



ENCUENTRO TÉCNICO
DE JUNTAS ARBITRALES
DE CONSUMO

30 AÑOS DEL ARBITRAJE
DE EN ANDALUCÍA

NOVIEMBRE
23 24

2023

GRANADA

1993

INFORME DE CONCLUSIONES DE
TALLERES Y COMUNICACIONES



ESCUELA ANDALUZA DE SALUD PÚBLICA
Cuesta del Observatorio, 4 _ Granada



INTRODUCCIÓN

Desde el año 2012 se vienen organizando por la Dirección General de Consumo de la Junta de Andalucía estos foros de intercambio de experiencias y conocimiento que permiten una mayor coordinación y acercamiento entre las personas profesionales de la resolución de conflictos de consumo en Andalucía. Los Encuentros son coordinados por el Grupo de Trabajo de Arbitraje y Resolución de Conflictos del Consejo Andaluz de Consumo, donde están presentes la Federación Andaluza de Municipios y Provincias, la Confederación de Empresarios de Andalucía y las organizaciones más representativas de personas consumidoras y usuarias de Andalucía: ADICAE y FACUA

En Andalucía existen 18 Junta Arbitrales de Consumo. Todas ellas fueron constituidas por convenios suscritos por el respectivo Ayuntamiento o Diputación, la Junta de Andalucía y el Ministerio competente en materia de consumo. Son órganos independientes unos de otros, gestionados por la respectiva Administración.

OBJETIVOS

Favorecer el debate, aprendizaje cooperativo e intercambio de experiencias, contribuyendo a prestar un mejor servicio a la ciudadanía y empresas andaluzas, de manera que las entidades que resuelvan conflictos de consumo ofrezcan procedimientos de alta calidad, independientes, imparciales, transparentes, efectivos, rápidos y justos.

COORDINACIÓN CIENTÍFICA

Grupo de Trabajo de Arbitraje y Resolución de Conflictos del Consejo Andaluz de Consumo.

Profesor D. Fernando Esteban de la Rosa, Catedrático de Derecho internacional privado de la Universidad de Granada.

DESTINATARIOS

Personal de las Juntas Arbitrales de Consumo; profesionales de consumo de las Administraciones Públicas (Ayuntamientos, Diputaciones Provinciales, Comunidades Autónomas); personal técnico de organizaciones empresariales y de personas consumidoras; responsables de los servicios de atención al cliente en las empresas; investigadores, alumnos y docentes universitarios.

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Escuela Andaluza de Salud Pública. Campus Universitario de Cartuja. Cuesta del Observatorio, 4. Granada

ORGANIZA

Dirección General de Consumo y Escuela Andaluza de Salud Pública

PROGRAMA

Día 23 de noviembre

9:00 – 9:20 **Recepción** de participantes y recogida de documentación.

9:20 – 9:30 **Bienvenida y presentación institucional** de la Directora Gerente de la Escuela Andaluza de Salud Pública, Dña. Blanca Fernández-Capel Baños.

9:30 – 9:45 **Inauguración** del X Encuentro a cargo de la Directora General de Consumo, Dña. Milagros de Borbón y Cruz.

9:45 – 10:00 **Saludo institucional** de representantes de la FAMP, CEA, ADICAE y FACUA.

10:00 – 11:00 Conferencia inaugural: ***Digitalización e integración de sistemas de inteligencia artificial en la resolución alternativa de litigios de consumo: claves para un proceso de cambio centrado en el ser humano, a cargo de*** D. Fernando Esteban de la Rosa, Catedrático de Derecho internacional privado y Director de la Unidad de Excelencia de Investigación “Sociedad Digital: Seguridad y Protección de Derechos” (Universidad de Granada). Es Fellow del National Center for Technology and Dispute Resolution y Miembro Asociado del Instituto Hispano Luso Americano Filipino de Derecho internacional.

11:00 – 11:30 **Descanso-desayuno** en la cafetería de la EASP.

11:30 – 12:30 Conferencia: ***El arbitraje de Consumo y los incentivos empresariales a la adhesión en Portugal***, a cargo de Cátia Marques Cebola, Profesora Adjunta en la Escola Superior de Tecnología y Gestión del

Politécnico de Leiria (Portugal) y Coordinadora del polo de investigación del IJP-IPleiria.

12:30 – 13:30 Conferencia: **Modelos para favorecer el pacto entre las partes en la resolución alternativa de litigios de consumo: examen de las prácticas e incentivos empresariales en Reino Unido**, a cargo de Pablo Cortés, Chair in Civil Justice, University of Leicester (Reino Unido). Acreditado a Catedrático por la ANECA (España).

13:30 – 14:00 Presentación de **comunicaciones**.

Día 24 de noviembre

9:30 – 11:00 **Mesa redonda técnica y debate sobre el futuro del Sistema Arbitral de Consumo:**

Dña. Alicia Menéndez González, Subdirectora General de Arbitraje y Derechos del Consumidor y Secretaria de la Junta Arbitral de Consumo Nacional.

D. José María de la Higuera Ortiz, Secretario de la Junta Arbitral Municipal de Granada.

D. Miguel Ángel Díaz Laglera, Jefe de Área de Arbitraje del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Dña. Lola Gessa Sorroche, vocal-árbitro empresarial de consumo y responsable PRL y Consumo del Área Jurídica y Relaciones Laborales, de la Confederación Empresarial de Andalucía.

D. Francisco Javier Jiménez Chacón, abogado y árbitro de consumo, colaborador de ADICAE y vicepresidente del

Grupo Derecho de Consumo del ICAGR.

Modera: D. Daniel Escalona Rodríguez, Presidente de la Junta Arbitral de Consumo de Andalucía y Jefe del Servicio de Mediación, Reclamaciones y Arbitraje en la Dirección General de Consumo de la Consejería de Salud y Consumo de la Junta de Andalucía.

11:00 – 11:30 **Descanso-desayuno** en la cafetería de la EASP.

11:30 – 13:00 **Talleres prácticos** de análisis y debate:

Taller 1: Mecanismos para incrementar la adhesión empresarial al arbitraje de consumo en sectores estratégicos (entidades financieras, grandes superficies).

Taller 2: Criterios para delimitar responsabilidades de comercializadoras y distribuidoras de energía en los arbitrajes de consumo.

Taller 3: Entidades ADR generalistas (Juntas Arbitrales de Consumo) y/o sectoriales (p.ej. Autoridad de Defensa del Cliente Financiero).

Taller 4: Malas prácticas a evitar y buenas a seguir en el procedimiento arbitral de consumo a partir de supuestos prácticos (práctica de requerimientos, trato a la ciudadanía, redacción de laudos, práctica de notificaciones, etc.).

13:00 – 14:00 **Plenario** de conclusiones de los talleres.

14:00 **Clausura** del X Encuentro.

RESUMEN DE TALLERES

Taller 1: Mecanismos para incrementar la adhesión empresarial al arbitraje de consumo en sectores estratégicos (entidades financieras, grandes superficies).

1. PLANTEAMIENTO.

El arbitraje de consumo es un mecanismo eficaz para resolver las controversias entre personas consumidoras y empresas, ya que el laudo arbitral dirime el conflicto y resulta de cumplimiento obligatorio para ambos. Sin embargo, el sometimiento al arbitraje de consumo es voluntario y no todas las empresas lo aceptan como forma de resolver las reclamaciones de la clientela. En este taller se trata de analizar qué acciones se podrían realizar para aumentar la confianza de empresas y profesionales en el sistema arbitral de consumo y lograr una mayor adhesión al mismo, especialmente de las que pertenecen a sectores estratégicos.

2. PERFIL DE LOS ASISTENTES.

- Empresas y profesionales.
- Representantes empresariales.
- Juntas Arbitrales de Consumo.

3. CUESTIONES A ANALIZAR.

a) Posibles razones para la baja adhesión en determinados sectores (banca, seguros, grandes superficies): falta de confianza, falta de incentivos, falta obligatoriedad, etc.

b) Responsabilidad de las asociaciones empresariales. ¿Qué pueden hacer más? Campañas informativas, requisitos de pertenencia, propuestas de más árbitros, acciones formativas, etc.

c) Responsabilidad de las Administraciones ¿Qué deben cambiar? Mejor regulación, más rapidez, más incentivos, más calidad, mejor formación, mejor relación con las empresas, etc.

4. METODOLOGÍA

- Se organizaron cuatro grupos de trabajo. Cada grupo recogió sus aportaciones en tarjetas.
- Se planteó que respondieran a las siguientes cuestiones:
 - Indicar las razones para la baja adhesión. Una razón por tarjeta
 - Indicar las estrategias a adoptar para incrementar esta adhesión por parte de las asociaciones empresariales y de la administración. Una estrategia por tarjeta, indicando si es para las asociaciones empresariales o para la administración.
- Posteriormente se estableció la puesta en común en panel agrupando por dimensiones y el debate para acordar las conclusiones.
- Finalmente eligieron a una persona que hizo de portavoz del taller en el plenario.

5. CONCLUSIONES.

a) Razones para la baja adhesión

Falta de confianza

- En el Servicio Andaluz de Consumo
- En la ausencia de la unanimidad de criterios en las resoluciones
- Por la escasa implicación política a nivel económico
- En el sistema, por escasa formación/ especialización de los árbitros
- Fomentar la excesiva reclamación de sus clientes

Falta de información

- Hacia el consumidor y las empresas
- Falta de conocimientos de incentivos /ventajas económicas SAC

b) Estrategias a adoptar

Para la Administración:

- Efecto llamada: publicidad por parte de las empresas adheridas
- Publicidad más atractiva/ impactante a nivel nacional del Servicio Andaluz de Consumo.
- Realización de campañas publicitarias.
- Incentivos a las empresas adheridas
- Adhesión de empresas públicas: predicar con el ejemplo

Para las Asociaciones Empresariales

- A través de sus organizaciones empresariales impartir charlas informativas a las empresas de dicho sector.

Taller 2: Criterios para delimitar responsabilidades de comercializadoras y distribuidoras de energía en los arbitrajes de consumo.

1. PLANTEAMIENTO.

En numerosas ocasiones, las personas consumidoras tienen un conflicto en materia de suministro de energía que se refleja en una factura elevada (comercializadora) pero que trae causa en un mal funcionamiento del contador, de la red de distribución, de la lectura de consumos, etc. (distribuidora). Para complicarlo todo más, hay comercializadoras que sí están adheridas al arbitraje de consumo, pero muchas distribuidoras no lo están. ¿Cómo determinar la responsabilidad de cada empresa cuando el consumidor se relaciona directamente tan sólo con una de ellas?

2. PERFIL DE LOS ASISTENTES.

- Empresas y profesionales.
- Representantes empresariales.
- Juntas Arbitrales de Consumo.

3. CUESTIONES A ANALIZAR.

a) Cuando un conflicto trae causa en una actuación de la distribuidora, ¿una solicitud de arbitraje dirigida a la comercializadora debe inadmitirse?

b) En el supuesto anterior, ¿es posible una subsanación o mejora de solicitud para agilizar la tramitación?

c) La comercializadora debe responder por la distribuidora o el consumidor debe dirigirse expresamente a la segunda.

d) ¿Es posible fijar los límites de responsabilidad de cada empresa?

4. METODOLOGÍA

- Se organizaron 2 grupos de trabajo con las personas asistentes al taller. Cada grupo respondió a las cuestiones planteadas y se recogieron las respuestas en unas fichas de trabajo elaboradas para tal fin.
- A continuación, se puso en común las aportaciones de cada grupo y se estableció un debate para llegar a acuerdos y conclusiones.
- Finalmente eligieron a una persona que hizo de portavoz del taller en el plenario.

5. CONCLUSIONES.

a) Cuando un conflicto trae causa en una actuación de la distribuidora, ¿una solicitud de arbitraje dirigida a la comercializadora debe inadmitirse?

DEPENDENDE:

Muchos consumidores no conocen que existen dos contratos: uno del que son conscientes, con la comercializadora, por eso le reclaman, pero el segundo: el contrato ATR puede estar contraído directamente con la Distribuidora, o autorizar a la comercializadora a que lo firme por el cliente. En TAL CASO SI, y eso lo debe valorar el Colegio para resolver:

Pues no puede perderse de vista que el laudo es “cumplible, pues la ejecución del laudo puede no ser realizable, por no ser parte del expediente arbitral. Ahora bien, si es posible aplicar el “solve et repete”.

b) En el supuesto anterior, ¿es posible una subsanación o mejora de solicitud para agilizar la tramitación?

Si, desde los agentes intervinientes (OMICs, Juntas Arbitrales... servicios de reclamación) sería muy valorable que se pudiera discriminar la afección de un eventual laudo al fondo del asunto, y para ello debería ofrecer una asistencia y saber las OMICs qué documentación debe requerirse si acude a ellos.

c) La comercializadora debe responder por la distribuidora o el consumidor debe dirigirse expresamente a la segunda.

Si. Respecto al cliente No en sede Junta Arbitral

Ya en sede de arbitraje, el problema es la legitimación pasiva, pues ese laudo no le podrá obligar...más vale acudir a invocarle a la Distribuidora, si está adherida, la lealtad institucional para que colabore; y si no está adherida entonces se debe indicar que acuda por la vía oportuna: sea a Industria o lo que se estime oportuno.

d) ¿Es posible fijar los límites de responsabilidad de cada empresa?

Hay límites que no son muy claros. Depende del caso sobre todo en cuestiones que afectan a miles de suministros. Sin embargo, a otras si afectan a la praxis o impericia de quienes participan en el sistema comercial.

Taller 3: Entidades ADR generalistas (Juntas Arbitrales de Consumo) y/o sectoriales (p.ej. Autoridad de Defensa del Cliente Financiero).

1. PLANTEAMIENTO.

En la actualidad coexisten una pluralidad de instrumentos administrativos que tramitan, con mayor o menor fortuna, las reclamaciones de consumo, y dependen de Administraciones diferentes. Así, por un lado, están los mecanismos generalistas (Juntas Arbitrales de Consumo, OMICs, Servicios de Consumo, Centro Europeo del Consumidor...). Por otro lado, están los mecanismos sectoriales, que sólo tramitan reclamaciones de una temática concreta (Banco de España, Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, Juntas Arbitrales de Transporte, etc.). Algunos están acreditados ante la UE y otros no. Además de su conocimiento y de aplicar el Decreto 82/2022, de 17 de mayo, resulta necesario reflexionar sobre qué organismos recomendar a los consumidores y cuándo hacerlo, así como cómo se vislumbra el futuro.

2. PERFIL DE LOS ASISTENTES.

- Juntas Arbitrales de Consumo.
- OMICs.
- Universidad.
- Administraciones Públicas.
- Consumidores.

3. CUESTIONES A ANALIZAR.

a) ¿Conoce qué organismos existen realmente? ¿Cómo podrían conocerse mejor?

b) ¿En qué supuestos debería recomendarse acudir a uno u otro? ¿Le parece correcto el criterio del Decreto 82/2022, de 17 de mayo?

c) ¿Cómo ve en el futuro la coexistencia de organismos sectoriales especializados con otros generalistas?

4. METODOLOGÍA

- Se organizaron 2 grupos de trabajo con las personas asistentes al taller. Cada grupo respondió a las cuestiones planteadas y se recogieron las respuestas en unas fichas de trabajo elaboradas para tal fin.
- A continuación, se puso en común las aportaciones de cada grupo y se estableció un debate para llegar a acuerdos y conclusiones.
- Finalmente eligieron a una persona que hizo de portavoz del taller en el plenario.

5. CONCLUSIONES.

a) ¿Conoce qué organismos existen realmente? ¿Cómo podrían conocerse mejor?

Se conocen las más comunes.

Se podrían conocer mejor mediante:

- La elaboración de un listado que permita dar a conocer las ADR generalistas y sectoriales, que sea renovable anualmente.
- La inclusión en ese listado las asociaciones de consumidores.
- A través de una referencia informativa en el ticket o factura de compra, describiendo la posibilidad que tiene la persona consumidora del servicio de reclamación.
- Mediante la legislación pertinente que apoye la información de los derechos del consumidor en los tickets y facturas.

b) ¿En qué supuestos debería recomendarse acudir a uno u otro?

Recomendaríamos acudir a los organismos sectoriales siempre y cuando sus resoluciones sean vinculantes y rápidas en el tiempo.

Según la normativa dependiendo del territorio, la temática y la cuantía, diferenciando si se trata de comercio físico u online.

¿Le parece correcto el criterio del Decreto 82/2022, de 17 de mayo?

El cambio de criterio implantado por el susodicho decreto consideramos que es correcto, siendo la OMIC la que asesore al consumidor acudir a un organismo u otro.

c) ¿Cómo ve en el futuro la coexistencia de organismos sectoriales especializados con otros generalistas?

Es buena la coexistencia siempre y cuando haya normativa que regule de forma clara las competencias de los ADR sectoriales y generalistas.

Tener en cuenta que la legislación ha de ser clara para las personas consumidoras.

Se puede utilizar mecanismos de inteligencia artificial para elegir el medio adecuado de resolución de conflictos.

Taller 4: Malas prácticas a evitar y buenas a seguir en el procedimiento arbitral de consumo a partir de supuestos prácticos (práctica de requerimientos, trato a la ciudadanía, redacción de laudos, práctica de notificaciones, etc.).

1. PLANTEAMIENTO.

Tras 30 años de funcionamiento del Sistema Arbitral de Consumo, la experiencia acumulada nos permite extraer qué prácticas deben seguirse y cuáles evitarse en el procedimiento arbitral.

2. PERFIL DE LOS ASISTENTES.

- Juntas Arbitrales de Consumo.
- OMICs.
- Consumidores.
- Empresas.

3. CUESTIONES A ANALIZAR.

a) La solicitud de arbitraje y preparación del expediente: buenas y malas prácticas.

b) La fase administrativa (admisiones, inadmisiones, traslados, subsanaciones, citaciones): buenas y malas prácticas.

c) La audiencia arbitral (presencialidad, videoconferencia, papel de secretaria y árbitros, acta, suspensiones, requerimientos, deliberaciones...): buenas y malas prácticas.

d) El laudo arbitral (ponencia, redacción, fundamentación, aclaraciones, ejecución, notificación): buenas y malas prácticas.

4. METODOLOGÍA

- Se organizaron 2 grupos de trabajo con las personas asistentes al taller. Cada grupo respondió a las cuestiones planteadas y se recogieron las respuestas en unas fichas de trabajo elaboradas para tal fin.
- A continuación, se puso en común las aportaciones de cada grupo y se estableció un debate para llegar a acuerdos y conclusiones.
- Finalmente eligieron a una persona que hizo de portavoz del taller en el plenario.

5. CONCLUSIONES.

	BUENAS PRÁCTICAS	MALAS PRÁCTICAS
La solicitud de arbitraje y preparación del expediente	<p>La solicitud de arbitraje colgada en la web de Consumo</p> <p>Lenguaje claro. Ej. reclamante-reclamado especificar persona reclamante- empresa reclamada</p> <p>En la solicitud, opción de relación para aportar documentos, especificando el tipo de documentos</p>	<p>Dificultad en la forma de notificación electrónica en la solicitud</p> <p>Lenguaje excesivamente técnico</p> <p>El objeto de la reclamación no queda suficientemente claro.</p>
La Fase Administrativa	<p>Disponibilidad de segunda persona que comprueba inadmisiones.</p> <p>Diferentes canales de información y comunicación, diferentes horarios</p>	<p>Empresa reclamada no recibe siempre notificación de que se haya cerrado el proceso de mediación</p> <p>Entender que el reclamante desiste cuando no responde a la propuesta de resolución de la empresa en la fase de mediación</p>
La Audiencia Arbitral	<p>Enviar con antelación el expediente a los árbitros</p> <p>Respetar los tiempos</p> <p>Dar la palabra al reclamante para que explique su reclamación y su pretensión</p> <p>Importancia de la posibilidad de realizar la audiencia por videoconferencia</p> <p>Grabación de la audiencia por videoconferencia</p> <p>En el mismo trámite, aceptación a trámite y comunicación de la fecha de la vista</p>	<p>Notificación y citación a la empresa llega con muy poco tiempo de antelación</p> <p>No se persona el reclamante y reclamado</p> <p>No respetar los tiempos establecido en la convocatoria</p>
El Laudo Arbitral	<p>Simplificar el lenguaje del contenido del laudo</p> <p>Enviar una última comunicación a la empresa para se ejecute el laudo en caso de que lo requiera el reclamante</p> <p>Que la reclamada comunique el cumplimiento del laudo</p> <p>Redacción del laudo en el mismo día</p>	<p>Falta de formación continua de los componentes del colegio arbitral</p> <p>Que el laudo no especifique claramente la decisión arbitral</p> <p>Que la redacción del laudo exceda el tiempo estipulado</p>

COMUNICACIONES

EL ARBITRAJE DE CONSUMO EN UN MUNICIPIO
MANCHEGO:

QUINTANAR DE LA ORDEN

M.ª Piedad Escudero

Técnico consumo Ayto. Quintanar de la Orden, Toledo.

Granada. 23,24/11/2023

Comenzaré mi exposición, dando por hecho, que el receptor sabe con total exactitud el tema que nos ocupa, no es para nada desconocido ni nuevo, por ello confío en que existirá un gran grado de COMUNICACIÓN que es de lo que se trata, además de darse otros elementos que deben existir en la comunicación como son el estado emocional del receptor que es totalmente adecuado, relajado, descansado, etc., incluso me atrevo a decir de gusto, pues los trabajadores de consumo les apasionan sus trabajos

No voy a hablar de porcentajes de laudos favorables al consumidor, ni de los arbitrajes celebrados con un árbitro, con tres, etc. ni tan siquiera de las vistas celebradas, pues no poseo esos datos ni se han solicitado.

Vengo a transmitir, la experiencia de lo que es el ARBITRAJE DE CONSUMO en una Oficina Municipal de Información al Consumidor, en la que se tiene experiencia de este sistema a pesar de no existir junta arbitral ni colegio arbitral.

Cuando se comenzó la andadura con esta unidad de Oficina, en este municipio manchego, existían tres empresas que en ese momento pertenecían al **SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO**, el superior jerárquico, recomendó que se hiciera una "batida" para que las empresas existentes se adhirieran a un sistema que la administración estaba detrás, pero que, en ese momento, no se sabía muy bien cuál era su funcionamiento.

Y así fue, poco a poco, se fueron visitando establecimientos de todo tipo, floristería, textiles, peluquerías, panaderías, talleres de vehículos, estudios de fotografía, empresas de construcción, etc. para ofrecerles su adhesión. Las empresas eran algo reticentes para pertenecer a "algo" sin tener que abonar ningún tipo de cuota, y así era.

Por otro lado, tampoco se les podía ofrecer mucho, salvo un distintivo, una pegatina, de la administración con la que daban cierta confianza a sus consumidores y usuarios, una cierta garantía adicional del establecimiento.

Un acicate que se les mostraba era que normalmente los establecimientos que mostraban voluntad para pertenecer con carácter general al Sistema Arbitral de Consumo mediante su adhesión, pocas veces lo tenían que utilizar, pues eran establecimientos dialogantes, correctos, en los que no surgían problemas de consumo.

Ante esta situación, comprobando que en los primeros años por el 1994, se adherían una media de 30 empresas, se decidió que en los calendarios que se realizarán desde el ayuntamiento, aparecerían los nombres de la empresas que cada año se habían adherido, dotando a las empresas de un número de calendarios para su reparto entre sus clientes.

Además, para potenciar el consumo en estos establecimientos, cuando se realizan actividades de ocio, tales como viajes, visitas culturales, etc. Las cuotas que se pagan se ven reducidas si prueban mediante ticket o factura de su compra en dichos establecimientos adheridos al Sistema Arbitral de Consumo, siendo también ocasión para explicar a los consumidores en qué consiste este sistema, en un terreno neutral y tranquilo, acaparando toda su atención, cómo es en la Oficina de consumo.

Particularmente, creemos en él como en un mecanismo eficaz, económico, asequible, imparcial, transparente, etc., en el que cuando funciona, podemos poner nuestra esperanza, en que se va a hacer "justicia" en equidad, con el añadido de cierta o no rapidez y gratuidad.

Al ser nuestro municipio de 12000 habitantes, existe bastante retroalimentación, respecto a la información de los laudos que se han ido celebrando tras ser trasladadas las solicitudes de arbitraje, algunos de cantidades hasta de 12000 € de constructoras, que se han tenido que llevar a los juzgados para que sean ejecutados, otros de televisores devueltos, facturas recuperadas en su totalidad, otras anuladas, devoluciones por no recibir notificaciones de cartas, etc., en fin la resolución de los conflictos que de otra forma, quizás hubieran quedado sin resolver. Casos curiosos, cómo el empresario que no quiere

pertenecer y qué cuando actúa como consumidor lo utiliza con un resultado de satisfacción.

Confiamos en qué avance, qué se disponga de más personal, más técnicos, más peritos, más adhesiones de empresas que prestan servicios a través de la administración, **más interés** por todas las partes implicadas

Recordemos cuando por el año 2013, hubo problemas muy serios con productos bancarios, para dilucidar y resolver, cómo se creó un arbitraje específico y funcionó, pues así debería ser pero con carácter general.

Este sistema se creó para dar confianza a las partes, implicadas, consumidores y empresas, una vez que se ha conseguido esa confianza, cómo método alternativo, eficaz, gratuito, para ambos, en el que mediante un acuerdo, se comprometen a someter la decisión de sus diferencias a un tercero IMPARCIAL, el árbitro o árbitros.

RESUMEN.

EL ARBITRAJE DE CONSUMO, de todos es sabido qué es un mecanismo, eficaz, accesible, gratuito, rápido, para resolver conflictos en materia de consumo. El pequeño-gran inconveniente es que, al ser VOLUNTARIO, solo si la otra parte está adherida con carácter general o dice que sí para el caso particular, podrá someterse esa controversia al procedimiento arbitral.

Para poder remediar esta situación, desde el ayuntamiento de Quintanar de la Orden, siempre se impulsó la adhesión empresarial al Sistema Arbitral de Consumo.

Así el inconveniente se vendrá a resolver si las empresas con carácter general pertenecen a él.

Por ello se llevó a cabo, la presentación personal del sistema a todo tipo de empresarios: comerciantes de textil y calzado, empresas de construcción, peluquerías, panaderías, estudios de fotografía, telefonía, electrodomésticos,

mercerías, restauración, etc., explicándoles personalmente en qué consiste y cuáles son sus ventajas para sus consumidores y para ellos mismos.

La adhesión se fue realizando año tras año de un buen número de empresas. Así para que la otra parte reconociera y conociera en qué consiste el Sistema arbitral se editaron calendarios en los que aparecían el nombre de las empresas adheridas en el último año, se aplican descuentos a los consumidores que compran o contratan en estos establecimientos, mediante el correspondiente ticket o factura, en actividades de ocio.

Es una tranquilidad y un orgullo poder apoyar al SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO desde la administración local.

LA ORDENANZA MUNICIPAL PARA LA DEFENSA
DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS
DEL MUNICIPIO DE ALBOLOTE (GRANADA), UNA
HERRAMIENTA LEGAL, ÚTIL Y PRÁCTICA PARA LA
RESOLUCIÓN DE LOS LITIGIOS EN MATERIA DE
CONSUMO

José Antonio Rodríguez Huertas

Coordinador Técnico del Servicio Municipal De Consumo

Oficina Municipal de Información a las Personas Consumidoras (O.M.I.C.)

Escuela Local De Consumo De Albolote (E.L.C.A)

INDICE:

- 1.1. INTRODUCCIÓN.
- 1.2. CUESTIONES PRÁCTICAS SOBRE LAS ORDENANZAS Y REGLAMENTOS DE CARÁCTER GENERAL.
- 1.3. FASES DEL PROCEDIMIENTO DE REALIZACIÓN DE LA ORDENANZA.
- 1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA CREACIÓN DE LA ORDENANZA.
- 1.5. CONTENIDOS DE LA ORDENANZA.
- 1.6. EL PROCEDIMIENTO DE MEDIACIÓN LOCAL EN CONSUMO.
- 1.7. EPILOGO.

1.1. INTRODUCCIÓN:

Los poderes públicos en general, y en especial las Administraciones Locales, que son las más cercanas a la ciudadanía, tienen como misión principal la de proteger y defender los derechos en materia de consumo de las personas consumidoras y usuarias. Haciendo un mayor hincapié a los colectivos más vulnerables.

Es un hecho, la diversidad de normativa existente en materia de protección a las personas consumidoras. No obstante, a nivel local no se prodiga lo suficiente la aprobación y puesta en funcionamiento de ordenanzas municipales de protección a las personas consumidoras en el conjunto de las Entidades Municipales. A modo de ejemplo, hay que citar al Ayuntamiento de Albolote (Granada), que ha realizado una apuesta valiente, decidida y comprometida con la elaboración, aprobación y entrada en vigor de una ordenanza de estas características. Siendo las finalidades de la misma:

1. Concretar el ejercicio de las competencias y procedimientos del Ayuntamiento de Albolote en relación con la defensa de las personas consumidoras y usuarias.
2. Establecer las funciones y competencias de las unidades administrativas con las que se dota el Ayuntamiento de Albolote, a través del Servicio Municipal de Consumo: la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) y la Escuela Local de Consumo (ELCA).
3. Establecer el procedimiento de mediación de consumo local, cómo herramienta de primer orden para la resolución del conflicto-litigio en primera instancia.
4. Dotar a las personas de Albolote de un instrumento jurídico para la defensa de sus intereses en su condición de personas consumidoras y usuarias.
5. Empoderar el Área de Consumo en la estructura política y administrativa del Ayuntamiento de Albolote.

1.2. CUESTIONES PRÁCTICAS SOBRE LAS ORDENANZAS Y REGLAMENTOS DE CARÁCTER GENERAL:

La aprobación de las Ordenanzas y Reglamentos de carácter general requiere un previo ejercicio de definición que nos permita su ulterior distinción tanto de las ordenanzas de tipo fiscal como de la reglamentación orgánica (reglamento Orgánico) o, incluso, de las de los actos administrativos singulares con efectos frente a un número indeterminado de sujetos.

Precisamente la distinción de las Ordenanzas con estos últimos, los actos administrativos singulares con efectos frente a un número indeterminado de sujetos, no ha sido siempre fácil. Son elementos de diferenciación tanto su finalidad, ya que los reglamentos están destinados a regular de modo permanente determinadas situaciones o el efecto de ciertos actos obedeciendo al principio de «no consunción» mientras que los actos administrativos se agotan en virtud de su aplicación, como sus efectos, ya que las normas reglamentarias dan lugar a la existencia de derechos y deberes.

En cuanto a la diferenciación entre los Reglamentos en general y el Reglamento Orgánico, su relativo sincretismo se debe en parte al texto del art. 22.2 d) de la Ley de Bases de Régimen Local (LBRL), que atribuye al Pleno la aprobación «del Reglamento Orgánico y de las Ordenanzas», lo que se ha interpretado en ocasiones como una definición de que todas las normas reglamentarias pertenecerían de alguna forma al Reglamento orgánico en lugar de considerar, únicamente, las normas referentes a la regulación de los órganos complementarios tal y como establece la LBRL, art. 20.1 c) y art. 20.3.

Finalmente, su diferenciación con Ordenanzas de tipo fiscal o disposiciones presupuestarias, establecidas en el Real Decreto legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley reguladora de las Haciendas Locales (arts. 17 y 168 respectivamente) de acuerdo con lo establecido en el art. 106.2 y 111 de la L.B.R.L. se excluyen de lo previsto en el art. 70.2 en relación con el 65.2 de la L.B.R.L. En consecuencia, quedan fuera de la regulación general:

- Las ordenanzas fiscales reguladoras de sus tributos propios.
- Las ordenanzas generales de gestión, recaudación e inspección.
- Las disposiciones interpretativas y aclaratorias de las mismas.
- Las disposiciones presupuestarias.

1.3. FASES DEL PROCEDIMIENTO DE REALIZACIÓN DE LA ORDENANZA:

1. Iniciación del expediente, de oficio, mediante providencia de Alcaldía.
2. Elaboración del proyecto de disposición general.
3. Informe técnico.
4. Informe jurídico.
5. Propuesta de resolución.
6. Dictamen de Comisión Informativa.
7. Acuerdo del Pleno de aprobación inicial de la Ordenanza, Reglamento o disposición de carácter general.
8. Información pública, mediante publicación en el Tablón de Edictos y Boletín Oficial de la Provincia (BOP) por el plazo mínimo de 30 días para la presentación de reclamaciones y sugerencias.
9. Audiencia previa a las asociaciones vecinales y de defensa de los consumidores y usuarios establecidos en el Municipio que estén inscritas en el Registro correspondiente de asociaciones vecinales y cuyos fines guarden relación directa con el objeto de la disposición.
10. Propuesta de resolución.
11. Dictamen de Comisión Informativa.
12. Acuerdo plenario sobre resolución de reclamaciones y sugerencias, en sus casos presentados, y aprobación definitiva de la Ordenanza, Reglamento o

disposición de carácter general.13. Publicación del texto íntegro de la Ordenanza, Reglamento o disposición de carácter general en el Boletín Oficial de la Provincia (BOP) y Tablón de Edictos.

14. Remisión del acuerdo de aprobación definitiva a la Administración General del Estado y a la Comunidad Autónoma.

15. Transcurrido el plazo de quince días desde la recepción de la comunicación, publicación del Acuerdo de aprobación definitiva y del texto íntegro de la Ordenanza o Reglamento en el Boletín Oficial de la Provincia (BOP).

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA CREACIÓN DE LA ORDENANZA:

- ✓ Dotar al conjunto de la ciudadanía de Albolote de un instrumento jurídico para la defensa de sus intereses en su condición de personas consumidoras y usuarias.
- ✓ Dignificar y perpetuar el Área de Consumo en la estructura política y administrativa del Ayuntamiento de Albolote.
- ✓ Regularizar el Servicio Municipal de Consumo y la Escuela Local de Consumo (ELCA).
- ✓ Dotar de una regularización jurídica al proyecto de la Escuela Local de Consumo de Albolote (ELCA).

1.5. CONTENIDOS DE LA ORDENANZA:

La ordenanza se estructura de los siguientes apartados:

1º.- Una **EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**, o preámbulo. Sin embargo, a pesar de la atribución genérica, se precisa regular la defensa de los derechos e intereses de las personas consumidoras y usuarias del municipio de Albolote habiendo elaborado una ordenanza municipal que regula los servicios municipales de consumo, con la siguiente finalidad:

-Concretar el ejercicio de las competencias y procedimientos del Ayuntamiento de Albolote en relación con la defensa de las personas consumidoras y usuarias.

-Establecer las funciones y competencias de las unidades administrativas con las que se dota el Ayuntamiento de Albolote, a través del Servicio Municipal de Consumo: la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) y la Escuela Local de Consumo (ELCA).

2º.- El **Capítulo I**, dedicado al **OBJETO, ÁMBITO TERRITORIAL, PRINCIPIOS GENERALES, FUNDAMENTOS JURÍDICOS Y DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS**. Que consta de cinco artículos:

Artículo 1º. Objeto.

Artículo 2º. Ámbito Territorial.

Artículo 3º. Principios Generales.

Artículo 4º. Fundamentos Jurídicos.

Artículo 5º. Derechos de las personas consumidoras y usuarias.

3º.- El **Capítulo II**, donde se establecen las **DEFINICIONES** de las partes que intervienen en el proceso de consumo. Consta de un solo **artículo el nº 6**, que contiene las definiciones de: *“Consumidores y usuarios; Destinatarios finales; Bienes o servicios; Bienes de primera necesidad y servicios esenciales; Órganos de defensa del consumidor; Servicios de la sociedad de la información; Empresario; Productor; Producto; Proveedor.”*

4º.- El **Capítulo III**, versa sobre **NORMAS DE CARÁCTER GENERAL SOBRE EL SERVICIO MUNICIPAL DE CONSUMO DE ALBOLOTE**. El objetivo es la creación de una estructura administrativa, que están integrada por dos unidades: la Oficina Municipal de Información a las Personas Consumidoras (OMIC) y la

Escuela Local de Consumo de Albolote (ELCA). Asimismo, se creó la figura de un Coordinador del Servicio junto con las funciones a realizar.

Consta de 3 artículos:

Artículo 7º. Servicio Municipal de Consumo.

Artículo 8º. Coordinación Local.

Artículo 9º. Funciones municipales en el ámbito de consumo.

5º.- El **Capítulo IV**, dedicado a la **OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS (OMIC): ESTRUCTURA, FUNCIONES, PROCEDIMIENTO DE MEDIACIÓN Y COOPERACIÓN INSTITUCIONAL**. Consta de cuatro artículos:

Artículo 10º. Funciones de la O.M.I.C.

Artículo 11º. Procedimiento de mediación.

Artículo 12º. Cooperación Institucional.

Artículo 13º. Financiación.

Artículo 14º. Descripción.

Artículo 15º. Objetivos.

Artículo 16º. Contenidos de la formación a impartir por la ELCA.

Artículo 17º. Destinatarios.

Artículo 18º. Metodología didáctica.

Artículo 19º. Medios de apoyo de la Escuela Local de Consumo de Albolote (ELCA).

Artículo 20º. Actividades complementarias a desarrollar.

Artículo 21º. Financiación y colaboración.

Finalmente, consta de una **DISPOSICIÓN DEROGATORIA**, y **DISPOSICIÓN FINAL**.

1.6.- EL PROCEDIMIENTO DE MEDIACIÓN LOCAL EN CONSUMO:

La ordenanza hace mención a la regulación del procedimiento de resolución de litigios en materia de consumo, estableciéndose el proceso de mediación. El artículo 11 de la citada, establece pormenorizadamente los pasos a seguir.

Así pues, el apartado 1, versa sobre la obligación que tiene el propio Ayuntamiento en la promoción e implantación de la mediación, canalizándose a través de la OMIC. El tenor literal del citado apartado es: ***“1. El Ayuntamiento de Albolote promoverá y ejercerá la mediación a través de la Oficina Municipal de Información al Consumidor”.***

En el apartado 2, se detallan la filosofía y reglas generales de este procedimiento, siendo uno de los objetivos principales, la sustanciación del litigio en primera instancia, con la finalidad de intentar evitar utilizar otros escenarios secundarios, como son el arbitraje de consumo o procedimientos judiciales. Cuyo tenor literal es: ***“2. El sistema de mediación de consumo, como fórmula voluntaria de resolución alternativa y extrajudicial de conflictos, se sustanciará a través de un procedimiento rápido, sencillo y gratuito, mediante el cual las partes enfrentadas solicitan y aceptan la intervención confidencial de una tercera persona que informará, orientará y asistirá, sin facultad decisoria propia, a las partes, con el fin de facilitar vías de diálogo y la búsqueda por éstos de acuerdos justos y duraderos, y al objeto de evitar el planteamiento de procedimientos arbitrales o judiciales contenciosos”.***

Otra cuestión muy importante, a la hora de desarrollar el proceso de mediación es describir y dejar constancia de los cinco principios rectores que se establecen, con son la: voluntariedad y rogación de las partes en conflicto, la flexibilidad, la confidencialidad y secreto profesional, la imparcialidad y neutralidad de la persona mediadora actuante, la reserva de las partes. Son

los pilares maestros en los que se sostiene la estructura de la mediación. El tenor literal del apartado 3, es el siguiente: **“Todas las actuaciones derivadas del procedimiento de mediación de consumo deberán estar presididas por los siguientes principios: a) Voluntariedad y rogación de las partes en conflicto, b) Flexibilidad, c) Confidencialidad y secreto profesional, d) Imparcialidad y neutralidad del mediador actuante, y e) Reserva de las partes”**.

Se establece la flexibilidad de solicitar procedimiento de mediación como mejor convenga a las partes, con la finalidad de facilitar la gestión a las partes. Tanto la persona consumidora, como la parte contraria (empresario/comerciante/profesional). El apartado 4, recoge literalmente: **“El proceso se puede iniciar: a) A petición de ambas partes, de común acuerdo y b) A instancia de una de las partes”**.

En la sociedad actual que vivimos, donde el factor tiempo es el gran tesoro que las personas intentamos gestionar, se convierte a veces en un gran inconveniente para la gestión de los conflictos acaecidos. No obstante, las nuevas tecnologías (internet-correo electrónico, telefonía, ...) ayudan a la tramitación administrativa. Así pues, con el apartado 5, se oferta a las partes intervinientes en el proceso, la flexibilización del medio o canal para la determinación del litigio. El tenor literal del mismo es: **“Se adopta un sistema de mediación a fin de agilizar al máximo la resolución del conflicto, utilizando cualquier medio de comunicación que resulte adecuado al efecto”**.

La duración del proceso de mediación es un elemento importante a tener en cuenta. Cada litigio tiene su propia idiosincrasia y casuística, con lo que el factor tiempo es un elemento relativo, que no se puede tasar previamente. El apartado 6, dice literalmente: **“El tiempo de duración de la mediación será el que resulte necesario en atención al número y a la complejidad de las cuestiones conflictivas planteadas por las partes”**.

Durante el proceso de resolución del litigio, se ha de recoger fehacientemente una serie de datos a través de un documento denominado “Acta”. A través de este soporte queda constancia del procedimiento seguido. El tenor literal

del artículo 7 es: **“En el acta final se harán constar, al menos, las siguientes circunstancias: identificación de las partes, objeto y contenido de la reclamación, y resultado del proceso, con constancia expresa del acuerdo alcanzado”**.

La consumación de este procedimiento establece que el resultado sea con o sin avenencia para la parte consumidora. En el supuesto de no alcanzarse un resultado positivo se propone la adhesión al procedimiento Arbitral de Consumo, de ambas partes. Concretamente el apartado 8, dice textualmente: **“En caso de desacuerdo, se aconsejará su sometimiento al Sistema Arbitral de Consumo”**.

El apartado 9, y último, versa sobre la fortaleza de este procedimiento de mediación, que recae en compromiso de las partes intervinientes. Cuyo tenor literal es: **“En caso de acuerdo, el mismo tendrá la fuerza vinculante del contrato”**.

1.7.- EPÍLOGO:

La regulación de la mediación a nivel estatal ha sido relativamente reciente. En el ámbito de Consumo, hay que remitirse a la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. La citada norma además permite aplicar en el ámbito de consumo la Ley 5/2022, de 6 de julio, de mediación en asuntos y mercantiles, vetada con anterioridad.

De la lectura y análisis de la citada norma estatal, se desprende que la implantación de la misma en los Servicios de Consumo-OMIC-s, correspondientes al ámbito local, es muy compleja, difícil y dificultoso, teniendo en cuenta las realidades de funcionamiento de las Entidades Locales: falta de decidido compromiso político, escasez de medios personales y materiales.

La experiencia desarrollada a lo largo desde la entrada en vigor de la Ordenanza Municipal para la Defensa de las personas Consumidoras y Usuarías del municipio de Albolote, ha sido muy positiva, satisfactoria y enriquecedora. El porcentaje de resolución de litigios en materia de consumo, en primera instancia, ha sido muy alto.

Con este procedimiento de mediación en consumo local se ha conseguido que la ciudadanía, tanto consumidores finales y sector empresarial/comercial vaya creyendo en las bondades del sistema, y sea utilizado cada vez con mayor frecuencia.

Asimismo, se ha conseguido reducir notablemente, la tramitación de expedientes de consumo a través del procedimiento arbitral de consumo (nacional, regional y provincial). Dejando esta vía de manera residual, cómo último recurso.

Estas iniciativas legislativas locales en materia de consumo debería ser un máximo común denominador en el conjunto de los Ayuntamientos, en aras de ofertar servicios públicos, que se caracterizan por su cercanía, profesionalidad, gratuidad y resolutivos, para el conjunto de la ciudadanía.

SISTEMA ARBRITAL DE CONSUMO Y PERSONAS
CON DISCAPACIDAD

Felipe Orviz Orviz

EMAIL felipe.orviz@totalenergies.com

PALABRAS CLAVES**CONSUMIDOR CON DISCAPACIDAD, SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO, DERECHOS HUMANOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD.**

Que las personas con discapacidad han incrementado de forma exponencial el consumo de todo tipo de bienes y servicios, gracias a la mayor participación en el mercado laboral, prestaciones económicas; etc. que les genera autonomía y capacidad económica.

En este sentido, las personas con discapacidad, como cualquier consumidor, pueden ejercer sus derechos como consumidores mediante la presentación de una hoja de reclamación en el propio establecimiento o a través de los organismos públicos de consumo. No obstante, la falta de accesibilidad y de ajustes razonables en los procedimientos les impide poder ejercer sus derechos como consumidores.

Los establecimientos no tienen las hojas de reclamación adaptadas a las distintas lenguas y lenguajes de accesibilidad (lectura fácil, braille,) ni ajustes razonables para que el consumidor o consumidora con discapacidad que lo precise puede presentar su reclamación.

Por otro lado, las administraciones de consumo carecen de instrumentos de accesibilidad en el lenguaje o en los procedimientos para que las personas con discapacidad puedan poner en marcha una reclamación, mediación o un arbitraje de consumo, por lo que les estamos vulnerando sus derechos más elementales como consumidores. Es decir, no se cumple con las REGLAS DE BRASILIA SOBRE ACCESO A LA JUSTICIA DE LAS PERSONAS EN CONDICIÓN DE VULNERABILIDAD, La Carta de los Derechos de los Ciudadanos ante la Justicia, La Convención Internacional de los Derechos de las Personas con

Discapacidad, Principios y Directrices Internacionales sobre el Acceso a la justicia para las Personas con Discapacidad, etc.

Un claro ejemplo lo tenemos cuando las Juntas Arbitrales de Consumo, realizan las audiencias de consumo por escrito sin dar opción a los consumidores a participar personalmente en las mismas. ¿Cómo una persona con discapacidad visual puede presentar las alegaciones o responder a los argumentos de la empresa reclamada en un procedimiento arbitral de consumo? ¿Cómo una persona con discapacidad intelectual puede comprender la reclamación, las alegaciones de la empresa reclamada o funcionamiento del arbitraje de consumo sino se encuentra con lectura fácil? ¿Cómo en las audiencias por videoconferencia un consumidor sordomudo puede comunicarse con el órgano arbitral?

El objetivo de la ponencia es estudiar como la ausencia de la accesibilidad y ajustes razonables en el procedimiento de los arbitrajes de consumo vulnera el ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad que, en su condición de consumidores, no pueden acceder al arbitraje de consumo.



ENCUENTRO TÉCNICO
DE JUNTAS ARBITRALES
DE CONSUMO **30** AÑOS DEL ARBITRAJE
DE EN **ANDALUCÍA**

NOVIEMBRE

23 24

2023

GRANADA

1993