

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

OFMIN/D TSA/003/20/TERCERA REVISIÓN PARÁMETROS ERT

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez

Secretario

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 12 de noviembre de 2020

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

I ANTECEDENTES DE HECHO

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

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

La Resolución del ERT prevé la revisión periódica de los parámetros utilizados en dicho test de replicabilidad. Para acometer tal revisión, impone a Telefónica la obligación de entregar con carácter periódico información actualizada de diversa índole, según las especificaciones recogidas en el Anexo IV de la Resolución.

La última revisión de los parámetros tras la aprobación del ERT se aprobó el 23 de enero de 2020 (OFMIN/DTSA/004/19/SEGUNDA REVISIÓN DE PARÁMETROS ERT).

SEGUNDO. - Información semestral

El día 28 de febrero de 2020 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de Telefónica a través del cual se ponía en disposición de esta Comisión los datos correspondientes al requerimiento de información semestral al que se refiere el Anexo IV de la Resolución del ERT correspondientes al segundo semestre de 2019.

TERCERO. - Apertura del procedimiento

En cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 39/2015, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, la CNMC notificó el inicio del presente expediente de revisión de los parámetros a los operadores interesados a través de escrito de 28 de julio de 2020.

CUARTO. - Trámite de audiencia

El día 28 de julio de 2020 se dio traslado del informe de audiencia de la Dirección de Telecomunicaciones y Sector Audiovisual (en adelante, DTSA) a los distintos interesados, con el fin de que presentaran las alegaciones que estimaran oportunas concediéndoles un plazo de 35 días improrrogables para ello.

QUINTO. - Alegaciones al informe de audiencia

El día 17 de septiembre tuvieron entrada en el registro de la CNMC los respectivos escritos de alegaciones de Telefónica y Vodafone. El día 21 de septiembre se recibió el escrito de Orange, mientras que el escrito de alegaciones presentado por Masmóvil tuvo entrada el 24 de septiembre.

SEXTO. - Informe de la Sala de Competencia

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

II FUNDAMENTOS JURÍDICOS PROCEDIMENTALES

II.1 HABILITACIÓN COMPETENCIAL

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

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

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

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

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

revisión de los parámetros del test se aprobó mediante Resolución de 23 de enero de 2020.

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

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

III FUNDAMENTOS JURÍDICOS MATERIALES

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

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

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

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

III.2 SERVICIOS MAYORISTAS DE REFERENCIA

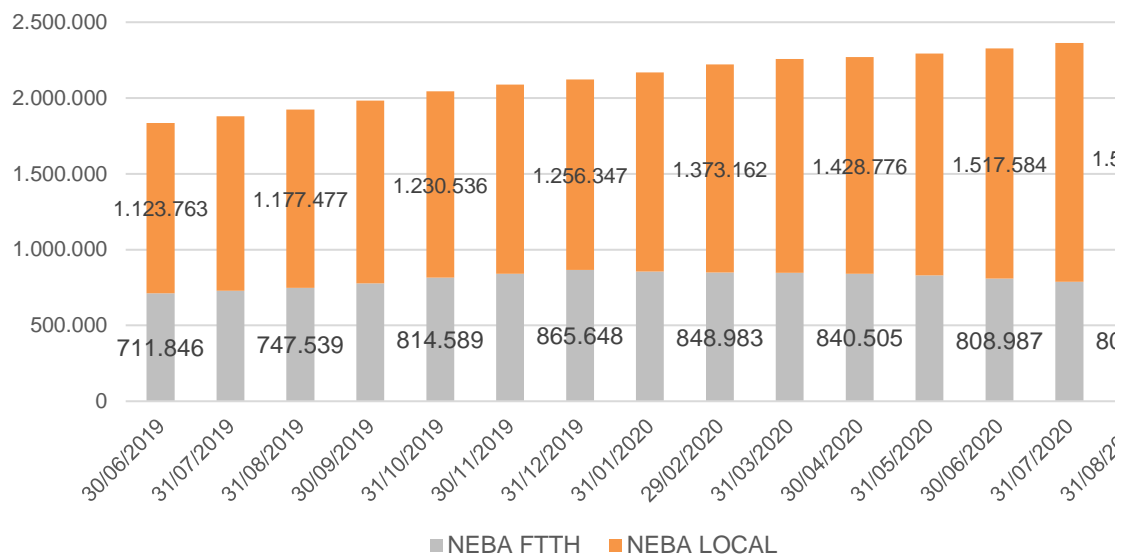
III.2.1 Evolución del número de líneas activas de NEBA local y NEBA fibra

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

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

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

Gráfico 1. Evolución del número total de líneas activas de NEBA fibra y local (junio de 2019-agosto de 2020)



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

Según los datos aportados por Telefónica, la planta de los servicios mayoristas provistos sobre la red de fibra óptica de Telefónica, ya sean comerciales o regulados, ha continuado creciendo durante 2020 y en agosto se situó en 2.402.004 líneas (ver gráfico 1). Desde octubre de 2019, fecha de los datos disponibles en la anterior revisión de los parámetros, el número total de líneas

ha incrementado en más de 356 mil líneas. En términos porcentuales, el incremento ha sido de un 17,45%.

Respecto a la distribución de estas líneas entre los servicios NEBA local y NEBA fibra, destaca que casi todo el incremento del número de líneas totales se debe al aumento del uso de NEBA local por parte de los operadores alternativos. En concreto, este servicio habría aumentado su planta en 367 mil líneas (es decir, habría aumentado más que el total de líneas mayoristas, incrementando su peso relativo en los servicios mayoristas FTTH prestados por Telefónica). En agosto de 2020, el NEBA local suponía un 66,5% de todas las líneas mayoristas de fibra óptica, lo que representa un aumento del 6,35% respecto a octubre de 2019.

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

La Resolución del ERT establece que *“la variable correspondiente al precio mayorista de los servicios NEBA local y NEBA fibra que se utilizará en el ERT se determinará a partir del ingreso medio por línea y mes obtenido por Telefónica en el último semestre de referencia”*. Para calcular este ingreso medio, los conceptos que se toman en consideración son la cuota mensual, de alta y de baja generados por todos los operadores demandantes de acceso.

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

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

III.3 SERVICIOS MINORISTAS DE REFERENCIA

La Resolución del ERT establece que el listado de productos BAU que, de conformidad con los criterios 1 y 3¹, deben ser calificados como emblemáticos

¹ Los criterios para calificar un producto o empaquetamiento de banda ancha como *“producto BAU emblemático”* son los siguientes:

debe ser actualizado en el seno de los procedimientos de revisión de parámetros. La Resolución también prevé, en términos similares, una actualización del listado de productos emblemáticos de cobre. En los siguientes apartados se procede a las actualizaciones referidas.

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

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

-
- *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.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

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

Denominación	Cuota mensual de la configuración básica (euros, IVA incluido)	Número de clientes	Porcentaje de clientes	Porcentaje acumulado de clientes
<i>Fusión +2 600Mb²</i>	144	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión +1 600Mb</i>	99	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión Base 100Mb³</i>	68	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión +1 100Mb⁴</i>	89	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión Base 600Mb</i>	75	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión #0 100Mb⁵</i>	53	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión +4 600Mb</i>	194	[...]	[...]	[...]

III.3.2 Productos emblemáticos de acuerdo con el segundo criterio: migraciones posteriores al día 1 de marzo de 2020.

Siguiendo la regla general que establece la Resolución del ERT, en el presente procedimiento los precios y prestaciones de los productos BAU emblemáticos son los que estaban en vigor el día **1 de marzo de 2020⁶**. Por tanto, la presente Resolución incorpora las actualizaciones en el catálogo comercial de Telefónica

² Los productos *Fusión+2* incluyen dos líneas móviles, cada una con llamadas ilimitadas y una franquicia de datos ilimitados, y un componente audiovisual con 80 canales temáticos, todos los canales de fútbol, el paquete *Series* y el canal *Movistar Estrenos*.

³ Los paquetes *Fusión Base*, denominado previamente *Fusión Series*, incluyen una línea móvil con llamadas ilimitadas y 15GB, y un componente audiovisual integrado por unos 80 canales familiares y el paquete *Series*.

⁴ Los productos *Fusión+1* incluyen una línea móvil con llamadas ilimitadas y 15GB (excepto en sus versiones *Selección Plus Ficción* y *Selección Plus Fútbol*, con franquicia de datos ilimitados) y un componente audiovisual que incluye 80 canales temáticos, el paquete *Series* y, en función de la modalidad, el canal *Movistar Liga* (Selección Liga), *Movistar Champions* (Selección Champions) o el paquete *Cine* y *Netflix* (Selección Ficción).

⁵ Los paquetes *Fusión #0* incluyen una línea móvil con 200 minutos y 5GB y un componente audiovisual integrado por 2 canales temáticos.

⁶ La Resolución del ERT señala que, para calcular los VAN en las resoluciones semestrales de parámetros, “se tomarán como referencia las características comerciales y prestaciones de los productos BAU emblemáticos que se encuentren vigentes los días 1 de marzo y 1 de septiembre de cada año. Es decir, el catálogo comercial que se tendrá en cuenta será el que se esté efectivamente comercializando el último día con que cuenta Telefónica para notificar la información del requerimiento de información semestral que da lugar a la revisión semestral de parámetros”. Los cambios en precios o prestaciones de los productos BAU emblemáticos que se produzcan con posterioridad a las fechas indicadas serían considerados en el siguiente expediente de revisión semestral de parámetros.

anteriores a dicha fecha que no fueron recogidas en la Resolución de actualización de parámetros anterior.

No obstante, con posterioridad al 1 de marzo de 2020 Telefónica notificó a la CNMC una serie de medidas calificables, según la terminología del test de replicabilidad, como “migraciones directas”. Se trata de las siguientes:

- a) Incremento a 5GB de la franquicia de datos de los productos *Fusión#0*.
- b) Incremento a 15GB de la franquicia de datos en las líneas principales de los productos *Fusión Base* y los *Fusión+1* (exceptuando las combinaciones *Selección Plus Fútbol* y *Selección Plus Ficción*).
- c) Establecimiento de una franquicia de datos ilimitados para las combinaciones de los productos *Fusión+1* denominadas *Selección Plus Fútbol* y *Selección Plus Ficción*, así como para los *Fusión+2* y *Fusión+4*.
- d) Incorporación de *Disney Plus* a la combinación del paquete *Fusión+1* denominada *Selección Plus Ficción*, así como a los productos *Fusión+2* y *Fusión+4*.
- e) Incorporación de los paquetes del módulo familiar a todos los empaquetamientos *Fusión Base*.

Todas las medidas anteriores fueron acompañadas de un incremento de precios que sigue la siguiente estructura:

- Los productos *Fusión#0* y *Fusión Base* incrementaron su cuota mensual en 3 euros.
- Los productos *Fusión+1*, *Fusión+2* y *Fusión+4* experimentaron una subida de 4 euros mensuales en sus respectivas cuotas.
- Además de lo anterior, los precios respectivos de los módulos *Netflix 2S* y *Netflix 4S* subieron 1 y 2 euros mensuales. En el caso de la combinación de *Fusión+1* denominada *Selección Ficción*, que incorpora por defecto *Netflix 2S*, el paso a *Netflix 4S* tiene un coste de 4 euros mensuales.

Conforme a los parámetros en vigor en el momento de la comunicación de las medidas anteriores, todos los productos afectados por las migraciones superaban el test de replicabilidad.

En línea con lo realizado en las revisiones de parámetros anteriores a propósito de las migraciones directas e indirectas, y de manera coherente con la Resolución del ERT, en el presente procedimiento se incorporan al cálculo del VAN de los productos de Telefónica las modificaciones del catálogo expuestas en los párrafos anteriores, que se encuentran actualmente vigentes.

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

La Resolución del ERT establece que la CNMC podrá calificar como “emblemático” según el tercer criterio a productos del catálogo comercial de Telefónica que destaquen por su especial trascendencia o carácter disruptivo. La calificación de un producto como “emblemático” bajo este criterio por parte de la CNMC se podrá realizar cuando no haya sido categorizado así inicialmente mediante el primer o segundo criterio.

El producto *Fusión O2 600Mb*⁷ es un empaquetamiento convergente que Telefónica comercializa bajo su marca O2 y dirige al segmento *low cost* del mercado de banda ancha fija. Incluye servicio de banda ancha fija con 600Mbps simétricos, telefonía fija con tarifa plana nacional, telefonía móvil con llamadas ilimitadas y banda ancha móvil con franquicia de 25 GB⁸. Actualmente, el precio de la cuota mensual de este producto es de 50 euros por mes (IVA incluido). Si bien inicialmente Telefónica estableció unos precios diferentes en función de la zona en la que se encontrara el cliente, actualmente este producto cuenta con un único precio independiente de la ubicación del cliente. Esta Sala considera que este producto debe ser incluido en la lista de productos emblemáticos BAU. La consideración de este producto como emblemático está justificada por las razones que se exponen a continuación.

En primer lugar, el producto *Fusión O2 600Mb* ya es de los más relevantes de la cartera de Telefónica. Como muestra el gráfico 2, tras un período de crecimiento moderado durante los meses inmediatamente posteriores a su lanzamiento, *Fusión O2 600Mb* ha seguido una acelerada senda de crecimiento. Desde marzo de 2019, la variación intermensual de la planta ha sido, de media, de **[CONFIDENCIAL]** clientes. La rápida expansión de su base de clientes ha permitido que su planta haya alcanzado los **[CONFIDENCIAL]** clientes en poco más de dos años desde su lanzamiento, lo que demuestra que *Fusión O2 600Mb* es uno de los productos más dinámicos de la cartera de Telefónica. Es decir, según los datos más recientes⁹, el producto de O2 **[CONFIDENCIAL]**.

⁷ De acuerdo con la definición más amplia de producto que establece la Resolución del ERT, este producto recoge las tres ofertas minoristas comunicadas a la CNMC con los códigos SER-PQ-18-0001, SER-PQ-18-0003 y SER-PQ-19-650. Estos productos son equivalentes en cuanto a los componentes y prestaciones que incluyen y difieren únicamente en su ámbito geográfico de comercialización.

⁸ **[CONFIDENCIAL]**.

⁹ Datos procedentes de las respuestas a los requerimientos de información que Telefónica presenta a la CNMC mensualmente, el último de ellos correspondiente a datos del mes de agosto de 2020. Si se tomaran como referencia estos datos actualizados en lugar de la referencia del segundo semestre de 2019, el producto de O2 sería considerado emblemático conforme al primer criterio.

Gráfico 2. Evolución de la planta del producto *Fusión O2* desde su lanzamiento hasta la actualidad **[CONFIDENCIAL]**

Como segundo argumento se puede destacar la importancia del producto en el ritmo de captación de nuevas altas (ver gráfico 3), cuya tendencia se ajusta a la descripción de la planta total del producto: tras un período de crecimiento moderado tras su lanzamiento, el número de altas nuevas, es decir, de nuevos clientes de *Fusión O2 600Mb* provenientes de operadores distintos a Telefónica, se ha situado por encima de las **[CONFIDENCIAL]** líneas por mes. En términos relativos, el producto ha representado más de un **[CONFIDENCIAL]** de las altas nuevas de fibra óptica de Telefónica en **[CONFIDENCIAL]** meses distintos desde su lanzamiento, llegando incluso a suponer el **[CONFIDENCIAL]**.

Gráfico 3. Evolución de las altas del producto *Fusión O2 600Mb* y de su peso relativo sobre el total de altas nuevas FTTH de Telefónica **[CONFIDENCIAL]**

A la vista de las cifras anteriores, es altamente previsible que en la próxima revisión semestral de parámetros el producto de O2 fuera calificado como emblemático conforme al primer criterio. No obstante, el hecho de que en la sección III.5.1 de la presente Resolución se establezca el paso a una revisión anual implica no abordar esta cuestión de nuevo hasta el primer semestre de 2021. Habida cuenta del ritmo de captaciones y de altas expuesto en los párrafos precedentes, así como la elevada presión competitiva que ejerce sobre otros operadores del mercado, esta Sala considera preciso incluir el producto *Fusión O2 600Mb* en el listado de productos BAU emblemáticos conforme al tercer criterio.

Por último, debe aclararse que el cálculo del VAN del producto *Fusión O2 600Mb* se ha realizado de manera análoga a los otros productos incluidos en el listado de productos emblemáticos. En lo que se refiere al margen del componente móvil, factor determinante de su VAN, dadas las características de este empaquetamiento, se ha empleado una estimación del consumo medio de banda ancha móvil de **[CONFIDENCIAL]** obtenido a partir de los datos provistos por Telefónica en su respuesta al requerimiento semestral de referencia.

Por otro lado, también han sido tenidos en cuenta los ingresos y costes asociados a las líneas adicionales O2 que Telefónica ofrece a los clientes del producto *Fusión O2*. Estas líneas tienen características equivalentes a la línea principal del empaquetamiento y tienen un precio incremental sobre la base del producto de 15 euros por línea y mes. Actualmente, el margen asociado a estas líneas es de **[CONFIDENCIAL]** y la ratio de líneas adicionales respecto a líneas principales es del **[CONFIDENCIAL]**.

III.3.4 Productos emblemáticos de cobre

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

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

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

Denominación	Cuota mensual del producto básico (euros, IVA incluido)	Número de clientes	Porcentaje de clientes	Porcentaje acumulado de clientes
<i>Fusión Base 20Mb</i>	68	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión+1 20Mb</i>	89	[...]	[...]	[...]
<i>Dúo/Trío 20Mb</i>	47	[...]	[...]	[...]
<i>Fusión#0 20Mb</i>	53	[...]	[...]	[...]

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

III.4.1 Costes de red del componente de banda ancha

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

El cálculo de estos costes utiliza los valores de tráfico medio estimados¹⁰ para 2020 (1.968 kb/s sobre FTTH), y este valor medio se ha distribuido a cada velocidad minorista de acuerdo a los clientes de cada modalidad. Los tráficos medios en hora cargada consumidos por cliente FTTH para las velocidades más contratadas por los clientes de Telefónica son los que figuran en la siguiente tabla.

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

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 5. Tráficos medios en la hora cargada (año 2020) en Kb/s

	100Mbps/100Mbps	600Mbps/600Mbps
Tráfico medio	[...]	[...]

En el caso de clientes con televisión de pago, se ha considerado un tráfico por hora cargada de 4.710,50 Kbps, con independencia de la velocidad que tenga contratado el usuario, de los cuales 4 Mbps se corresponden al tráfico vinculado al servicio de televisión de pago y 710,50 Kbps a un uso residual de Internet equivalente al que se imputa a 10Mbps de velocidad.

Debido a la introducción de la funcionalidad de replicación de tramas *multicast* en NEBA local¹¹, desarrollada desde diciembre de 2019 y en pruebas desde febrero de 2020, se ha modificado el cálculo de los costes de red para tener en cuenta que los operadores ya pueden hacer uso de dicha funcionalidad. En efecto, si bien las pruebas sufrieron un cierto retraso debido al estado de alarma, el proceso de migración se encuentra actualmente en marcha, sin que se hayan observado problemas hasta el momento. La previsión es que la migración de los accesos NEBA local de los operadores participantes haya podido ser completada en el primer trimestre de 2021. En ese momento, la funcionalidad estará disponible comercialmente sin restricciones para todos los operadores. Por ello, y teniendo además en cuenta que el test del ERT considera de manera prospectiva los costes y beneficios en un período de 60 meses, se considera que éste es el momento adecuado para considerar, al menos parcialmente, esta funcionalidad en el test del ERT. A este respecto, y teniendo en cuenta las alegaciones de los interesados que se exponen en el apartado III.7.12, se considera que una previsión de uso de la funcionalidad *multicast* del 75% guarda el necesario equilibrio entre la prospectividad del test de replicabilidad y la prudencia que se ha de guardar a la hora de considerar una funcionalidad cuya implementación se ha visto sujeta a múltiples retrasos. Este valor se revisará en próximas resoluciones de actualización de parámetros en función de la implementación y uso de esta funcionalidad.

La funcionalidad de replicación de tramas *multicast* de NEBA local permite a los operadores reducir el ancho de banda usado para el servicio de IPTV en la conexión a la red de Telefónica, es decir, en el PAI-L de NEBA local, así como en su red propia. Mediante esta funcionalidad los operadores pueden enviar una sola vez el tráfico de cada canal de IPTV al PAI-L, independientemente del

¹¹ El desarrollo y plazos se establecieron en la Resolución, de 3 de abril de 2019, sobre la modificación del servicio mayorista NEBA local para introducir la funcionalidad de *multicast*.

número de usuarios que lo estén viendo en el área cubierta por dicho PAI-L, encargándose los elementos de red de Telefónica de replicar dicho tráfico para hacerlo llegar a los diferentes usuarios. Ello supone una notable disminución del tráfico por usuario entregado al PAI-L, especialmente en los eventos deportivos masivos en directo, como partidos de fútbol, que determinaban hasta ahora el ancho de banda por usuario con IPTV.

El cálculo de los costes de red tiene en cuenta estos cambios y, a partir del número de canales de cada tipo (SD, HD, UHD) transmitidos por Telefónica, calcula el coste por usuario tanto en la red de agregación del operador como en la entrega de señal al PAI-L, siendo éste un coste independiente del número de usuarios de cada canal. Se calculan también los costes mayoristas derivados de los precios de esta funcionalidad en la oferta de referencia, estimando un número de 2 modificaciones anuales¹² de los paquetes de canales contratados.

Como resultado, los costes de red propia basados en un uso del 75% de la funcionalidad *multicast* son los siguientes:

Tabla 6. Costes de red, en euros mensuales, estimados para 2020 a partir del servicio mayorista NEBA local, imputados a servicios minoristas de 100Mbps y 600Mbps

Concepto	BA sin IPTV		BA con IPTV	
	100Mbps/100Mbps	600Mbps/600Mbps	100Mbps/100Mbps	600Mbps/600Mbps
PAI-L	0,08	0,10	0,12	0,14
Entrega de señal	0,78	1,03	1,21	1,40
Red agregación	1,49	1,68	1,83	1,98
BRAS/RADIUS	0,15	0,15	0,15	0,15
Red IP	2,12	2,58	2,12	2,58
Acceso a internet	1,17	1,55	1,17	1,55
Hosting	0,10	0,10	0,10	0,10
Costes Comunes	0,29	0,36	0,39	0,39
Costes totales	6,19	7,56	7,05	8,30

¹² El operador puede contratar paquetes IP *multicast* de 10 canales. Su modificación tiene un precio de 50.000 euros. Los paquetes tienen una cuota semestral (900, 1800 y 3600 €) en función de la calidad (SD, HD y UHD, respectivamente).

III.4.2 Coste promocional medio

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

III.4.2.1 Evolución de los costes promocionales en el año 2019

Los costes promocionales medios utilizados en esta actualización de los parámetros se han calculado a partir de la información suministrada en los requerimientos de información que Telefónica debe aportar a la CNMC conforme a lo establecido en la Resolución del ERT. Los datos aportados por este operador reflejan diversos aspectos relativos a sus dinámicas comerciales, algunos de los cuales son expuestos a continuación.

Los costes promocionales totales se calculan multiplicando el coste promocional y la captación de clientes para cada promoción. Como en ejercicios anteriores, la intensidad promocional de Telefónica presenta una marcada estacionalidad, concentrándose en torno a los meses inmediatamente posteriores al verano. Durante los meses de agosto y septiembre Telefónica lanzó, al igual que en otros ejercicios, importantes promociones sobre los productos pertenecientes a las familias *Fusión +2 600Mb* y *Fusión +4 600Mb*. Los respectivos componentes de televisión de pago de estos productos incluyen de manera destacada los canales *Movistar LaLiga* y *Movistar Liga de Campeones*.

Gráfico 4. Evolución del coste promocional total incurrido por Telefónica, según familia de productos objeto de promoción (millones de euros, enero 2019 – diciembre 2019). **[CONFIDENCIAL]**

Dado el alto valor de estas promociones y sus elevados índices de captación, el coste promocional mensual se situó en los **[CONFIDENCIAL]** millones de euros en los meses de agosto y septiembre, cantidades ambas que contrastan con los **[CONFIDENCIAL]** correspondientes al mes de julio de 2019. Aunque tras la finalización de las campañas de verano el coste promocional por mes de Telefónica comenzó a reducirse, su descenso se vio frenado en gran parte por el protagonismo comercial adquirido por el producto *Fusión+ Base 600Mb* en el mes de noviembre. Como se aprecia en el gráfico anterior, con anterioridad a octubre de 2019 el coste promocional asociado a este producto se había situado en niveles relativamente bajos y cercanos a **[CONFIDENCIAL]** de euros por mes. Sin embargo, el éxito de la promoción consistente en el descuento del 50%

sobre el precio de la base del producto *Fusión Base 600Mb*¹³ tuvo como consecuencia que **[CONFIDENCIAL]**. En cuanto a los productos que ofrecen 100Mb de velocidad (*Fusión#0 100Mb*, *Fusión+1 100Mb* y *Fusión Base 100Mb*), se observa que **[CONFIDENCIAL]**.

En segundo lugar, y así se expone en el gráfico 5, la información sobre la captación mensual de clientes de las distintas promociones de Telefónica es consistente con lo expuesto en el párrafo anterior a propósito de la evolución de coste promocional por mes. Si bien es cierto que el carácter estacional del número total de clientes (altas nuevas o clientes en plantas) captados por las promociones de Telefónica no es tan acentuado, sí que se observa el efecto de las promociones del verano sobre los productos *Fusión+2 600Mb* y *Fusión+4 600Mb*. De igual manera, la información sobre captaciones mensuales también refleja el éxito de las promocionales sobre el producto *Fusión+ 600Mb* que tuvieron lugar durante los tres últimos meses del año. Así, entre los meses de octubre y diciembre de 2019, las promociones sobre este producto captaron un total de **[CONFIDENCIAL]** clientes. De este total, un **[CONFIDENCIAL]** se corresponde con aquellos clientes que se beneficiaron de la promoción del 50% de descuento durante 6 meses.

Gráfico 5. Evolución de la captación de clientes de las promociones de Telefónica, según familia de productos objeto de promoción (miles de clientes, enero de 2019 – diciembre de 2019) **[CONFIDENCIAL]**

La combinación de los datos expuestos en los gráficos anteriores con la evolución mensual de las plantas de las distintas familias permite analizar la evolución del coste promocional que cada producto recibe mensualmente. Esta información se presenta en el gráfico 6, que recoge el resultado de dividir, por un lado, el coste promocional incurrido por Telefónica cada mes en cada producto y, por otro lado, la planta media de clientes del producto correspondiente¹⁴. Mediante este ejercicio se obtiene el coste promocional medio por cliente y mes.

En el gráfico 6 se muestra claramente el incremento generalizado de la intensidad promocional que tuvo lugar durante el segundo semestre de 2019, que se concentra en los productos de 600Mb. Todos los productos incluidos en el gráfico presentan en el segundo semestre de 2019 unos costes promocionales superiores a los observados en el primero. En algunos casos el incremento en el coste promocional medio por cliente y mes es mayor al 200% respecto al coste máximo alcanzado durante el primer semestre (por ejemplo, en el caso del coste promocional medio de **[CONFIDENCIAL]**)

¹³ Promoción PM4-PQ-19-5567.

¹⁴ Sólo como aclaración, la planta de clientes de productos incluye todos los clientes de cada producto, incluyendo tanto los que reciben una promoción como aquellos que no se benefician de ninguna.

En el segundo semestre de 2019, los productos con mayores costes promocionales medios por cliente y mes son **[CONFIDENCIAL]**.

El coste promocional medio de *Fusión+ Base 600Mb* se caracteriza por **[CONFIDENCIAL]**.

Gráfico 6. Evolución del coste promocional medio de Telefónica, según producto emblemático BAU (euros por cliente, enero de 2019 – diciembre de 2019)¹⁵
[CONFIDENCIAL]

III.4.2.2 Resultado del parámetro correspondiente a los costes promocionales por producto

De acuerdo con los datos correspondientes al periodo comprendido entre el 1 de enero el 31 de diciembre de 2019, los costes promocionales medios por cliente y mes de los **productos BAU emblemáticos** de Telefónica son los siguientes.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 5. Determinación del coste medio por cliente y mes de las promociones de Telefónica

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

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

¹⁵ **[CONFIDENCIAL]**.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 6. Determinación del coste medio por cliente y mes de las promociones de Telefónica

Denominación	Coste promocional medio por cliente y mes
<i>Fusión+1 20Mb</i>	[...]
<i>Fusión Base 20Mb</i>	[...]
<i>Dúo/Trío 20Mb</i>	[...]
<i>Fusión#0 20Mb</i>	[...]

III.4.3 Costes comerciales en el test de replicabilidad

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

En el presente procedimiento se ha calculado la magnitud de costes comerciales, expresada como porcentaje de los ingresos generados por cada producto, conforme a lo descrito en la Resolución de 6 de abril de 2019. Al igual en la que la revisión de parámetros aprobada el 23 de enero de 2020, para dicho cálculo se utiliza información procedente de las contabilidades de costes regulatorias de Telefónica y Telefónica Móviles correspondientes al año 2018. En consecuencia, se mantiene el parámetro de costes comerciales calculado en la revisión anterior, que asciende al **[CONFIDENCIAL]** de los ingresos generados por cada empaquetamiento.

[datos CONFIDENCIALES entre corchetes]

Tabla 7. Ingresos y costes considerados para determinar el porcentaje de costes minoristas

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

III.4.4 Valoración del componente de telefonía fija

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

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

- El coste de la originación del tráfico fijo. A partir de los datos de tráfico de voz y del número de líneas, y asumiendo un códec¹⁶, se calcula el tráfico por usuario en hora punta (1,87 kb/s). Pero dado que no hay coste de capacidad en NEBA local, y que la contribución de este tráfico a otros costes (PAI-L, entrega de señal) es prácticamente cero, la contribución de este concepto al coste de red es cero.
- El coste de terminar las llamadas en terceros operadores. Éste se calcula a partir de los tráficos de telefonía fija de las tarifas de voz incluidas en los paquetes BAU emblemáticos y de los precios de terminación (fija, móvil e internacional) vigentes en cada momento.

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

III.4.5 Costes del componente de telefonía móvil

Según lo establecido en la Resolución del ERT, la valoración de los costes correspondientes al componente móvil se realiza tomando como referencia los contratos suscritos por Telefónica con los OMV completos a los que este operador preste el servicio mayorista de acceso y originación móvil¹⁷. En concreto, se utiliza el precio medio cargado por Telefónica a estos operadores, diferenciando entre tráficos de voz móvil, servicios de mensajería corta y banda ancha móvil.

¹⁶ G.711 con 10 ms, según los parámetros del modelo BU-LRIC.

¹⁷ En todo caso, la CNMC adoptará las necesarias cautelas para evitar la instrumentalización estratégica de los acuerdos que pudiera negociar Telefónica con determinados OMV con el fin de influir en el resultado del test de replicabilidad. Para valorar esta circunstancia se atenderá a elementos como el número de OMV completos de Telefónica, la estructura de precios de los contratos en vigor, o la diferencia entre los precios mayoristas ofrecidos por Telefónica a sus OMV completos con respecto a la media del mercado.

En la actualidad, los OMV completos con acuerdos mayoristas vigentes con Telefónica para la originación y el acceso móvil son **[CONFIDENCIAL]** y el resultado del cálculo descrito en el párrafo anterior arroja un coste de **[CONFIDENCIAL]** céntimos por minuto de tráfico de voz, **[CONFIDENCIAL]** céntimos por SMS y **[CONFIDENCIAL]** euros por gigabyte.

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

El coste total en el que incurre el operador hipotético por los tráficos unitarios de voz y SMS se calculan añadiendo a las cifras anteriores, en el caso de los tráficos con destino *off-net*, la terminación fija, móvil y de SMS correspondientes. Asimismo, se han empleado el precio de terminación móvil vigente, establecido en 0,64 céntimos de euro por minuto. Para el resto de valores utilizados en el cálculo (terminación internacional, terminación SMS, ingresos por llamadas y mensajes no franquiciados, etc.) se ha utilizado información correspondiente al *IV Informe Trimestral 2019* de la CNMC.

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

Como particularidad, y tal como se ha explicado en el apartado III.3.2, desde el día 18 de abril de 2020 Telefónica incorporó franquicias de banda ancha móvil ilimitadas a algunos de sus empaquetamientos *Fusión*¹⁸. Esta modificación supone una novedad sin antecedentes en el catálogo comercial de Telefónica, pues hasta la fecha las franquicias de datos móviles estaban limitadas a un número determinado de gigabytes por línea y mes.

Para poder calcular los costes correspondientes al componente móvil de los empaquetamientos citados arriba, se ha considerado que el consumo medio del servicio de banda ancha móvil de una línea con franquicia ilimitada se situará en **[CONFIDENCIAL]** GB/línea y mes, siguiendo lo expuesto en el apartado III.7.7 del presente documento y, por tanto, reduciéndose este valor con respecto al utilizado en el informe de audiencia.

Debido a que Telefónica no comercializaba franquicias ilimitadas en sus productos convergentes en el semestre de referencia para el cálculo de los parámetros (segundo semestre de 2019), esta cifra se ha calculado como el

¹⁸ En concreto, los productos afectados fueron *Fusión Selección Plus Fútbol*, *Fusión Selección Plus Ficción*, *Fusión Total*, *Fusión Total Plus* (en sus variantes de 2 y 4 líneas móviles), *Fusión Ocio Total*, *Fusión Ficción Total*, *Fusión +2 Premium* (y superiores) y *Fusión+4* (y superiores).

consumo medio de las líneas con datos ilimitados de Orange, Vodafone y MásMóvil en dicho periodo¹⁹.

III.4.6 Costes del componente de televisión de pago

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

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

En primer lugar, los canales sujetos a la oferta mayorista de Telefónica²⁰ se valoran a partir de los CPA mayoristas vigentes correspondientes a cada uno de ellos²¹.

Tabla 7. CPA mayoristas

Denominación del canal	CPA vigente (€/mes)
<i>Movistar Liga</i>	15,00
<i>Movistar Champions</i>	12,00
<i>Movistar Fórmula 1</i>	1,00
<i>Movistar Series</i>	0,88
<i>Movistar Estrenos</i>	3,30

En segundo lugar, la valoración de los canales propios de Telefónica no sujetos a la oferta mayorista (esto es, canales propios no *Premium*) y de la plataforma YOMVI²² se basa en los costes devengados en el periodo de referencia inmediatamente anterior. Si bien el ERT adopta un enfoque prospectivo a la hora de valorar el componente audiovisual de los empaquetamientos de banda ancha de Telefónica que incluyen televisión de pago, en lo que respecta a los canales editados por la propia Telefónica se optó por utilizar los costes devengados como proxy²³.

¹⁹ Para ello, se realizó un requerimiento de información a estos operadores en el marco del expediente NOT/DTSA/055/20.

²⁰ Véase el expediente C/0612/14/Telefónica/DTS, sobre la operación de concentración Telefónica/DTS.

²¹ En este contexto, el CPA es el precio nominal mensual por abonado relativo a los canales *Premium* de la oferta mayorista de Telefónica.

²² La denominada plataforma YOMVI, incluido por defecto en todos los empaquetamientos de Telefónica con servicio de televisión de pago, permite el acceso VoD a un catálogo de películas y series de librería integrado por más de 3.000 referencias.

²³ Los contratos por lo que se adquieren contenidos de terceros (como series y películas) presentan mayor complejidad y variabilidad que en el caso de los contratos para la emisión de canales adquiridos a terceros. La asignación de los contenidos a cada uno de los canales propios de Telefónica es incierta ya que depende de factores como el atractivo comercial de los

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

Según lo expuesto en los párrafos precedentes, el cálculo de los costes audiovisuales de los canales lineales propios de Telefónica y de la plataforma YOMVI desarrollado en el presente expediente se ha realizado a partir del coste de estos canales devengado por Telefónica durante el primer semestre de 2019. Así, el coste por usuario atribuido a los canales propios no *Premium* es el resultado de dividir el coste de adquisición de los contenidos, los costes de producción menos los ingresos de publicidad y la venta de derechos internacionales entre el número medio de abonados en el canal durante el primer semestre de 2019. Como resultado de la estimación de las alegaciones de Telefónica expuestas en el apartado III.7.6, en lo que respecta al módulo *Familiar* se ha tenido también en cuenta la planta de los productos *Fusión Base* que, como se expuso anteriormente, incorporaron los canales familiares a su oferta.

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

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

La Resolución del ERT describe la manera de cuantificar el coste de los elementos de red específicamente asociados a la prestación del servicio de televisión de pago, tales como mantenimiento y activación del servicio, nodos TV y transporte, o coste de instalación minorista de IPTV²⁴. Para determinar estos costes, se ha recurrido a la información procedente de la contabilidad regulatoria del año 2018. Los costes de red por abonado obtenidos ascienden a **[CONFIDENCIAL]** en el caso de servicios IPTV y de **[CONFIDENCIAL]** para servicios OTT.

contenidos adquiridos o la audiencia del resto de canales. La alta variabilidad que se observa dificulta determinar *ex ante* el coste de estos contenidos, por lo que se ha optado por utilizar como proxy la información correspondiente al periodo más reciente sobre el que se cuente con información real.

²⁴ Elementos como el PAI-L, la entrega de señal, la red MAN ethernet y la red IP forman parte del cálculo de los costes de red derivado del modelo BU-LRIC cuya actualización se expone en el apartado III.4.1. de este documento.

III.4.7 Tasa de descuento para el cálculo del VAN

Los cálculos realizados en el marco del presente procedimiento toman como valor del WACC de Telefónica el aprobado por la Resolución de 28 de noviembre de 2019²⁵, cuyo valor es del 6,51%, que es el actualmente vigente.

III.5 OTRAS CUESTIONES A ABORDAR

III.5.1 Modificación del calendario de revisiones de parámetros

La Resolución del ERT establece que las revisiones de parámetros se realizarán semestralmente. No obstante, la propia Resolución añade que *“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”*. Es decir, la Resolución del ERT prevé la posibilidad de modificar la periodicidad de las revisiones de parámetros.

Desde la aprobación de la Resolución del ERT, en marzo de 2018, la CNMC ha revisado los parámetros en dos ocasiones, a través de Resoluciones de 3 de abril de 2019 y de 23 de enero de 2020. El presente procedimiento constituye la tercera de las revisiones, con lo cual la CNMC cuenta con la experiencia suficiente como para valorar la posibilidad de establecer una periodicidad anual para las revisiones de parámetros.

Por otro lado, como contrapartida a la flexibilidad otorgada a Telefónica para fijar libremente los precios de NEBA local y NEBA fibra, la Resolución del ERT estableció una obligación de suministro de información periódico. Si bien el contenido de los requerimientos de información que impone la Resolución del ERT en su Anexo IV no varía sustancialmente de aquellos otros que ya venía llevando a cabo Telefónica, ha sido preciso comprobar que se han alcanzado las exigencias relativas al contenido de la información suministrada y a sus correspondientes plazos de entrega.

Transcurridos más de dos años desde la aprobación de la Resolución del ERT, esta Sala considera que procede **establecer un periodo anual para las revisiones de parámetros**. De esta manera se dota de mayor estabilidad a los precios de NEBA local y NEBA fibra y certidumbre tanto para Telefónica como para los operadores alternativos. Las revisiones de parámetros ordinarias utilizarán la información del último requerimiento semestral presentado a la CNMC (segundo semestre del año anterior). Asimismo, el cálculo de los costes

²⁵ Resolución de 28 de noviembre de 2019, relativa a la tasa anual de coste de capital a aplicar en el ejercicio 2018 a Telefónica de España, S.A.U., Telefónica Móviles España, S.A.U., Vodafone España, S.A.U. y Orange Espagne, S.A.U. (WACC/DTSA/003/19/WACC 2019 OP INTEGRADOS).

promocionales se realizará con la información correspondiente a todo el ejercicio anterior.

Debe señalarse, no obstante, que los apartados VI.4.1 y VI.6.1 de la Resolución del ERT prevén la posibilidad de intervención de la CNMC en el caso de que Telefónica notificara una iniciativa comercial calificada como migración directa o indirecta y, como consecuencia de ello, alguno de los productos BAU emblemáticos no superara el test de replicabilidad. Asimismo, también es posible la intervención de la CNMC antes de la siguiente revisión mediante la aplicación excepcional del tercer criterio ante el lanzamiento comercial de un producto disruptivo.

En consecuencia, y sin perjuicio de la aplicación del régimen específico de las migraciones directas o indirectas que no superan el test, el siguiente procedimiento de revisión de parámetros tomará en consideración los parámetros correspondientes al segundo semestre de 2020 y los costes promocionales de todo 2020.

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

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

Todos los productos BAU emblemáticos superan el test de replicabilidad, con la excepción de *Fusión Base 600Mb*, que presenta un **VAN negativo de -45,57 euros**. En cuanto a los productos emblemáticos de cobre, todos ellos superan el test.

III.7 CUESTIONES PLANTEADAS POR LOS INTERESADOS EN EL SENO DEL EXPEDIENTE

III.7.1 Productos emblemáticos mediante el segundo criterio

Alegaciones de los operadores

Telefónica sostiene que los productos *Fusión Base* y *Fusión+1* deberían analizarse de manera agrupada. Este operador subraya que la anterior Resolución de revisión de parámetros consideró por separado estos productos porque, a diferencia de *Fusión Base*, el producto *Fusión+1* disponía del módulo *Familiar*. En opinión de Telefónica, al haberse producido la integración de este módulo de canales en *Fusión Base*, la separación pierde el sentido.

Desde el punto de vista de Telefónica, no existen condiciones competitivas distintas entre ambos productos, y éstos tampoco se dirigen a nichos de mercado diferentes, sino que los denominados *Fusión+1* serían la vía de desarrollo de los *Fusión Base*.

Telefónica manifiesta que, de producirse la señalada integración entre ambos productos, se superaría el test de replicabilidad y no sería necesario ajuste alguno en los precios de NEBA local y NEBA fibra.

Respuesta de la CNMC

En la Resolución de 23 de enero de 2020 se abordó la cuestión del tratamiento diferenciado de los productos *Fusión+1* y *Fusión Base*. En esta Resolución se rebatieron los argumentos empleados por Telefónica para justificar su propuesta de calcular un único VAN para ambos productos. En la Resolución no solo se mencionó la diferencia en cuenta al módulo *Familiar*, sino que también quedó patente el distinto tratamiento comercial que Telefónica otorga a ambos productos.

La incorporación del módulo *Familiar* a los *Fusión Base* no altera las conclusiones alcanzadas en la anterior resolución de revisión de parámetros. El tratamiento comercial que realiza Telefónica de ambos productos continúa siendo claramente diferenciado.

La definición amplia de producto que figura en la Resolución del ERT abarca tanto al “producto raíz” (en este caso, *Fusión Base* o *Fusión+1*) como las posibles combinaciones resultantes de añadir módulos de televisión de pago opcionales (*Series, Motor, Cine, etc.*). Es éste el punto de partida para realizar un análisis agrupado o para acometer una desagrupación en una futura revisión de parámetros. Resulta también prueba de su diferente naturaleza como “productos raíz” que ambos productos son objeto de acciones promocionales diferentes, como quedó demostrado en la Resolución de 23 de enero de 2020, y sin que se hayan producido cambios al respecto. Abundando en esta cuestión, un cliente de *Fusión Base 600Mb* no puede acceder a las promociones sobre *Fusión+1* (por ejemplo, una promoción consistente en el descuento del 50% durante 6 meses de la cuota del “producto raíz”), y lo mismo ocurre en sentido inverso.

III.7.2 Productos emblemáticos mediante el tercer criterio

Alegaciones de los operadores

En sus escritos de alegaciones, Orange, Vodafone y MásMóvil valoran positivamente la inclusión del producto *Fusión O2 600Mb* en el listado de productos emblemáticos BAU bajo el tercer criterio.

Telefónica, por su parte, considera que el análisis de la DTSA erra al tratar los tres productos incluidos en la familia *Fusión O2 600Mb* como un conjunto. En su

opinión, el hecho de que los productos individuales SER-PQ-18-0001 y SER-PQ-19-0650 fueran notificados como productos de comercialización exclusiva en la zona BAU debería excluir la posibilidad de que sus plantas y la evolución de sus altas sean consideradas en el marco del ERT. Habida cuenta de esta distinción, la DTSA habría sobreestimado la planta y captación del producto *Fusión O2 600Mb*, que sería más de un 50% inferior al excluir los **[CONFIDENCIAL]** clientes ubicados en la zona competitiva.

Aunque no se tuviera en cuenta la distinción anterior (es decir, no se separara el producto), para Telefónica los argumentos de la DTSA continuarían sin ser válidos. Primero, porque la existencia de variedad de productos ofrecidos por sus rivales imposibilitaría la consideración de la familia *Fusión O2 600Mb* como disruptivo y, segundo, porque gran parte de los clientes captados por estos productos provienen de Telefónica y Tuenti y no de operadores alternativos.

Respuesta de la CNMC

Esta Sala considera que el producto *Fusión O2 600Mb* satisface las condiciones expuestas en la Resolución del ERT y debe ser calificado como emblemático bajo el tercer criterio.

En primer lugar, las alegaciones de Telefónica excluyen a casi la mitad de la planta y las altas del producto *Fusión O2 600Mb* basándose únicamente en la particularidad de que en el momento de notificación optó por entregar a la CNMC dos oficios en lugar de uno. Este razonamiento ignora que las características de los productos que componen la familia *Fusión O2 600Mb* y que actualmente se ofrecen en el mercado tienen unas características idénticas en cuanto a los servicios de comunicaciones electrónicas que incluyen y el precio minorista aplicable. El hecho de que los clientes en planta del producto individual SER-PQ-18-0001 continúan pagando el precio aplicado en el momento de lanzamiento, 45€/mes, no supone una diferenciación suficiente para justificar la creación de una segunda familia de productos.

Por otro lado, la distinción geográfica de los productos incluidos en la familia *Fusión O2 600Mb* también habría desaparecido de los materiales publicitarios utilizados por Telefónica en la comercialización del producto. Por ejemplo, si anteriormente la diferenciación geográfica de precios ocupaba un lugar destacado en el portal web de O2, actualmente solo figura en la sección de ayuda. Cabe destacar, además, que en diversas ocasiones Telefónica se ha referido al producto de *Fusión O2 600Mb* como un único producto, incluso cuando aplicaba la diferenciación geográfica de precios²⁶. Las condiciones particulares de la oferta tampoco recogen información sobre la diferenciación

²⁶ Por ejemplo, véase el artículo en el que Telefónica anunció la unificación de precios “*del producto de fibra y móvil*” (<https://o2online.es/blog/unificamos-el-precio-del-producto-de-fibra-y-movil/>)

geográfica ni la existencia de dos productos diferenciados. En conclusión, la distinción que realiza Telefónica entre los productos es artificial y no responde a la realidad comercial del producto, apoyándose exclusivamente en la fórmula administrativa por la que optó al notificar los productos individuales. El análisis de la CNMC, que incluye todos los clientes de la familia *Fusión O2 600Mb*, es correcto y valora adecuadamente el impacto de esta oferta en el mercado minorista de banda ancha fija.

En segundo lugar, Telefónica considera que el producto no reúne características coincidentes con la “disruptividad” a la que alude la Resolución del ERT al describir el tercer criterio. Si bien es cierto que el segmento de ofertas de bajo coste ha crecido en los últimos años, sobre todo en lo que se refiere a la variedad de ofertas disponibles, esto no cambia que el lanzamiento de la marca comercial O2 y el empaquetamiento convergente *Fusión O2 600Mb* fueron hechos relevantes para el mercado minorista de banda ancha fija. Este hecho queda reflejado en el elevado impacto que tuvo el producto en la prensa del sector, al que ya hizo mención esta Comisión en la Resolución de 21 de marzo de 2019, relativa a la denuncia interpuesta por Vodafone contra Telefónica por la comercialización de los productos O2, y la Resolución de 3 de abril de 2019, relativa a la primera actualización de parámetros del ERT. De hecho, la decisión anterior de esta Comisión de no calificar el producto *Fusión O2 600Mb* se basó en gran medida en las bajas cifras de captación del producto, circunstancia que ha variado notablemente, tal y como recoge la presente Resolución.

En tercer lugar, Telefónica argumenta que el producto *Fusión O2 600Mb* no ha tenido impacto en el mercado porque gran parte de los clientes que habría captado provendrían de otras marcas y productos de Telefónica. Esta lógica obvia que los clientes que migraron de un producto de la marca Telefónica al producto *Fusión O2 600Mb* podrían haber contratado productos ofrecidos por alguno de los operadores alternativos que compiten en el segmento de empaquetamientos de bajo coste. El mero hecho de que los clientes provengan de Telefónica no implica que el producto no ejerza presión competitiva sobre sus rivales. Por esta razón esta Comisión, al analizar la evolución de la planta del producto *Fusión O2 600Mb*, tuvo en cuenta tanto las migraciones internas implícitas en las cifras aportadas por Telefónica en los requerimientos semestrales además de las altas nuevas generadas por el producto.

Por último, tampoco puede obviarse que la marca comercial O2 y sus productos ha sido y es objeto de campañas promocionales en todo tipo de medios, incluyendo la publicidad en la televisión en abierto. Este es otro aspecto muy relevante para considerar que el producto O2 es emblemático dentro del catálogo comercial de Telefónica.

En conclusión, se rechazan las alegaciones de Telefónica sobre el carácter emblemático, según el tercer criterio, del producto *Fusión O2 600Mb*. Esta decisión se basa en el detenido análisis de las cifras de planta y altas aportadas por Telefónica en los requerimientos semestrales, la revisión de la publicidad

utilizada en su comercialización y en el alto impacto mediático que ha tenido la oferta.

III.7.3 Fecha de referencia del catálogo de productos

Alegaciones de los operadores

Telefónica considera que, según lo dispuesto en la Resolución del ERT, el presente procedimiento debería tomar como referencia el catálogo de productos a 1 de marzo de 2020. No deberían considerarse, por tanto, las modificaciones en dicho catálogo acaecidas con posterioridad a esa fecha. Según Telefónica, la consecuencia de tal consideración *“ha supuesto por sí solo que el portfolio sea considerado irreplicable y anticipa la posibilidad de que se obligue a Telefónica a reducir sus precios mayoristas sin que esto se debiera producir atendiendo a la Resolución del ERT”*. Las modificaciones en el catálogo a las que se refiere este operador serían la incorporación a *Fusión Base* del módulo *Familiar* y del incremento de su franquicia de datos a 15GB.

Telefónica opina que la CNMC está aplicando de manera incorrecta el criterio 2 de la Resolución del ERT, según la cual *“las modificaciones en el portfolio deberían haberse analizado con anterioridad y, de identificarse una supuesta irreplicabilidad, se debería haber informado de forma previa a su lanzamiento”*. De esta manera, Telefónica podría haber adoptado las medidas oportunas para evitar un ajuste en los precios de NEBA local y NEBA fibra como el que se propone en el Informe de Audiencia.

Respuesta de la CNMC

El día 27 de diciembre de 2019, Telefónica notificó a esta Comisión una serie de modificaciones en el precio y prestaciones de *Fusión Base*, que entrarían en vigor el día 5 de marzo de 2020. Se trata de las siguientes: (i) incremento de la franquicia de datos en la línea principal de 10GB a 15GB; (ii) incremento de la franquicia de datos en la línea adicional de 0,2GB a 5GB, y (iii) incremento de cuota en 2 euros mensuales, situándose en 74 euros la modalidad de 600Mb y en 67 euros las de fibra 100Mb y ADSL.

El día 5 de marzo de 2020, Telefónica notificó a esta Comisión la introducción del módulo *Familiar* a los productos *Fusión Base*, que tendría lugar el día 19 de abril de 2020.

Ambas medidas se incardinan en el concepto de migración directa. Por ello, de conformidad con lo previsto en la Resolución del ERT se procedió a evaluar si estas medidas podrían generar una situación de irreplicabilidad. Dado el elevado margen con que contaban los productos *Fusión Base* y teniendo en cuenta, además, el incremento de precios de estos productos (que elevaban más este margen), las modificaciones en el catálogo notificadas no presentaban impacto relevante alguno en los precios de NEBA local y/o NEBA fibra.

Por tanto, dado que los productos *Fusión Base* eran replicables con los parámetros vigentes en el momento de la notificación de los cambios notificados, no procedía realizar advertencia alguna a Telefónica.

A mayor abundamiento, debe también recordarse que el día 12 de febrero de 2020 esta Comisión notificó a Telefónica el archivo Excel donde figura el cálculo detallado del VAN de todos los productos sujetos al test de replicabilidad, así como los principales parámetros utilizados en dicho cálculo. Esta hoja, junto con sus propios datos, permite a Telefónica prever el efecto de sus cambios en el catálogo en los VAN de sus productos.

Como se ha explicado previamente, la irreplicabilidad del producto *Fusión Base 600Mb* se explica por el incremento del coste promocional, que pasó de **[CONFIDENCIAL]**. Los datos sobre la evolución del coste promocional utilizados en la presente revisión proceden de los requerimientos mensuales que Telefónica remite a esta Comisión. De hecho, en el momento de entrada en vigor de los cambios introducidos en los productos *Fusión Base* Telefónica ya había notificado los datos sobre la evolución del coste promocional que se actualizan en la presente revisión. En definitiva, Telefónica no puede alegar el desconocimiento de unos datos propios, remitidos a esta Comisión entre los días 31 de agosto de 2019 y 31 de enero de 2020.

En anteriores resoluciones de revisión de parámetros, hemos recordado que la flexibilidad otorgada a Telefónica para establecer los precios mayoristas de NEBA local y NEBA fibra y también a la hora de realizar promociones viene acompañada de una responsabilidad de seguimiento del cumplimiento de la obligación de replicabilidad que tienen satisfacer estos precios. Telefónica no puede eludir esta responsabilidad, esperando a que sea esta Comisión quien realice esta tarea y limitándose Telefónica a “supervisar” la actuación del regulador. No es ésta la vocación que inspira la Resolución del ERT. La flexibilidad con que cuenta Telefónica implica también la asunción de responsabilidades adicionales especialmente cuando cuenta con todas las herramientas necesarias para ejercerlas.

Por otro lado, la procedencia de considerar en una revisión de parámetros productos que han sido objeto de migración con posterioridad a las fechas de 1 de marzo y 1 de septiembre ha sido también abordada en las resoluciones de revisión de parámetros anteriores. En primer lugar, una vez realizado el cálculo actualizado del VAN que tiene lugar cuando se notifica una migración, resultaría contradictorio tener en cuenta en una revisión de parámetros los precios y características previos a esta migración. En segundo lugar, la consideración de las migraciones en las actualizaciones de parámetros evita que Telefónica incurra en comportamientos estratégicos consistentes en notificar todas las modificaciones de sus productos que afecten negativamente al VAN (aunque no al precio del NEBA) en una fecha inmediatamente posterior a los días 1 de marzo y 1 de septiembre. Con ello obtendría un margen artificial que podría utilizarse, por ejemplo, para incurrir en estrategias promocionales que de otra manera no

podrían llevarse a cabo. Por tanto, en línea con la actuación precedente de esta Comisión, las migraciones notificadas con entrada en vigor con posterioridad a los días 1 de marzo y 1 de septiembre son analizadas en el contexto de los procedimientos de revisión de parámetros correspondientes.

III.7.4 Cálculo del coste promocional

Alegaciones de los operadores

Telefónica expresa su disconformidad con el criterio propuesto en el informe de audiencia sobre el cálculo de un coste promocional conjunto para las velocidades 100Mb y 600Mb.

Telefónica explica que, efectivamente, los productos de 600Mb de velocidad son más intensamente promocionados, y ello es así por dos motivos: (i) por el mayor margen que disponen los productos de 600Mb, que puede ser aprovechado para intensificar el esfuerzo promocional; (ii) por la legítima vocación de este operador de incentivar la contratación de productos de mayor valor. Sin embargo, apunta Telefónica, el escenario descrito por la DTSA (esto es, una captación promocional centrada en productos de 600Mb y un posterior reposicionamiento en velocidades inferiores) no se produce en un grado tal que justifique alterar el test de replicabilidad.

Para Telefónica, el cálculo de un coste promocional conjunto para velocidades de 100Mb y 600Mb supondría una limitación injustificada de su capacidad para competir en el mercado. Además, la aplicación del criterio propuesto desde la siguiente Resolución de revisión de parámetros, tal y como se proponía en el informe de audiencia, impediría a Telefónica adaptar su política comercial a esta circunstancia.

Orange y Masmóvil subrayan la dilución del coste promocional entre velocidades que supondría tomar coste promocional conjunto, que considera contrario al objetivo del ERT de determinar la replicabilidad de cada uno de los productos BAU emblemáticos. Orange se opone, además, señalando que las migraciones de productos que fomentan las promociones de Telefónica no tienen por qué dirigirse a la contratación de un producto equivalente de velocidad superior, sino que las posibilidades son más amplias.

Orange opina que el problema principal de las promociones es la alternancia de ofertas promocionales entre productos de similares características. Según Orange, *“clientes fuertemente promocionados en una temporada migran a otro producto la siguiente temporada por lo que el coste promocional de la temporada anterior se desvanece en la nueva temporada”*.

Por otro lado, Orange considera que el informe de audiencia infravalora el impacto de las promociones de Telefónica. En su opinión, la estabilidad en los ARPU de los productos BAU de Telefónica en combinación con unos mayores

costes del fútbol se debería haber traducido en una reducción de los márgenes de los productos BAU emblemáticos que no ha tenido lugar. Además, señala que el incremento de precios nominales de los productos de Telefónica, sin reflejo en el precio efectivo que recoge el ARPU, puede estar generando un desfase en la valoración de los costes promocionales. Por ello, Orange considera necesaria una auditoría del ARPU medio o ingreso efectivo de los empaquetamientos en el último ejercicio de 2019 respecto de las estimaciones en el último test de replicabilidad.

Vodafone considera que Telefónica dispone de una excesiva flexibilidad para comercializar ofertas promocionales, que no pueden ser paralizadas con carácter previo a su comercialización efectiva. El control que la CNMC realiza en las resoluciones de revisión de parámetros resulta, a juicio de este operador, insuficiente porque (i) un eventual ajuste en los precios de NEBA local no compensa todos los clientes que pueda haber perdido un operador alternativo a favor de Telefónica durante un periodo completo de 12 meses, y (ii) la reducción del precio mayorista desincentiva la inversión en nuevas infraestructuras.

Al margen del cálculo del coste promocional, Vodafone también solicita que se publiquen los costes medios promocionales calculados. La falta de transparencia con respecto a este parámetro, calificado como confidencial, limita en gran parte la capacidad de los operadores alternativos de presentar “alegaciones y sólidas durante el proceso de tramitación”, así como de verificar “la aplicación correcta de la metodología por parte de la CNMC”. Vodafone destaca que la publicación del coste medio promocional no genera problemas de confidencialidad o cualquier otro perjuicio a Telefónica, pues (i) la gran cantidad de promociones y su variedad de las mismas que tienen lugar en un periodo de 12 meses; (ii) se trata de promociones ya pasadas.

Respuesta de la CNMC

Atendiendo las alegaciones de los distintos operadores, se mantendrá un cálculo promocional específico para cada velocidad. Ello no obsta para que esta Comisión continúe realizando un seguimiento continuo de la actividad promocional de Telefónica con el objeto de garantizar que el test de replicabilidad refleja el coste promocional de cada producto de una manera fehaciente.

El ejercicio de comparación del ARPU de Telefónica con los márgenes de los productos BAU emblemáticos no tiene en cuenta que en el cálculo del VAN concurren parámetros de diversa índole que, en ocasiones, se ven sujetos a cambios que elevada incidencia en el VAN. Por otro lado, la circunstancia a la que se refiere Telefónica acerca del incremento en el coste promocional como consecuencia de una subida de precios nominales –manteniéndose un mismo precio descontado– es un aspecto tenido en cuenta por esta Comisión.

La cuestión concerniente a la publicación del coste medio promocional se respondió en la Resolución de 23 de enero de 2020. Debe añadirse que la

publicación del coste promocional medio calculado en las revisiones de parámetros no supondría una mayor capacidad de presentar alegaciones para los operadores alternativos. Dado que este parámetro se basa en los clientes captados por cada una de las ofertas promociones de Telefónica (esto es, una información interna de Telefónica de su exclusivo conocimiento), los operadores alternativos no disponen de los recursos para formular alegaciones sobre la mayor o menor adecuación del cálculo publicado.

Finalmente, la propuesta de Vodafone olvida que el objetivo del ERT es valorar la suficiencia de los precios mayoristas de NEBA local y NEBA fibra, y no controlar la actividad promocional de Telefónica. Este operador tiene flexibilidad para establecer las políticas de captación de clientes que estime oportunas, hasta el punto de que la paralización de ofertas promocionales que pretende Vodafone sería contraria a los principios de la Resolución del ERT. Ello no quiere decir que el desarrollo de una actividad promocional especialmente intensa no tenga consecuencias en el test de replicabilidad, pues ello puede generar un ajuste en los precios de NEBA local y/o NEBA fibra (como ocurre en el presente procedimiento).

Por otro lado, la flexibilidad con que cuenta Telefónica para diseñar su política promocional no quiere decir que el test de replicabilidad no aplique ciertas restricciones que indirectamente podrían condicionar su política comercial. Así, en caso de que un descuento promocional se extienda durante un periodo superior a 12 meses, el test de replicabilidad considera que el precio promocionado es el precio de referencia para determinar el VAN de los productos BAU emblemáticos. En el caso de productos BAU emblemáticos que emitan contenidos deportivos en directo, este límite temporal se reduce a dos tercios de la temporada deportiva correspondiente. Estas restricciones no suponen la paralización por parte de la CNMC de las iniciativas comerciales de Telefónica, que mantendría su flexibilidad para comercializarlas si lo estimara oportuno. Eso sí, de optar por ello el cálculo del VAN del producto correspondiente se vería afectado de manera significativa, lo que en último término podría conducir a un ajuste de los precios de NEBA local y/o NEBA fibra.

III.7.5 Cálculo de los costes de comercialización minorista

Alegaciones de los operadores

Telefónica solicita que la presente actualización de parámetros utilice los datos procedentes de la contabilidad de costes regulatoria del año 2019, que fueron suministrados a la CNMC el día 31 de julio de 2020. Para ello, alude a que la Resolución del ERT señala que esta Comisión “*tomará como referencia la última contabilidad presentada por Telefónica*” para determinar el parámetro correspondiente a los costes de comercialización minorista. Con ello se pasaría de utilizar un porcentaje de **[CONFIDENCIAL]** a los **[CONFIDENCIAL]** que estima este operador para el año 2019. Según Telefónica, la utilización del

parámetro derivado de la contabilidad regulatoria de 2019 evitaría el ajuste en los precios de NEBA local y NEBA fibra.

Respuesta de la CNMC

En primer lugar, la información sobre costes de comercialización minorista a la que se refiere Telefónica aún no ha podido ser contrastada por esta Comisión, por lo que su incorporación al presente procedimiento sería precipitada. **[CONFIDENCIAL]**. En segundo lugar, y con carácter principal, los cálculos que se actualizan en la presente revisión deben utilizar unos datos coherentes con el resto de los parámetros. La estimación de la propuesta de Telefónica supondría incorporar al análisis otros datos susceptibles de ser también actualizados (tráficos móviles, costes audiovisuales, etc.) que corresponderían a una revisión de parámetros distinta de la abordada en el presente procedimiento. También significaría la aprobación de unos parámetros actualizados distintos de los que fueron sometidos a trámite de audiencia. Por tanto, la utilización de los costes de comercialización minorista notificados a esta Comisión el día 31 de julio de 2020 no resulta adecuada en este procedimiento, de manera que deben seguir utilizándose los mismos que fueron sometidos al trámite de audiencia.

III.7.6 Valoración de componente audiovisual

Alegaciones de los operadores

Telefónica señala que la incorporación del módulo *Familiar* a los empaquetamientos *Fusión Base* debería reflejarse en el cálculo del coste por cliente de los canales que lo integran²⁷. Al haberse utilizado como referencia el “*número medio de abonados en el canal durante el primer semestre de 2019*”, se estaría dividiendo el coste total de los canales del módulo Familiar entre un número inferior al de clientes que lo contratarían en el periodo de vigencia de los parámetros que se actualizan en el presente procedimiento. Habría, por tanto, que añadir al denominador utilizado en el cálculo la planta de clientes de *Fusión Base* que han pasado a disfrutar de los canales familiares.

Orange cuestiona que el test de replicabilidad que se realiza desde la perspectiva regulatoria valore los canales *premium* sujetos a la oferta mayorista de Telefónica sujetos a coste mínimo garantizado (CMG) en función de los CPA vigentes. Estos CPA se establecen conforme a los compromisos de la operación de concentración Telefónica/DTS. Orange apunta que existe una diferencia muy importante entre los CPA mayoristas –que no tienen en cuenta el efecto del CMG– y aquel coste medio por cliente que resultaría de considerar el CMG. En

²⁷ Canal Historia, Blaza, Crimen e Investigación, AMC, Hollywood, Sundance, Dark, Canal Cocina, Decasa, Odisea, Panda, Cosmo, Disney Junior, Disney XD, TNT, TCM Classic, Comedy Central, Nickelodeon, Nick Jr., MTV, Discovery Channel, Eurosport, Eurosport 2, Fix, Fox Life, Baby TV, Fox New, National Geographic, National Geographic Wild, Viajar, Calle 13, SyFy, AXN, AXN White y Fútbol Replay.

el caso de los canales *Movistar Liga* y *Movistar Champions*, las diferencias respectivas entre ambos valores serían, según estima Orange, de unos 11,3 y 2,4 euros por cliente y mes. Por ello, propone la aplicación de lo que denomina “*coste mínimo eficiente*” que resultaría de introducir parcialmente el efecto del CMG en la valoración de los canales *premium*.

Respuesta de la CNMC

Se acepta la alegación de Telefónica por lo que siguiendo el enfoque prospectivo que caracteriza el test de replicabilidad ex ante de la CNMC, se ha recalculado el coste por cliente del módulo *Familiar* teniendo en cuenta los clientes *Fusión Base*.

En cuanto a las alegaciones de Orange sobre el uso de los CPA mayoristas, determinados según lo dispuesto en los compromisos de la operación de concentración Telefónica/DTS, debe recordarse que esta cuestión ha sido abordada en las resoluciones de revisión de parámetros que anteceden a ésta. Como se expuso en estas resoluciones, el uso del CPA mayorista en el contexto del ERT responde a la aplicación coherente de unos mismos criterios y principios por parte de un organismo integrado como es la CNMC. En el marco de las actuaciones de esta Comisión, cualquier cuestión concerniente a la diferencia entre los CPA mayoristas vigentes y los costes medios por cliente que resultarían de tener en cuenta el CMG debe dirimirse en el marco de la vigilancia de los compromisos de la operación de concentración Telefónica/DTS.

III.7.7 Valoración de componente de telefonía móvil

Alegaciones de los operadores

Telefónica, en su escrito de alegaciones, considera que el informe de audiencia de la DTSA erra en su valoración de los costes del componente móvil de los empaquetamientos sujetos al ERT. En concreto, Telefónica considera que el consumo medio utilizado en la audiencia para estimar los costes de las líneas con franquicias de banda ancha móvil ilimitadas, de **[CONFIDENCIAL]** GB/línea y mes, es excesivamente alto y no estaría basado en información fiable sobre el uso de banda ancha móvil de los usuarios que contratan este tipo de líneas.

Según Telefónica, el consumo medio utilizado por la DTSA resultaría perjudicial para sus intereses dado que generaría un coste mayor al realmente incurrido en la prestación del servicio. Para evitar el citado perjuicio, considera que una mejor estimación podría obtenerse de los datos aportados en su respuesta al requerimiento semestral de septiembre de 2020 (referidos al primer semestre de 2020), que incluye las primeras observaciones de consumo real de líneas con perfil de banda ancha móvil ilimitado. El valor de dicha estimación situaría el consumo medio de las líneas móviles con datos ilimitados entre **[CONFIDENCIAL]** GB/mes y línea.

Por otro lado, Telefónica también considera que la DTSA debería haber utilizado los datos más recientes (correspondientes al requerimiento semestral de septiembre de 2020 y referidos al primer semestre de 2020) para la determinación del precio mayorista pagado por los OMV completos a los que presta el servicio de originación y acceso mayorista a la banda ancha móvil. El precio medio calculado por la DTSA, que se basó en datos del segundo semestre de 2019, arrojó un resultado de **[CONFIDENCIAL]**; el resultado del mismo cálculo con los datos del primer semestre de 2020 es de **[CONFIDENCIAL]**.

Sobre la base de lo anterior, Telefónica solicita que (i) el consumo medio de banda ancha móvil de las líneas con datos ilimitados y (ii) el precio medio cargado a los OMV completos por el servicio de originación y acceso mayorista a la banda ancha móvil sean calculados a partir de los datos contenidos en su respuesta al requerimiento semestral de septiembre de 2020.

Respuesta de la CNMC

Esta Sala está de acuerdo con Telefónica respecto a la necesidad de revisar la estimación del consumo medio de las líneas con franquicias de banda ancha móvil ilimitadas. La fuente utilizada en el trámite de audiencia para estimar el consumo medio de estas líneas, la contestación de Telefónica a una solicitud de información realizada durante el año 2019²⁸, no incluye información sobre líneas con datos ilimitados (aunque sí sobre líneas con franquicias de gran volumen) ni tampoco abarca el período de referencia establecido para esta revisión de parámetros (el segundo semestre de 2019).

Sin embargo, la alternativa propuesta por Telefónica sufre de las siguientes limitaciones:

En primer lugar, la contestación al requerimiento semestral de septiembre de 2020 solo incluye tres observaciones referidas a las líneas móviles con franquicias de datos ilimitados (correspondientes a dos semanas de abril y los meses de mayo y junio). Esto impide identificar las dinámicas que caracterizarán los consumos que realizan los usuarios de estas líneas y podría introducir importantes sesgos en las estimaciones prospectivas utilizadas por la CNMC en la estimación de los costes.

En segundo lugar, estas observaciones corresponden a los meses de vigencia del Estado de Alarma declarado a raíz de la crisis de COVID-19, período que se ha caracterizado por un patrón de consumo anormal por parte de los usuarios y que la propia Telefónica ha solicitado no utilizar en las revisiones de parámetros.

Por las razones anteriores esta Sala considera que no debe utilizarse la información contenida en la respuesta de Telefónica al requerimiento semestral

²⁸ Expediente INF/SAMCE/004/19

de septiembre 2020 para estimar el consumo medio de banda ancha móvil de las líneas con datos ilimitados. En su lugar, dicha estimación debe realizarse a partir de los datos recabados por la CNMC en las solicitudes de información NOT/DTSA/055/20 y NOT/DTSA/056/20 relativa a las líneas con datos ilimitados comercializados por los principales operadores del mercado nacional.

Los datos aportados en las contestaciones de los operadores contienen un número suficiente de observaciones, muestran el patrón real de consumo de los usuarios de las líneas con datos ilimitados y, además, se ajustan al período de referencia tomado en esta actualización de parámetros. Teniendo en cuenta los tráficos imputables las líneas con datos ilimitados comercializadas en empaquetamientos convergentes y sus respectivas plantas de clientes, el cálculo realizado sitúa el consumo medio de banda ancha móvil de estas líneas en **[CONFIDENCIAL]** GB/línea y mes.

Respecto a la segunda petición de Telefónica, esta Sala no puede aceptar actualizar la estimación del coste mayorista de banda ancha móvil utilizando los datos del primer semestre de 2020. En esta revisión de parámetros deben utilizarse los correspondientes al segundo semestre de 2019, y no puede hacerse una selección a medida adelantando la actualización de los parámetros que benefician a Telefónica. Por otro lado, esta petición es contradictoria con la solicitud de la propia Telefónica de no tener en cuenta en el ERT los parámetros del primer semestre de 2020 debido al impacto del confinamiento debido a la crisis del COVID-19 que se trata en el apartado III.7.9. Por tanto, el ingreso medio mayorista calculado por la DTSA es correcto y la solicitud de Telefónica debe ser rechazada.

III.7.8 Líneas móviles adicionales O2

Alegaciones de los operadores

MásMóvil plantea que en la determinación del margen móvil utilizado en el cálculo del VAN del producto *Fusión O2 600Mb* no deberían ser tenidas en cuenta las líneas adicionales O2, puesto que no se tienen en cuenta para otros productos.

Respuesta de la CNMC

El procedimiento seguido en la valoración del componente móvil se expone en la sección V.3 de la Resolución del ERT, donde se indica que “*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*”. Ahondando en este asunto, la Resolución del ERT establece los criterios que necesariamente deberán cumplir las líneas adicionales para ser tenidas en cuenta en el cálculo del VAN. En concreto, la Resolución establece las siguientes tres condiciones:

- Que la contratación de la línea móvil adicional esté sujeta a la previa contratación de un empaquetamiento de banda ancha convergente;
- Que la línea móvil adicional tenga un precio incremental y/o prestaciones diferentes al resto de líneas móviles comercializadas por Telefónica;
- Que el abandono por parte del cliente del empaquetamiento conlleve la cancelación de la línea adicional o su reposición a una tarifa móvil de carácter general.

Las líneas adicionales comercializadas por Telefónica bajo la marca O2 cumplen estos tres criterios, por lo que la petición de MásMóvil de excluirlos del análisis de replicabilidad no está justificada y debe ser rechazada por esta Sala.

III.7.9 Valoración de componente de telefonía fija

Alegaciones de los operadores

Telefónica entiende que en el presente procedimiento se deben tener en cuenta los precios de terminación fija correspondiente al año 2021 (también los de telefonía móvil), dado que es el periodo en que resultarán de aplicación los parámetros que se aprueban en el presente procedimiento. También solicita que se utilicen los precios medios de terminación internacional del último *Informe Trimestral* de la CNMC.

Respuesta de la CNMC

Como se ha expresado previamente, los parámetros actualizados deben guardar coherencia entre sí. Los precios de terminación a los que se refiere Telefónica se corresponden con la siguiente revisión de parámetros, por lo que no cabe estimar la solicitud de Telefónica. En cuanto a los precios de terminación internacional, por el mismo motivo se mantendrá como referencia el valor utilizado en el trámite de audiencia.

III.7.10 Consideración en el test de replicabilidad de las medidas de Telefónica contra el COVID-19 y de los incrementos de tráfico vinculados a esta circunstancia

Alegaciones de los operadores

Telefónica se refiere a los escritos que presentó los días 8 y 29 de abril de 2020, en los que solicitaba que el cálculo del coste promocional no tuviera en cuenta las promociones y consumos correspondientes al primer semestre de 2020 por poder estar éstas afectadas por las medidas adoptadas como consecuencia de la declaración del estado de alarma. Concretamente, la propuesta de Telefónica consistía, primeramente, en la supresión de la revisión semestral de parámetros inmediatamente posterior a la que tiene lugar en este procedimiento. En segundo

lugar, Telefónica propone que la revisión de parámetros que se tramitaría en el primer semestre de 2021, que tomará en consideración los costes promocionales incurridos por este operador durante todo el año 2020, lleve a cabo una corrección de los costes promocionales del primer semestre de 2021 que suponga excluir el efecto de las medidas vinculadas a la declaración de estado de alarma.

Telefónica señala que el informe de audiencia no respondía su petición, subrayando que *“el hecho de no conocer qué coste promocional corresponde al primer semestre de 2020 imposibilita la planificación de la actividad promocional del segundo semestre de 2020 e impide conocer el margen disponible en las diferentes familias de productos que integran la oferta de Telefónica”*.

Orange destaca que el incremento de tráfico en redes fijas y móviles que se generó durante el estado de alarma, motivado por *“el teletrabajo, la escolarización en remoto, los videojuegos online y el streaming de contenidos”*. También menciona un aumento importante en el número de llamadas, mensajes y videomensajes. Según este operador, el tráfico a través de las redes IP se incrementó un 40%. De hecho, señala que entre marzo y mayo de 2020 el tráfico medio por cliente sin fútbol se situó en torno a los **[CONFIDENCIAL]**. A partir de esta información, Orange concluye que la valoración de la red de agregación que se realiza en el informe de audiencia resulta extremadamente reducida.

Respuesta de la CNMC

Respondiendo a las alegaciones de Telefónica, el paso a una revisión anual supone, *de facto*, no realizar la revisión de parámetros semestral que utiliza los datos del primer semestre de 2020, lo que se alinea con las pretensiones de Telefónica en lo relativo a no tomar en consideración los consumos de este periodo.

La siguiente revisión de parámetros sí tendría en cuenta las promociones comercializadas durante en estado de alarma, pues la referencia para el cálculo del coste promocional será todo el año 2020. Será en el marco de ese expediente cuando se valoren individualmente las medidas vinculadas al COVID-19 adoptadas por Telefónica. En ese expediente Telefónica y los operadores alternativos podrán presentar cuantas alegaciones estimen oportunas. En este ejercicio de valoración se analizará si cada una de las medidas adoptadas tiene como propósito principal el compensar a sus clientes por una situación derivada del COVID-19 o si, por el contrario, las medidas adoptadas tienen un carácter de naturaleza preponderantemente comercial.

En el presente expediente no es posible realizar la valoración que solicita Telefónica por dos motivos: en primer lugar, las medidas que Telefónica notificó como *“vinculadas al COVID-19”* han estado en vigor hasta el 15 de septiembre de 2020; es decir, con posterioridad al trámite de audiencia de este procedimiento; en segundo lugar, la evaluación requerida exige que la CNMC

conozca la efectividad y alcance real de estas medidas, lo cual no era posible determinar a partir de las notificaciones de Telefónica.

Por otro lado, esta Sala no considera adecuado atender la solicitud de Orange y modificar los tráficos considerados en el modelo de costes de red por el impacto del COVID-19 en los meses de vigencia del estado de alarma. Este aumento de tráfico, observado durante un corto periodo de tiempo, se vincula a un escenario de excepcionalidad que no debería ver su reflejo en el enfoque prospectivo que adopta el ERT. No obstante, el impacto a general y a largo plazo en estos tráficos sí puede ser objeto de valoración específica en próximas revisiones del modelo de costes de red, no necesariamente en el marco de los expedientes de revisión de parámetros del ERT.

III.7.11 Revisiones de parámetros de alcance anual

Alegaciones de los operadores

Telefónica comparte la conveniencia de llevar a cabo la revisión de parámetros con carácter anual. No obstante, considera necesario que se establezca que dichas revisiones anuales se realicen sobre el catálogo a 1 de septiembre. Con ello se reduciría el desfase temporal en lo relativo a los costes minoristas empleados y a los CPA. Telefónica también señala que el cálculo anual del parámetro del coste promocional le privaría de capacidad de reacción para ajustar su política comercial para adaptarla a la evolución de este parámetro.

Vodafone comparte “*el beneficio que puede suponer para el conjunto del sector la estabilidad de los precios de los servicios regulados de acceso*”. Sin embargo, este operador se opone a un modelo de revisión anual de los parámetros “*en tanto la medida no vaya acompañada de otras iniciativas y cambios adicionales de control ex ante del VAN de los servicios emblemáticos considerando las modificaciones que Telefónica introduce tanto en servicios adicionales como en promociones durante el periodo de doce meses*”.

Masmóvil apoya la propuesta de pasar a revisiones anuales, siempre que quede clara la posibilidad de iniciar expediente de oficio en caso de que se realizaran por parte de Telefónica nuevas ofertas comerciales disruptivas o incluso modificaciones de las ya existentes cuando se detectaran situaciones de irreplicabilidad.

Respuesta de la CNMC

La revisión anual utilizaría las mismas referencias temporales que las que hasta ahora han venido utilizándose en las revisiones de parámetros que se basaban en el catálogo de 1 de marzo de cada año y que tomaban información sobre tráficos cursados correspondiente al segundo semestre del año anterior. Para calcular el coste promocional se tomaban los valores relativos al año anterior completo. Por tanto, no hay ninguna diferencia con respecto a lo que se ha hecho

hasta ahora más allá de suprimir una de las revisiones semestrales (la que se basa en el catálogo de 1 de septiembre). El paso a una revisión anual no genera ningún problema con respecto al modelo de revisiones semestrales.

La supuesta privación de capacidad de control del coste promocional no es tal, en tanto que es Telefónica quien provee mensualmente esta información a esta Comisión. Este operador es capaz de ir realizando un seguimiento mensual de la evolución de este parámetro sin necesidad de nuestra intervención.

Respondiendo a Masmóvil, el paso a revisiones anuales no implica la desaparición del resto de mecanismos que prevé la Resolución del ERT para actuar frente a modificaciones en los precios y/o prestaciones de los productos que generen una situación de irreplicabilidad, o para responder ante el lanzamiento de productos especialmente disruptivos. Este extremo ya se precisaba en el informe de audiencia de la DTSA.

Finalmente, de nuevo es preciso mencionar que el marco que define la Resolución del ERT no es compatible con el control de las ofertas promocionales previo a su lanzamiento comercial propuesto por Vodafone.

III.7.12 Introducción de la tecnología *multicast*

Alegaciones de los operadores

Vodafone advierte de los retrasos que han acumulado en las diversas pruebas necesarias para la introducción del *multicast*, lo que hace inviable considerar que en el momento de aprobación de la Resolución de revisión de parámetros esta funcionalidad se encuentre plenamente implementada. Según prevé Vodafone, no será hasta el primer o segundo semestre de 2021 cuando esta funcionalidad se encuentre operativa de manera efectiva. Masmóvil opina en sentido similar, expresando su disconformidad con la consideración de esta funcionalidad en la presente revisión de parámetros. De igual manera, Orange considera “*muy optimista*” valorar una migración a la funcionalidad *multicast* del 100% de la cartera de NEBA local, y entiende más razonable utilizar provisionalmente una adopción media del 50%.

Además, Masmóvil y Orange destacan que la funcionalidad *multicast* sólo está disponible en NEBA local, y no así en NEBA fibra. Por ello, solicitan que se considere garantice la replicabilidad de las ofertas de Telefónica con fútbol prestadas sobre NEBA fibra sin *multicast*.

Respuesta de la CNMC

Efectivamente, el proceso de migración a la funcionalidad *multicast* se ha visto sujeto a algún retraso que rompe la previsión que figuraba en el informe de audiencia. Atendiendo a esta circunstancia, pero teniendo en cuenta dicho proceso continúa en marcha, esta Sala considera más proporcional considerar

un uso de la funcionalidad *multicast* del 75%. En la sección III.4.1. se desarrolla esta cuestión, exponiéndose los costes de red propia resultantes de esta valoración.

En cuanto a la solicitud de realizar un análisis específico de los productos BAU emblemáticos con fútbol basados en un NEBA fibra sin *multicast*, debe recordarse que la Resolución de los mercados de banda ancha señaló que el servicio NEBA no ha sido diseñado para la prestación del servicio de televisión. Como se ha expresado en reiteradas ocasiones, el servicio mayorista de referencia para prestar televisión IPTV es NEBA local. Por tanto, no cabe estimar la solicitud planteada por Orange y Masmóvil.

III.7.13 Tratamiento de la auto-instalación de acometidas por los operadores

III.7.13.1 Alegaciones de los operadores

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

III.7.13.2 Respuesta de la CNMC

Esta cuestión fue respondida en la Resolución de 23 de enero de 2020, donde se recordó que el test de replicabilidad limita su ámbito de actuación al contenido de las ofertas de referencia. La introducción en el test de unos costes correspondientes a unos servicios que no están recogidos en las ofertas mayoristas NEBA local y NEBA fibra, paralelos a otros que sí están recogidos en estas ofertas, queda fuera del ámbito del ERT.

III.8 MODIFICACIÓN DE LOS PRECIOS DE NEBA LOCAL Y NEBA FIBRA

La Resolución del ERT prevé la situación de que, en el marco de una revisión de parámetros, se detecte una situación de irreplicabilidad, es decir, en el caso de que alguno de los productos BAU emblemáticos tenga un VAN negativo. En este supuesto, esta Comisión instará a Telefónica a que, en el plazo de 15 días naturales, ajuste los precios de los servicios mayoristas afectados a fin de garantizar la replicabilidad de las ofertas de Telefónica.

La modificación de los precios mayoristas que lleve a cabo Telefónica deberá limitarse a los conceptos que se consideran en el test de replicabilidad (es decir, cuotas de acceso mensual, de alta y de baja).

Los nuevos precios deberán ser notificados a esta Comisión y a los operadores alternativos dentro del mencionado plazo de 15 días naturales, y serán eficaces a partir del día siguiente de su comunicación a la CNMC y a los operadores.

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

RESUELVE

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

SEGUNDO.- En el plazo de 15 días naturales a contar desde que la presente Resolución surta efectos, Telefónica de España, S.A.U. deberá comunicar a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, así como a los operadores alternativos, unos precios actualizados de los servicios NEBA local y NEBA fibra que permitan que todos los productos BAU emblemáticos superen el test de replicabilidad.

TERCERO.- Se entenderá que los nuevos precios comunicados por Telefónica de España, S.A.U. son compatibles con la presente metodología para la determinación del test de replicabilidad económica siempre y cuando los mismos resulten coherentes con las previsiones contenidas en la Resolución de 6 de marzo de 2018, y en particular se atengan a lo previsto en su sección VI.9 (Comunicación de los nuevos precios de los servicios NEBA local y NEBA fibra).

Los nuevos precios serán aplicables a partir del día siguiente de su comunicación a la CNMC y los operadores alternativos. Hasta dicho momento, los precios vigentes de los servicios NEBA local y NEBA fibra seguirán surtiendo efectos.

Los nuevos precios de los servicios de acceso NEBA local y NEBA fibra se incorporarán a la oferta de referencia de los citados servicios mayoristas, y serán publicados en las páginas web tanto de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia como de Telefónica de España, S.A.U.

CUARTO.- Aprobar la actualización de los valores actuales netos de los productos emblemáticos de cobre de Telefónica, que se incluyen en el Anexo II de la presente Resolución, calculados conforme a los principios establecidos en la Resolución de 6 de marzo de 2018 por la que se aprueba la metodología para la determinación del test de replicabilidad económica de los productos de banda

ancha de Telefónica de España, S.A.U. comercializados en el segmento residencial.

QUINTO.- Establecer que las revisiones de parámetros del ERT se llevarán a cabo anualmente. Las revisiones de parámetros ordinarias utilizarán la información del último requerimiento semestral presentado a al CNMC (segundo semestre del año anterior). Asimismo, el cálculo de los costes promocionales se realizará con la información correspondiente a todo el ejercicio anterior.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.

Anexo I:

VAN de los productos BAU emblemáticos

Denominación del producto o paquete básico	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	VAN
<i>Fusión +1 600Mb</i>	99	320,90
<i>Fusión +1 100Mb</i>	89	316,81
<i>Fusión +2 600Mb</i>	144	578,71
<i>Fusión Base 100Mb</i>	68	337,40
<i>Fusión Base 600Mb</i>	75	-45,57
<i>Fusión +4 600Mb</i>	194	1.047,29
<i>Fusión #0 100Mb</i>	53	188,21
<i>Fusión O2 600Mb</i>	50	161,21

Anexo II:

VAN de los productos emblemáticos de cobre

Denominación del producto o empaquetamiento básico	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	VAN
<i>Fusión+1 20Mb</i>	89	285,30
<i>Fusión #0 20Mb</i>	53	227,01
<i>Dúo/Trío 20Mb</i>	47	546,51
<i>Fusión Base 20Mb</i>	68	253,65