

**LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS Y LA
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE INTERÉS GENERAL POR EMPRESAS
PRIVADAS**

6 de julio de 2012. Palacio Miramar. Donostia-San Sebastián

**MESA REDONDA: CONTROL DE LA ADMINISTRACIÓN Y BUENAS PRÁCTICAS
EN MATERIA DE CONSUMO.**

- 1. Agradecimientos por la invitación**
- 2. El participante como representante de Euskaltel**
- 3. La visión de la empresa como complementaria de la ofrecida por las administraciones y organizaciones encargadas de la defensa de los derechos de consumidores y usuarios.**

La participación de Euskaltel en esta mesa redonda pretende dar una visión complementaria a la dada por las Administraciones y Organizaciones encargadas de la defensa de los consumidores y usuarios.

Resulta claro que las empresas no somos ONGs, ni fundaciones sin ánimo de lucro, nuestra actividad está dirigida a obtener una rentabilidad económica sin la cual ninguna empresa es capaz de perdurar en el tiempo.

No obstante, si una empresa se mueve por criterios económicos cortoplacistas, resulta claro que tampoco durará demasiado en el mercado. Las empresas debemos aportar valor a la sociedad con nuestros productos, prestar servicios que respondan a las necesidades de nuestros Clientes y orientar nuestra actividad a la satisfacción del Cliente, como base de nuestro negocio.

Estas declaraciones las realizo en nombre de Euskaltel, pero me atrevo a hacerlas extensivas al 90% de las empresas que operan en el mercado.

En el caso de una empresa como Euskaltel, cuya actividad principal se centra en Euskadi, y la proximidad con el Cliente es uno de los objetivos principales, las buenas prácticas en materia de consumo deben inspirar claramente en toda nuestra actividad ya que nos acercan al Cliente.

Estas buenas prácticas en materia de consumo deben inspirar todo el proceso que se sigue desde que se diseña un producto hasta que se comercializa. Un producto bien definido y diseñado, acompañado de un contrato que además de respetar la legalidad sea fácilmente comprensible, seguido de una publicidad clara y veraz, sin duda van a influir en el número de reclamaciones que a posteriori van a generar dichos productos.

En cualquier caso, las reclamaciones son también una nueva oportunidad para revisar si todo el proceso ha sido correcto y de, en su caso, reorientarlo respetando siempre la normativa en materia de consumo.

En definitiva, antes de ser necesaria la intervención de las administraciones competentes en materia de consumo para controlar la actividad de las empresas, las empresas debemos someternos a nuestro propio autocontrol que revise toda nuestra actividad desde la perspectiva de los derechos del usuario del servicio. Dicho autocontrol es, sin duda, la mejor práctica en materia de consumo podemos llevar a cabo las empresas, y nos va a servir para orientar nuestra actividad al Cliente, que es de quien vivimos las empresas. Una empresa que no se oriente al Cliente podrá tener un éxito económico fugaz pero no perdurará en el mercado.

Adicionalmente resulta claro y lógico que toda empresa tiene entre sus prioridades cumplir con la legalidad, y que no hacerlo no es una opción teniendo en cuenta los mecanismos de control y sanción existentes.

En cualquier caso, debemos significar que la legislación de consumo no es la única que resulta de aplicación a los operadores de telecomunicaciones. Los operadores estamos sometidos al control del propio mercado en el que actuamos. El funcionamiento del mercado de las telecomunicaciones en el Estado está sujeto a una normativa que trata de asegurar la prestación de los servicios en régimen de competencia. Una intervención del operador que en aras de la defensa de sus Clientes en ningún caso permite restringir la interoperabilidad e interconexión de las redes ya que afecta a la competencia.

Es necesario resaltar que las telecomunicaciones es un mercado con una competencia feroz entre los operadores. En los mercados muy competitivos normalmente el cliente siempre sale beneficiado ya que puede elegir entre múltiples ofertas la que más se ajuste a sus necesidades. En ese entorno competitivo, con muchas ofertas atractivas, si un operador “engaña” a sus clientes tiene muy pocas posibilidades de mantenerse en el mercado.

Los datos de portabilidad en telefonía móvil nos dan una fotografía clara de lo competitivo de este mercado y de lo complicado que resulta mantener los Clientes:

PERDIDOS

	Movistar	Vodafone	Orange	Yoigo	OMV	Total Año	Líneas totales Móvil	% Portadas
2007	1.435.808	1.198.421	1.334.269	15.548	29.780	4.013.826	48.422.470	8,29%
2008	1.424.091	1.247.800	1.061.965	80.646	90.278	3.904.780	49.623.339	7,87%
2009	1.667.507	1.476.277	1.069.306	130.046	159.507	4.502.643	51.083.880	8,81%
2010	1.747.340	1.633.184	1.002.006	212.175	233.014	4.827.719	51.601.028	9,36%
2011	2.152.921	1.678.436	1.101.097	366.274	287.779	5.586.507	53.066.828	10,53%

GANADOS

	Movistar	Vodafone	Orange	Yoigo	OMV	Total Año
2007	1.397.078	1.255.883	993.519	134.233	233.113	4.013.826
2008	1.361.092	1.226.279	974.578	190.577	152.254	3.904.780
2009	1.513.311	1.171.162	1.104.024	438.397	275.749	4.502.643
2010	1.526.428	1.059.795	1.240.654	684.758	316.084	4.827.719
2011	1.426.220	1.516.096	1.431.846	762.150	450.195	5.586.507

NETOS

	Movistar	Vodafone	Orange	Yoigo	OMV	Total Año
2007	-38.730	57.462	-340.750	118.685	201.470	0
2008	-62.999	-21.521	-87.387	109.931	61.976	0
2009	-154.196	-305.115	34.718	308.351	116.242	0
2010	-220.912	-573.389	238.648	472.583	83.070	0
2011	-726.701	-162.340	330.749	395.876	162.416	0

4. Las telecomunicaciones como servicio de interés general.

Los servicios de telecomunicaciones prestados por Euskaltel pertenecen a la categoría de servicios de interés general. Esta categoría supone una distinción importante respecto a otros servicios, e implica derechos y obligaciones para el prestador de servicios de telecomunicaciones.

En este sentido el artículo 2 de la Ley General de Telecomunicaciones establece

“Artículo 2. Las telecomunicaciones como servicios de interés general.

- 1. Las telecomunicaciones son servicios de interés general que se prestan en régimen de libre competencia.”*

(...)

Inicialmente, antes de la liberalización del mercado de las telecomunicaciones, los servicios de telecomunicaciones tenían la consideración de servicios públicos. De dicha calificación se derivan distintas consecuencias jurídicas entre las que se encuentra la de permitir una eventual exclusión de la participación de los sujetos privados. Es decir la calificación de servicio público permite la prestación en régimen de monopolio, como fue el caso de Telefónica antes de la liberalización de las telecomunicaciones.

En aquellos casos en los que la prestación del servicio público no se ha determinado el régimen de monopolio, lo habitual ha sido dar entrada a la iniciativa privada mediante el empleo de modos de gestión indirecta como la concesión de servicio público. Tradicionalmente la forma concesional ha sido la habitual en los casos en que la falta de liquidez del Estado impedía la realización de la obra pública siendo

necesaria la entrada del capital privado. De esta forma, mediante autorizaciones específicas, se permite a la empresa privada explotar durante algún tiempo de forma que pueda amortizar su inversión y obtener un beneficio industrial. Una vez finalizada la concesión la obra revierte al Estado. Este sería el supuesto típico de las autopistas de peaje gestionadas por empresas concesionarias.

En el derecho español, las telecomunicaciones tradicionalmente han tenido la consideración de servicio público. No obstante la entrada de España en la Comunidad Económica Europea obligó la readaptación de algunas de las características vinculadas al servicio público para adecuarlas a un entorno competitivo.

Como consecuencia de dichas adaptaciones la consideración jurídica de las telecomunicaciones evoluciona, pasando de servicios públicos a servicios de interés general.

La nueva categoría de servicios de interés general permite su prestación régimen de libre competencia, aunque supeditado a la obtención de autorizaciones administrativas. En este sentido la Ley 11/1998 General de telecomunicaciones regula la obtención de dichas autorizaciones mediante la creación de títulos habilitantes para la prestación de los distintos servicios de telecomunicaciones.

En dichas autorizaciones administrativas, los operadores además de acreditar su capacidad tienen que asumir las cargas que resultan inherentes al servicio público, como la portabilidad, las llamadas gratuitas a números de emergencia, la intervención de las llamadas por las autoridades judiciales, el coste del servicio universal, etc... En general todas aquellas mediante las cuales se evita que una gestión privada del servicio implique la discriminación de distintos ciudadanos que con criterios puramente económicos no resulten rentables a un operador privado.

En definitiva se pretende que la liberalización de las telecomunicaciones no implique una sociedad a dos velocidades que separe a los ciudadanos entre los que tienen el máximo acceso a los medios de comunicación frente a quienes no pueden beneficiarse de ellos.

Tras la aprobación de la Ley 32/ 2003 General de Telecomunicaciones, inspirado por el principio de intervención mínima, se pasa del régimen de autorizaciones administrativas a un régimen en el que la simple solicitud e inscripción en el registro de operadores de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones ya permite la prestación de los servicios, asumiendo los operadores en todo caso las obligaciones de servicio público que resultan inherentes al mismo.

En conclusión, la consideración de las telecomunicaciones como servicio de interés general supone en la práctica pocas ventajas (la ocupación del dominio público y poco más) y conlleva asumir múltiples obligaciones; como el pago del Servicio Universal, asegurar la interoperabilidad, portabilidad, el acceso gratuito a servicios de emergencia, la interceptación de llamadas, así como múltiples obligaciones especiales de desglose en factura.

5. El sector de las telecomunicaciones es uno de los que generan mayor número de reclamaciones de consumo.

No cabe duda que el sector de las telecomunicaciones es uno de los sectores de actividad económica que genera un mayor número de reclamaciones por parte de los

consumidores. Los datos así lo demuestran, ocupamos el primer lugar desde hace algunos años, sin embargo es preciso poner en relación dicho dato con el número de clientes con que contamos los operadores.

De acuerdo con los últimos datos oficiales facilitados por la Comisión del mercado de las Telecomunicaciones, en el último trimestre de 2011 había en el Estado 19.667.283 líneas de telefonía fija, 53.066.828 líneas de telefonía móvil, 10.456.761 accesos de Banda Ancha de Internet y 4.296.434 abonados de Televisión de Pago.

Dichos números superan con creces incluso los de otros servicios de uso masivo como el eléctrico, el gas y el suministro de agua. En estos sectores lo común es que cada hogar cuente con un solo contrato de suministro, sin embargo en el ámbito de las telecomunicaciones lo habitual es que se tenga un contrato por hogar para cada acceso mediante tecnología fija y después cada habitante del domicilio cuenta al menos con una línea de telefonía móvil, sea de contrato o prepago.

De esta forma las posibilidades de tener que reclamar por alguna cuestión derivada del servicio de telecomunicaciones se multiplican de forma notable.

6. Complejidad de los servicios de telecomunicaciones

Los servicios de telecomunicaciones tienen una importante complejidad que se ve afectada por los siguientes factores:

- A. Componente tecnológico. La evolución de la tecnología de las telecomunicaciones es notablemente más rápida que los conocimientos del usuario medio. Los servicios permiten nuevos usos con los que en ocasiones

no se está familiarizado e incluso cuando se explican de forma clara y detallada generan problemas a la hora de configurarse y usarse.

- B. Servicios complejos. Multitud de tarifas, bonos, descuentos etc: Lo reconocemos las tarifas en telecomunicaciones son complicadas. Derivado de la necesidad de diferenciarse de la competencia los productos tratan de llenar las nuevas necesidades de los clientes. De esta forma el catálogo de productos crece y se complica generando tarifas complicadas. Al final todo acaba en una factura en que en ocasiones el cliente no entiende, y por ese motivo reclama. En la mayoría de las ocasiones la factura es correcta sin embargo la percepción del cliente es diferente y por eso reclama.

- C. El servicio, en ocasiones, lleva asociado el uso de un aparato electrónico. Además de prestar servicios los operadores facilitamos aparatos electrónicos que se asocian al servicio. En ocasiones la reclamación no versa estrictamente sobre el servicio sino sobre los terminales, módems, decodificadores etc, de esta forma las posibilidades de tener una reclamación también se multiplican.

- D. Implicación de diversos operadores en un mismo servicio. En el caso de los servicios de tarificación adicional, en cumplimiento de la legislación vigente, el operador de acceso factura por servicios que son prestados por otro operador, el operador prestador de servicios de tarificación adicional. El coste de estos servicios unido a la deficiente información con que frecuentemente se publicitan generan múltiples reclamaciones que recaen sobre el operador de acceso a pesar de no ser responsable del servicio de tarificación adicional.

7. Legislación especialmente garantista para los derechos del usuario.

Normativa más relevante:

Como consecuencia de la “conflictividad” del sector el legislador se ha preocupado especialmente de garantizar los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.

De esta forma, el legislador se ha preocupado por desarrollar una legislación sectorial especialmente garantista para los derechos del usuario. Es este sentido la normativa más relevante es:

- Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones. Modificada recientemente por el Real Decreto-ley 13/2012, de 30 de marzo, por el que se transponen directivas en materia de mercados interiores de electricidad y gas y en materia de comunicaciones electrónicas, y por el que se adoptan medidas para la corrección de las desviaciones por desajustes entre los costes e ingresos de los sectores eléctrico y gasista.
- Real Decreto 424/2005, de 15 de abril. Llamado coloquialmente “Reglamento del servicio universal”. Modificado por el Real Decreto 726/2011, de 20 de mayo (BOE 24-05-2011) por el que se modifica el Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios.

- Real Decreto 899/2009, de 22 de mayo, por el que se aprueba la carta de derechos del usuario de los servicios de comunicaciones electrónicas. Deroga el título VI del Reglamento del Servicio Universal y que queda sustituido por la Carta, asimismo sustituye otras normas, generando un auténtico compendio de derechos del usuario de los servicios de telecomunicaciones. Se trataría de la norma de referencia.
- Esta normativa se ve complementada por numerosas Órdenes Ministeriales y Resoluciones de la Comisión del Mercado de las comunicaciones que detallan la aplicación de distintos aspectos normativos.

Adicionalmente, a las empresas de telecomunicaciones les resulta de aplicación toda la normativa general aplicable a cualquier empresa, en especial:

1. El texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias
2. Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
3. Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

8. Peculiaridades del sector de telecomunicaciones en materia de consumo

Fruto de una legislación específica que reconoce un gran número de derechos a los usuarios del servicio, el sector de las telecomunicaciones tiene una serie de peculiaridades en materia de consumo:

A. Contenido mínimo de los contratos regulado

Como mínimo los contratos tienen que incluir los siguientes aspectos:

- a) El nombre o razón social del operador y el domicilio de su sede o establecimiento principal.
- b) El teléfono de atención al cliente y, en su caso, otras vías de acceso a dicho servicio.
- c) Las características del servicio de comunicaciones electrónicas ofrecido, la descripción de cada una de las prestaciones incluidas en el contrato, con la indicación de qué conceptos se incluyen respectivamente en la cuota de abono y, en su caso, en otras cuotas.
- d) Los niveles individuales de calidad de servicio establecidos, así como las indemnizaciones asociadas al incumplimiento de los compromisos de calidad y si éstas se ofrecen de forma automática por el operador o previa petición del usuario final. Entre dichos parámetros figurará el relativo al tiempo de suministro de la conexión inicial

- e) Precios y otras condiciones económicas de los servicios. Se incluirán en el contrato los precios generales relativos al uso del servicio, desglosando, en su caso, los distintos conceptos que los integren y los servicios incluidos en los mismos. Asimismo, se especificarán las modalidades de obtención de información actualizada sobre todas las tarifas aplicables y las cuotas de mantenimiento.
- f) Período contractual, indicando, en su caso, la existencia de plazos mínimos de contratación y de renovación, así como, en su caso, las consecuencias de su posible incumplimiento.
- g) El detalle, en su caso, de los vínculos existentes entre el contrato de servicio de comunicaciones electrónicas y otros contratos, como los relativos a la adquisición de aparatos terminales.
- h) Política de compensaciones y reembolsos, con indicación de los mecanismos de indemnización o reembolso ofrecidos, así como el método de determinación de su importe.
- i) Características del servicio de mantenimiento incluido y otras opciones
- j) Procedimientos de resolución de litigios
- k) Causas y formas de extinción y renovación del contrato de abono, entre las que deberá figurar expresamente, además de las causas generales de

extinción de los contratos, la de la voluntad unilateral del abonado, comunicada al operador con una antelación mínima de dos días al que ha de surtir efectos, así como el procedimiento para ejercitar este derecho.

- l) Dirección postal y de correo electrónico del departamento o servicio especializado de atención al cliente, teléfonos propios del operador y, en su caso, página web, o cualquier otro medio adicional habilitado por el operador, a efectos de la presentación de quejas, reclamaciones, gestiones con incidencia contractual y peticiones por parte del abonado, especificando un procedimiento sencillo, gratuito y sin cargos adicionales, que permita la presentación de las mismas y su acreditación.

- m) Página de Internet en que figura la información que el operador debe publicar.

- n) Reconocimiento del derecho a la elección del medio de pago, de entre los comúnmente utilizados en el tráfico comercial.

- o) Información referida al tratamiento de los datos de carácter personal del cliente, en los términos exigidos por la legislación vigente en esta materia.

- p) Información al cliente en materia de protección de los datos personales

- q) Información sobre si se facilita o no el acceso a los servicios de emergencia si permite la localización del usuario

B. Obligaciones en materia de calidad, controles de velocidad, sistemas de facturación. Compensación al Cliente en caso de incumplimiento de las obligaciones de calidad.

Existe normativa específica para telecomunicaciones en materia de calidad del servicio y los sistemas de facturación. El cumplimiento de esta normativa es verificado por la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. Asimismo resulta obligatorio establecer la indemnización que corresponde en caso de incumplimiento de los tiempos comprometidos para la restitución del servicio en caso de avería.

C. Mecanismos de compensación mínima al Cliente en caso de interrupción del servicio

A diferencia de otros servicios y suministros la normativa establece mecanismos de compensación mínima para el supuesto de interrupción del servicio por avería. Esta indemnización además de ser compatible con la indemnización de calidad del punto anterior, no excluye la petición de otra indemnización por daños y perjuicios en la jurisdicción civil.

D. Obligaciones de información exhaustiva en la página web (condiciones generales, histórico de tarifas, facturación del Cliente).

Los operadores de telecomunicaciones estamos obligados a mantener una página web corporativa con información muy exhaustiva. De esta forma en la página web debe constar:

- a. Condiciones generales aplicables a todos los servicios que se presten
- b. Histórico de tarifas

- c. Consulta de sus datos de cliente, que incluirán información sobre su historial de facturación de, al menos, los últimos tres años.
- d. Información de seguridad en el uso de Internet.

E. Contenido de la factura regulado, con derecho tanto a recibirla totalmente desglosada como a no recibirla desglosada. Información de derechos incluida en la factura de manera periódica.

En relación a la factura las previsiones legales son múltiples y especialmente complejas, e implican costosos desarrollos de los sistemas de facturación de los operadores.

El Cliente tiene derecho tanto a recibir facturas desglosadas como no desglosadas.

El desglose de las facturas llega a un nivel de detalle importante implicando la separación por tipo de servicio, el detalle de la parte que corresponde a comunicaciones electrónicas y la que no, apartados dedicados a los servicios de tarificación adicional con desglose de los distintos tramos de los que constan este tipo de servicios.

Adicionalmente, cada 6 meses es obligatorio incluir información en la factura sobre los derechos de los usuarios, información que, por otra parte, ya consta tanto en el contrato como en la página web.

En definitiva, para cumplir con la legalidad, la factura de los operadores de telecomunicaciones tiene que tener un volumen de información importante, que es muy superior a la de otros servicios y suministros equivalentes, y que puede llegar a complicar su comprensión.

F. Precios máximos del roaming regulados

Mediante la promulgación de sucesivos Reglamentos la Unión Europea ha regulado los precios máximos que pueden alcanzar las llamadas, sms y conexiones de datos realizados por móviles en roaming dentro del espacio económico europeo.

G. Mecanismos de resolución de conflictos específicos (SETSI)

Los usuarios de servicios de telecomunicaciones cuentan con un mecanismo específico para la resolución de los conflictos con los operadores de telecomunicaciones. Dicho procedimiento se sustancia por escrito, siendo posible la tramitación telemática de las reclamaciones y permite reclamar tanto a particulares como a empresas.

H. Obligaciones en materia de protección de datos.

9. Y aun así parece que los consumidores no están adecuadamente protegidos.

A pesar de todos los esfuerzos señalados anteriormente para garantizar un ámbito de protección elevado para los usuarios de servicios de telecomunicaciones, sigue

existiendo una percepción de que los usuarios de dichos servicios no se encuentran adecuadamente protegidos.

Ni la legislación específica ni, las medidas de control de las administraciones competentes han tenido el efecto de hacer disminuir de manera significativa la conflictividad del sector de las telecomunicaciones.

10. Necesidad de una normativa realista, eficaz y eficiente.

Desde nuestro punto de vista es necesario que la normativa tenga un desarrollo más pegado a la realidad. Normalmente la normativa se desarrolla una vez los problemas concretos han llegado a su máxima incidencia y ya hay demasiados perjudicados.

Lo más conveniente sería legislar de forma más contemporánea con los problemas o incluso realizar un mayor esfuerzo por anticiparse a los problemas. Para esta tarea consideramos sería importante otorgar una mayor participación en el desarrollo de la normativa a los distintos agentes del mercado; como las administraciones encargadas de los derechos de consumidores y usuarios y los operadores de telecomunicaciones.

11. Propuestas:

- A. Dar al contrato su importancia real, no solo una enumeración declarativa de derechos (inmanejable, poco útil).

En el marco actual, los contratos de servicios de telecomunicaciones se han convertido en documentos inmanejables para personas no expertas en la materia.

A la lógica extensión en la descripción de cada servicio que se presta se añade una larga enumeración de derechos del Cliente. Los derechos del cliente no nacen de su inclusión en el contrato, sino de la ley sustantiva que los crea, con lo que su inclusión en el contrato no aporta nada adicional. Cada cambio legislativo que se realiza normalmente suele implicar una nueva ampliación de la enumeración contenida en el contrato que lo convierte en algo cada vez más complejo e ilegible.

Entendemos que los avances deberían venir de un mayor seguimiento y control del cumplimiento de los derechos del usuario y no de meras cuestiones formales poco efectivas.

- B. El legislador debería tener una capacidad de reacción más inmediata ante los problemas.
- C. Mejor coordinación entre las administraciones.

Especialmente respecto a casuísticas concretas de reclamaciones cuya resolución inmediata puede implicar a distintas administraciones (Ministerio de Industria Energía y Turismo, Comisión del Mercado de la Telecomunicaciones, Administraciones competentes en materia de consumo) sería necesaria una comunicación y coordinación para la solución de los problemas.

En muchas ocasiones los operadores vemos los problemas pero no podemos actuar de otro modo dado que estamos atados por la normativa que establece múltiples obligaciones.

- D. Control de la publicidad

Probablemente el control de la publicidad sea uno de los mecanismos más eficaces para proteger a los usuarios. La Administración debe velar por una publicidad veraz y leal con el consumidor.

Dentro de las limitaciones que plantea cada formato publicitario, consideramos que la publicidad debe informar de las ofertas del modo más completo posible y ser en todo caso leal con el Cliente.

El control de la publicidad no solo beneficia a los consumidores, también es positivo para las empresas que operan en el mercado. Los actos de publicidad engañosa son también actos de competencia desleal que perjudican a la competencia. Por lo tanto las empresas también estamos interesados en su control.

E. Prácticas comerciales agresivas

De la misma forma, resultan desleales con el mercado las campañas comerciales agresivas, como por ejemplo las de telemarketing masivo en las que se asalta constantemente al cliente, normalmente en horas intempestivas, y sin tener en cuenta la voluntad del cliente de no recibir ese tipo de acoso. Entendemos que es preciso un mayor control por parte de la Administración de este tipo de prácticas.

F. Mecanismos de respuesta ágil ante problemas concretos: circulares, webs de referencia.