Mb/300Mb + YOMVI/Zero-OTT	67,00	895,59
Dúo Base 300Mb	49,02	327,77

## Anexo II:

### Estructura de precios del servicio NEBA-local<sup>64</sup>

#### 1. INTRODUCCIÓN

Este Anexo recoge los precios que el OPERADOR AUTORIZADO deberá pagar a TELEFÓNICA DE ESPAÑA como contraprestación por el Servicio NEBA-local. El OPERADOR AUTORIZADO estará obligado a satisfacer los precios vigentes en cada momento. Los precios están recogidos en los siguientes apartados estructurados como:

- Servicio NEBA-local
- Servicios Soporte del NEBA-local

En esta propuesta se presentan los diferentes conceptos tarifarios del servicio NEBA-local. No se presentan los precios concretos que estarán en vigor en el momento de la disponibilidad comercial del servicio para los operadores. Estos precios dependerán de la oferta minorista de Telefónica en ese momento al estar fijados bajo un modelo de replicabilidad económica cuya metodología deberá ser aprobada en los próximos meses por la CNMC.

Adicionalmente el modelo de precios del Servicio NEBA-local contempla la compartición de los riesgos entre el operador inversor (Telefónica) y el operador demandante de acceso en una central cabecera de fibra, que se concreta en la obligación por parte de este último de cumplir con un compromiso mínimo de contratación del servicio en un periodo determinado. Los detalles de este modelo se especifican en el presente anexo de Precios.

#### 2. SERVICIO NEBA-LOCAL

##### 2.1. Cuotas aperiódicas del servicio NEBA-local en concepto de alta.

Las cuotas aperiódicas del servicio NEBA-local en concepto de alta son:

---

<sup>64</sup> En el presente Anexo figura la estructura de precios del servicio NEBA-local de acuerdo con el contenido del escrito de Telefónica de 4 de mayo de 2016, una vez realizados los ajustes necesarios para hacerla coherente con los criterios establecidos en el presente documento.

	<b>Cuota (€)</b>
Alta sobre vacante (con instalación PTRO)	<b>X</b>
Alta sobre ocupado	<b>X</b>

## 2.2. Cuotas aperiódicas del servicio NEBA-local en concepto de post-ventas.

	<b>Cuota (€)</b>
Modificación de parámetros técnicos	<b>X</b>
Migración de conexión entre LAGL	<b>X</b>
Instalación PTRO <sup>65</sup>	<b>X</b>
Baja	<b>X</b>
Notificación de falsa avería (incluye el coste por desplazamiento a domicilio, en su caso) <sup>66</sup>	<b>X</b>

## 2.3. Cuotas periódicas del servicio NEBA-local.

Las cuotas periódicas del servicio NEBA-local son:

	<b>Cuota mensual (€)</b>
Modalidad	<b>X</b>

Las cuotas del servicio de mantenimiento *Premium* son:

	<b>Cuota mensual (€)</b>
Mantenimiento Integral Fibra (MIF) "Día siguiente"	<b>X</b>

## 2.4. Servicios soporte

<sup>65</sup> El PTRO forma parte del Servicio NEBA-LOCAL no obstante se prevé el caso de que OPERADOR AUTORIZADO pueda solicitar la reinstalación del PTRO.

<sup>66</sup> Cuando se reciba del operador un aviso de avería o incidencia y finalmente se compruebe que el fallo no es debido a defectos en la prestación del servicio por parte de Telefónica de España, se deberá abonar la siguiente cuantía en concepto de notificación de falsa avería o incidencia sin fundamento, independientemente de si se ha producido desplazamiento del técnico al domicilio del abonado o no. Idéntico importe será de aplicación a los franqueos indebidos.

#### 2.4.1. Cuotas asociadas al LAGL

Las cuotas de alta y mensual asociadas al PAI-L son:

<b>LAGL</b>	<b>Alcance</b>	<b>Cuota de alta (€)</b>	<b>Cuota mensual (€)</b>
1 Gbps	Largo	XX	XX
	Medio	XX	XX
	Corto	XX	XX
n×1 Gbps	Largo	XX	XX
	Medio	XX	XX
	Corto	XX	XX
10 Gbps	Largo	XX	XX
	Medio	XX	XX
	Corto	XX	XX
n×10 Gbps	Largo	XX	XX
	Medio	XX	XX
	Corto	XX	XX

#### 2.4.2. Cuotas post-venta asociadas a los Servicios Soporte

<b>Movimiento</b>	<b>Cuota (€)</b>
Modificación Tipo Ethernet ( <i>ethertype</i> )	XX
Modificación (aumento/disminución) de la capacidad de un LAGL <sup>67</sup>	XX

### 3. SERVICIO NEBA

Los conceptos del servicio NEBA son los que figuran en la oferta mayorista actualmente vigente, sin perjuicio de las posibles modificaciones que en el futuro lleve a cabo Telefónica.

<sup>67</sup> Tanto el aumento de la capacidad de un LAGL (que implica la adición de una o más interfaces) como la disminución de la capacidad, conllevan la modificación de las correspondientes cuotas periódicas asociadas al servicio soporte. En el caso del aumento de capacidad, se abonará adicionalmente, la cuota de alta correspondiente al incremento de enlaces en dicho LAGL.

## **Anexo III: Modelo de costes de red para los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA**

### **Prestación de acceso de banda ancha a partir de NEBA local**

En el caso de que el servicio mayorista de partida sea NEBA local, los costes mayoristas unitarios usados en el cálculo del VAN son la cuota de acceso FTTH, la cuota de alta (constituida por la media entre la cuota de alta sobre vacante y la de alta sobre ocupado) y la cuota de baja; estas dos últimas cuotas, al tratarse de pagos únicos, se mensualizan teniendo en cuenta la vida útil de un cliente FTTH. En caso de añadirse en el futuro otros conceptos recurrentes o asociados al alta, se añadirían.

El cálculo del VAN necesita de unos parámetros de entrada (adicionales a los costes mayoristas anteriores): coste de capacidad/PAI y coste de red propia, compuesto a su vez de coste de entrega de señal, coste de red troncal (red IP, BRAS, acceso a internet, hosting) y costes comunes (un mark-up de un 5% sobre los costes de red propia). Dado que no existen aún precios mayoristas para NEBA local, se ha partido de los precios correspondientes establecidos actualmente para NEBA.

Así, se calcula el coste unitario derivado del coste del tráfico en el PAI-L y del propio pPAI-E:

- El coste del tráfico (capacidad) es cero, pues la estructura de precios de Telefónica no contiene este concepto.
- El coste del PAI-L depende del tráfico en hora cargada estimado para la media de los clientes y del coste medio (por kb/s) del PAI-L; este último valor se obtiene mensualizando los costes de alta del PAI-L (valor medio entre media y larga distancia) y sumando el coste mensual del PAI-L, y asumiendo una utilización máxima del 70%. El PAI-L utilizado es el de 10 Gb/s, de acuerdo al modelo EEO.

En cuanto al coste de red propia, sus componentes se calculan así:

- **Entrega de señal:** depende del tráfico en hora cargada estimado para la media de los clientes y del coste mensualizado por kbit/s de la entrega de señal. Se supone una EdS basada completamente en uso de enlaces de fibra propia dedicada, a 10 Gb/s, y usada al 70% de su capacidad, con un periodo de amortización de 20 años y unos costes de mantenimiento mensuales del 10% del coste de despliegue.

- Red de agregación: conexión entre la entrega y la red IP provincial. Este coste depende del tráfico en hora cargada estimado para la media de los clientes y del coste mensualizado de la red de agregación. Estos costes se obtienen de los datos del modelo de costes de banda ancha, teniendo en cuenta que la red de agregación correspondería a equipos y enlaces de las capas superiores de la red de agregación, al enlazar centrales cabecera ópticas.
- Red IP: depende del tráfico en hora cargada<sup>68</sup> estimado para la media de los clientes y del coste mensualizado de la red IP. Estos costes se obtienen de los datos del modelo de costes de banda ancha, teniendo en cuenta que la red IP correspondería a equipos y enlaces de las capas superiores de red, al estar situados los puntos de entrega de NEBA en cada provincia, y no necesitarse red IP de niveles inferiores.
- Coste del BRAS: se obtiene de los datos del modelo de costes de banda ancha.
- Coste de acceso a internet: depende del tráfico en hora cargada estimado para la media de los clientes y del coste del acceso mayorista a internet por un proveedor de acceso. El coste del acceso se estima en 2€ por Mb/s; el tráfico encaminado a Internet se supone que es un 70% del tráfico medio por conexión en la hora cargada, quedando el 30% restante en la propia red del operador.
- Coste de hosting: coste de servicios adicionales como correo electrónico, capacidad almacenamiento, etc.

### **Costes adicionales debidos al servicio de IPTV**

Cuando se analiza la replicabilidad de los paquetes de banda ancha con servicio de IPTV (entendida como distribución de un mismo contenido a todos los usuarios, es decir, no se trata de TV en modo OTT) debe tenerse en cuenta el impacto de este servicio sobre el servicio mayorista a partir del que se construye la replicabilidad de estas ofertas, NEBA local.

Este impacto viene dado por el mayor ancho de banda medio de los usuarios abonados a estos paquetes. Cabe distinguir entre paquetes con servicios de IPTV que incluyen eventos deportivos de visión masiva (en particular, paquetes con fútbol) y paquetes IPTV sin estos contenidos. El caso peor viene dado por los primeros, puesto que en la hora cargada un elevado número de usuarios está viendo los contenidos (el partido de fútbol), lo que supone un mayor tráfico medio por usuario, para el que debe dimensionarse la red y calcularse la replicabilidad.

---

<sup>68</sup> Se toma la suma del tráfico ascendente y descendente, dado que los flujos en la red IP pueden ser muy diversos.

Cada usuario de IPTV sobre el servicio NEBA local genera un flujo de datos desde la red del operador, puesto que cada canal se transmite de manera individual en este servicio mayorista (al no haber la opción de distribución *multicast*). Este flujo *unicast* abarca el PAI-L, la entrega de señal y la red de concentración provincial. Por el contrario, se considera que la red IP hace uso de transmisión *multicast* de los contenidos.

El tráfico medio por usuario de IPTV viene dado por la multiplicación de un canal IPTV en la hora cargada (un partido de fútbol en HD, estimado en 6 Mb/s) y el factor de concurrencia entre los clientes con acceso a estos contenidos. Este factor se ha calculado en un 50%, en base a datos de medición de audiencias<sup>69</sup> y datos de clientes premium IPTV de los diferentes operadores.

Para calcular el coste de la red de agregación provincial, al flujo de datos debido a IPTV debe sumarse el correspondiente al servicio de acceso a internet, que sin embargo se considera que es menor que el flujo que generaría dicho acceso a Internet en la hora cargada si no estuviera visualizando la TV. Se estima que, independientemente de la velocidad del acceso a Internet contratada, el uso de internet en la hora cargada de IPTV equivale al de una modalidad de acceso de 10 Mb/s. Ello se justifica puesto que los recursos dimensionados y costeados para transmitir el flujo de datos mientras se visualiza la TV permiten soportar el mayor tráfico de Internet de dicho acceso cuando no se está visualizando la TV; es decir, el coste así calculado y asignado a la red de agregación abarca tanto el uso de IPTV por el acceso como el uso de internet sin TV, de acuerdo a la modalidad del acceso.

En el cálculo del coste de la red IP, se supone que el operador hace uso de transmisión *multicast* en la misma para todos sus canales de IPTV. Ello conlleva que los costes de los recursos para soportar el flujo de datos del acceso a Internet asignables al acceso en cuestión deben dimensionarse de acuerdo con la capacidad asociada con la modalidad de acceso a Internet contratada, más el coste asignable por usuario de la transmisión de contenidos optimizada mediante *multicast*.

Así, se calcula el coste de cada modalidad minorista analizada teniendo en cuenta estos factores, sobre la misma base de cálculo que los paquetes sin IPTV. Se tienen en cuenta por tanto estas diferencias:

- El mayor tráfico medio por cliente (suma de internet así como IPTV) descrito anteriormente, aplicable al PAI-L, la entrega de señal y la red de agregación provincial.

<sup>69</sup> <http://www.barloventocomunicacion.es/images/audiencias/barlovento-audiencias-diciembre2016.pdf>, página 16.

- En la red IP, se añaden, sobre los costes de la modalidad de acceso a Internet contratada, los costes debidos al equipamiento para transmisión *multicast* de los contenidos y asignables a cada acceso.

## Anexo IV:

### Información a suministrar por Telefónica

#### 1. Comunicación previa de ofertas de carácter indefinido.

Telefónica deberá notificar con un mes de antelación la comercialización de ofertas de banda ancha de carácter indefinido dirigidas al segmento residencial, es decir, de nuevos productos o empaquetamientos.

La obligación de comunicación se extiende a todos los productos de banda ancha de Telefónica, tengan o no la calificación de emblemáticos.

En el momento de la comunicación, se debe presentar la siguiente información:

- **Código de producto**, que deberá ser único para cada uno de ellos. Las combinaciones que puedan surgir a partir de un producto básico deberán tener un código diferenciado. Este sería el caso de un producto convergente básico (como el *Fusión 50Mb*) sobre el que se pueden contratar módulos audiovisuales a cambio de un precio incremental (*Cine, Series, Premium, Motor, etc.*)
- **Características generales del producto**, como la tecnología de acceso a la banda ancha (cobre o fibra) o la velocidad de conexión.
- **Precio**, identificando los distintos componentes del mismo (cuota de alta, cuota mensual, precio por tráfico, etc.).
- **Área geográfica de comercialización del producto** (por ejemplo, todo el territorio nacional, sólo zona BAU, etc.).
- Periodo mínimo de **permanencia** y, en su caso, penalización en caso de su incumplimiento.
- Nombre comercial.
- Cualquier otra información relevante en la configuración del producto.

- Cuando el servicio de banda ancha se presenta en forma de **empaquetamiento**, se deberá informar adicionalmente de:
  - o Servicios incluidos en el empaquetamiento, y características de cada uno de ellos.
  - o Precio de comercialización separada de los diferentes componentes del empaquetamiento.
  - o Imputación del precio total del empaquetamiento a cada uno de los servicios que lo integra, de manera coherente con el SCC.
  - o Condiciones de des-empaquetamiento.
  - o Tráficos estimados de los elementos incluidos en el paquete, si fuera necesario para la determinación del VAN.

También deberán ser comunicadas con un mes de antelación las modificaciones en precio o prestaciones de productos ya existentes en el catálogo de Telefónica.

## **2. Comunicación previa de la ofertas de carácter no indefinido.**

Telefónica está obligada a comunicar la comercialización de otras ofertas de carácter no indefinido (promociones) con una antelación mínima de 15 días.

Las promociones que recaigan sobre el componente móvil (como las de subvención al terminal) o sobre el componente audiovisual (como la “degustación” de determinados contenidos) deben ser comunicadas a la CNMC siempre que un cliente de banda ancha de Telefónica sea susceptible de contratarlas.

En el oficio de notificación, Telefónica deberá informar a la CNMC de los siguientes extremos:

- **Código de la promoción**, que deberá identificar cada una de las ofertas de carácter no indefinido que Telefónica lleve a cabo.
- **Producto** o productos sobre los que recaen la promoción.
- Inicio y fin de la **ventana de contratación**.
- Clientes **destinatarios** de la oferta (altas nuevas o clientes en planta).
- **Ámbito geográfico** de la oferta.

- **Conceptos promocionados** (por ejemplo, descuentos aplicados, regalos vinculados a la contratación de un producto o paquete, etc.).
- **Coste promocional**, que deberá ser el mismo para todos los productos sobre los que recaiga una misma oferta<sup>70</sup>.
- **Periodo de permanencia** ligado a la promoción, si lo hubiera, y penalización en caso de incumplimiento.

### 3. Información a suministrar con carácter mensual.

La información se debe presentar antes del último día del mes siguiente y deberá presentarse en formato Excel.

#### 3.1. Información relativa a los productos de banda ancha

- Número de clientes minoristas de banda ancha de los productos de banda ancha de Telefónica que se comercialicen en el segmento residencial.
  - Se deberá indicar el número de clientes a último día de mes de cada uno de los productos de banda ancha de Telefónica (i) que cuenten con más de 5.000 clientes; (ii) que se asimilen a un producto emblemático conforme al segundo criterio, aun no alcanzando la cifra de 5.000 clientes.
  - La información sobre la planta de cliente correspondiente al resto de productos se presentará de manera agrupada en función de (i) la velocidad de conexión; (ii) el tipo de paquete contratado (*Dúos, Tríos, Fusión, Fusión +2, Fusión+4*, etc.).
- Altas de nuevos clientes (excluyendo migraciones) de los productos de banda ancha de Telefónica, con el mismo nivel de detalle que la información sobre planta de clientes.

#### 3.2. Información relativa al servicio de televisión de pago

- Planta de clientes de cada uno de las modalidades del servicio de televisión de pago de Telefónica<sup>71</sup>, distinguiendo:

<sup>70</sup> Una acción comercial que consista, por ejemplo, en la gratuidad del precio incremental del componente *Premium Extra*, puede tener un coste diferente en función del producto sobre el que recaiga la promoción. Ello se debe a que el precio incremental del componente *Premium Extra* es de 65 euros mensuales para los paquetes *Fusión* y de 45 para los paquetes *Fusión +2*. En estos casos, Telefónica deberá comunicar con código separado las promociones que tengan coste diferente, aun incardinándose ambas en una misma acción comercial.

<sup>71</sup> Las modalidades del servicio de televisión de pago son agrupaciones de canales bajo una denominación común y un precio específico distinto del de contratación individualizada de los

- Clientes que reciben el servicio como parte de un paquete de banda ancha de aquéllos otros que lo tienen contratado de manera separada.
- Clientes que reciben el servicio a través de tecnologías IPTV, OTT, Satélite o cualquier otra que pudiera emplearse.
- Planta de clientes que tienen contratados canales de manera individual (suscripciones individuales), teniendo en cuenta las distinciones anteriores.

### **3.3. Información relativa a ofertas promocionales**

- Número de clientes captados por cada una de las promociones comercializadas por Telefónica<sup>72</sup>.

### **3.4. Información correspondiente a los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA**

- Número de líneas de los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA, expresado en términos mensuales y a último día de mes. Esta información se detallará en función de cada uno de los demandantes de acceso.
- Ingresos totales por mes correspondientes a cada uno de los conceptos que figuran en las ofertas mayoristas NEBA-local y NEBA, de manera separada por concepto, y detallando los ingresos procedentes de los distintos demandantes de acceso. Los posibles descuentos que se aplicaran deberán ser detallados de manera separada.

## **4. Información a suministrar con carácter semestral.**

La información que se presente deberá referirse a los semestres naturales del año, y debe ser entregada a la CNMC antes de los días 1 de septiembre y 1 de marzo. Salvo que se indique lo contrario, los datos que se entreguen en estas fechas corresponderán, respectivamente, al primer semestre del año en curso y al segundo del año anterior.

La respuesta al requerimiento se presentará en formato Excel, de manera que sea posible el tratamiento de la información.

### **4.1. Tráfico de voz fija**

---

canales que los integran. Ejemplo de ellos pueden ser los módulos *Cine*, *Series*, *Motor*, *Premium*, *Premium Extra*, etc.

<sup>72</sup> La información sobre clientes captados deberá estar referenciada al código de cada promoción.

- Número total de clientes de las tarifas de voz fija que forman parte de los paquetes de banda ancha, expresado en términos mensuales.

**Tabla IV.1** Planta de clientes de las tarifas planas de voz fija

Denominación del producto	mes 1	(...)	(...)	mes 6
Tarifa Plana Nacional				
Tarifa Plana Nacional con llamadas a móviles				
(...)				

- Tráfico cursado por los clientes de las tarifas de tráfico de voz desde redes fijas, por mes y tipo de llamada.

**Tabla IV.2.** Minutos cursados por tipo de llamada de las tarifa de tráfico de voz empaquetadas con el servicio de banda ancha

Denominación del producto	Tipo de llamada	mes 1	(...)	(...)	mes 6
<b>Tarifa Plana Nacional</b>	Metropolitana				
	Provincial				
	Interprovincial				
	Fijo-móvil				
	Internacionales				
<b>Tarifa Plana Nacional con llamadas a móviles</b>	Metropolitana				
	Provincial				
	Interprovincial				
	Fijo-móvil				
	Internacionales				
(...)	(...)				

- Número total de clientes minoristas de Telefónica (en el segmento residencial) que disfrutaran de los siguientes servicios suplementarios, agrupándolos por categorías:
  - Servicio de identificación de llamadas;
  - Servicio de contestador automático;
  - Servicio de desvío de llamadas;
  - Servicio integral de mantenimiento.
  - Resto de servicios suplementarios.

**Tabla IV.3** Información sobre servicios suplementarios

Denominación del servicio	mes 1	(...)	mes 6
Identificación de llamadas			
Contestador automático			
Desvío de llamadas			
Mantenimiento			
Resto de servicios suplementarios			

- Ingresos mensuales totales generados por los servicios suplementarios en el segmento residencial, siguiendo la misma estructura de la tabla IV.3.

#### 4.2. Información sobre el componente de telefonía móvil

- Líneas móviles asociadas a los distintos tipos de paquetes convergentes, con el siguiente nivel de detalle:
  - Líneas principales. Se considera “línea principal” la primera línea móvil asociada a un paquete de banda ancha convergente.
  - Líneas incluidas en los paquetes convergentes, que son las líneas móviles, distintas de la principal, que forman parte del paquete sin necesidad de que el cliente pague un precio incremental adicional<sup>73</sup>.
  - Líneas adicionales, que tienen carácter opcional para el cliente, para cuyo disfrute es necesario que el cliente pague un precio

<sup>73</sup> En el caso de los paquetes Fusión +2, se deberá informar del número de segundas líneas activas. En el caso de los paquetes Fusión +4, se deberá informar de la cantidad global de segundas, terceras y cuartas líneas activas.

incremental adicional al correspondiente al empaquetamiento de banda ancha contratado<sup>74</sup>.

---

<sup>74</sup> En esta categoría se incardinan (i) líneas adicionales Fusión, que por 32 euros mensuales (IVA incluido) permiten realizar llamadas móviles ilimitadas y una franquicia de datos de 3GB; (ii) las líneas asociadas a paquetes convergentes que no tienen cuota mensual, pero que llevan aparejado un precio por llamada cursada y 200MB de franquicia de datos móviles.

**Tabla IV.5.** Evolución de las planta y desglose de las líneas principales, líneas adicionales totales, y líneas incluidas totales y vinculadas empaquetamientos de banda ancha convergentes

<b>Denominación del producto</b>	<b>mes 1</b>	<b>(...)</b>	<b>mes 6</b>
<b>Fusión</b>			
Líneas principales			
Líneas activas incluidas en el paquete (llamadas ilimitadas/8GB)			
Líneas adicionales (llamadas ilimitadas/3GB)			
Líneas adicionales (200min./200MB)			
<b>Fusión +2</b>			
Líneas principales			
Líneas activas incluidas en el paquete (llamadas ilimitadas/8GB)			
Líneas adicionales (llamadas ilimitadas/3GB)			
Líneas adicionales (200min./200MB)			
<b>Fusión +4</b>			
Líneas principales			
Líneas activas incluidas en el paquete (llamadas ilimitadas/8GB)			
Líneas adicionales (llamadas ilimitadas/3GB)			
Líneas adicionales (200min./200MB)			
<b>Fusión Contigo</b>			
Líneas principales			
Líneas activas incluidas en el paquete (200min./4GB)			
Líneas adicionales (llamadas ilimitadas/3GB)			
Líneas adicionales (200min./200MB)			
(...)			

- Número total de líneas móviles incluidas en paquetes de banda ancha convergentes de Telefónica, agregadas en función de sus prestaciones<sup>75</sup>.

<sup>75</sup> Es decir, sin distinguir entre líneas principales, líneas incluidas en los empaquetamientos convergentes y líneas adicionales.

**Tabla IV.4** Total de líneas móviles Fusión

Denominación del producto	mes 1	(...)	mes 6
Fusión llamadas ilimitadas/3GB			
Fusión llamadas ilimitadas/8GB			
Fusión 200 minutos/4GB			
(...)			

- Tráfico franquiciado del componente móvil de las tarifas móviles incluidas o vinculadas a los paquetes de banda ancha convergentes.

**Tabla IV.6.** Tráfico del componente móvil las tarifas móviles incluidas y vinculadas empaquetamientos de banda ancha convergentes (dentro de la franquicia de datos)

Denominación del producto	Tipo de llamada	mes 1	(...)	(...)	mes 6
<b>Movistar Fusión llamadas ilimitadas/8GB</b>	A fijos				
	Móvil on-net				
	Móvil off-net				
	Internacionales				
	SMS on net				
	SMS off net				
	Consumo de datos móviles (GB de bajada y subida)				
<b>Movistar Fusión 200min./4GB</b>	A fijos				
	Móvil on-net				
	Móvil off-net				
	Internacionales				
	SMS on net				
	SMS off net				
	Consumo de datos móviles (GB de bajada y subida)				
(...)	(...)				

- Tráfico no franquiciado del componente móvil de las tarifas móviles incluidas o vinculadas a los paquetes de banda ancha convergentes. Se deberá completar una tabla con la misma estructura que la IV.5.
- Sólo en aquellas tarifas móviles que impongan un establecimiento de llamada<sup>76</sup>, se deberá aportar el número de llamadas cursadas, siguiendo la estructura de la tabla IV.5.
- Ingresos brutos y netos por concepto generados por los OMV con los que Telefónica tenga suscrito un acuerdo de acceso y originación mayorista en redes móviles, de manera separada para cada uno de ellos.
- En caso de que Telefónica suscriba un nuevo acuerdo con un OMV, o modifique uno existente, deberá notificarse a la CNMC en el requerimiento de información semestral.

#### **4.3. Información sobre el componente audiovisual**

Telefónica estará obligada a presentar la contabilidad de costes directamente atribuibles a cada uno de los canales incluidos –total o parcialmente– en el componente audiovisual de los empaquetamientos de banda ancha sujetos al ERT. Además, deberá poner a disposición de la CNMC la metodología de cálculo de los costes imputables a cada canal, así como los criterios de atribución, imputación y distribución de los distintos costes recogidos en la contabilidad de costes.

La información suministrada y los criterios adoptados debe ser coherente con la provista a la CNMC en el contexto de los compromisos adoptados en el expediente C/0612/14 TELEFÓNICA/DTS.

##### *Canales propios de Telefónica y plataforma YOMVI*

- Relación actualizada de canales.
- Ingresos y costes presupuestados para cada canal, con el siguiente nivel de desglose:
  - Costes totales de producción del canal.
  - Costes totales de los derechos los contenidos emitidos en el canal.
  - Ingresos generados por publicidad.
  - Ingresos generados por la concesión de licencias a terceros por la emisión del canal.

<sup>76</sup> Este sería el caso, por ejemplo, de la línea vinculada a los paquetes Fusión que ofrece llamadas a 0 céntimos por minuto y 200MB de franquicia de datos móviles.

- Ingresos generados por la concesión de licencias a terceros de emisión de contenidos incluidos en el canal, o por la distribución a través de otros medios (por ejemplo, ventas en DVD).

La información que se presente en el mes de septiembre de cada año corresponderá al siguiente año natural completo. La información que se presente en el mes de febrero se referirá al año natural en curso, y podrá corregir la información presentada en el mes de septiembre.

Los ingresos y costes se referirán a todos los canales propios de Telefónica, así como a la plataforma YOMVI, independientemente de que estos canales formen parte de la oferta mayorista de canales de Telefónica.

- Coste medio por abonado estimado por Telefónica para cada canal para el año natural sobre el que se presentan los ingresos y costes presupuestados. Se deberá detallar qué estimación de planta de clientes se ha utilizado, si ésta difiriera de la correspondiente a la del último dato disponible.
- Ingresos y costes devengados para cada canal en el periodo de referencia anterior, con el mismo nivel de detalle que los presupuestados<sup>77</sup>.
- CPA mayorista actualizado para cada uno de los canales que integran la oferta mayorista<sup>78</sup>.

### Canales de terceros

- Relación actualizada de canales de terceros incluidos en el servicio de televisión de pago de Telefónica.
- Relación completa de los contratos suscritos entre Telefónica y los titulares de los canales. Para cada contrato, se deberá identificar:
  - El canal o grupo de canales a los que se refiere el contrato.
  - Fechas de inicio y finalización.
  - El importe total para todo su periodo de vigencia.
  - El importe imputado al periodo de vigencia de la revisión de parámetros<sup>79</sup>.

<sup>77</sup> En la respuesta al requerimiento semestral de septiembre se aportará la información correspondiente al primer semestre de ese año, mientras que la respuesta al requerimiento de febrero se referirá al segundo semestre del año anterior.

<sup>78</sup> Cuando se produzca una modificación en los CPA, se incluirá esta información en el requerimiento de información semestral, precisando la fecha de entrada en vigor del nuevo CPA, sin perjuicio de que Telefónica informe a la CNMC de este cambio por otras vías.

- Coste medio por abonado estimado por Telefónica para cada canal de terceros para el año natural sobre el que se presenta la información contractual. Se deberá detallar qué estimación de planta de clientes se ha utilizado, si ésta difiriera de la correspondiente a la del último dato disponible.
- Ingresos y costes devengados para cada canal en el periodo de referencia anterior<sup>80</sup>.

#### **4.4 Información sobre los servicios mayoristas NEBA-local y NEBA**

Indicar el valor, para el período reportado, del tráfico medio por usuario residencial en la hora cargada. Este tráfico no deberá incluir la TV distribuida mediante multicast. Los usuarios deberán ser los minoristas, es decir, el tráfico considerado no incluirá el tráfico de servicios mayoristas

### **5. Otra información a presentar por Telefónica.**

Con la entrega de las contabilidades regulatorias de Telefónica y de Telefónica Móviles correspondientes a cada año, Telefónica deberá presentar, como documentación soporte de la misma, 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.

Por otro lado, la información del requerimiento semestral se aplicará sin perjuicio de la consideración de datos procedentes de requerimientos de información de carácter complementario, que pueden tener como objeto la utilización de datos más actualizados sobre parámetros específicos del test de replicabilidad sujetos a mayor variabilidad (por ejemplo, consumos de banda ancha móvil, o costes del servicio de televisión de pago), o cualquier otro necesario para determinar la replicabilidad de los productos de banda ancha de Telefónica.

---

<sup>79</sup> La información que se presente en el mes de septiembre de cada año corresponderá al siguiente año natural completo. La información que se presente en el mes de febrero se referirá al año natural en curso.

<sup>80</sup> En la respuesta al requerimiento semestral de septiembre se aportará la información correspondiente al primer semestre de ese año, mientras que la respuesta al requerimiento de febrero se referirá al segundo semestre del año anterior.