

UC Consumidor

Revista de la Unión de Consumidores de Euskadi-UCE

Lista de morosos

Empoderamiento del ciudadano y paciente
Cimentando el consumo responsable de la sanidad

**ESTUDIO DE LA BANDA ANCHA
MÓVIL: - HACIA LA
CONVERGENCIA TOTAL**

DIRECTOR/A

Celina Menaza

CONSEJO DE REDACCIÓNCelina Menaza,
M^a Dolores Alzaga**DISEÑO**M^a Dolores Alzaga**MAQUETACIÓN**

Gertu Inprimategia

ADMINISTRACIÓN

Marisa Varela

CORRESPONSALÍASUCE GIPUZKOA,
UCE BIZKAIA,
UCE ARABA**IMPRESIÓN**

Gertu Inprimategia

Dep. legal: SS-1579-98

Euskal herriko Kontsumitzaileen
Batasuna-EHKBUnión de Consumidores de
Euskadi-UCEJosé Lejarreta, 49 bis
01003-VITORIA-GASTEIZ
Tel. 945 264722Revista de Consumo y
Calidad de VidaEditada y producida por
Euskal HerrikoKontsumitzaileen Batasuna-
EHKB-Unión de
Consumidores de
Euskadi-UCERealizada con el patrocinio
del Departamento de Sanidad
y Consumo del G.V.

4-5

LISTA DE MOROSOS

Recientemente un magistrado ha condenado a una empresa de telefonía a pagar 900 euros a una persona que le adeudaba 23 que a través de una empresa de gestión de cobros le llamaba todos los días a las nueve de la mañana, durante dos meses.



6-9

**EMPODERAMIENTO DEL
CIUDADANO Y PACIENTE****CIMENTANDO EL CONSUMO RESPONSABLE DE LA SANIDAD**

El objetivo es propiciar un cambio de actitud y de mentalidad imprescindibles para afrontar de manera eficaz y ágil las nuevas necesidades de las personas consumidoras de los servicios sanitarios del siglo XXI.



10-21

**ESTUDIO DE LA BANDA ANCHA
MÓVIL: HACIA LA CONVER-
GENCIA TOTAL**

En el marco de acuerdo celebrado entre la Unión de Consumidores de Euskadi (UCE) y la Asociación de Internautas (AI) hemos examinado, por segundo año consecutivo, la situación de la Banda Ancha Móvil (BAM) en España en un momento en el que se aprecia una clara tendencia a la convergencia de servicios, tecnologías y dispositivos. El presente estudio se sustenta en los datos de calidad publicados por los operadores con red, ya que resulta casi imposible reunir un volumen suficiente de muestras de todas las tecnologías de Banda Ancha Móvil (BAM) en un amplio ámbito territorial. Además, se estudian las ofertas de los operadores.





Ana Collía
Presidenta de UCE-Euskadi

CONSUMIDOR RESPONSABLE

Alguna vez nos hemos parado a pensar si realmente en nuestras prácticas diarias actuamos como personas consumidoras responsables.

El ser “consumidor responsable” es un término muy amplio, que va desde consumir pensando en lo que ello conlleva, tanto para la naturaleza como para la humanidad, en este caso lo entendemos como la elección de los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social y por la conducta de las empresas que los elaboran.

Pero si nos referimos al consumo crítico, esto implica consumir menos, sólo lo necesario, planteando “el vivir con menos para vivir mejor” y estando atento a como nos influye la publicidad para crearnos necesidades superfluas.

Pero también hablamos de “consumidor responsable” cuando este se preocupa en conocer y ejercitar sus derechos y deberes como tal. Quizás, esta sea la tarea más complicada del propio término, porque difícilmente podremos defendernos cuando nuestros derechos son pisoteados, si los desconocemos y en muchos casos, el hecho de no haber cumplido con nuestros deberes como consumidores responsables nos limita en nuestros derechos.

En esta tarea de formación, es donde las organizaciones de consumidores debemos trabajar duramente, poniendo a disposición de la ciudadanía todo nuestro conocimiento con el objetivo de que esta tenga las herramientas suficientes para poder ejercitarse como “consumidor responsable”.

Lista de morosos

Recientemente un magistrado ha condenado a una empresa de telefonía a pagar 900 euros a una persona que le adeudaba 23 que a través de una empresa de gestión de cobros le llamaba todos los días a las nueve de la mañana, durante dos meses.

- ¿Se está convirtiendo esta fórmula de cobro en algo habitual?
- ¿Por qué causas podemos acabar en una lista de morosos?
- ¿Cómo podemos defendernos de esta modalidad de cobro?
- Claves que debemos tener en cuenta para salir de las listas de morosos

Volveremos a llamarle". Un hombre encajaba la amenaza antes de colgar el teléfono sabiendo que inexorablemente se cumpliría al día siguiente a la misma hora. El cobrador que le exigía el pago de una deuda de 23 euros con una compañía telefónica llamaba todos los días a las nueve de la mañana. Así durante dos meses. Un juez acaba de dictaminar que este usuario fue "intimidado de forma constante" por la compañía de cobro Konecta para obligarle a pagar. El magistrado condena a la empresa de telefonía a pagar 900 euros.

La resolución no es común. Muchos morosos, incluso aquellos que no pagan el teléfono por discrepancias con la factura, han recibido este tipo de llamadas, pero muy pocos han acudido a los juzgados para denunciar las coacciones.

Entrar en ASNEF o en otra lista de morosos le puede pasar a cualquiera. Porque no sólo acaba ahí el nombre de deudores caradura, sino que también el de personas que, por discrepancias con la empresa, han decidido no pagar.

El motivo fue un **cambio en el módem fue el origen del conflicto** de esta persona con la compañía. No quería pagarlo sin ver la factura porque aseguraba que la telefónica le había explicado que era parte de un servicio gratuito. Pero **al devolver el recibo**, su nombre pasó a engrosar la lista de morosos de Vodafone, que a su vez se lo entregó a una de las compañías que cobran sus impagos. La telefónica se defiende diciendo que impone a estas unas normas que incluyen "llamar a horas normales y nunca más de una vez al día".

Un abogado zaragozano, también fue víctima del acoso por impago, pero sus conocimientos de derecho le ayudaron a afrontar la situación. Una empresa en nombre de Movistar le reclamaba el pago de una factura que él nunca reconoció. Y actuó contra quienes le hostigaban. "Supe que había que **demostrar las llamadas [de acoso]** con un registro telefónico, pero entiendo que cualquier otro ciudadano no sepa por dónde salir", explica. Los operadores de Credit and Risk Solutions llegaron a comunicar con él hasta 55 veces entre abril y septiembre de 2009, según acreditó la sentencia condenatoria por coacción a la empresa de cobros que dictó la Audiencia Provincial de Zaragoza. Aún hoy recuerda el tono impertinente de las llamadas a las ocho de la mañana, incluso en días festivos.

Lo más efectivo, es acudir a la vía administrativa y **denunciar el uso irregular de información sobre el deudor ante la Agencia Española de Protección de Datos**. La agencia nunca actúa de oficio. Las telefónicas y las entidades financieras son las mayores reincidentes. Un portavoz explica que entre sus investigadas están el Banco Cetelem y Cofidis, con decenas de denuncias. Mientras que el primero ha declinado dar su versión sobre estas sanciones, el segundo asegura que, cuando ha recurrido ante la Justicia, ha ganado.

"Las compañías de cobro crecen como las setas, porque es más barato recurrir a ellas que a la vía judicial, o porque son impagos que no se pueden justificar", lo lamentable es que estas prácticas no se hayan regulado todavía.



España es uno de los pocos países de Europa que no cuenta con una norma específica sobre las empresas de recobro. En 2009, CiU llevó a la Comisión de Economía y Hacienda del Congreso una proposición no de ley para establecer unas bases que saquen la actividad del vacío normativo en que se encuentra. La propuesta fue aprobada por unanimidad, pero la práctica jamás se reguló. El gerente de la Asociación de Empresas de Gestión de Cobro (Angeco), señala que su organización, que agrupa a 49 firmas que gestionaron en 2012 unos 90.000 millones de euros de deuda, lleva años luchando por una regulación. “El sector no tiene una buena imagen pública y las sentencias por acoso no ayudan. Algunos utilizan prácticas más que sospechosas, pero no es lo habitual”.

Uno de los expedientes sancionadores de la Agencia del Protección de Datos abierto en agosto al Cobrador del Frac, líder en el sector, incluye la transcripción de un documento interno en el que el agente informa así a su supervisor: “No está, le dejo tarjeta”. Luego hizo lo mismo en casa de la madre del afectado. El expediente también incluye unos de los carteles que los cobradores cuelgan en el buzón o la puerta del moroso con la leyenda “moroso paga o todos lo sabrán”.

Otro ciudadano rompió hace seis años un contrato de permanencia con una compañía telefónica porque le habían aumentado la tarifa y le pedían 100 euros. Le llamaron entonces dos veces para reclamarle la deuda, que él no abonó. Su sorpresa fue que este año las llamadas volvieron, al principio a diario, ahora todos los viernes. Sánchez grabó una de estas llamadas y la colgó en Internet para denunciar el caso. Tras su experiencia, UCE-Euskadi informa y asesora a los afectados, para presentar la reclamación en la agencia de protección de datos.

5 claves que debes tener en cuenta:

- 1- Nadie te sacará de ASNEF si no lo haces tú mismo, por mucho que hayas pagado la deuda.
- 2- Tienes el derecho a ser informado de la entrada en ASNEF a través de una carta certificada. También deberán informarte acerca de los trámites a llevar a cabo para salir una vez pagada la deuda.
- 3- Estos trámites consisten en demostrar al listado de morosos que hemos saldado la deuda. Para ello nos valdremos de documentos que justifiquen el pago de la deuda.
También habrá que rellenar una solicitud de cancelación (que se consigue a través del fichero electrónico de la ASNEF) y anexar dichos documentos por correo certificado y junto a una fotocopia del DNI a las oficinas del registro.
- 4- En un plazo máximo de un mes deberían borrarte de la lista.
- 5 Ten en cuenta que, si no pagas, tu nombre permanecerá en la lista durante un máximo de 6 años, después deberían borrarte y será como si nunca hubieras estado en esta lista.

Empoderamiento del ciudadano y paciente

Cimentando el consumo responsable de la sanidad

El **objetivo** es **propiciar un cambio de actitud y de mentalidad** imprescindibles para afrontar de manera eficaz y ágil las nuevas necesidades de las personas consumidoras de los servicios sanitarios del siglo XXI.

1.-Empoderamiento de los pacientes

El concepto “empoderamiento” tiene su antecedente en una habilidad gerencial, que a pesar de los años no ha perdido importancia: **la delegación de autoridad**.

Otro antecedente es el **enfoque participativo**, en especial el trabajo con equipos auto dirigidos.

Y un tercer punto en relación con **la gestión del conocimiento** que pone en el primer plano la utilización inteligente de la información por las organizaciones y por los individuos que las componen.

El punto en común es **el trabajo con las personas**, esa es la dirección que sigue el empoderamiento para otorgar poder de decisión sobre la actividad que realizan.

El empoderamiento en salud

A la hora de abordarlo se debe de considerar desde tres dimensiones:

- Empoderamiento del personal.
- Empoderamiento de pacientes.
- Empoderamiento comunitarios.

1.-Empoderamiento del personal.

Orientado hacia dentro de la organización se trata que los trabajadores y sobre todo los equipos tengan la posibilidad de actuar por su cuenta. Se trata de achatar las estructuras organizativas, simplificar procesos, hacer más atractiva la organización para las personas que trabajan en ella.

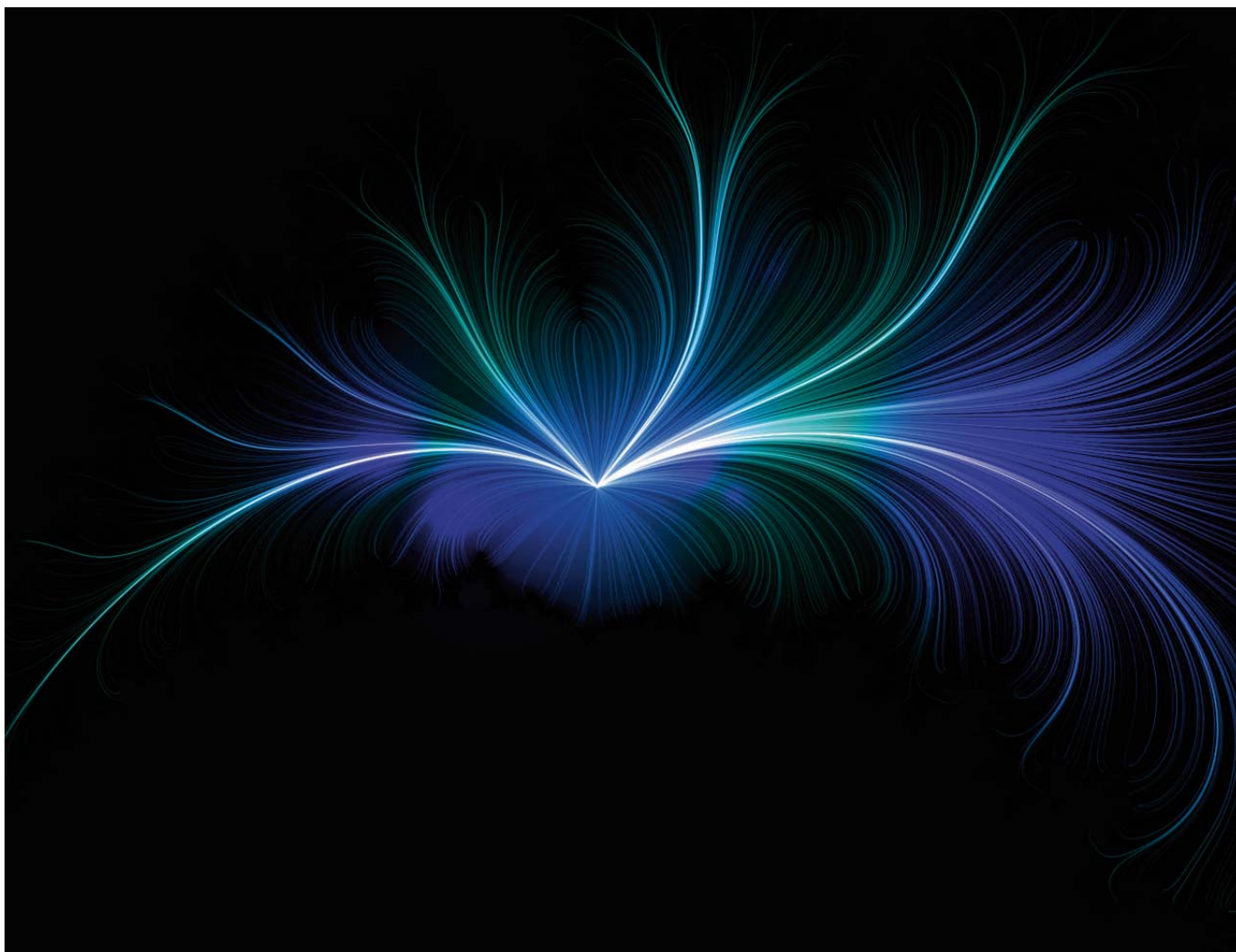
2.-Empoderamiento comunitario

El objetivo es lograr que las personas y las organizaciones que integren las comunidades cobren conciencia de la fuerza que tienen si actúan coordinados y utilicen ese poder para producir cambios que los favorezcan. En el caso de la salud es necesario e imprescindible lo que esto aporta no puede hacerlo ningún sistema de salud ya sea público o privado.

3.- Empoderamiento de pacientes.

Este término define a los pacientes que tienen el conocimiento y las habilidades necesarias para hacerse responsables de su salud, establecer un modelo deliberativo de relación con los profesionales que les atienden y, por lo tanto, definen objetivos terapéuticos y adoptan de forma compartida con sus médicos las decisiones que les permiten asumir esos objetivos.

Seguimos teniendo un sistema en el que el paciente es contemplado no como persona, con todo lo que ello implica, sino como un órgano que falla por un motivo u otro. Hay una conciencia cada vez mayor entre los profesionales de la necesidad de “empoderar” al paciente, hacerle responsable de sí mismo e incluirlo en el proceso de decisión en lo que se refiere al tratamiento de su enfermedad.



El empoderamiento es especialmente importante en el tratamiento o seguimiento de las enfermedades crónicas, debido a su propia naturaleza y al grado de exigencia que estas requieren del paciente. No obstante, esto aún no ha evolucionado hacia una estructura bien integrada en las reformas de los sistemas de salud.

Acciones para el empoderamiento del ciudadano, entendidas como el apoyo para establecer redes sociales y movilizar a la sociedad.

Este proceso ha exigido actuar en varios niveles:

- Proteger los derechos de los usuarios de servicios sanitarios y luchar contra el estigma y la discriminación.

Puntos clave

- La relación entre el profesional sanitario y el paciente está cambiando.
- Los ciudadanos entienden la salud como un bien individual.

- El proceso de toma de decisiones en salud se ha de realizar con la participación de los pacientes.
- Información de calidad y formación en salud son imprescindibles para garantizar la participación de los pacientes.
- Es necesario seguir profundizando en el área de los derechos y los deberes de los pacientes.

- Garantizar unos cuidados de alta calidad y la responsabilidad de los servicios sanitarios. Entendiendo por calidad aspectos más relacionados con la eficiencia.

Puntos clave

- El **empoderamiento** de pacientes, familiares y la comunidad que les da la oportunidad de participar más tanto en su evaluación como en mejorarla.
- **Alianzas estratégicas** con otros sectores para otorgar una verdadera dimensión social al proceso de producir salud.
- **Benchmarking**, para comparar las mejores prácticas.

- **TICs**, que nos aseguran la actualización continua de conocimientos.
- Mecanismos de verificación para poder **evaluar la actividad**.
- **Estrategias de incentivos** que incluyen compensación del desempeño.
- Dotar de **un acceso a la información** y a los recursos existentes.

Puntos clave

- Información basada en la evidencia disponible
- Presentar ventajas e inconvenientes de cada opción terapéutica de forma comprensible: Explicar claramente los efectos adversos y los resultados esperados de la medicación o del tratamiento.
- Ofrecer la información tan personalizada como sea posible.
- La nueva asimetría de información de la información
 - El lado negativo:
Pacientes no-capacitados + fuentes de conflictos innecesarios
 - El lado positivo:
Pacientes activos + consultas interactivas + retos enriquecedores

- Facilitar a la ciudadanía **la toma de decisiones**.

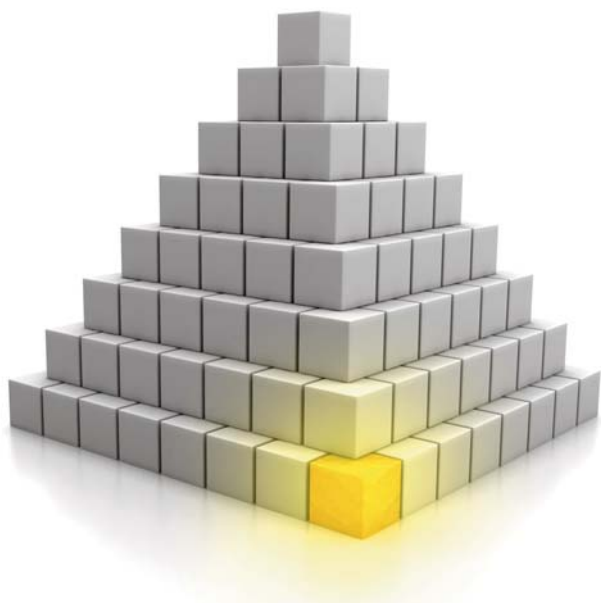
Puntos clave

- Proporcionar el diagnóstico e información sobre el mismo
- Conocer las alternativas terapéuticas y sus consecuencias
- Ponderar los aspectos positivos y negativos
- Realizar un balance y tomar una decisión
 - Explorar las expectativas del paciente
 - Negociar
 - Comprueba la concordancia
- Activar localmente las **infraestructuras para reclamar** ante las instituciones y los estamentos gubernamentales.

Puntos clave

- El proceso de inclusión del paciente como elemento activo en consulta pasa por establecer una comunicación real con los colectivos de pacientes.
- Las **asociaciones de pacientes** han de tomar las experiencias individuales y convertirlas en información útil. (carencias del sistema de salud, aspectos de mayor impacto de su enfermedad, prioridades en lo que se debe atender, etc.)





- Creación de espacios donde la ciudadanía usuaria del sistema sanitario no sólo hable, sino que quiera debatir otros puntos de vista, intercambiar opiniones.
- Su voz no es la del científico, ni la del especialista, sino la del usuario.

Conclusiones:

La OMS considera que el empoderamiento es un concepto esencial de la promoción de la salud:

El empoderamiento no es un destino, sino un camino

Desde este punto de vista, se ha abordado como apuesta estratégica el posibilitar el que los individuos y los grupos logren un mejor conocimiento y mayor control sobre sus vidas de modo que puedan llegar a transformar su entorno social y político para mejorar sus circunstancias vitales que están relacionadas con la salud.

Este es el desafío:

- Las instituciones tanto públicas como privadas han de centrar parte de sus esfuerzos en cimentar una sociedad adulta y responsable en materia de consumo de la sanidad.

• Centrándose en incrementar, las acciones formativas, los programas de educación para la salud.

- El enfoque es **considerar al ciudadano usuario y no paciente** de los servicios de salud.
es el facilitar el paso de paciente y usuario del sistema sanitario, a ciudadano responsable en la utilización del mismo, y en el consumo de sus servicios
- De este modo se dota al ciudadano de una mayor capacidad para el uso adecuado y responsable de los servicios sanitarios.
- Puesto que **la salud es un derecho fundamental**, el empoderamiento del paciente, su familia, amigos y otros colectivos allegados, es una labor que fomenta que distintos estamentos sociales velen por la salud y el bienestar de los individuos.
- Y así se cree un **efecto cascada** que impulse el respeto hacia los derechos fundamentales en el resto de la sociedad.

Los **objetivos** finales de la educación para la salud son:

- Autoconvencer al usuario de su alto grado de responsabilidad en relación al mejor uso de los recursos para su salud.
- Dotarle de la información suficiente y clara para permitirle ser participe y corresponsable de su propia asistencia.

Referencias

Realising the potential of patient empowerment for tackling chronic disease. The George Institute for Global Health. 2012 .

Navarro-Rubio MD, Gabriele Muñiz G, Jovell AJ. Los derechos del paciente en perspectiva. Aten Primaria. 2008; 40(7):367-9.

Jovell AJ, Navarro-Rubio MD, Fernández Maldonado L, Blancafort S. Nuevo rol del paciente en el sistema sanitario. Aten Primaria. 2006; 38:234-7.

Estudio de la Banda Ancha Móvil: Hacia la Convergencia Total

MOVISTAR LIDERA LA BANDA ANCHA MÓVIL

- ✓ Le sigue a más de 2 puntos VODAFONE y YOIGO. ORANGE es el último a casi 3 puntos de distancia.
- ✓ VODAFONE es el último clasificado en ofertas de máxima integración y en las más clásicas
- ✓ Las claves de los resultados: velocidad, precios y prestaciones y atención al cliente

En el marco de acuerdo celebrado entre la Unión de Consumidores de Euskadi (UCE) y la Asociación de Internautas (AI) hemos examinado, por segundo año consecutivo, la situación de la Banda Ancha Móvil (BAM) en España en un momento en el que se aprecia una clara tendencia a la convergencia de servicios, tecnologías y dispositivos. El presente estudio se sustenta en los datos de calidad publicados por los operadores con red, ya que resulta casi imposible reunir un volumen suficiente de muestras de todas las tecnologías de Banda Ancha Móvil (BAM) en un amplio ámbito territorial. Además, se estudian las ofertas de los operadores.

Valoración Global de la BAM por operadores

La puntuación media global de la BAM es de 6,41 puntos sobre 10. MOVISTAR se alza con la primera posición con una nota global de 8,10 puntos. A dos puntos de VODAFONE y YOIGO y a más de 2,7 puntos de diferencia de ORANGE. Una diferencia que tiene sus causas en el caudal de descarga en relación con la velocidad ofertada, en el servicio de atención al cliente y los precios y prestaciones de las ofertas clásicas más que en las diferencias que de estos elementos se aprecian en los productos combinados de telefonía fija y móvil y banda ancha fija y móvil.

CLASIFICACIÓN	MOVISTAR	VODAFONE	YOIGO	ORANGE	MEDIA
PUNTUACIÓN GLOBAL	8,10	6,09	6,09	5,38	6,76

Las diferencias: caudal de descarga, atención al cliente y ofertas de BAM clásicas

Primero, hay que reseñar las grandes diferencias en el **porcentaje de descarga** en los 7,2 Mbps. Mientras MOVISTAR logra el 101%, la media de VODAFONE baja al 64% y ORANGE consigue el 78%. Ciertamente MOVISTAR no presenta la variedad de velocidades de otros operadores, habrá que ver si cuando despliegue su red 4G mantiene las diferencias.

Los pobres ratios de VODAFONE y ORANGE son peores en los 42 Mbps, en los que alcanzan el 39% y el 31% respectivamente. VODAFONE llega al 73% en los 10,8 Mbps.

En los 21 Mbps, ORANGE consigue un 43%, pero las cifras de YOIGO son las peores de todas, 25%, lo que significa que solo logra una velocidad media de 5,24 Mbps.

Los pobres ratios de la alta velocidad evidencian que todavía queda mucho que hacer.

En relación con el **Servicio de Atención al Cliente de los operadores móviles** (tiempos medios de resolución de reclamaciones y atención y frecuencia de reclamaciones), los datos reflejan una puntuación media de 5,9. Por debajo ORANGE (5,4) y, sobre todo, VODAFONE (4). YOIGO encabeza este apartado con 8 puntos y le sigue MOVISTAR, 6,2, penalizado por los 21 días en los que resuelve las reclamaciones.

Por su parte, las **ofertas clásicas de la BAM**, de tarjeta o contrato, son el otro gran pilar en el que se sustentan las diferencias en la clasificación de los operadores. La puntuación media es de 6,21. MOVISTAR roza los 8 puntos, dos por encima de YOIGO (6,03) y casi tres de VODAFONE (5,04). ORANGE alcanza 5,76 puntos.

OFERTAS DE CONTRATO Y TARJETA INTERNET/INTERNET+TLF					
PRECIOS Y PRESTACIONES + SAC+ DESCARGA	MOVISTAR	YOIGO	ORANGE	VODAFONE	MEDIA
puntuación	7,99	6,03	5,76	5,04	6,21

El coste medio de los MB sin limitación de velocidad va de los 0,0065 €/MB en el contrato de Internet de MOVISTAR hasta los 0,17 en una tarjeta de VODAFONE. Los minutos de llamadas desde el móvil incorporados a algunas las ofertas clásicas van desde los 20 en una oferta de tarjeta de VODAFONE hasta los minutos ilimitados que figuran en algunas ofertas de todos los operadores. Con los SMS gratuitos pasa lo mismo, registrándose desde los 20 gratuitos de VODAFONE hasta los ilimitados de este mismo operador o de MOVISTAR. Ni ORANGE ni YOIGO ofrecen esta posibilidad.

OFERTAS DE CONTRATO Y TARJETA INTERNET/INTERNET+TLF					
PRECIOS Y PRESTACIONES	YOIGO	MOVISTAR	ORANGE	VODAFONE	MEDIA
puntuación	7,60	7,30	6,79	5,11	6,70

Las ofertas combinadas

La puntuación media es de 6,60 puntos sobre 10. Muy por encima de la media está MOVISTAR (8 puntos). A casi dos puntos se encuentra ORANGE y finalmente VODAFONE a casi 2 puntos y medio. YOIGO carece de esta oferta.

Los tres operadores salen bastante bien parados en el examen de precios y prestaciones, pero el SAC y las velocidades aumentan las diferencias. En valores medios se registran los siguientes datos: Coste de los megas sin límite de velocidad, 0,047 €/Mb, minutos gratuitos de telefonía fija a móvil es de 528; de minutos desde el móvil, 822; la velocidad de la banda ancha fija (55 Mbps) y los SMS gratis (944). A estas prestaciones se añaden otras en algunos productos de MOVISTAR y VODAFONE, canales de Tv y almacenamiento en la nube respectivamente.

OFERTAS COMBINADAS: BAM y BA FIJA + LLAMADAS DESDE FIJO y MÓVIL				
PRECIOS Y PRESTACIONES + SAC+ DESCARGA	MOVISTAR	ORANGE	VODAFONE	MEDIA
puntuación	8,00	6,12	5,67	6,60

OFERTAS COMBINADAS: BAM y BA FIJA + LLAMADAS DESDE FIJO y MÓVIL				
PRECIOS Y PRESTACIONES	ORANGE	MOVISTAR	VODAFONE	MEDIA
puntuación	7,87	7,35	6,99	7,40

Aspectos metodológicos

Las puntuaciones están realizadas en base 10. Dependiendo del tipo de parámetro del que se trate se obtienen otorgando 10 puntos al mejor operador y el resto consiguen puntuaciones proporcionales o también, otorgando 10 puntos al objetivo comprometido por el operador y puntuando su resultando proporcionalmente a dicho valor, es el caso de la velocidad.

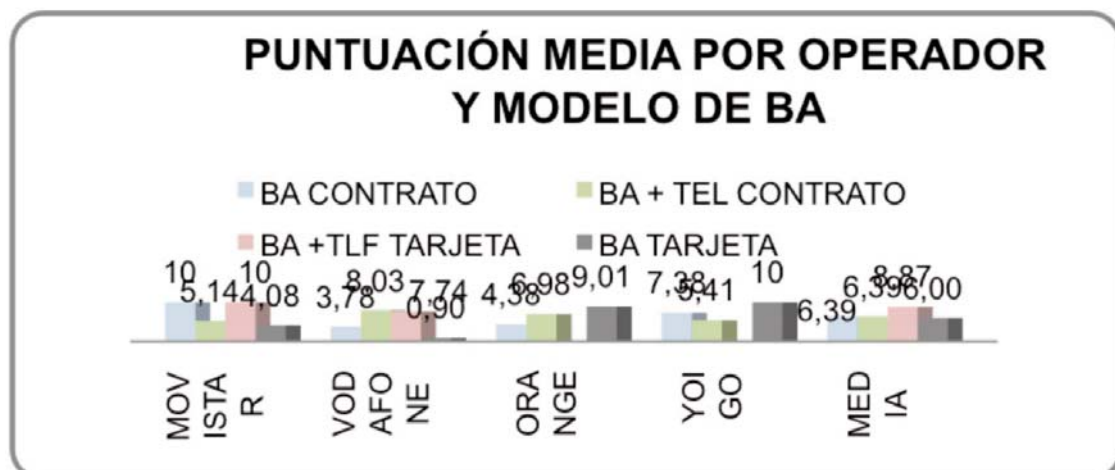
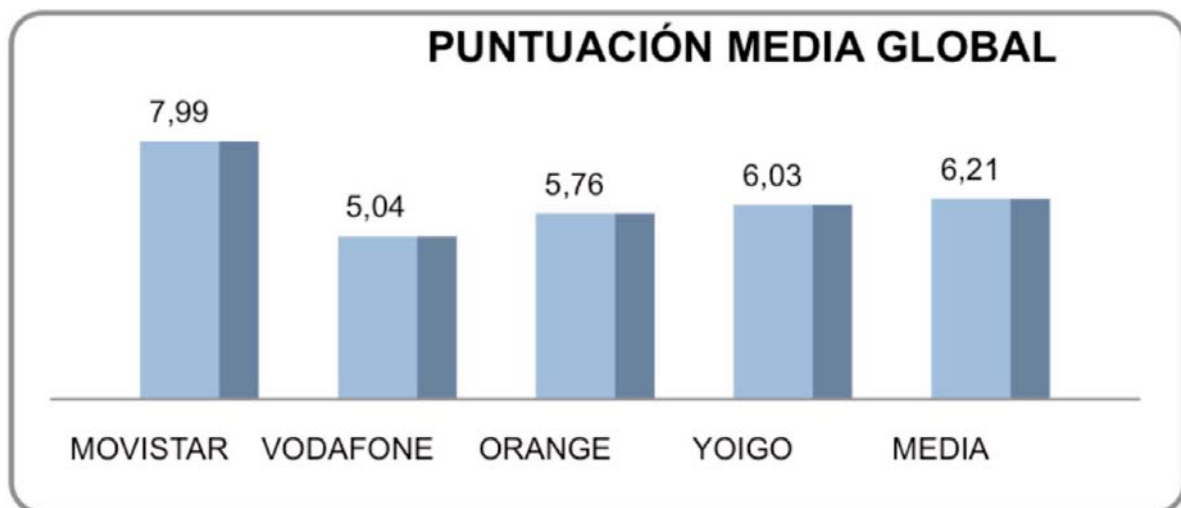
En cada categoría de ofertas (contrato o tarjeta para navegar, navegar y hablar...) puede haber distintas ofertas, en todas ellas se evalúan los mismos parámetros (coste del MB, o, en su caso, minutos gratuitos ofertados, SMS, etc.). Los resultados obtenidos componen la media de dicha categoría.

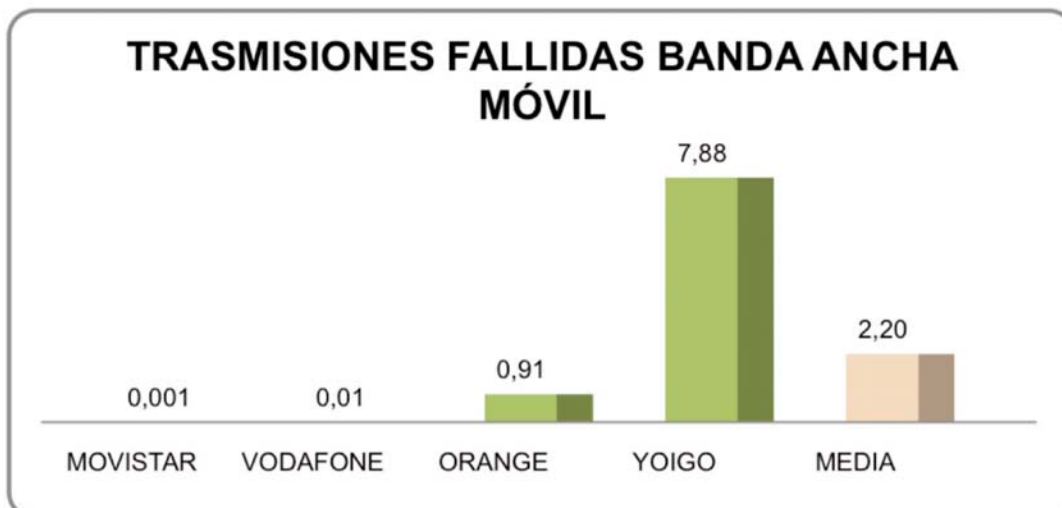
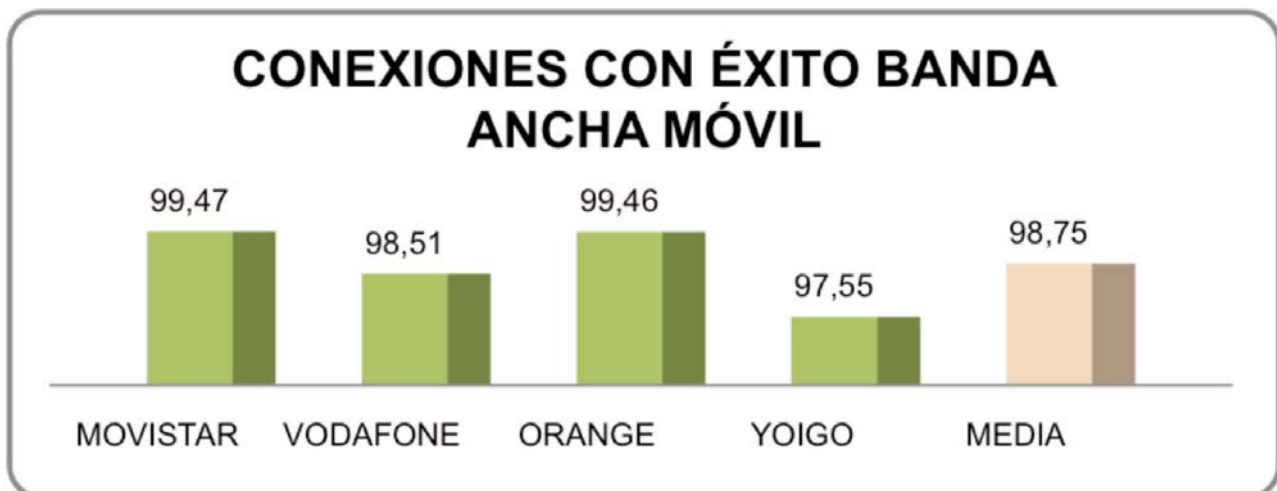
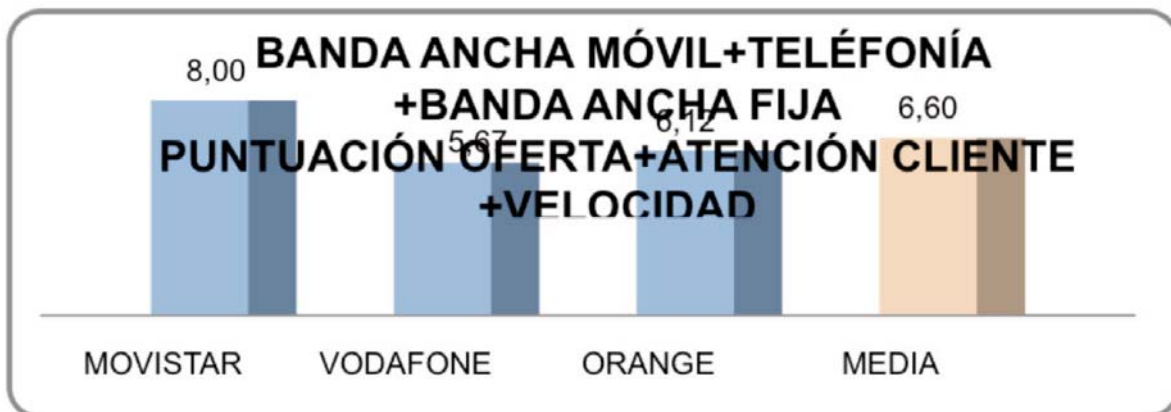
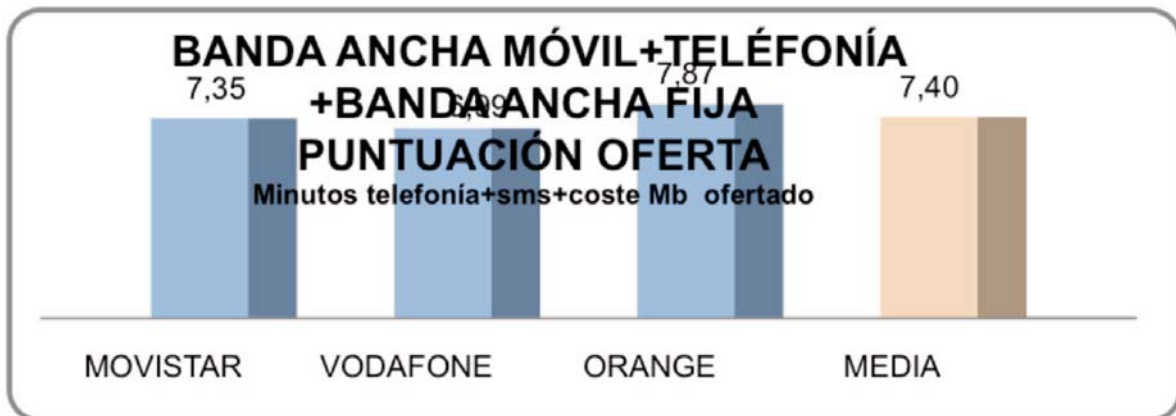
Por cuestiones sistemáticas, los 2.000 minutos de llamadas o los 1.500 SMS que se reflejan en los gráficos en realidad expresan ofertas de carácter ilimitado. Todos los operadores tienen alguna.

Se estudian los datos de la SETSI del primer y segundo trimestre de 2013, últimos publicados a la fecha de hoy.

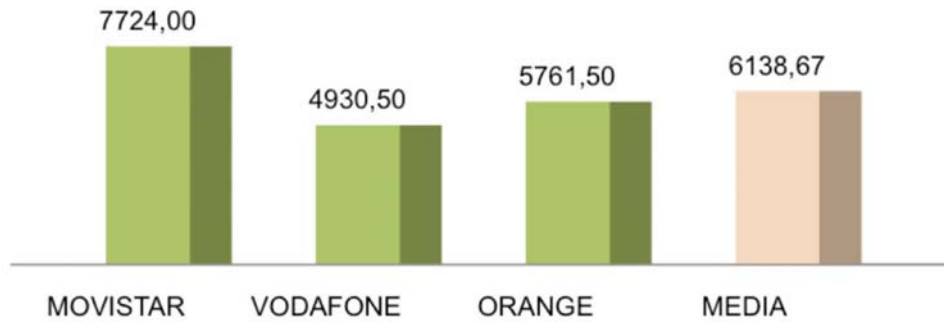
Las velocidades medias son ligeramente diferentes a las medias de descarga. El primer dato hace referencia a la velocidad media obtenida por un operador según la refleja la SETSI; el segundo recoge la media de descarga obtenida entre la velocidad media, la máxima y la mínima.

PUNTUACIÓN GLOBAL

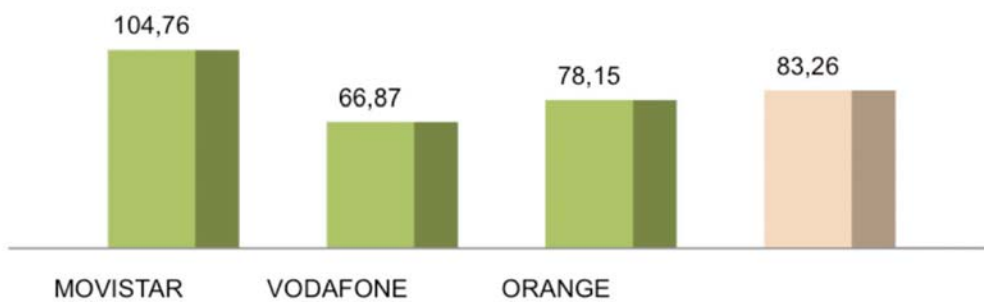




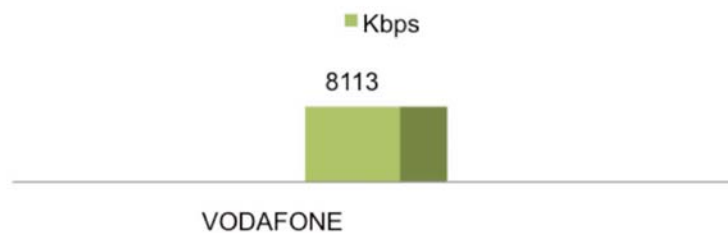
VELOCIDAD MEDIA DESCARGAS BA MÓVIL 7,2 Mbps



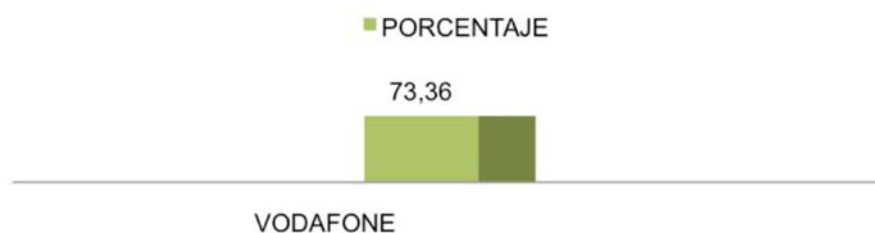
CAUDAL MEDIO DESCARGAS BA MÓVIL 7,2 Mbps porcentaje



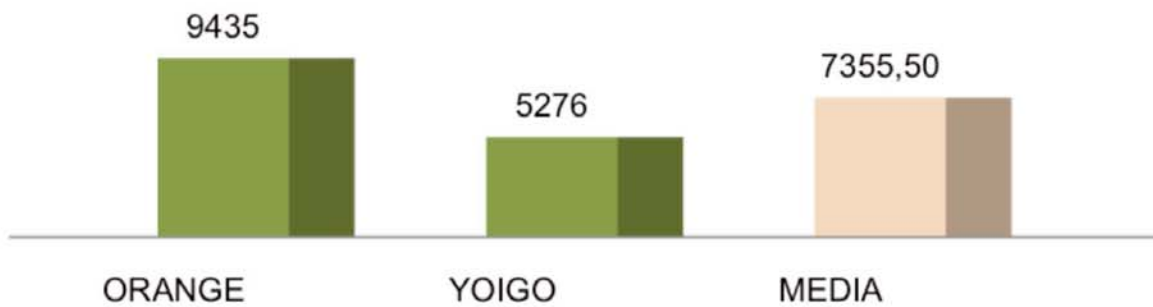
VELOCIDAD MEDIA DESCARGA BA MÓVIL 10,8 Mbps



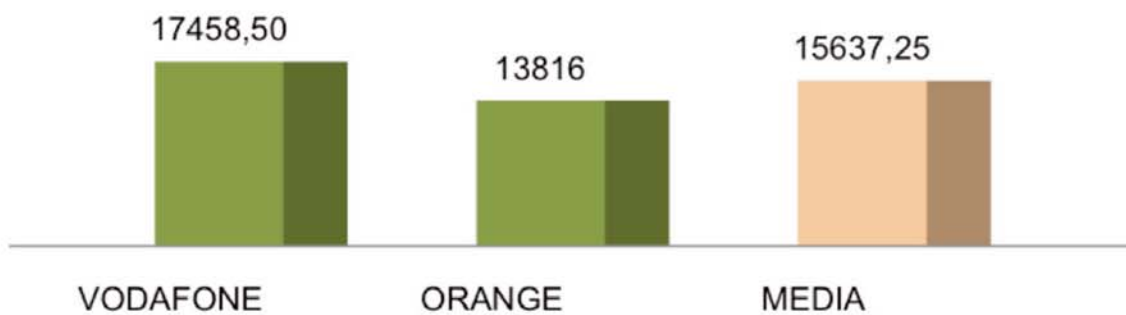
CAUDAL MEDIO DESCARGA BA MÓVIL 10,8 Mbps



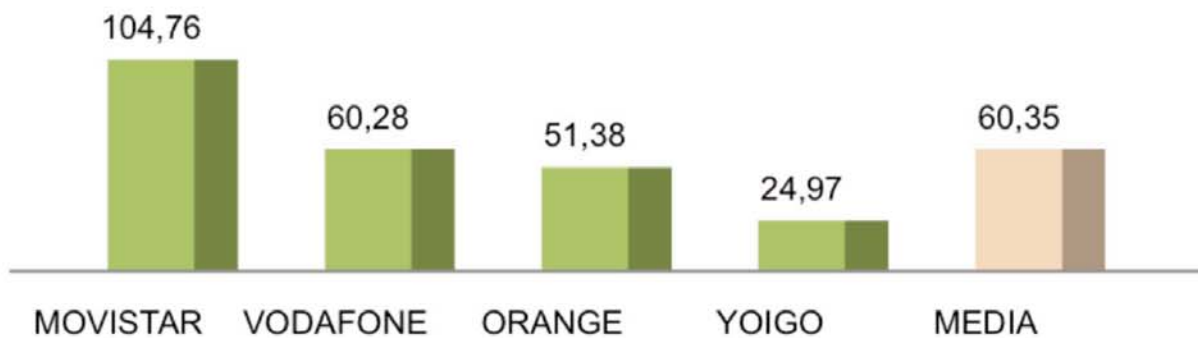
VELOCIDADES MEDIA DESCARGA BA MÓVIL 21 Mbps



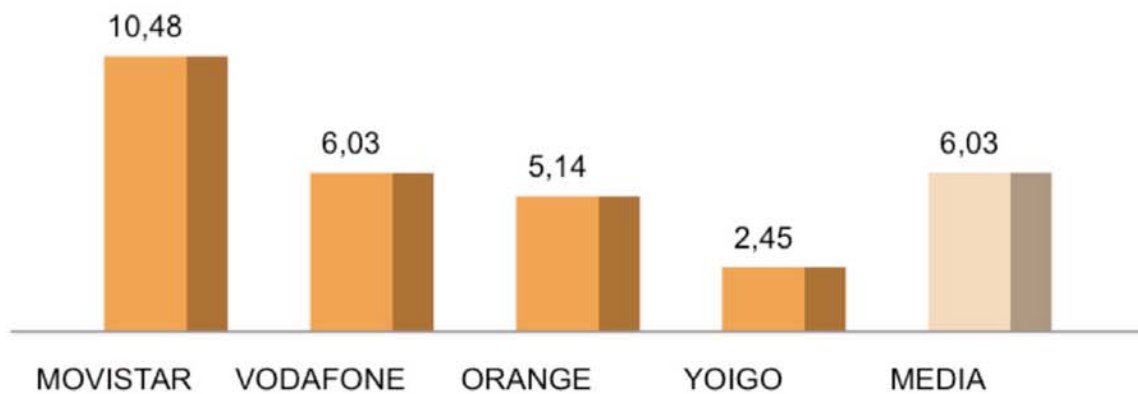
VELOCIDADES DESCARGA BA MÓVIL 42 Mbps



MEDIA CAUDALES VELOCIDADES DESCARGA BA MÓVIL

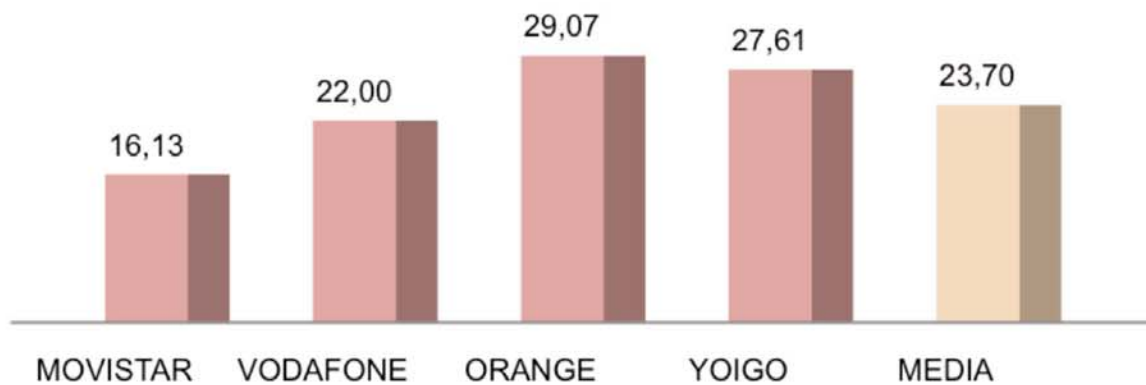


PUNTUACIÓN VELOCIDADES SEGÚN MEDIA DE CAUDAL

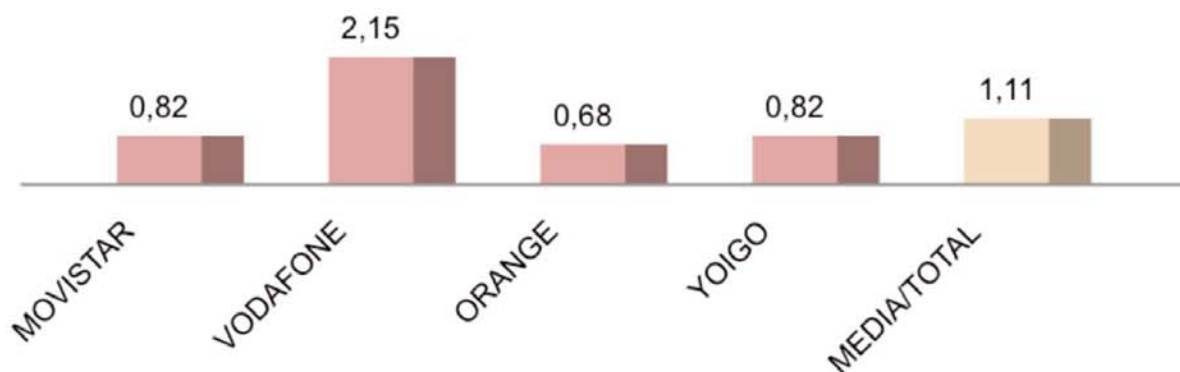


Servicio de Atención al Cliente

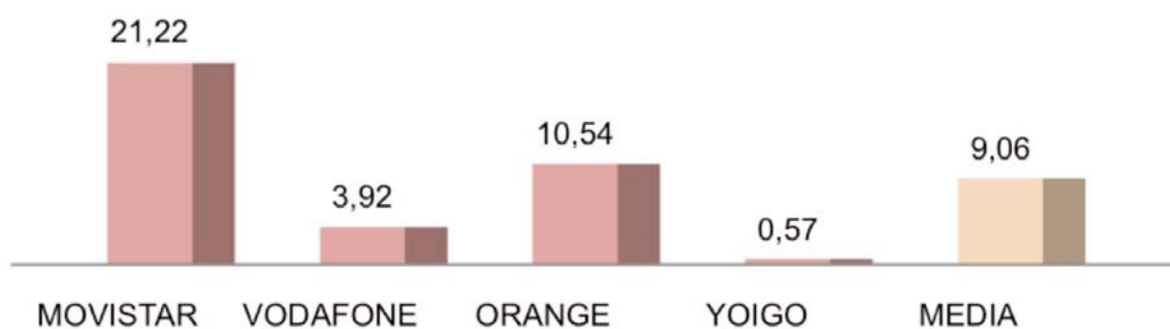
TIEMPO MEDIO DE RESPUESTA segundos



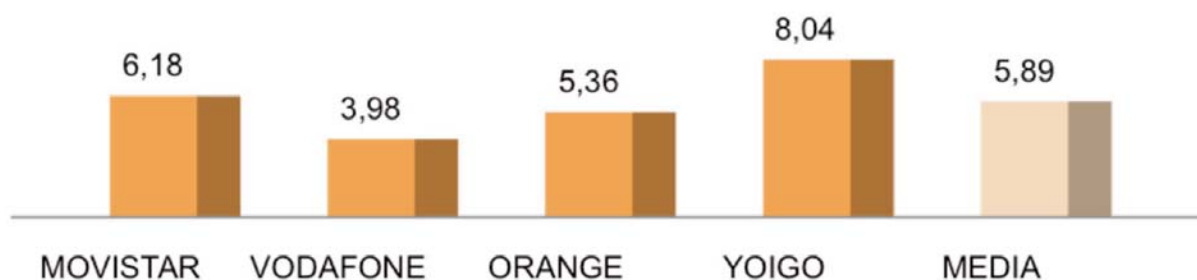
PORCENTAJE DE RECLAMACIONES



RESOLUCIÓN RECLAMACIONES DÍAS

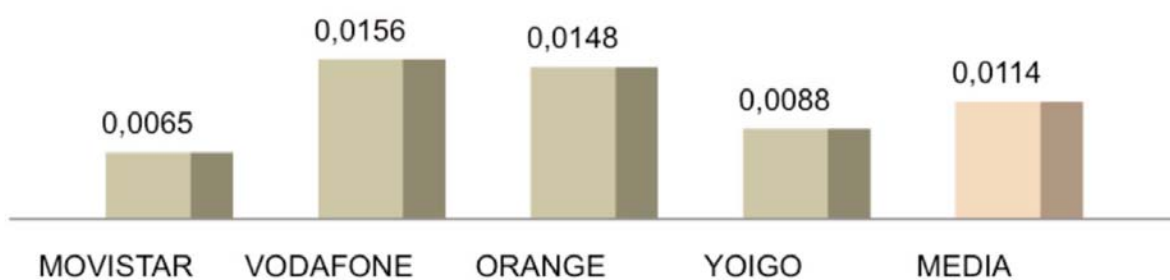


PUNTUACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE



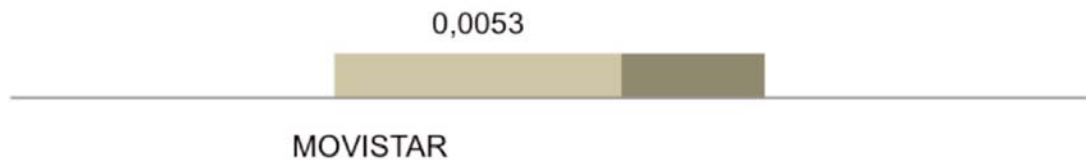
Ofertas de contrato

INTERNET DE CONTRATO PARA NUEVOS CLIENTES COSTE MEDIO



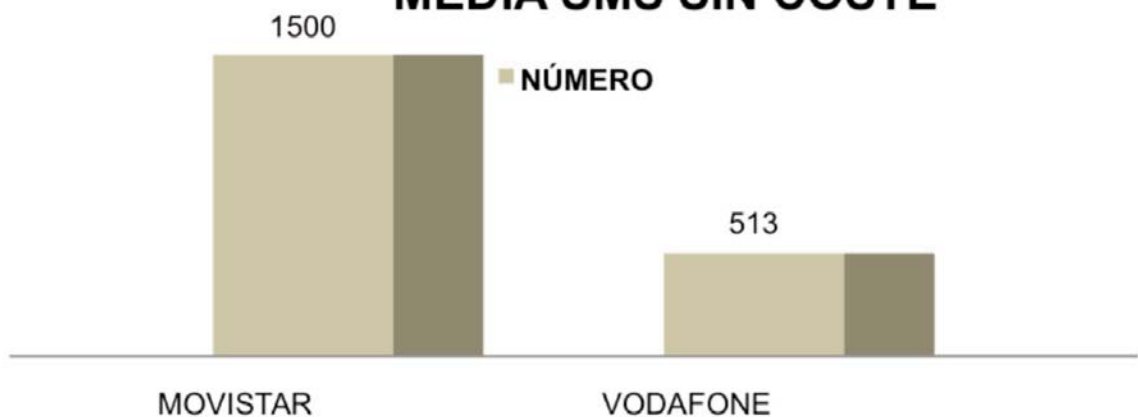
INTERNET DE CONTRATO PARA CLIENTES COSTE MEDIO

■ €/Mb OFERTADOS SIN LÍMITE DE VELOCIDAD



INTERNET DE CONTRATO MEDIA SMS SIN COSTE

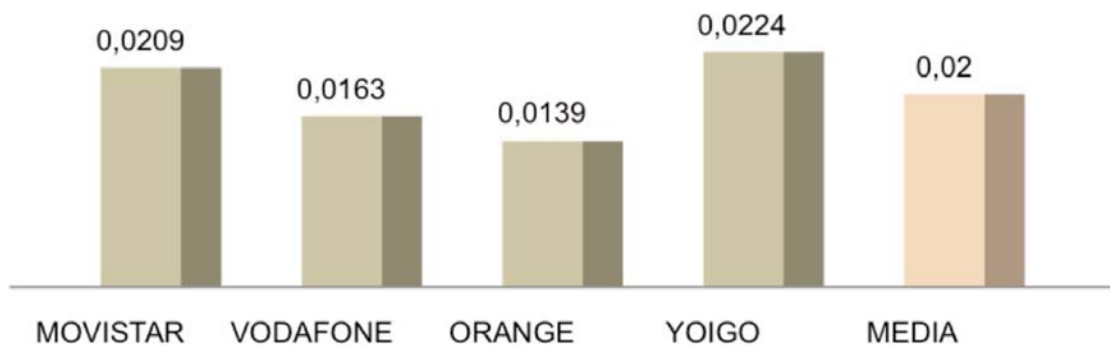
■ NÚMERO



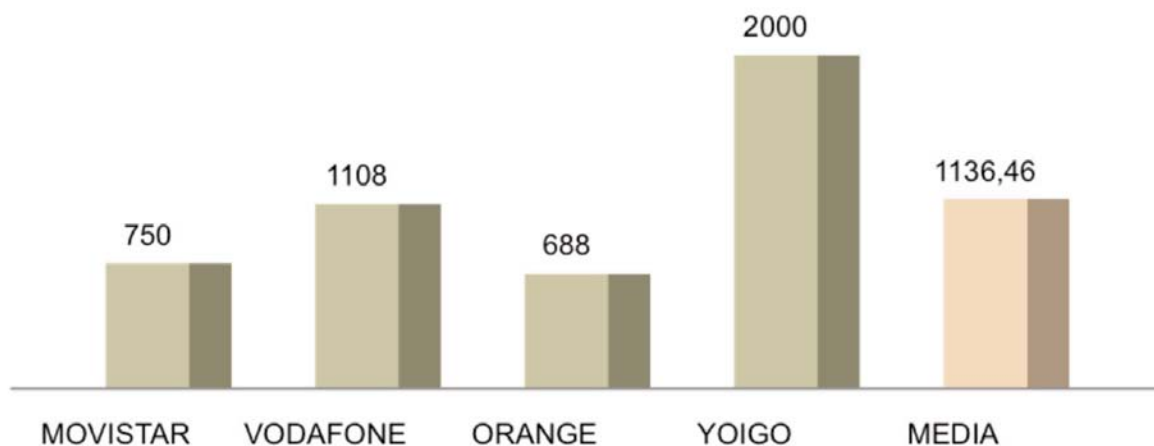
- Se fijan 1500 SMS a efectos prácticos, aunque la oferta es ilimitada

BANDA ANCHA MÓVIL + TELÉFONO COSTE MEDIO

€/Mb OFERTADOS SIN LÍMITE DE VELOCIDAD



BANDA ANCHA MÓVIL + TELÉFONO MINUTOS SIN COSTE OFERTADOS

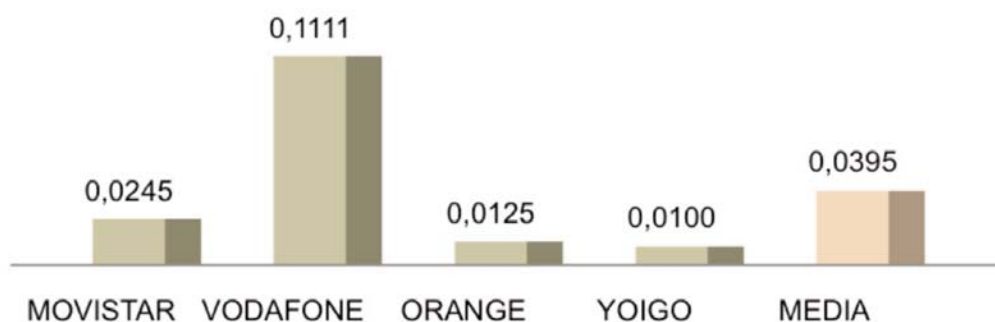


• Se fijan 1500 SMS a efectos prácticos, aunque la oferta es ilimitada

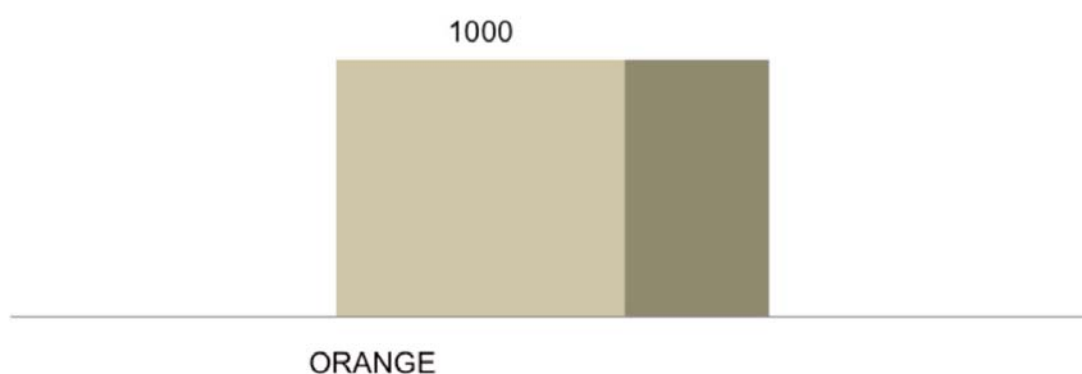
Ofertas de tarjeta

INTERNET DE TARJETA COSTE MEDIO

€/Mb OFERTADOS SIN LÍMITE DE VELOCIDAD

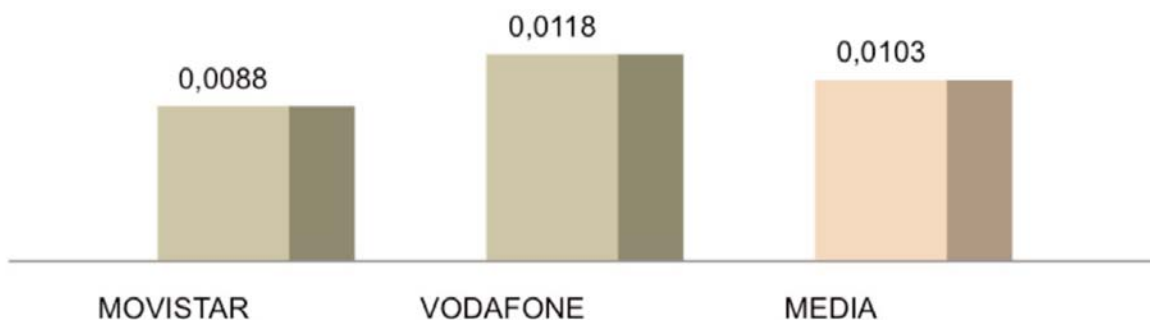


INTERNET DE TARJETA NÚMERO DE SMS SIN COSTE OFERTADOS

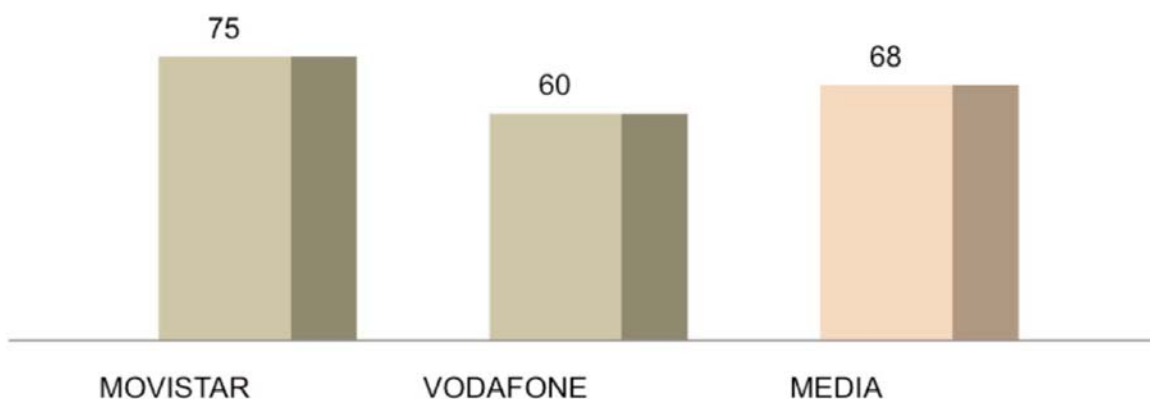


BANDA ANCHA MÓVIL + TELÉFONO COSTE MEDIO

€/Mb OFERTADOS SIN LÍMITE DE VELOCIDAD



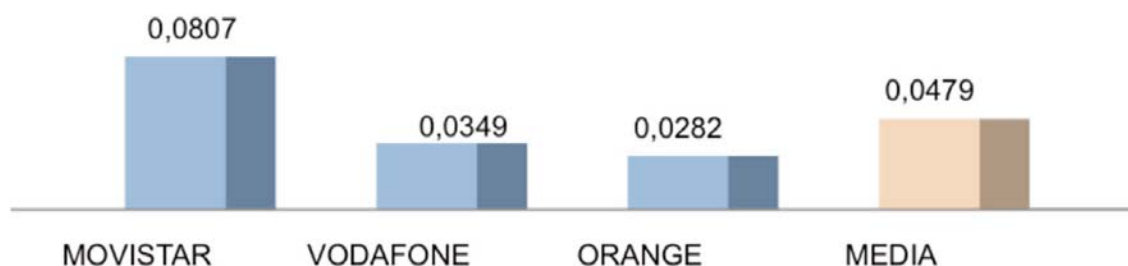
BANDA ANCHA MÓVIL + TELÉFONO MINUTOS SIN COSTE OFERTADOS



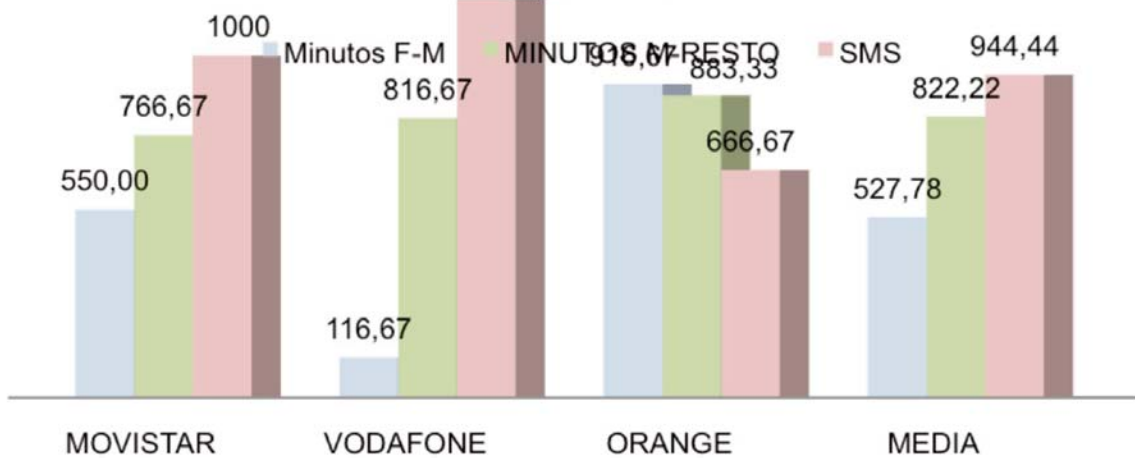
Ofertas combinadas

BANDA ANCHA MÓVIL+TELÉFONÍA+BANDA ANCHA FIJA

€/Mb OFERTADOS SIN LÍMITE DE VELOCIDAD

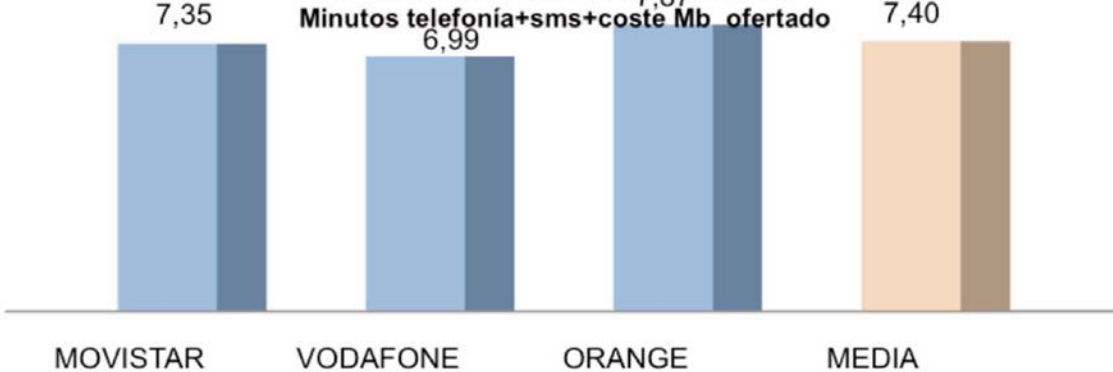


BANDA ANCHA MÓVIL+TELÉFONÍA+BANDA ANCHA FIJA



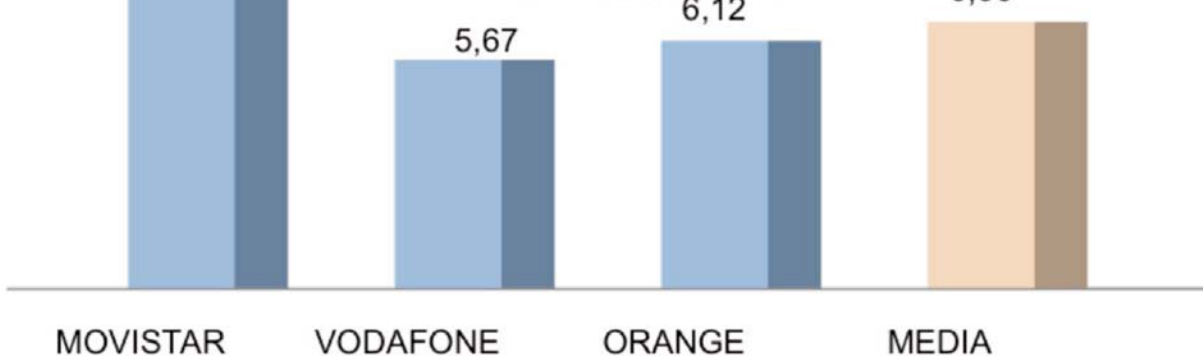
BANDA ANCHA MÓVIL+TELÉFONÍA+BANDA ANCHA FIJA

PUNTUACIÓN OFERTA



BANDA ANCHA MÓVIL+TELÉFONÍA+BANDA ANCHA FIJA

PUNTUACIÓN OFERTA+ATENCIÓN CLIENTE +VELOCIDAD



EUSKAL HERRIKO KONTSUMITZAILEEN BATASUNA-EHKB UNIÓN DE CONSUMIDORES DE EUSKADI-UCE

NORTZUK GARA?

Hiru probintzi elkartetanoinarritutako autonomi alorreko Federazio bat gara. Hiru elkarteok zerbitzuen prestatzaileak dira eta Euskal Herriko Elkarte Autonomoko hiru lurralde historikoetan kokaturik daude.

Erakundearen ezaugarriak:

- Izaera pribatu du.
- Botere publiko, ekonomiko eta sozialen aurrean da.
- irabazi-asmorik gabekoa.

HELBURUAK

- Hiritarren bizi kalitatea hobetzea, kontsumitzaile eta erabiltzaile moduan.
- Kontsumitzaile eta erabiltzaileen eskaerak bildu eta bideratzea, hiritarren bizi kalitatea era aurrekoian hobetzeko borrokan.
- Kontsumitzaile eta erabiltzaileen banako eta taldeko interesak defenditu eta bultzatzea.
- Berauei argibideak eta informazioa ematea.
- Berauen ordezkari lanak egitea, bai ondare eta zerbitzuei, produktuei eta bai ekintza jakinei dagokienean.
- Berauen presentzia bultzatzea erakunde ofizial, autonomo, estatal eta europear guztietan.
- Elkartekideen ordezkaritza bereganatzea eta beharrezko ekintzak gauzatzea edonolako prozedura administratibo eta zuzenbidezkoetan berorien defentsan.

ZERBITZUAK

Onuradunak

- Euskadian bizi diren bazkideak. Bazkidearen ezkontidea (edo, bestela, beroren etxean ezkontide gisa bizi den pertsona).
- Bazkidearen etxean bizi diren eta bi aurrekoen ondorengoak diren adin-gabekoak.

Prestazioak

Zure esku Kontsumo teknikari eta abokatu talde zabal bat jarri dugu. Berauek honako zerbitzu hauen prestazioak bermatzen dituzte:

- Nahi beste aldiz erabiltzea **zuzenbide informazioko eta kontsulta harrerako zerbitzua**.
- **Kontsumitzailearen aldeko zerbitzuaren** onuraduna izatea, beronen baitan ondokoa egonik: Kontsumoko Batzorde Arbitralaren aurrean eta bide estrajudizialez, erreklamazioez aholkatzea eta izapidea ematea, era berean, beharrezko erakundearen aurrean 900 eurorainoko salaketak eta kexak azaltzea.

¿QUIÉNES SOMOS?

Una Federación de ámbito Autonómico basada en tres Asociaciones provinciales que son las prestadoras de los servicios y situadas en cada uno de los tres Territorios históricos de la comunidad Autónoma del País Vasco.

Características de la Organización

- De carácter privado.
- Independiente ante los poderes públicos, económicos y sociales.
- Sin ánimo de lucro.

OBJETIVOS

- Mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, como consumidores y usuarios.
- Recoger y servir de cauce de las reivindicaciones del conjunto de consumidores y usuarios en la lucha de una progresiva mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.
- Defender y promover los intereses y derechos individuales y colectivos de los consumidores y usuarios.
- Formar e informar a éstos.
- Su representación, bien con carácter general, bien en relación a los bienes y servicios, productos o actividades específicas.
- Promover su presencia en todos los organismos oficiales, autonómicos, estatales y europeos.
- Asumir la representación de sus asociados y ejecutar la correspondientes acciones en toda clase de procedimientos administrativos y judiciales en defensa de los mismos.

SERVICIOS

Beneficiarios:

- Socios residentes en Euskadi.
- Cónyuge del socio (o, en su caso, la persona que conviva en el domicilio de éste). Descendientes de ambos menores de edad que convivan en el domicilio del socio.

Prestaciones

Ponemos a su disposición un amplio equipo de técnicos de consumo y abogados que garantizan la prestación de los siguientes servicios:

- utilizar cuantas veces se desee el **servicio de información jurídica y atención de consultas**.
- Ser beneficiario del **Servicio de defensa del consumidor**, consistente en el asesoramiento y tramitación de declaraciones por vía extra-judicial y ante la Junta Arbitral de Consumo, así como la interposición de demandas judiciales hasta 900 euros.

BAZKIDEKO FITXA - FICHA DE SOCIO

IZENA EMATEAREN URTEKO Euskal herriko Kontsumitzaileen Batasunaren bazkide bezala 66 euro da. Argibide gehiago jaso nahi baduzu, formulario hau bete helbide hona bidali ezazu

La cuota anual de inscripción de socio de la Unión de Consumidores de Euskadi-UCE es de 66 euros. Si desea recibir más información, rellene este formulario y envíenoslo a la siguiente dirección:

José de Lejarreta, 49 bis – 01003 VITORIA-GASTEIZ

N.A.N./D.N.I.....Izena/Nombre.....

Abizenak/Apellidos.....

Helbidea/Dirección.....

Herria/Ciudad..... Telf./Tel.....

Kontuaren zenbakia/número de cuenta.....

Iz:Fdo



EUSKAL HERRIKO KONTZUMITZALEEN BATASUNA-EHKB

UNION DE CONSUMIDORES DE EUSKADI-UCE



Araba

UCE Gasteiz
José Lejarreta, 49 bis
01033VITORIA-GASTEIZ
Tlfno.: 945 26 47 22 / Fax: 945 26 47 99
E-mail: uce@ucee.e.telefonica.net

Bizkaia

UCE Bizkaia
Hurtado de Amezaga, 27-11º Dpto, 5
48008 BILBAO
Tlfno. 94 421 55 59 / Fax: 94 421 52 51
E-mail: ucebizkaia@euskalnet.net

Gipuzkoa

UCE Gipuzkoa
Untzaga Plaza s/n
20600 EIBAR
Tlfno./Fax: 943 20 19 87
E-mail: uce-eibar@ucg.e.telefonica.net

Idiaquez, nº 2 - 1º
20004 DONOSTIA
Tlfno.-Fax: 943 43 11 24
E-mail: uce-donostia@kontsumo.net