



JORGE SÁNCHEZ VICENTE, Secretario del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en uso de las competencias que le otorga el artículo 40 del Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, aprobado por Real Decreto 1994/1996, de 6 de septiembre,

**CERTIFICA:**

Que en la Sesión núm. 17/12 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones celebrada el día 26 de abril de 2012, se ha adoptado el siguiente

**ACUERDO**

por el que se aprueba la

**Resolución por la que se actualizan determinados parámetros de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (AEM 2012/469).**

**ANTECEDENTES DE HECHO**

**PRIMERO.- Aprobación de la metodología vigente para el análisis de las ofertas comerciales de TESAU**

Con fecha 26 de julio de 2007 esta Comisión dictó Resolución por la que se aprobaba la metodología para el análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica de España S.A.U. (en adelante, TESAU). Dicha metodología concretaba las obligaciones impuestas a este operador en virtud de los análisis de los mercados de acceso<sup>1</sup>, tráfico telefónico<sup>2</sup> y banda ancha mayorista<sup>3</sup> correspondientes a la primera ronda de análisis de mercados.

---

<sup>1</sup> Resolución de 23 de marzo de 2006 sobre la definición de los mercados de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes residenciales y acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes no residenciales, el análisis de los mismos, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercados 1 y 2 de la Recomendación de 2003).

<sup>2</sup> Resolución de 9 de febrero de 2006 sobre la definición de los mercados servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes residenciales, servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes residenciales, servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes no residenciales, el análisis de los mismos, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercados del 3 a 6 de la Recomendación de 2003).

<sup>3</sup> Resolución de 1 de junio de 2006 sobre la definición del mercado de acceso mayorista de banda ancha, el análisis del mismo, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercado 12 de la Recomendación de 2003).



En dicha resolución se estableció el modo de determinar los márgenes máximos con que cuenta TESAU para su acción comercial referente a los servicios incluidos en los mercados anteriores. De manera adicional, se impuso a TESAU la obligación de responder, cada seis meses, a un requerimiento de información para que esta Comisión actualice el valor actual neto (VAN) de su oferta comercial de forma semestral.

#### **SEGUNDO.- Actualizaciones de la metodología**

De manera periódica el Consejo de esta Comisión aprobó las correspondientes Resoluciones que actualizaron determinados parámetros de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de TESAU. Algunas de estas actualizaciones abordaron también la revisión de aspectos sustantivos de la metodología, como la adaptación de su contenido al resultado de la segunda ronda de definición y análisis de los mercados fijos minoristas de acceso<sup>4</sup>, tráfico telefónico<sup>5</sup> y banda ancha mayorista<sup>6</sup>, de acuerdo con la Recomendación de mercados de 2007<sup>7</sup>. Además, las revisiones introdujeron criterios adicionales para analizar determinadas prácticas observadas en el mercado no previstas inicialmente, como las ofertas comerciales dirigidas a clientes en planta.

#### **TERCERO.- Compromiso de permanencia en el acceso**

Con fecha 6 de marzo de 2012 tuvo entrada en el registro de esta Comisión un escrito de TESAU a través del cual comunicaba una promoción sobre diversos productos de acceso, dirigida exclusivamente a nuevos clientes, y consistente en la gratuidad de cuota del alta de línea. La particularidad de esta promoción es que exige que el cliente suscriba un compromiso de permanencia, de [CONFIDENCIAL] de duración, para poder ser disfrutada.

#### **CUARTO.- Requerimiento de información semestral**

El día 12 de abril se recibió la información correspondiente al requerimiento de información semestral.

#### **QUINTO.- Apertura del procedimiento**

---

<sup>4</sup> Resolución de 5 de marzo de 2009 sobre la definición y el análisis del mercado minorista de acceso a la red telefónica en una ubicación fija para clientes residenciales y no residenciales (mercado 1 de la Recomendación de 2007).

<sup>5</sup> Resolución de 12 de diciembre de 2008 sobre la revisión de los mercados minoristas de tráfico telefónico disponibles al público prestados desde una ubicación fija (antiguos mercados 3 al 6 de la Recomendación de 2003). En esta Resolución se consideró que dichos servicios no constituyen un mercado cuyas características justifiquen la imposición de obligaciones específicas, y no son por tanto susceptibles de regulación ex ante. En consecuencia, se acordó suprimir las obligaciones impuestas a TESAU en el marco de la primera ronda de análisis de mercados, así como las obligaciones hasta ese momento aplicables en virtud de la Resolución de 26 de julio de 2007.

<sup>6</sup> Resolución de 22 de enero de 2009 sobre la definición y el análisis del mercado de acceso (físico) al por mayor a infraestructura de red (incluyendo el acceso compartido o completamente desagregado) en una ubicación fija y el mercado de acceso de banda ancha al por mayor (mercados 4 y 5 de la Recomendación de 2007).

<sup>7</sup> Recomendación de la Comisión de 17 de diciembre de 2007 relativa a los mercados pertinentes de productos y servicios dentro del sector de las comunicaciones electrónicas que pueden ser objeto de regulación ex ante de conformidad con la Directiva 2002/21/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a un marco regulador común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas.



Mediante escrito de 25 de abril de 2012 esta Comisión notificó la apertura del presente procedimiento a TESAU.

## FUNDAMENTOS DE DERECHO

### I HABILITACIÓN COMPETENCIAL

El artículo 3 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones (LGTel) fija, entre otros, como objetivos de la Ley los siguientes:

*“a) Fomentar la competencia efectiva en los mercados de telecomunicaciones y, en particular, en la explotación de las redes y en la prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas y en el suministro de los recursos asociados a ellos. Todo ello promoviendo una inversión eficiente en materia de infraestructuras y fomentando la innovación”*

De conformidad con lo establecido en el artículo 48.3 de la LGTel, *“la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones tendrá por objeto el establecimiento y supervisión de las obligaciones específicas que hayan de cumplir los operadores en los mercados de telecomunicaciones y el fomento de la competencia en los mercados de servicios audiovisuales, conforme a lo previsto en su normativa reguladora y en el apartado 1 del artículo 10 de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía sostenible, la resolución de los conflictos entre los operadores y, en su caso, el ejercicio como órgano arbitral de las controversias entre los mismos.”*

Entre las funciones que la LGTel otorga a esta Comisión está, en el artículo 48.4 e), la de *“adoptar las medidas necesarias para salvaguardar la pluralidad de la oferta del servicio, el acceso a las redes de comunicaciones electrónicas por los operadores, la interconexión de las redes y la explotación de red en condiciones de red abierta, y la política de precios y comercialización por los prestadores de los servicios...”*

Asimismo, el artículo 48.4 de la LGTel establece que, en las materias de telecomunicaciones reguladas en esta Ley, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones ejercerá, entre otras, la siguiente función:

*“g) Definir los mercados pertinentes para establecer obligaciones específicas conforme a lo previsto en el capítulo II del título II y en el artículo 13 de esta ley.”*

La CMT, en las Resoluciones de 22 de enero de 2009 (mercados 4-5) y de 5 de marzo de 2009 (mercado 1), impuso a TESAU la prohibición de comercializar ofertas minoristas que impliquen riesgos para la libre competencia, como pudieran ser reducciones de precios anticompetitivos, empaquetamientos abusivos o injustificados, prácticas discriminatorias o cláusulas contractuales abusivas.



A estos efectos, los citados análisis de mercado establecieron que la evaluación de las eventuales prácticas anticompetitivas anteriores se realizaría de acuerdo con los procedimientos de valoración propios de intervención ex ante que las ANRs sectoriales tienen atribuidos. En particular, en el caso de los servicios afectados, se señalaba que “*serán de aplicación las disposiciones contenidas en la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (MTZ 2006/1486), así como sus sucesivas actualizaciones*”.

## **II ACTUALIZACIÓN DE LÍMITES PROMOCIONALES APLICABLES DE ACUERDO CON LA METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS EX ANTE DE LAS OFERTAS DE TESAU**

### ***II.1 Cálculo de los límites a las promociones de los servicios minoristas de TESAU***

El objeto de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas minoristas de TESAU es clarificar los instrumentos que utiliza la CMT para analizar si las mismas son consistentes con las obligaciones impuestas a dicho operador en el análisis de los mercados pertinentes, aumentando de esta forma la seguridad jurídica tanto para la propia TESAU, 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 TESAU, la propia Resolución de 26 de julio de 2007 previó la necesidad de su revisión de forma periódica (cada 6 meses) con el fin de adaptar los parámetros relevantes a los datos más actualizados posibles. Por tanto, en primer lugar, la presente Resolución viene a actualizar los flujos de costes e ingresos considerados para modificar, en su caso, el Valor Actual Neto (en adelante, VAN) correspondiente a los diferentes productos minoristas de TESAU.

En segundo lugar, se actualiza la oferta minorista incluida en el Anexo 4 de la citada Resolución de 26 de julio, incluyendo, en su caso, aquellas ofertas significativas que TESAU ha lanzado desde la aprobación de la primera Resolución.

En el Anexo I de la presente Resolución se encuentran los resultados de dichas actualizaciones.

## **III PROMOCIÓN SOBRE EL ACCESO RTB CON COMPROMISO DE PERMANENCIA**

### ***III.1 Replicabilidad del servicio de acceso***

La Resolución de 3 de noviembre de 2011<sup>8</sup> se refirió al modo en que se comercializa el servicio de acceso, concluyéndose que se comercializa siempre con otros servicios, en particular, el servicio telefónico de voz.

---

<sup>8</sup> Resolución por la que se revisa la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España,



Efectivamente, se pudo constatar que los operadores alternativos no acuden al mercado a prestar el servicio de tráfico telefónico de manera independiente al servicio de acceso telefónico fijo. Los incentivos de los operadores alternativos para ofrecer únicamente el servicio de tráfico de voz son reducidos, especialmente teniendo en cuenta la posibilidad que tienen éstos de prestar el servicio telefónico a través de redes móviles. Los últimos datos sobre la evolución de las líneas preseleccionadas muestran que su número decrece de manera sostenida (sólo en el último año se han reducido un 23,33%<sup>9</sup>), lo cual confirma las anteriores conclusiones.

Hasta ese momento, la replicabilidad de determinados empaquetamientos de productos de acceso y tráfico se realizaba a través de un test de precio implícito, que implicaba modelizar un hipotético operador que únicamente prestara el servicio de tráfico de voz, a través de la preselección, siendo TESAU el operador encargado de prestar el servicio de acceso. Sin embargo, bajo las condiciones de comercialización constatadas, dicho operador es teórico y no se corresponde con ningún modelo de negocio en el que los operadores alternativos se encuentran interesados. Por ello, se estableció la aplicación general del test de replicabilidad conjunta para analizar los empaquetamientos de productos de acceso y tráfico.

En definitiva, la comercialización del servicio de acceso a la RTB junto a otros servicios – banda ancha y/o tráfico de voz - es una práctica sólidamente consolidada entre los diferentes operadores. Además, y yendo más allá de lo anterior, también se puede afirmar que la comercialización separada del servicio de acceso RTB es un fenómeno que carece de relevancia en el mercado. En otros términos, la comercialización en el mercado del servicio de acceso se realiza siempre ligada, al menos, al servicio de tráfico de voz.

Así, la oferta de los operadores disponible en sus páginas web no permite la contratación separada del servicio de acceso dado que, al contrario que TESAU, no tienen la obligación de preselección. Por ejemplo, Orange comercializa su *línea Orange* de manera conjunta a su tarifa plana nacional de voz por 19,90 euros, y Jazztel hace lo mismo con su línea, que ofrece por 19,95 euros. Vodafone, por su parte, sólo ofrece la línea telefónica junto a sus paquetes de banda ancha, pues oferta su servicio convergente *Vodafone en tu casa* a aquellos clientes sólo interesados en el tráfico de voz.

Finalmente, esta Comisión ha de recordar que la perspectiva que se adopta a la hora de analizar la replicabilidad de los productos sujetos a la metodología es la del operador alternativo que recurra a los servicios mayoristas del incumbente.

En consecuencia, y continuando la línea marcada por la Resolución de 3 de noviembre de 2011, cuando esta Comisión analice la replicabilidad de la línea de acceso RTB de TESAU comercializada de manera independiente (por ejemplo, no empaquetada con alguna tarifa específica de voz), se tendrán en cuenta los ingresos y costes asociados al tráfico de voz que generan sus usuarios.

---

S.A.U. (AEM 2011/896).

<sup>9</sup> Datos procedentes del IV Informe Trimestral publicado por la CMT



### **III.2 Compromiso de permanencia en el servicio de acceso**

Como se ha dicho anteriormente, TESAU ha comunicado su intención de comercializar promociones relativas al servicio de acceso que incluyen la obligación de suscribir un compromiso mínimo de permanencia de **[CONFIDENCIAL]**.

De acuerdo con las obligaciones impuestas en el mercado 1 (mercado de acceso), *“TESAU no podrá comercializar ofertas minoristas, que impliquen riesgos para la libre competencia como los descritos en el presente informe y otros de efecto similar”*. En este contexto, esta Comisión debe evaluar si el establecimiento de un compromiso de permanencia supone una restricción para la situación competitiva vigente. En relación con la promoción propuesta, cabe analizar conjuntamente la duración del compromiso junto con las penalizaciones que se imponen a los usuarios finales que resuelvan anticipadamente el contrato, optando por cambiar de proveedor antes de la finalización del compromiso de permanencia.

Así, es preciso recordar que el establecimiento de este tipo de cláusulas puede resultar procompetitivo cuando tanto el periodo de permanencia como las penalizaciones aplicadas resulten proporcionados. Por el contrario, en el caso de que el periodo de permanencia mínimo o el importe de las penalizaciones sean excesivos, se incrementarían los costes de cambio de los clientes, dando lugar a efectos exclusionarios.

Esta Comisión considera que incluir un periodo de permanencia puede resultar beneficioso para los consumidores, siempre que no sea excesivo y se permita al cliente cambiar de proveedor abonando una penalización proporcionada. En relación con este caso concreto, son relevantes los siguientes aspectos:

- En primer lugar, incluir un compromiso de permanencia permitiría a TESAU incrementar los importes de los descuentos promocionales – pues reduce el riesgo de la inversión realizada en la captación del cliente –, dotando al operador de elementos eficaces con los que poder competir con los servicios móviles a los que se enfrenta. Por tanto, sería positivo para el consumidor al permitir mayores reducciones de precios.

Sin embargo, también es preciso recordar la particular situación del mercado minorista de acceso en una ubicación fija que, de acuerdo con la Resolución de 5 de marzo de 2009, no se desarrolla en un entorno de competencia efectiva. Efectivamente, en dicha Resolución se concluyó que TESAU contaba con determinados elementos como, entre otras, la propiedad de una infraestructura difícilmente replicable o una elevada cuota de mercado, que le permitían comportarse de forma independiente a sus competidores y consumidores, ostentando, por tanto, un peso significativo en el mercado.

En estas condiciones, TESAU debe recordar su especial responsabilidad dada la posición que ostenta en el mercado a la hora de configurar sus ofertas comerciales dado que su posición en el mercado la convierte en la empresa proveedora de gran parte de los demandantes con lo que, para entrar en el mercado y crecer, sus competidores deben arrebatarle los clientes.



Por ello, esta Comisión considera que la imposición de compromisos de permanencia puede suponer una restricción a los consumidores, incrementando los costes de cambio y su fidelización a TESAU, que va en detrimento de sus competidores.

Por otra parte, TESAU no ha aportado justificación técnica ni objetiva alguna en relación con su propuesta de duración del compromiso de permanencia.

Esta Comisión considera que el efecto fidelizador del compromiso de permanencia señalado anteriormente es función de la duración del mismo por lo que, dada la situación del mercado de acceso telefónico fijo, se considera que la duración de un compromiso de permanencia superior a 6 meses, en el presente caso no resulta acorde, por falta de proporcionalidad, a las obligaciones actualmente impuestas en virtud del análisis del mercado de acceso telefónico fijo.

- En segundo lugar, la situación actual posibilita comportamientos estratégicos del resto de operadores mayoristas, que utilizan los servicios mayoristas de desagregación del bucle. Efectivamente, en el caso de las altas nuevas, los operadores deben abonar a TESAU, en el nivel mayorista, un precio mayor en caso de desagregar un par vacante si se compara con el precio mayorista de una desagregación de un par activo.

Cabe señalar en este punto que de los datos suministrados por TESAU en el marco de sus obligaciones de comunicación en relación con la desagregación de los pares vacantes puede concluirse que los operadores alternativos pueden ofrecer sus productos minoristas en igualdad de condiciones tanto si el par está ya activo (con portabilidad) como si es un par vacante (sin portabilidad):

**Tabla 1. Indicadores de calidad en la prestación de los servicios mayoristas de desagregación del bucle**

[CONFIDENCIAL]

El efecto sobre estos potenciales comportamientos estratégicos de la imposición por parte de TESAU de un compromiso de permanencia no se ven limitados por las restricciones a la duración del mismo indicadas en el epígrafe anterior.

En todo caso, TESAU debe asegurar que el consumidor pueda cambiar de prestador de los servicios de acceso, si bien pudiéndosele exigir el abono de una penalización. En este sentido, en línea con la Resolución en el marco del expediente MTZ 2007/418<sup>10</sup>, para el cálculo de la penalización se deberán tener en cuenta los siguientes criterios:

- (i) El importe de la penalización en caso de incumplimiento deberá ser limitado y proporcional al descuento realizado.



- (ii) La penalización que el cliente debería pagar en caso de incumplimiento habrá de ser asimismo proporcional al tiempo de permanencia restante.

La concurrencia de los elementos anteriores permite concluir que la cláusula analizada guarda la proporcionalidad necesaria para no constituir la elevación de una barrera a los competidores de carácter excesivo e injustificado, y es a la vez coherente con la finalidad pretendida de minimizar los riesgos asociados a la inversión realizada en la captación del cliente.

En virtud de las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, esta Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

## RESUELVE

**PRIMERO.-** Aprobar los nuevos valores actuales netos de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. incluidos en el Anexo I de la presente Resolución. Las ofertas que presente Telefónica de España, S.A.U. deberán ser coherentes con los mismos en el momento de su lanzamiento y durante la vida del cliente en caso de producirse una modificación en sus condiciones de prestación.

**SEGUNDO.-** La promoción sobre el servicio de acceso telefónico fijo propuesta por Telefónica de España S.A.U. es contraria a las obligaciones que tiene contraídas en virtud de la Resolución de 5 de marzo de 2009 por la que se aprueba la definición y el análisis del mercado minorista de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes residenciales y no residenciales, la designación de operadores con poder significativo en el mercado y la imposición de obligaciones específicas, y se acuerda su notificación a la Comisión Europea.

El presente certificado se expide al amparo de lo previsto en el artículo 27.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, y en el artículo 23.2 del Texto Consolidado del Reglamento de Régimen Interior aprobado por Resolución del Consejo de la Comisión de fecha 20 de diciembre de 2007 (B.O.E. de 31 de enero de 2008), con anterioridad a la aprobación del Acta de la sesión correspondiente.

Asimismo, se pone de manifiesto que contra el presente acto podrá interponerse, con carácter potestativo, recurso de reposición ante esta Comisión en el plazo de un mes desde el día siguiente al de su notificación o, directamente, recurso Contencioso-Administrativo ante la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a su notificación, de acuerdo con lo establecido en el artículo 48.17 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones, la Disposición adicional cuarta, apartado 5, de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la





COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

---

Jurisdicción Contencioso-Administrativa y el artículo 116 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y sin perjuicio de lo previsto en el número 2 del artículo 58 de la misma Ley”.

***El presente documento está firmado electrónicamente por el Secretario, Jorge Sánchez Vicente, con el Visto Bueno del Presidente, Bernardo Lorenzo Almendros.***



## ANEXO I

### Valor actual neto de los servicios analizados

TIPO PRODUCTO	Denominación del producto	VAN
Servicio de acceso RTB y paquetes de acceso y tráfico	Línea acceso RTB	187,87
	Contrato Zero	10,27
	Línea Económica	113,47
	Línea Internacional	302,30
	Línea a Tres	113,47
	Línea Tarifa Plana Hogar	314,64
	Planazo Hogar a Fijos y Móviles	87,45
	Planazo Hogar	264,15

TIPO PRODUCTO	Código producto	Denominación del producto	VAN
Líneas	SER-BA-08-0109	Línea 6Mb	354,73
	SER-BA-05-0007	Línea 10Mb	349,99
Dúos 6Mb	SER-PQ-10-0110	DO 6Mb + TPN & FM FdS + AV	388,72
	SER-PQ-10-0143	DO 6Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 60	434,46
	SER-PQ-10-0860	DO 6Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50	358,95
	SER-PQ-11-0141	DO 6Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 60 + FM 50	387,47
	SER-PQ-11-3536	DO 6Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50 + Contrato Móvil Movistar	370,04
Dúos 10Mb	SER-PQ-10-0154	DO 10Mb + TPN & FM FdS + AV	362,66
	SER-PQ-10-0907	DO 10Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50	332,89



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

TIPO PRODUCTO	Código producto	Denominación del producto	VAN
	SER-PQ-11-4094	DO 10Mb + TPN & FM FdS + AV + Contrato Móvil Movistar	373,74
	SER-PQ-11-4102	DO 10Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50 + Contrato Móvil Movistar	343,98
<b>Tríos 6Mb</b>	SER-PQ-10-0253	TO Conexión 6Mb + TPN & FM FdS + AV	336,68
	SER-PQ-10-0267	TO Flexible 6Mb + TPN & FM FdS + AV	473,89
	SER-PQ-11-0045	TO Flexible 6Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50	444,12
	SER-PQ-10-0232	TO Familiar 6Mb + TPN & FM FdS + AV	438,48
	SER-PQ-10-0233	TO Familiar 6Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 60	484,22
	SER-PQ-10-0957	TO Familiar 6Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50	408,72
	SER-PQ-11-3720	TO Familiar 6Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50 + Contrato Móvil Movistar	419,80
<b>Tríos 10Mb</b>	SER-PQ-10-0738	TO Flexible 10Mb + TPN & FM FdS + AV	447,83
	SER-PQ-11-0069	TO Flexible 10Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50	418,07
	SER-PQ-10-0300	TO Familiar 10Mb + TPN & FM FdS + AV	412,42
	SER-PQ-10-0983	TO Familiar 10Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50	382,66
	SER-PQ-11-4286	TO Familiar 10Mb + TPN & FM FdS + AV + FM 50 + Contrato Móvil Movistar	393,74