



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de Fin de Grado

Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas

Resolución Alternativa de Conflictos: El Sistema Arbitral de Consumo

Presentado por:

Fátima Beatriz Sánchez Aliste

Tutelado por:

Luisa María Esteban Ramos

Valladolid, 14 de Septiembre de 2020

RESUMEN

Los sistemas alternativos de resolución de conflictos suponen una mejora en la defensa del consumidor ante la aparición de posibles conflictos entre el consumidor y la empresa. Uno de estos mecanismos de resolución alternativa de disputas es el Sistema Arbitral de Consumo, que por sus particulares características reviste un especial interés en su aplicación en los conflictos entre el consumidor y el empresario. Por ello, en el presente trabajo se expondrán las principales cuestiones que afectan al funcionamiento del Sistema Arbitral de Consumo, teniendo en cuenta no solo su utilidad como un medio de defensa del consumidor sino también considerando las consecuencias que supone su aplicación en la empresa.

PALABRAS CLAVE: protección del consumidor, reclamación ante la empresa, sistema alternativo de resolución de conflictos, Sistema Arbitral de Consumo.

CLASIFICACIÓN JEL: A13; D18; D21; K20; K29.

ABSTRACT

Alternative Dispute Resolution systems represent an improvement in consumer defense due to possible conflicts between the consumer and the enterprise. One of these alternative resolution systems is the legal arbitration for consumers, which due to its particular characteristics is highly relevant in its application in conflicts that arising between the consumer and the employer. Therefore, this thesis will try to develop the main issues that affect the operation of the legal arbitration for consumers taking into consideration, not only its usefulness as a means of consumer defense, but also considering the consequences of its application in the business.

KEY WORDS: protection of consumers, complaint to the employer, Alternative Dispute Resolution (ADR), legal arbitration for consumers.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	8
2. MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN MATERIA DE CONSUMO: ARBITRAJE Y MEDIACIÓN.	10
2.1. Los mecanismos de arbitraje y mediación: concepto y diferencias.....	13
2.2. La mediación y el arbitraje en materia de consumo.....	15
3. EL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO.....	17
3.1. Procedimiento del Sistema Arbitral de Consumo.	19
3.2. El deber de información a cargo de la empresa en el sistema arbitral de consumo	21
3.2.1. El deber de información del SAC en el sector de las telecomunicaciones... ..	25
3.2.2. El deber de información del SAC en el sector energético.	28
3.3. Consecuencias de llevar a cabo el arbitraje de consumo si el empresario ha sido declarado en concurso.....	33
3.4. El arbitraje de consumo como una ventaja competitiva en la empresa.....	36
3.5. El arbitraje de consumo electrónico.....	40
4. LOS RETOS DEL ARBITRAJE DE CONSUMO EN LA ACTUALIDAD: PROBLEMAS Y PROPUESTAS DE MEJORA.	44

5. CONCLUSIONES.....	49
6. BIBLIOGRAFIA.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.2.1.....	24
Tabla 3.5.1.....	40

1. INTRODUCCIÓN.

En nuestra vida cotidiana la mayoría de los actos que llevamos a cabo son actos de consumo, desde lo más básico, como puede ser la compra de un teléfono móvil, a actos que poseen una mayor complejidad, como la compra de acciones de una empresa a través de un intermediario financiero.

De esta manera, cuando adquirimos un producto o contratamos un servicio, surge una relación entre el consumidor, aquel que adquiere o contrata, y el empresario que comercializa el producto o servicio. En esta relación “consumidor-empresario” pueden surgir problemas si, por ejemplo, el producto que nos venden es defectuoso o, en el caso de la prestación de un servicio, si se nos ha cobrado de más en la factura.

Lo que sucede es que este conflicto presenta una particularidad: las partes no se encuentran en igualdad de condiciones. El consumidor ocupa una posición débil en el contrato de consumo frente a la empresa, debido principalmente a su menor poder de negociación y a la falta de información respecto del objeto de contrato. Por ello, se exige poner en marcha mecanismos que le otorguen al consumidor una mayor protección, garantizando su defensa y su legítimo interés económico.

Uno de los medios o mecanismos de protección del consumidor es la configuración de diversos sistemas alternativos de resolución de conflictos, como son el arbitraje y la mediación en consumo. Estos instrumentos permiten resolver de modo eficaz las reclamaciones que surgen en las relaciones de consumo sin necesidad de acudir a la vía judicial.

Los métodos alternativos de resolución de conflictos están adquiriendo una importancia notable en el ámbito comercial, ya que permiten resolver la controversia más rápido, sin tener que lidiar con los obstáculos procedimentales que aparecen en la vía judicial. Además, estos mecanismos están focalizados en satisfacer los intereses de las partes sin que se pierda la perspectiva legal. Por todo ello, la forma de solventar las controversias es mucho más efectiva.

De esta manera, debido a la novedad que supone la introducción de estos mecanismos y por su relevancia para la resolución de controversias entre el consumidor y empresario, hemos creído interesante dedicar este trabajo al análisis de uno de los instrumentos alternativos de resolución de conflictos: el arbitraje de consumo.

Para el estudio de esta materia el trabajo se ha dividido en tres apartados: en el primero de ellos se explicará los medios alternativos de resolución de mediación y arbitraje, para poder conocer las diferencias existentes entre

ambos; en el segundo epígrafe nos centraremos en el estudio del Sistema Arbitral de Consumo, focalizando la atención en aquellas cuestiones que en la actualidad consideramos que afectan en mayor medida al arbitraje de consumo; por último, en el tercer apartado se tratarán los problemas más importantes con los que tiene que lidiar el arbitraje de consumo, así como se aportarán algunas soluciones a dichos problemas.

En cuanto a la metodología utilizada en la realización del presente trabajo, se ha basado en el estudio y análisis de los distintos trabajos de profesionales en esta materia, así como se han utilizado informes de instituciones oficiales e información suministrada en la página web de diversas organizaciones.

2. MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN MATERIA DE CONSUMO: ARBITRAJE Y MEDIACIÓN.

Antes de centrarnos en el desarrollo de los métodos alternativos de resolución de conflictos en el ámbito del consumo, creemos conveniente realizar una introducción sobre la defensa del consumidor o usuario en el derecho privado, ya que es donde podemos encuadrar la aparición de los métodos alternativos de resolución como el Sistema Arbitral de Consumo o la mediación.

El consumo es una de las bases fundamentales de la economía de mercado junto a la producción de bienes y servicios. Por ello, se considera que se debe exigir un adecuado nivel de protección de los derechos del consumidor en concurrencia con los requerimientos de la actividad empresarial (Alvear Téllez, 2016, p. 813).

Como es de sobra conocido, las relaciones de consumo suelen enfrentar entre sí a empresarios o a los suministradores de bienes o servicios, con usuarios y consumidores que son los destinatarios finales. Se podría decir que las características esenciales de los conflictos de consumo son dos: la habitual escasa cuantía de las reclamaciones y el desequilibrio económico entre los litigantes. De ahí que, en los sucesivos desarrollos normativos que se ocupaban de la protección del consumidor, se planteara la necesidad de la creación de sistemas que sin tener formalidades muy especiales, atendiese y resolviese con carácter vinculante y ejecutivo las quejas o reclamaciones de los consumidores y usuarios, como el Sistema Arbitral de Consumo o la mediación, como veremos desarrollado más adelante¹ (Laborda Valle, 2015, p. 30).

Fue el legislador constitucional el que se preocupó en primer lugar de la posición que ocupaba el consumidor en la relación con la empresa, dado que el Código de Comercio de 1885 permaneció en nuestro país durante mucho tiempo insensible a fenómenos como la masificación industrial, descomprometido con el último eslabón de la cadena, es decir, con los consumidores (Catalán Chamorro, 2018, p. 12).

De esta manera, debemos referirnos a la Constitución Española (CE) de 1978 en la que, durante su proceso de elaboración, se tuvo en cuenta el desequilibrio causado por el sistema económico que afectaba al consumidor. Así, se fijó el principio de protección de los consumidores en el artículo 51 de la

¹ Así se establecía en la primera ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de 1984, en el apartado primero de su artículo 31: *“previa audiencia de los sectores interesados y de las Asociaciones de consumidores y usuarios, el Gobierno establecerá un sistema arbitral que, sin formalidades especiales atienda y resuelva con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes las quejas o reclamaciones de los consumidores o usuarios, siempre que no concurra intoxicación, lesión o muerte, ni existan indicios racionales de delito, todo ello sin perjuicio de la protección administrativa y de la judicial de acuerdo con lo establecido en el artículo 24 de la Constitución.”*

Constitución, localizado dentro del Capítulo tercero titulado “*De los principios rectores de la política social y económica*”, incluido en el Título I dedicado a los derechos y deberes fundamentales (Catalán Chamorro, 2018, p. 12). En dicho artículo, se establecieron las siguientes precisiones:

“1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos”.

2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca.

3. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales”.

Del primer apartado, se puede deducir que el mandato que el Constituyente impone al legislador ordinario, más que el desarrollo de un marco legal general de protección de los consumidores, es el establecimiento de procedimientos eficaces que garanticen la defensa del consumidor.

Sin embargo, pese a no ser éste el mandato directo del constituyente, el legislador español aprobó, como unas de las primeras medidas en aplicación de este artículo 51 de la Constitución, la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Así en la Exposición de Motivos de esta Ley se dice expresamente: “*el artículo 51 de la Constitución de 27 de diciembre de 1978 establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios (...). Con el fin de dar cumplimiento al citado mandato constitucional, la presente Ley (...) aspira a dotar a los consumidores y usuarios de un instrumento legal de protección y defensa, que no excluye ni suplanta otras actuaciones y desarrollos normativos derivados de ámbitos competenciales cercanos o conexos, tales como la legislación mercantil (...)*”.

Tras esta ley, debido a las sucesivas reformas de las que fue objeto, se llevó a cabo una refundición que fue practicada por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprobó el Texto Refundido de la Ley, que trata de codificar la protección de los Consumidores y Usuarios en un único texto, considerando entre otros textos normativos, la Directiva 98/27/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 19 de mayo de 1998, que identifica las disposiciones comunitarias en materia de protección de los consumidores; incorporó la propia Ley 26/1984, de 19 de julio; la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre Contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles o la Ley 23/2003, de 10 de julio, de garantías en la venta de bienes de consumo (Laborda Valle, 2015, p. 31).

Es en el Texto Refundido para la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias de 2007 (TRLGDCU)

donde se articula verdaderamente el acceso a la justicia de los consumidores y, en particular, donde se incorpora la regulación del Sistema Arbitral del Consumo (en adelante SAC), como un mecanismo de resolución extrajudicial de conflictos.

Dicha regulación, como veremos en apartados posteriores del presente trabajo, se encuentra contenida en el Capítulo II titulado "*Sistema Arbitral de Consumo*," dentro del Título V sobre los "*Procedimientos judiciales y extrajudiciales de protección de los consumidores y usuarios*".

Anteriormente al Texto Refundido de la Ley, en la citada Ley 26/1984, la primera que se elaboró con el objetivo de dotar de mecanismos de protección a los consumidores, en su artículo 31 se hacía referencia a un sistema arbitral de resolución extrajudicial, pero de una manera general y poco detallada. Así, simplemente se decía que el Gobierno debía establecer un sistema arbitral (previa audiencia de los sectores interesados y Asociaciones de consumidores y usuarios) para atender las reclamaciones o quejas de los consumidores en el que la solución que se diera a la controversia fuera vinculante y ejecutiva.

Cabe decir, también, que en este ámbito se introdujeron importantes modificaciones en el régimen jurídico del mecanismo de resolución extrajudicial de conflictos a causa de la aprobación de la Ley 44/2006 de mejora de la protección de los consumidores y usuarios². Dichas modificaciones se produjeron con el objetivo de elevar la protección del usuario o consumidor, para que, a la hora de acudir a un sistema como el arbitraje, el consumidor pueda evaluar correctamente el alcance de su decisión.

Por acabar con esta introducción a los mecanismos de resolución extrajudicial o alternativa de conflictos, creemos necesario hacer una referencia a la cuestión competencial, es decir, a si la protección de los consumidores es una materia competencia exclusiva del Estado o si las Comunidades Autónomas pueden legislar acerca de la misma.

En esta cuestión comprobamos que existe una falta de concreción constitucional, puesto que ni el artículo 148 de la CE sobre las competencias que pueden adquirir las Comunidades Autónomas, ni el artículo 149 de la CE sobre las materias que son de competencia exclusiva del Estado, citan la protección del consumidor. Tampoco en el mencionado artículo 51 de la Constitución, se dice quienes deberían ser los ejecutores de la política de defensa de los consumidores.

En la práctica, en los Estatutos de Autonomía elaborados por las distintas Comunidades Autónomas, encontramos entre sus competencias, la defensa de

² Apartado II de la Exposición de Motivos del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

los consumidores y usuarios. Por ejemplo, en el artículo 71 de la Ley Orgánica 14/2007, de 30 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Castilla y León (BOE número 288), dedicado a las competencias de desarrollo normativo y ejecución de la Comunidad, en su apartado quinto, encontramos entre otras, la defensa de los consumidores y usuarios. O también, por ejemplo, en el Estatuto de Autonomía de Aragón, en su artículo 71 dentro de las competencias de la Comunidad, aparece el “*consumo, que, en todo caso, comprende la regulación de la protección y defensa de los consumidores y usuarios; el fomento de las asociaciones; la formación y educación para el consumo responsable.*”

Tras todo lo expuesto, se puede concluir que los mecanismos de resolución extrajudicial de conflictos para consumidores, como el arbitraje o la mediación, tienen su origen en la defensa de los consumidores y usuarios. El objetivo es dotar a los consumidores de un instrumento que para la mayoría de las controversias que surgen entre el consumidor y la empresa, es más eficaz y rápido que acceder a la vía ordinaria, es decir, la vía judicial.

2.1. Los mecanismos de arbitraje y mediación: concepto y diferencias.

El arbitraje y la mediación están incluidos en los sistemas alternativos de resolución de conflictos o más conocidos como sistemas ADR, acrónimo de la denominación en inglés *Alternative Dispute Resolution*.

Podríamos definir la mediación como la intervención voluntariamente aceptada por dos o más partes enfrentadas en un conflicto de una tercera persona sin capacidad de decisión sobre el asunto que actúa de manera imparcial o neutral. Esta tercera persona recibe el nombre de mediador. (Blanco Carrasco, 2009, p. 133).

La mediación es un sistema de gestión de controversias autocompositivo. Esto quiere decir que las partes en conflicto resuelven sus diferencias por sí mismas, mediante el consenso, aunque intervenga un mediador. Esto es debido a que el mediador interviene solamente para ayudar en la resolución del conflicto. Así, el mediador actúa como un canal de comunicación, creando un espacio de diálogo para que las partes puedan expresar su versión de la situación, de modo que entre ellas se vayan acercando las posiciones para llegar a un acuerdo (San Cristóbal Reales, 2011, p. 47).

Es importante destacar que, aunque el mediador pueda proponer algún acuerdo que les resulte útil a las partes, en ningún caso impone esta propuesta como solución al conflicto, únicamente sirve de ayuda o de colaboración. Son

las partes las que deben llegar a la solución de la controversia de una manera dialogada y consensuada.

En cuanto al arbitraje, es aquel mecanismo en el cual la solución del conflicto se deja en manos de una o varias personas, denominadas árbitros, que pueden ser elegidas directamente por las partes, por el juez (arbitraje ad-hoc), o designadas por la institución que administra el arbitraje institucional al que se han sometido las partes.

A diferencia de la mediación, en la que son las partes las que a través del consenso llegan a la solución del problema suscitado, en el arbitraje es el árbitro o los árbitros los que van a resolver el conflicto planteado por medio de una resolución con efecto de cosa juzgada, denominado laudo. Por lo tanto, se dirá que el arbitraje es un sistema heterocompositivo, como ocurre con la jurisdicción. En ambos, un tercero imparcial actúa supra partes, imponiendo su decisión (San Cristóbal Reales, 2011, p. 48). Sin embargo, existe una diferencia fundamental entre el arbitraje y la jurisdicción, y es su voluntariedad.

El carácter voluntario del arbitraje significa que no puede llevarse a cabo si no hay un acuerdo previo entre las partes para someterse a este sistema. Las partes son libres de someterse a este sistema de resolución de conflictos, y lo decidirán de manera voluntaria cuando lo consideren más conveniente según sus intereses particulares. Sin embargo, para acudir a la jurisdicción, no hace falta que las partes pacten previamente la resolución de conflicto por la vía judicial, pues es un derecho de los ciudadanos proclamado en la Constitución española (San Cristóbal Reales, 2011, p. 50).

En nuestro ordenamiento jurídico encontraremos regulada la mediación con carácter general por la Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles (BOE número 162). La Ley se centra en la idea de solución de conflictos por autocomposición, por lo que, como ya se ha explicado anteriormente cuando definíamos la mediación, el mediador no está obligado a realizar propuestas de acuerdos, aunque puede ser de utilidad que los haga. Por tanto, la mediación es un mecanismo que se utilizará cuando las partes por sí mismas a través de la negociación no son capaces de llegar a un acuerdo, prestando el mediador su ayuda en la negociación (San Cristóbal Reales, 2011, p. 47).

Por su parte, la regulación general del arbitraje se encuentra en Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje (BOE número 309). Según esta Ley, en el arbitraje las partes otorgan al árbitro la potestad para resolver su litigio en el marco de las normas que ellas mismas establecerán en lo que se denomina "convenio arbitral". Por lo tanto, el convenio arbitral fija el ámbito y las condiciones para resolver el conflicto (San Cristóbal Reales, 2011, p. 49).

2.2. La mediación y el arbitraje en materia de consumo.

En el anterior subepígrafe nos hemos referido a la mediación y el arbitraje de manera general para conocer en qué consistían ambos mecanismos. Una vez hecho esto, en este apartado, veremos cómo se aplican en el ámbito del consumo, es decir, como pueden ser utilizados por los consumidores frente a las empresas, cuando surge entre estas partes un conflicto.

Si hablamos de la mediación en materia de consumo, esta está llamada a ser una solución rápida y eficiente como una vía de resolución de los litigios distinta de la vía jurisdiccional.

Además con la nueva regulación sobre la resolución alternativa de litigios en materia de consumo, se ha permitido que la mediación pueda desarrollarse con naturalidad en el ámbito de los consumidores (Valiño Ces, 2019, p. 2). Esto es gracias a la aprobación de la Ley 7/2017 relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo (de la que hablaremos más detalladamente en apartados posteriores del trabajo), que ha llevado a la modificación de la Ley 5/2012 de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles.

Con la modificación de la Ley 5/2012 se ha conseguido que la mediación cuente con un soporte en una regulación general, teniendo una aplicación supletoria (Esteban de la Rosa, 2017, p. 20). Así, se ha suprimido el apartado d) del artículo 2 de la Ley 5/2012, por el que quedaba excluido de su ámbito de aplicación la mediación en materia de consumo.

Cabe decir que este acercamiento que pretende la nueva Ley 7/2017 a la mediación no está exento de confusión. En dicha ley no se encuentran muchas referencias a la mediación más allá de su definición como un procedimiento con un resultado no vinculante (con independencia de que pueda adquirir carácter de título ejecutivo si las partes optan por ello)³ o de la referencia a las entidades acreditadas que lleven a cabo procedimientos de mediación. Parece entonces que la Ley 7/2017 solo está pensando en la mediación desarrollada en el seno de las Juntas Arbitrales de Consumo, al margen de la regulación de la Ley 5/2012 (Valiño Ces, 2019, p. 6).

De esta manera en el presente trabajo, nos vamos a alejar del tratamiento de la mediación como un mecanismo autónomo para la resolución de conflictos en materia de consumo, centrándonos en su resolución por el arbitraje de consumo.

³ Exposición de motivos número IV de 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.

Otro motivo por el cual nos centraremos en el arbitraje de consumo es la consideración, en nuestra opinión, de que la mediación como mecanismo autónomo, presenta más utilidad en el ámbito familiar que en la resolución de las reclamaciones de los consumidores.

En el ámbito familiar, la mediación es un instrumento útil para lograr una solución común a la vez que busca mantener la comunicación y el diálogo, mirando siempre mejorar la vida de quienes han sufrido directamente el conflicto y la de sus allegados (Ortuño, 2011, p. 4). Sin embargo, en el ámbito de consumo, aunque se busca una resolución del conflicto rápida y eficaz, reduciendo las consecuencias negativas para las partes, el objetivo no es preservar una relación amistosa entre las mismas. Además en el ámbito familiar, por ejemplo en un divorcio, llegada la separación, se quiere repartir el conjunto de bienes de los cónyuges, para lo que será más conveniente llegar a un acuerdo. En las reclamaciones de los consumidores, no hay “nada” que repartir, sino que se trata de incumplimiento contractual por parte de una de las partes. De tal manera, que salvo que una de las partes renuncie a su derecho en favor de la otra, llegar a un acuerdo se vuelve complicado (Stroie, 2015, p. 31).

Sumado a lo anterior, las normas en materia de consumo suelen tener un carácter imperativo, debido a la obligación constitucional de los poderes públicos de garantizar la protección de los consumidores, visto como la parte débil en la relación del consumidor y el empresario (Stroie, 2015, p. 30).

Este carácter imperativo puede chocar con el carácter dispositivo de la normativa en el ámbito del derecho de familia o con el principio de neutralidad exigido en el artículo 8 de la Ley 5/2012 según el cual *“las actuaciones de mediación se desarrollarán de forma que permitan a las partes en conflicto alcanzar por sí mismas un acuerdo de mediación”*.

Finalmente, en cuanto al arbitraje de consumo, por ser el mecanismo de resolución alternativa de conflictos en el que nos centramos en el presente trabajo, en el siguiente epígrafe explicaremos todo lo relativo a sus características y funcionamiento.

3. EL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO.

La finalidad del Sistema Arbitral de Consumo (SAC) es la resolución, con carácter vinculante y ejecutivo, de los conflictos relativos a los derechos reconocidos por la ley a los consumidores. Por medio de este sistema de resolución de conflictos, un tercero imparcial (el árbitro o si son varios, el colegio arbitral) pondrá fin a las controversias relativas a actos de consumo entre consumidores que han adquirido un bien o servicio para su consumo final de un empresario, profesional o prestador de servicios que actúa con ánimo empresarial.

En el Sistema Arbitral de Consumo existe, por tanto, una relación de consumo distinta de una relación contractual ordinaria. En la relación de consumo el adquirente de un producto o servicio lo adquiere como destinatario final del mismo (se le denomina consumidor o usuario) para la satisfacción de necesidades propias, lo que le sitúa en una posición de cierta dependencia material y, por tanto, de debilidad jurídica con respecto al empresario que ofrece el producto o servicio.

De esta manera, el requisito para poder aplicar este sistema es que las partes sean, por un lado, un consumidor y, por otro, un empresario (o profesional o prestador de servicios), que ocupen las posiciones de reclamante (el consumidor) y reclamado (empresario) (San Cristóbal Reales, 2007, p. 104).

Otro de los requisitos para que podamos hablar de arbitraje de consumo es su carácter voluntario, a lo que ya nos hemos referido en líneas anteriores del trabajo. Por tanto, el consumidor y empresario pueden elegir entre acudir al SAC o a la jurisdicción ordinaria, dependiendo de sus preferencias en el momento en que surja la controversia.

Debido a que las partes legitimadas para el arbitraje de consumo son el consumidor, por un lado, y el empresario por otro, es importante delimitar qué se entiende por consumidor y por empresario. Para ello, acudiremos al TRLGDCU donde encontramos la definición para cada una de las partes.

En el artículo 3 del TRLGDCU se recoge el concepto general de consumidor y de usuario: *“a efectos de esta norma y sin perjuicio de lo dispuesto expresamente en sus libros tercero y cuarto, son consumidores o usuarios las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión. Son también consumidores a efectos de esta norma las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial”*.

En el caso del empresario, su definición se encuentra en el artículo siguiente, el artículo 4, donde se expresa: *“a efectos de lo dispuesto en esta norma, se considera empresario a toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe directamente o a través de otra persona en su nombre o siguiendo sus instrucciones, con un propósito relacionado con su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión”*.

En cuanto a la regulación del SAC, este sistema se instauró en nuestro ordenamiento jurídico, por primera vez, por la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (Ley 26/1984, de 19 de julio). Esta Ley realizaba un reconocimiento general de este sistema arbitral, lo contemplaba como un método alternativo a la jurisdicción, a través del cual, se daba solución a los conflictos jurídicos que en materia de consumo surgieran entre los consumidores y los empresarios. El arbitraje de consumo se configuraba sin formalidades especiales, con carácter voluntario y vinculante para las partes.

Como hemos apuntado anteriormente, debido a las reformas que se llevaron a cabo en el ámbito de los consumidores, se elaboró un Texto Refundido en 2007 que recogía todas las modificaciones que hasta el momento se habían producido. De esta manera, la normativa que debemos tener en cuenta para la regulación del SAC es la siguiente:

- El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. En concreto, el Capítulo II, dedicado al Sistema Arbitral de Consumo, dentro del Título V de la Ley sobre procedimientos judiciales y extrajudiciales de protección de consumidores y usuarios.
- El Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo (BOE número 48, de 25 de febrero de 2008).
- La Directiva 2011/11 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2011 relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.
- La Ley 7/2017 por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2011/11/UE (BOE número 268, de 4 de noviembre de 2017).

Cabe destacar el objetivo de la Directiva europea en este ámbito. Su propósito era la armonización y el desarrollo de la normativa en la resolución alternativa de litigios debido a que la regulación no era suficiente. Además existía una gran disparidad entre los Estados miembros en términos de conocimiento, cobertura y calidad que constituían un obstáculo para el mercado interior ya que muchos consumidores se abstenían de comprar más allá de las fronteras, sin confiar en los litigios con los empresarios si no podían resolverse de modo efectivo y rápido. Y, por la misma razón, desde el punto de vista del empresario que

podría abstenerse de vender productos en estados donde el acceso a los procesos de resolución alternativa de conflictos fuera insuficiente⁴.

Como sabemos, es necesaria la trasposición de las directivas europeas al derecho interno. En este caso, nuestro país fue de los más tardíos en implementar la Directiva 2011/11/UE. Su transposición se produjo a través de la Ley 7/2017, con el objetivo de garantizar la existencia de entidades de resolución alternativa establecidas en España que cumplan con los requisitos, garantías y obligaciones exigidas por la Directiva⁵.

Por último, debemos destacar el ámbito de aplicación del SAC que, como hemos dicho en líneas anteriores, se extenderá exclusivamente a los conflictos surgidos entre los consumidores o usuarios y las empresas o profesionales en relación a los derechos legal o contractualmente reconocidos al consumidor, tal y como lo expresa el artículo 1.2 del Real Decreto de 231/2008 sobre el Sistema Arbitral de Consumo. Sin embargo, se debe tener en cuenta el artículo 2 de este mismo Real Decreto, según el cual *“no podrán ser objeto de arbitraje de consumo los conflictos que versen sobre intoxicación, lesión, muerte o aquéllos en que existan indicios racionales de delito, incluida la responsabilidad por daños y perjuicios directamente derivada de ellos, conforme a lo previsto en el artículo 57.1 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias”*.

En los siguientes subepígrafes, dedicados al desarrollo del SAC, procederemos a explicar aquellos aspectos de su funcionamiento o de sus características que, creemos, pueden resultar de más interés o relevancia por la manera en que influyen en la empresa o por ser cuestiones objeto de debate en la actualidad.

3.1. Procedimiento del Sistema Arbitral de Consumo.

En este apartado, se procederá a la explicación del procedimiento del SAC de una manera sencilla y breve, para que resulte más claro su funcionamiento, sin detenernos en cuestiones más complejas que pertenecen al estudio en el ámbito del derecho procesal.

En primer lugar, debemos volver a mencionar una característica esencial del procedimiento del Sistema Arbitral de Consumo: su voluntariedad. Es decir, ninguna de las partes tendrá la obligación de participar en este procedimiento

⁴ Exposición de motivos de la Directiva 2013/11/UE número 6.

⁵ Exposición de motivos del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo

salvo que una norma especial lo recoja expresamente. Para una mejor comprensión del procedimiento lo dividiremos en las siguientes etapas:

- **1ª Etapa:** presentación de la solicitud de arbitraje por el consumidor. El procedimiento siempre se inicia de parte del consumidor, el cual tendrá dos formas de hacerlo: él mismo, mediante una solicitud individual o a través de una asociación de consumidores y usuarios ante la Junta Arbitral que corresponda (Laborda Valle, 2015, p. 163). En España, debemos tener en cuenta que existe una Junta Arbitral Nacional y las Juntas Arbitrales autonómicas. El consumidor deberá acudir a la Junta Arbitral que le corresponda según su domicilio, tal y como se estipula en el artículo 8.2 del Real Decreto 231/2008⁶.

- **2ª Etapa:** admisión de la solicitud de arbitraje. Una vez admitida la solicitud presentada por la Junta Arbitral, se trasladara a la empresa reclamada para que la acepte en el plazo de 14 días, si la respuesta es afirmativa se procede a formular el convenio arbitral (Laborda Valle, 2015, p. 163).

Debemos tener en cuenta que si la empresa ha realizado una Oferta Pública de Adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, es decir, si está adherida al SAC, el convenio arbitral queda formalizado automáticamente en la primera etapa, esto es, únicamente con la solicitud de arbitraje del reclamante (consumidor).

En el caso de que la empresa no llegue a formalizar el convenio arbitral por no aceptarse la solicitud o por no estar adherido al SAC, la Junta Arbitral ordenará el archivo de la causa y el consumidor podrá acudir a la vía judicial.

Por el contrario, si se lleva a cabo el convenio arbitral, se procederá a la tercera etapa.

- **3ª Etapa:** designación del colegio arbitral. El colegio arbitral encargado de conocer el asunto designará fecha y lugar para la audiencia. Este órgano puede ser unipersonal o colegiado:
 - Será unipersonal si así lo acuerdan las partes o si lo acuerda la Junta Arbitral si la cuantía de la controversia no excede de los 300 euros

⁶ Art.8.2 y 3 del RD 231/2008 por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo. *“En defecto de acuerdo de las partes, será competente la Junta Arbitral territorial en la que tenga su domicilio el consumidor, salvo lo previsto en el apartado siguiente. Si conforme a este criterio existieran varias Juntas Arbitrales territoriales competentes, conocerá el asunto la de inferior ámbito territorial. 3. Cuando exista una limitación territorial en la oferta pública de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, será competente la Junta Arbitral de Consumo a la que se haya adherido la empresa o profesional, y si éstas fueran varias, aquélla por la que opté el consumidor”.*

(artículo 19 del Real Decreto 231/2008 por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo).

- Será colegiado cuando no lo acuerden las partes o lo decida la Junta Arbitral. Estará integrado por tres árbitros: un árbitro elegido de entre árbitros que propone la Administración, un segundo árbitro, propuesto por las asociaciones de los consumidores, y un tercero, elegido por las asociaciones empresariales o profesionales. Es decir, cada árbitro representa los intereses de cada una de las partes (artículo 20 del Real Decreto 231/2008).
- **4ª Etapa:** la audiencia. Durante este trámite el colegio arbitral intentará llegar a una conciliación entre las partes. Si se lograra, dicha conciliación se recogerá en el laudo arbitral, llegando a la quinta y última fase.
- **5ª Etapa:** laudo arbitral. El laudo que dicte el colegio arbitral obliga a las partes a su cumplimiento.

3.2. El deber de información a cargo de la empresa en el Sistema Arbitral de Consumo

El deber de información de la empresa en el SAC adquiere especial interés ya que es uno de los objetivos de la normativa europea, es decir, de la citada Directiva 2011/11/UE sobre resolución alternativa de litigios en materia de consumo. Debemos recalcar que la participación en el SAC es opcional para las empresas, aunque se permita que los Estados miembros requieran la participación de este sistema en determinados sectores. En todo caso, lo que no es opcional es el deber de información a los consumidores si la empresa está adherida a este sistema o si está obligada por una norma o código de conducta a aceptar su intervención en la resolución de sus litigios.

De esta manera, en la Directiva 2011/11/UE, en el considerando número 47, explica la necesidad del deber de información de la empresa. Así, cuando surge un conflicto, los consumidores tienen que poder identificar qué entidades de resolución alternativa son competentes para tratar su reclamación y saber si el comerciante afectado participará o no en el procedimiento sometido a una entidad de resolución alternativa. Si el comerciante se ha comprometido a recurrir a tales entidades para la resolución de litigios con los consumidores existe el deber de *“informar a los consumidores sobre la dirección del sitio web de la entidad o entidades de resolución alternativa que les amparen”*.

Por otra parte, en el considerando número 39, se señalan las características de accesibilidad y transparencia como definitorias de las entidades de resolución alternativa. Para garantizar la transparencia *“es preciso que las partes reciban, de manera clara y accesible, la información que necesiten para tomar una decisión con conocimiento de causa antes de iniciar un procedimiento de resolución alternativa”*.

También, dentro del articulado, encontramos un precepto dedicado al deber de información del empresario hacia el consumidor. Este precepto es el artículo 13, por el que se pide a los Estados velar por que los *“comerciantes establecidos en sus territorios informen a los consumidores acerca de la entidad o entidades de resolución alternativa que den cobertura a dichos comerciantes, cuando estos se comprometan o estén obligados a recurrir a dichas entidades para resolver litigios con los consumidores(...)”*.

Para cumplir la Directiva europea, en su transposición a nuestro derecho, a través de la mencionada Ley 7/2017, en el artículo 40, encontramos el deber de información a cargo de los empresarios sobre las entidades acreditadas para la resolución alternativa de conflicto. Así, en el primer apartado de dicho artículo se expresa lo siguiente: *“el empresario que esté adherido a una entidad acreditada en España o en cualquier Estado miembro de la Unión Europea o venga obligado por una norma o código de conducta a aceptar su intervención en la resolución de sus litigios, deberá informar a los consumidores de la posibilidad de recurrir a dicha entidad”*.

Si profundizamos más en la obligación de información del empresario adherido al Sistema Arbitral de Consumo se puede desglosar en una doble obligación (Cortés, 2017, p. 60):

- 1) Las empresas adheridas a un sistema alternativo de resolución, como es el SAC, están obligadas a informar de esta adhesión en los contratos que ofrecen a los consumidores.
- 2) Todas las empresas, una vez hayan tramitado una reclamación que no haya podido ser resuelta a favor del consumidor, tienen la obligación de informar sobre la entidad de resolución alternativa competente, es decir, sobre la Junta Arbitral. Este es el momento en el cual el consumidor que no esté satisfecho con la decisión final de la empresa estará muy interesado en conocer sobre la existencia de estas entidades.

Volviendo al artículo 40 de la Ley 7/2017, en su apartado segundo, se señala qué debe contener la información suministrada por la empresa y dónde se debe publicar. Así, en primer lugar, nos dice que la información *“deberá incluir la identificación completa de la entidad acreditada competente, incluyendo la dirección de su página web”* y, en segundo lugar, que la información *“se ofrecerá de manera clara, e identificable, comprensible y mediante un acceso*

fácil en su página web". En caso de que la empresa no dispusiera de página web, la *"información se efectuará de cualquier manera que permita al consumidor su conocimiento, en particular a través de folletos informativos propios, carteles con la información en lugar accesible al consumidor o cualquier otra comunicación comercial"*.

Para comprobar el nivel de cumplimiento de esta obligación de información, hemos acudido a la página web de diferentes empresas que operan en España en el sector de las telecomunicaciones y en el sector energético, y que están adheridas al SAC, para ver si en sus páginas web muestran dicha información.

Para conocer las empresas adheridas al SAC, se puede acudir al Registro público de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo publicado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN).

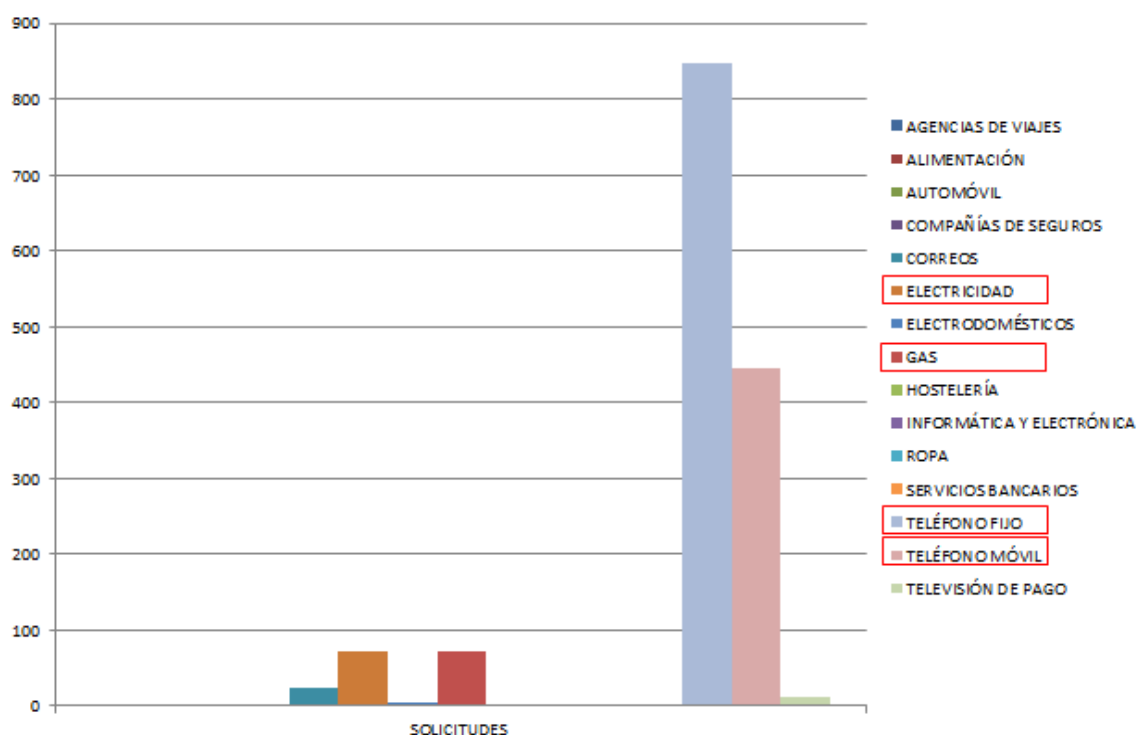
Para comprobar el grado de cumplimiento del deber de información recogido en la Ley 7/2017, hemos decidido escoger empresas del sector energético y de las telecomunicaciones, debido al gran número de reclamaciones por parte de los consumidores ante las empresas pertenecientes a dichos sectores. Según la organización FACUA-Consumidores en Acción, en el pasado año 2019, el sector de las telecomunicaciones provocó el 19,4% de las reclamaciones, nueve puntos más que el año anterior⁷. En cuanto al sector energético, según la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC), en 2019, las reclamaciones de los consumidores por los servicios de electricidad y gas aumentaron un 9%, hasta superar los 1,6 millones en 2018.

La gran cantidad de reclamaciones no se constata solo a nivel nacional, sino también a nivel autonómico. Así, si acudimos a las estadísticas ofrecidas por la Junta Arbitral de Consumo de Castilla y León, en el pasado año 2019, se comprueba como la mayoría de las solicitudes de arbitraje presentadas ante la Junta autonómica provienen del sector de la telefonía y de la electricidad. Para mostrarlo de una forma más ilustrativa, hemos elaborado la siguiente gráfica, a partir de los datos suministrados por la Consejería de Economía y Hacienda de Castilla y León⁸:

⁷ Vid: <https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=13713>

⁸ Vid: <https://consumo.jcyl.es/web/es/normativa-estadisticas/estadisticas.html>

Tabla 3.2.1:



Fuente: elaboración propia a partir de datos ofrecidos por la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Castilla y León.

Como se observa fácilmente, resalta el número de solicitudes en el sector de la telefonía. En total, entre el teléfono fijo y el móvil, el número de solicitudes es de casi 1.300 solicitudes. Le sigue, aunque con bastante diferencia, el sector energético. Las solicitudes referidas al gas y electricidad, suman un total de aproximadamente 140 solicitudes. A pesar de la diferencia entre el número de solicitudes en el sector de la telefonía y energético, son los dos sectores con más solicitudes de arbitraje. Como vemos, en el sector de la alimentación, del automóvil, de las compañías de seguros o en el sector hostelero no hay ninguna solicitud de arbitraje a la Junta Arbitral de Castilla y León.

Si el número de reclamaciones es tan alto, el acceso al SAC puede ser de gran utilidad para el consumidor ya que es un mecanismo que pretende ser una vía más sencilla, eficaz, rápida y asequible para resolver un conflicto derivado, en este caso, de la prestación de un servicio como es la electricidad o la telefonía móvil.

Si pensamos en sectores donde han existido un alto número de reclamaciones o quejas por parte de los consumidores, también deberíamos citar el sector financiero. En este sector, tras la crisis que sufrió en 2007, una gran parte de clientes contrataron productos financieros inapropiados, no teniendo más salida que la vía judicial para el restablecimiento de sus derechos. Por ello se quiso promover los medios alternativos a la vía judicial como un cauce efectivo capaz

de dar curso al creciente número de reclamaciones existentes (Fonticiella Hernández, 2017, p. 31). Así, en la Ley 7/2017, en la Disposición Adicional Primera, se establece la creación de una única entidad de resolución alternativa de conflictos con competencias para resolver los litigios de consumo en el sector financiero. Dicha Ley obliga a las entidades financieras a participar en los procedimientos ante dicha entidad de resolución alternativa de litigios para el ámbito de su actividad.

Debido al tratamiento especial que se ha dado al sector financiero en este ámbito, con la creación de una entidad de resolución alternativa para los conflictos surgidos entre el cliente y una entidad bancaria, hemos creído más conveniente, a la hora de comprobar el cumplimiento del deber de información del SAC, centrarnos en los sectores de telecomunicaciones y energético, para los que no se ha previsto ninguna norma especial. Además en el Registro Público de empresas adheridas al SAC, encontramos más empresas pertenecientes al sector energético o de la telefonía que empresas del sector financiero. Por tanto, a la hora de comprobar el cumplimiento del deber de información del artículo 40.1 de la Ley 7/2017 nos resulta más interesante poner el foco de atención en las empresas de telefonía o eléctricas.

3.2.1. El deber de información del SAC en el sector de las telecomunicaciones.

En el sector de las telecomunicaciones entre las entidades adheridas al SAC encontramos las siguientes:

- Vodafone España.
- Telefónica de España, S.A.U.
- Vodafone Enabler España-Lowi.

Si acudimos a la página web de Vodafone España no es fácil ver cómo realizar la reclamación; debemos escribir en el buscador “Vodafone reclamaciones” y nos llevará a una página en la que aparece una dirección para realizar reclamaciones:

“Servicio de Reclamaciones de Vodafone España: El cliente podrá dirigir cualquier reclamación sobre la prestación del servicio a la siguiente dirección: Vodafone España, S.A.U. Avenida de América, 115 Madrid (28042), España Teléfono: 607 12 30 00”

Al final de la página, encontramos un apartado llamado “*Información para clientes y consumidores, ver más*”, al entrar en este apartado, en una sección denominada: “*Ayuda a particulares*”, no encontramos ninguna información acerca de cómo realizar o los medios que existen para realizar una

reclamación. Es en la sección “*Políticas: condiciones de contratación*” donde se hará referencia a las Juntas Arbitrales de Consumo pero, como veremos, no de una manera clara para el consumidor. Tras entrar en la sección “*Políticas*” debemos entrar en “*Condiciones Generales para clientes particulares*”, se descargará un archivo titulado “*Condiciones generales de los servicios de comunicaciones móviles*” en el que en el quinto apartado aparece lo siguiente:

*“5. Atención al Cliente y Reclamaciones.- (...) Si el Cliente quiere presentar una reclamación deberá hacerlo en el plazo de un (1) mes desde que conozca el hecho que motiva la misma, por escrito al domicilio social de Vodafone, por teléfono en el Servicio de Atención al Cliente 123 o por correo electrónico a soporte@vodafone.es. Recibida la reclamación, Vodafone le facilitará al Cliente el número de referencia de la misma. El procedimiento para presentar quejas, reclamaciones y peticiones está disponible en www.vodafone.es. Presentada la reclamación, si el Cliente no recibe respuesta satisfactoria en el plazo de un (1) mes, **podrá dirigirse para reclamar a la Junta Arbitral de Consumo** o a la Secretaría de Estado de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información en los tres (3) meses siguientes sin perjuicio de su derecho a acudir a la vía judicial”⁹.*

Esta es la única referencia al Sistema Arbitral de Consumo, además, como se ha visto, no es fácil llegar a ella. Si recordamos el artículo 40.2 de la Ley 7/2017 nos decía que la información que debían proporcionar los empresarios adheridos a una entidad acreditada se debía suministrar de manera “*clara, e identificable, comprensible y mediante un acceso fácil en su página web*”.

En este caso, no consideramos que el acceso a la información sobre el SAC sea fácil, ya que el consumidor no encuentra cómo realizar una reclamación en la primera búsqueda en la página web, sino que, como hemos visto, tiene que llevar a cabo varios pasos hasta llegar a conocer cómo realizar las reclamaciones. Por otra parte, cuando por fin se hace referencia a la Junta Arbitral de Consumo, no es sencillo entender cómo funciona o en qué consiste. Sí que se entiende que es un método alternativo ya que se menciona que, como alternativa, se puede acudir siempre a la vía judicial. Sin embargo, si el consumidor no sabe desde un principio en que consiste el SAC le resultará difícil conocer su procedimiento de acuerdo con lo expresado en la página web de la empresa.

Si ahora ponemos la atención en Vodafone Enabler España-Lowi, ocurre algo parecido al caso anterior. En una primera búsqueda no encontramos cómo realizar una reclamación, tenemos que buscarlo concretamente. Sin embargo, esta vez al buscar “*Lowi reclamaciones*” nos lleva directamente a una página donde podemos leer las “*Condiciones particulares del Servicio Tienda Lowi Online de Vodafone Enabler España, S.L.*”. En esta página, también como en el

⁹ Vid: <https://www.vodafone.es/c/statics/prepago.pdf>

caso anterior, en el apartado “Atención a clientes y reclamaciones”, se hace referencia a la posibilidad de acudir a la Junta Arbitral de Consumo:

*“(…) Si el Cliente quiere presentar una reclamación deberá hacerlo en el plazo de un (1) mes desde que conozca el hecho que motiva la misma, a través del (a) área privada en www.Lowi.es, (b) en el Servicio de Atención al Cliente 121, (c) en el domicilio social sito en Avenida de América 115, 28042, Madrid, España, o (d) por correo electrónico a peticiones@Lowi.es. Recibida la reclamación, Lowi facilitará al Cliente el número de referencia de la misma (...). Presentada la reclamación, si el Cliente no recibe respuesta satisfactoria en el plazo de un (1) mes, **podrá dirigirse a la Junta Arbitral de Consumo** o a la Secretaría de Estado de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información en los tres (3) meses siguientes, sin perjuicio de su derecho a acudir a la vía judicial”¹⁰*

Como se observa fácilmente, el texto es prácticamente igual al de Vodafone España del caso anterior, cabe decir que “Lowi” es una compañía de bajo coste propiedad de Vodafone España, por lo que sus condiciones a la hora de realizar reclamaciones serán las mismas o muy parecidas.

La referencia a la participación en el método de resolución alternativa sigue siendo escasa y poco clara, sin explicar cómo realizarlo para que de una manera sencilla, el consumidor pudiera comprenderlo y saber con qué opciones cuenta, ya que al ser un proceso de participación voluntaria, es interesante que el consumidor lo conozca en una mayor medida.

En el último lugar, la tercera empresa que hemos escogido, es Telefónica de España S.A.U. Al igual que en los otros dos casos anteriores, en la página web no aparece la información que buscamos, por lo que vuelve a no ser fácilmente accesible. Si queremos encontrar información acerca del Sistema Arbitral de Consumo, tenemos que volver a buscarlo escribiendo expresamente “telefónica reclamaciones”. Como sucede con la empresa anterior, nos lleva directamente a una página en la que se encuentra la sección “Reclamaciones on-line”, donde nos explica que existe un servicio específico denominado “Servicio de Defensa del Cliente” que gestionará las reclamaciones recogidas en el “Reglamento del Servicio de Defensa del Cliente”, el reglamento se puede descargar en la misma página.

Tras la lectura del Reglamento, en un apartado dedicado al ámbito de aplicación del mismo, encontramos la única referencia a la existencia de las Juntas Arbitrales de Consumo en la que simplemente se expresa que quedan

¹⁰ Vid: <https://www.lowi.es/condiciones-generales/>

bajo el ámbito de aplicación del reglamento *“Las reclamaciones o quejas interpuestas ante las Juntas Arbitrales de Consumo”*¹¹.

En este caso la información es muy escasa y escueta. Si ya en los dos anteriores casos la información no le resultaba fácil y clara al consumidor que quiere interponer una reclamación ante la compañía de telefonía, en el caso de esta empresa, se vuelve más complicado. Ni siquiera se hace una mención, como en los otros casos, a que el consumidor puede acudir en todo caso a la vía judicial, entendiendo que la interposición de la reclamación ante una Junta Arbitral de Consumo sea un método alternativo a la vía judicial.

3.2.2. El deber de información del SAC en el sector energético.

En cuanto al sector energético, según el listado publicado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y AECOSAN, se encuentran entre otras adheridas al SAC:

- Iberdrola generación S.A.U.
- EDP Comercializadora de Último Recuso S.A.
- Compañía Escandinava de Electricidad en España, S.L.

En primer lugar, vamos a hablar de Iberdrola Generación S.A.U., empresa española dedicada al suministro de electricidad desde los años noventa, por lo que es de las más conocidas por los consumidores.

Si entramos en su página web, vemos un apartado titulado *“Atención al cliente”*, al acceder a él podemos encontrar una sección dedicada a las reclamaciones de los consumidores. En dicha sección, se indica que las reclamaciones se podrán hacer a través de diferentes canales, carta, fax, vía online, correo electrónico, puntos de atención físicos y a través de un teléfono de atención a las reclamaciones. Seguidamente se indica:

*“IBERDROLA CLIENTES S.A.U. se compromete a contestar toda reclamación en el plazo más breve posible, que no será superior a un mes desde la fecha de recepción de la misma en nuestro centro de atención de reclamaciones (...). La contestación no implica necesariamente la solución de la incidencia (...). **Además estamos adheridos al sistema arbitral, podrás ver toda la información aquí**”*.¹²

Si clicamos en la palabra *“aquí”* nos redirige a una nueva página bajo el título *“Sistema Arbitral de Consumo”* dividida en cuatro apartados. El primero de ellos, en el que se menciona la adhesión de la empresa al SAC; un segundo apartado dedicado a explicar qué es el arbitraje de consumo; en tercer lugar los

¹¹ Vid: https://www.telefonica.es/documents/25497/3163569/af_folleto_cas.pdf/179e07cb-9d8e-4351-959e-e302a9f47fa1

¹² Vid: <https://www.iberdrola.es/atencion-cliente#form-consultas>

posibles tipos de reclamaciones y, por último, un apartado dedicado a la tramitación del procedimiento.

De esta manera, en la página web se indica:

“IBERDROLA CLIENTES S.A.U. está adherida al Sistema Arbitral de Consumo en toda España a través de las Juntas Arbitrales Autonómicas para la resolución de posibles conflictos con sus clientes, en los temas que son responsabilidad de la empresa comercializadora”.

“En el caso de que presentes una reclamación a Iberdrola a través de los medios que se ponen a tu disposición (...) y dicha reclamación no haya sido resuelta en el plazo de 30 días o no estés de acuerdo con la respuesta, podrás dirigirte a la Junta Arbitral Autonómica de tu Comunidad para tramitar tu reclamación por esta vía”¹³.

Cuando se explica qué es el Arbitraje de Consumo se define como un *“sistema extrajudicial de resolución de conflictos entre los consumidores y usuarios y los empresarios o profesionales a través del cual (...) se resuelven las reclamaciones de los consumidores y usuarios, siempre que el conflicto no verse sobre intoxicación, lesión o muerte o existan indicios racionales de delito”*.¹⁴

A través del Sistema Arbitral de Consumo las partes voluntariamente encomiendan a un órgano arbitral (...) la decisión sobre la controversia. Esta decisión, vinculante para ambas partes, tiene la misma eficacia que una Sentencia Judicial”¹⁵.

Si acudimos al apartado de la tramitación, se indica cómo debe iniciarse, a través de la *“formalización de una Solicitud de Arbitraje, que puede presentarse en la Junta Arbitral de Consumo Autonómica correspondiente (...) o a través de una Asociación de Consumidores. Una vez recibida la solicitud se comprueba que la solicitud reúne los requisitos exigidos y que (...) puede ser resuelta a través del Sistema Arbitral de Consumo”¹⁶.*

También en ese apartado se hace referencia a la posibilidad de la mediación, así, explica: *“cuando no existan causas para la inadmisión de la solicitud de arbitraje y salvo que las partes se opongan a la mediación o ésta haya sido intentada antes sin lograr un acuerdo entre ellas, la Junta Arbitral de Consumo (...) intentará que las partes alcancen un acuerdo sin necesidad de contar con la intervención de los árbitros”.*

¹³ Vid: <https://www.iberdrola.es/atencion-cliente/reclamaciones/sistema-arbitral-consumo>

¹⁴ Vid: <https://www.iberdrola.es/atencion-cliente/reclamaciones/sistema-arbitral-consumo>

¹⁵ Vid: <https://www.iberdrola.es/atencion-cliente/reclamaciones/sistema-arbitral-consumo>

¹⁶ Vid: <https://www.iberdrola.es/atencion-cliente/reclamaciones/sistema-arbitral-consumo>

Se hace referencia al órgano arbitral, explicando cuando se actúa con un único árbitro (cuando las partes así lo acuerden o cuando lo acuerde el presidente de la Junta Arbitral de Consumo si la cuantía de la controversia es inferior a 300 euros) y cuándo lo hará a través de un órgano colegiado (que será en el resto de casos), haciendo mención también, a los árbitros que formen el órgano colegiado. Lo expresa tal y como lo hace la norma, en concreto, los artículos 19 y 20 del Real Decreto 231/ 2008, ya mencionados cuando hemos explicado el procedimiento del arbitraje de consumo.

Por último, en este apartado se hace referencia al laudo, que pone fin al conflicto y posee fuerza de cosa juzgada, así como a los recursos que existen ante dicho laudo y la posibilidad de acordar pruebas por parte de los árbitros o de las partes.

Es la primera empresa en la que encontramos explicado, y además de una manera bastante completa, el SAC. El acceso a dicha información es fácil, lo encontramos en la página web de la empresa, sin necesidad de realizar búsquedas más precisas. Por lo que consideramos que en este caso, sí se cumplen y de manera bastante satisfactoria para el consumidor los requisitos pedidos en el artículo 40.2 de la Ley 7/2017 ya que se ofrece de “*manera clara, e identificable, comprensible y mediante un acceso fácil en su página web*”.

Además, en la página web se muestra el distintivo de adhesión al SAC, algo que ni siquiera hemos visto en las anteriores empresas explicadas, a pesar de estar adheridas tal y como muestra el documento publicado por el Ministerio y AECOSAN.



En segundo lugar, nos vamos a referir a EDP Comercializadora de Ultimo Recurso S.A. en este caso, al igual que en el anterior, en la página web, en el apartado atención al cliente, encontramos otro apartado llamado “*Sistema Arbitral de Consumo*” en el que si clicamos, nos lleva directamente a una página en la que se encuentran las explicaciones pertinentes sobre dicho sistema.

La manera de mostrar la información en EDP es muy similar a la realizada por Iberdrola, también se divide en varios apartados dónde se explica qué es el arbitraje de consumo, cual es el procedimiento para llevarlo a cabo o los tipos

de reclamaciones que existen. Las explicaciones son también bastante completas y fácilmente comprensibles para el consumidor. Para ilustrarlo mejor, mostramos parte de la información ofrecida en la página:

“Las ventajas del Sistema Arbitral de Consumo para ambas partes son:

- **Extrajudicial.** *Se trata de una vía alternativa de resolución de conflictos, que se resuelven mediante una decisión arbitral (laudo), sin necesidad de acudir a la vía judicial.*
- **Sencillo.** *El procedimiento arbitral no tiene trámites complejos.*
- **Rápido.** *Una vez formalizado el convenio arbitral, se debe dictar el correspondiente laudo en un plazo máximo de 6 meses.*
- **Voluntario.** *Las partes en conflicto (persona consumidora y empresa) son libres de someterse o no al sistema arbitral. El arbitraje sólo tendrá lugar cuando ambas partes expresen su voluntad en ese sentido, formalizando el correspondiente convenio arbitral.*
- **Gratuito.** *Ni la persona consumidora ni la empresa tienen que pagar nada por el servicio de arbitraje. Igualmente, las empresas tampoco tienen que pagar una cuota por estar adheridas al Sistema Arbitral de Consumo. Sólo cuando la persona consumidora o la empresa soliciten la práctica de un peritaje deberá pagarse su coste por quien lo pida, si así lo estima el Colegio Arbitral correspondiente.*
- **Vinculante y ejecutivo.** *Formalizado el convenio arbitral, las partes están obligadas a cumplir el laudo que se dicte. En este sentido, la decisión arbitral produce los mismos efectos de 'cosa juzgada' que una sentencia judicial.*

“Una vez comprobado por la Junta Arbitral de Consumo que la solicitud de arbitraje es admisible y que ambas partes aceptan que el conflicto se resuelva a través de este procedimiento, son los árbitros los que resolverán la reclamación siempre oyendo a ambas partes e intentando, en su caso, que éstas lleguen a un acuerdo (...).”¹⁷

Por último, cabe señalar que también encontramos el distintivo de adhesión de la sociedad EDP al Sistema de Arbitraje de Consumo.

Finalmente, para acabar con esta ejemplificación, vamos a hablar de Compañía Escandinava de Electricidad en España, S.L. Esta vez, a diferencia de las otras dos compañías eléctricas, no encontramos ninguna información en la página ni realizando más búsquedas acerca del Sistema Arbitral de Consumo, a pesar de la adhesión de la sociedad a dicho sistema. Tan solo, en el apartado de “Preguntas”, y dentro de este, en la sección “¿Qué puedo hacer para presentar una reclamación?” Nos dice que los consumidores pueden utilizar la “Plataforma de Resolución de Litigios en Línea” autorizado por la Unión Europea, añadiendo el link a la página. Este enlace nos lleva a la página de la

¹⁷ Vid: <https://www.edpenergia.es/es/hogares/atencion-al-cliente/que-necesitas/sistema-arbitral-de-consumo/valladolid/>

Comisión Europea, dedicada a la resolución de las reclamaciones o problemas de consumo.

En dicha página web, dividida en varios apartados, se explica cómo funciona la resolución de conflictos de litigios en línea, los derechos del consumidor y, también, los organismos encargados de hacerlo en cada país. La explicación es bastante completa, sin embargo quizás sea demasiado general para el consumidor ya que también se ofrecen varios instrumentos de resolución de litigios de consumo, como los Centros Europeos del Consumidor o el “FIN-NET” (litigios con proveedores de servicios financieros).

Debemos señalar que el enlace a la “Plataforma de Resolución de Litigios en Línea” cumple con lo dispuesto en el Reglamento 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo (del que hablaremos posteriormente, en el epígrafe dedicado al arbitraje de consumo electrónico)

En dicho Reglamento se señala en su artículo 14 el deber por parte de cualquier operador online, de incluir en su sitio web un enlace a la “Plataforma UE de Resolución extrajudicial de Litigios en Línea”. Esta obligación se recoge también en el artículo 40.5 de la Ley 7/2017: *“El empresario que celebre contratos de compraventa o de prestación de servicios en línea, así como las plataformas de comercio electrónico o mercados en línea, deberán incluir en su sitio web un enlace que permita un acceso identificable y fácil a la plataforma de resolución de litigios en línea de la Unión Europea a la que se refiere el Reglamento (UE) n.º 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013”*.

A pesar de que sí que cumple con esta obligación de información, no cumple debidamente con el artículo 40.1 de la Ley 7/2017, al no incluir la identificación completa de la entidad acreditada competente, *de “manera clara, e identificable, comprensible y mediante un acceso fácil en su página web”*.

Tras haber acudido a la página web de cada una de las empresas mostradas hemos comprobado que tan solo dos de ellas cumplen con el deber de información fijado en el citado artículo 40 de la Ley 7/2017, por lo que existe un muy bajo nivel de cumplimiento de esta obligación.

En cuanto a las consecuencias del incumplimiento de este deber de información están recogidas en el artículo 41 de la Ley 7/2017, donde se expresa: *“el incumplimiento por los empresarios de la obligación de información establecida en el artículo anterior tendrá la consideración de infracción grave en materia de defensa de los consumidores y usuarios, aplicándose lo dispuesto en el régimen sancionador general previsto en el título IV del libro primero del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (...) así como en la normativa autonómica*

correspondiente, sin perjuicio de la existencia de otras posibles infracciones en materia de información al consumidor que vengan tipificadas en la normativa sectorial que resulte de aplicación”.

Con la obligación de información de los empresarios sobre los sistemas ADR se busca garantizar que los consumidores conozcan de la existencia de los sistemas ADR, cuando la empresa está adherida al mismo para que, si lo desean, puedan acceder a él. Por otra parte, tal y como dice la Directiva 2011/11/UE, el acceso a los sistemas ADR refuerza la confianza del consumidor en el mercado ya que la resolución alternativa de litigios ofrece una solución extrajudicial sencilla, rápida y asequible para los litigios entre los consumidores y los empresarios. Por lo que la adhesión de una empresa a un sistema ADR como el arbitraje de consumo podría aumentar la confianza del consumidor en la empresa en detrimento de la empresa que no está adherida a este sistema (Cortés, 2017, p. 61). Así, a una empresa adherida al SAC le interesaría informar a los consumidores a través de su página web o por otros medios de dicha adhesión, pudiendo suponer una ventaja competitiva con respecto al resto de sus competidores en el sector.

Sin embargo, parece que el deber de información impuesto al empresario en el artículo 40 de la Ley 7/2017 no actúa como un elemento incentivador sino todo lo contrario y, como hemos podido comprobar, la mayor parte de las empresas no cumplen con la obligación de información. Esto se puede deber a que el SAC es un sistema que facilita en mayor medida la situación al consumidor, ya que aunque tenga ventajas para ambas partes (por ejemplo, su gratuidad) es un sistema que facilita las reclamaciones del consumidor frente a la empresa. Y a la empresa, al fin y al cabo, nunca le va a interesar que un número alto de consumidores interponga reclamaciones por sus servicios. Por tanto, uno de los retos en la utilización del arbitraje de consumo es conseguir el total cumplimiento del deber de información por parte del empresario adherido a este sistema, cuestión que se tratará con más detalle, como veremos, en el último de los epígrafes del presente trabajo.

3.3. Consecuencias de llevar a cabo el arbitraje de consumo si el empresario ha sido declarado en concurso.

Debido a su particularidad hemos creído necesario hacer una referencia a qué es lo que ocurre con el empresario que es declarado en concurso cuando existe una solicitud de arbitraje de consumo por parte de su cliente.

Por otra parte, cabe decir que la inclusión de este apartado en el trabajo, no solo se debe a su particularidad, sino también a la difícil situación que pueden atravesar muchas empresas debido a la crisis provocada por el virus “Covid-

19". Según el Ministerio de Justicia, se prevé que las consecuencias económicas derivadas de la crisis sanitaria por el virus "Covid-19" provoquen un incremento del 246% de concursos de acreedores para el ejercicio 2020 y del 619% para en 2021. De esta manera, de los aproximadamente 7.000 concursos presentados en 2019 se pasaría a los 50.000 en 2021¹⁸. Incluso, debido a la preocupación por una posible avalancha de casos de concurso, el Gobierno aprobó el Real Decreto Ley 16/2020, de medidas procesales y organizativas para hacer frente al COVID-19 en el ámbito de la Administración de Justicia de 29 de marzo de 2020 (BOE número 119).

Entre las medidas de este Real Decreto, se preveía una moratoria concursal, de forma que no hubiera obligación de declarar concurso de acreedores en los dos meses siguientes a la finalización del estado de alarma (declarado el 14 de marzo), evitando así, un posible aluvión de presentación de declaraciones de concurso que pudiera colapsar los juzgados de lo mercantil¹⁹.

Pasando ahora a explicar el tema central de este epígrafe, según el artículo 58.2 del TRLGCU, el proceso concursal implica la ineficacia de toda oferta o convenio de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo que se hubiera formalizado. Por lo que están excluidos del arbitraje de consumo los empresarios declarados en concurso.

El supuesto de hecho al que nos referimos es el siguiente: el empresario ha celebrado un convenio arbitral de consumo con un consumidor o ha formalizado una oferta pública de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo; después ese empresario ha sido declarado en concurso y, en el momento de la declaración de concurso, no se ha iniciado aún el procedimiento arbitral de consumo.

Con la Ley 11/2011, de 20 de mayo de reforma de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje y de regulación del arbitraje institucional en la Administración General del Estado (BOE número 121) se modifica el artículo 52 de la Ley Concursal, hoy es el artículo 140 del Texto Refundido de la Ley Concursal²⁰ (BOE número 127). En su apartado primero, el artículo 140 nos dice que la "*declaración de concurso, por sí sola, no afecta a los pactos de mediación ni a los convenios arbitrales suscritos por el concursado*". Por otra parte, en su apartado segundo también se dice que "*los procedimientos de mediación y los procedimientos arbitrales en tramitación a la fecha de la declaración de concurso continuarán hasta la terminación de la mediación o hasta la firmeza del laudo arbitral (...)*". De esta manera, solo si el órgano

¹⁸ Vid: <https://www.publico.es/economia/economia-post-covid-gobierno-preve-concursos-acreedores-crezcan-900-pandemia.html>

¹⁹ Vid: <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10471807/04/20/La-crisis-del-coronavirus-traera-una-avalancha-de-concursos-de-acreedores-con-muchos-cierres.html>

²⁰ Real Decreto Legislativo 1/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Concursal.

jurisdiccional entiende que dichos pactos o convenios pueden suponer un perjuicio para la tramitación del concurso puede acordar la suspensión de sus efectos, todo ello sin perjuicio de lo dispuesto en los tratados internacionales.

Antes de la reforma operada por la Ley 11/2011 dicho artículo 52 establecía que los convenios *“arbitrales en que sea parte el deudor quedarán sin valor ni efecto durante la tramitación del concurso”*.

Como se puede observar, la nueva redacción del artículo 140, no coincide con lo establecido en el artículo 58 de la LGDCU. El artículo 140 nos dice que la declaración de concurso no afectará al convenio arbitral suscrito por el empresario, y, sin embargo, el artículo 58 sigue manteniendo la ineficacia del convenio arbitral de consumo formalizado por el empresario si este ha sido declarado en concurso. Se plantea entonces un problema de interpretación: ¿el artículo 58.2 de la LGDCU se ha de considerar tácitamente derogado, de modo que los convenios arbitrales de consumo u ofertas de adhesión de la empresa declarada en concurso mantiene su vigencia durante la sustanciación del concurso? O por el contrario, ¿el artículo 58.2 se considera una norma especial frente a la Ley Concursal, de manera que la declaración de concurso implica la exclusión del Sistema Arbitral de Consumo? La respuesta ante esta cuestión no es sencilla (Lafuente Torralba, 2012, p. 499).

Por una parte, podemos pensar que a efectos de la tutela efectiva del consumidor, a éste le resultará más económico y rápido plantear su reclamación a través del arbitraje de consumo. Además si atendemos al artículo 86.2, actualmente artículo 260.1 del Texto Refundido de la Ley Concursal, en la lista de acreedores se incluirán aquellos créditos que hayan sido reconocidos por laudo o sentencia, por lo que el laudo obtenido en el proceso arbitral de consumo será reconocido en el proceso concursal. Aunque su efectividad quedará condicionada a las quitas que se pacten en la orden de pago establecida en la sede de liquidación.

Por otra parte, si dejamos sin efecto la adhesión empresarial al sistema de arbitraje, mientras el concurso se sustancia, la posición del consumidor puede quedar debilitada.

Puede pensarse que no poder acceder a la vía arbitral no supone un gran inconveniente para el consumidor ya que el acreedor, dispone del trámite de la comunicación de créditos. Sin embargo, la vía de comunicación de créditos puede resultar más desventajosa para el consumidor, ya que deben aportarse los documentos originales o copias autenticadas del título o de los documentos relativos al crédito (artículo 85.4 de la Ley Concursal) (Lafuente Torralba, 2012, p. 499). Con lo que, esta exigencia le puede resultar difícil de cumplir para el consumidor porque probablemente no disponga de los documentos que se requieren para insinuar su crédito.

Así las cosas y dado que el Texto Refundido de la Ley Concursal recientemente aprobado reproduce en su artículo 140 lo que se establecía en el anterior artículo 52 parece que hay que concluir que no está en la intención del legislador establecer la ineficacia de toda oferta o convenio de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo que se hubiera formalizado tal y como dice el artículo 58.2 del TRLGCU sino dar prevalencia a las reglas concursales.

Siendo así el TRLC posterior al TRLGCU y no descartando, en nuestra opinión, que la especificidad de la relación de consumo puede quedar superada por la especial relación de concurso, puede concluirse que ha de prevalecer lo dispuesto a este respecto en el TRLC. Debe tenerse en cuenta que este sistema, en principio, facilita la resolución de los conflictos con los consumidores (parte más débil de la relación) pudiendo seguir acudiendo a la vía arbitral, con lo que sería más conforme con los propios principios generales que establece el TRLGCU.

No debe olvidarse por otra parte, que las reglas de interpretación de las normas jurídicas establecidas en el artículo 3.1 del Código Civil nos exigen atender no solo al sentido propio de las palabras y los antecedentes históricos y legislativos sino también a la *“realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas, atendiendo fundamentalmente al espíritu y finalidad de aquellas”*.

3.4. El arbitraje de consumo como una ventaja competitiva en la empresa.

A lo largo de este trabajo hemos visto como el arbitraje de consumo se ofrecía como un instrumento de mejora en la protección de los consumidores frente a la actividad de la empresa. Sin embargo, y como se ha apuntado en el epígrafe dedicado al deber de información del empresario, la adhesión al SAC puede servir no solo como un medio de defensa del consumidor sino, también, como una garantía para que el consumidor incremente su confianza en la empresa. Por tanto, se podría decir que la adhesión al SAC supone una garantía añadida sobre los productos o servicios ofrecidos por una empresa, lo que implica una ventaja competitiva en la empresa.

Según el reconocido economista Michael Porter, que introdujo el concepto de ventaja competitiva, esta se podría definir como una característica que posee la empresa, y que la diferencia del resto de sus competidores. Este mismo autor, propone tres estrategias para lograr ventajas competitivas en la empresa: estrategia de liderazgo en costes, de diferenciación y de enfoque (destinada a un nicho del mercado).

La estrategia de diferenciación consiste en la adición de atributos adicionales a los productos y servicios ofrecidos por la empresa (Arellano-Díaz, 2017, p. 80). Es aquí donde podríamos encuadrar la adhesión al SAC por parte de una

empresa. De esta forma, si una empresa toma la decisión voluntaria de adherirse al SAC podrá ofrecer a sus clientes una garantía añadida a la calidad de sus productos o servicios, pero ¿en qué consiste la garantía añadida que proporciona el SAC?

La garantía añadida de utilizar el arbitraje de consumo se deriva de las ventajas que este puede proporcionar al producto o servicio que vende la empresa. Las ventajas que se derivan de la adhesión al SAC y, por tanto, de la posibilidad de acudir al arbitraje de consumo, son las siguientes:

- **Rapidez en el procedimiento arbitral.**

El procedimiento del arbitraje de consumo requiere menos tiempo que en el caso del procedimiento judicial, puesto que el sistema probatorio en el arbitraje posee un carácter más cooperativo y menos formal que en los procedimientos judiciales (Laborda Valle, 2015, p. 107).

La rapidez, además de suponer una ventaja, es una de las características esenciales del arbitraje, ya que, en virtud del artículo 49 del Real Decreto 231/2008, el plazo para dictar el laudo o resolución arbitral es de máximo seis meses desde el día siguiente al inicio del procedimiento arbitral.

- **Gratuidad del procedimiento arbitral.**

La gratuidad en el procedimiento arbitral es uno de los principios del SAC. Así en el artículo 41 del Real Decreto 231/2008, se afirma que “*el procedimiento arbitral de consumo se ajustará a los principios de audiencia, contradicción, igualdad entre las partes y gratuidad*”. El procedimiento arbitral por tanto, será gratuito tanto para el consumidor como para la empresa. No obstante, debemos tener en cuenta que los gastos por las pruebas practicadas a instancia de parte serán sufragadas por quien las haya propuesto. .

- **Voluntariedad del procedimiento arbitral.**

La voluntariedad del procedimiento arbitral aparece recogida en la Exposición de Motivos del Real Decreto 231/2008, en concreto en su párrafo octavo, que señala: “*asegurando el recurso a este sistema extrajudicial de resolución de conflictos que, como tal, es de carácter voluntario*”. Esto significa que el empresario puede adherirse libremente a este sistema y, en caso de haberse adherido, el consumidor puede decidir si acudir a este sistema o preferir la vía judicial según sus intereses en el momento de la reclamación.

- **Atenuación de la hostilidad.**

Cuando ha existido una relación prolongada entre las partes contendientes el proceso judicial, independientemente de su resultado, suele comportar la

cesación definitiva de aquella relación. Sin embargo, en el caso del arbitraje, al resolver la discrepancia con rapidez, la relación entre las partes puede que se reinstaure con más facilidad (Laborda Valle, 2015, p. 108).

- **Resolución arbitral basada en el fondo.**

Una de las características diferenciales del arbitraje de consumo es que el hecho se considera juzgado una vez dictada la resolución, por lo que el conflicto no puede volver a plantearse ante ninguna otra instancia. De este modo, la decisión arbitral es vinculante y si una de las partes no la acata la contraria puede exigir su cumplimiento ante un juzgado de Primera Instancia²¹.

De entre todas estas ventajas que proporciona el arbitraje de consumo, en nuestra opinión, merecen una mención especial: la rapidez, la gratuidad y la atenuación de la hostilidad.

Por una parte, la cuantía media de las reclamaciones que se hacen a través del arbitraje de consumo es inferior a 100 euros. Por ejemplo, según los datos estadísticos de la Junta Arbitral de Consumo ofrecidos por la Consejería de Economía y Hacienda de Castilla y León, la cuantía media de las reclamaciones ante la Junta Arbitral de Consumo de la comunidad, en el pasado 2019 fue de 74 euros²².

De este modo, si la única manera de resolver el conflicto con la empresa fuese a través de la vía judicial, debido a que no es una gran cantidad la que se reclama, puede que al consumidor no le compense. Como sabemos, la vía judicial trae consigo en muchas ocasiones dilaciones en el tiempo que aumentan el coste del proceso para el demandante, además de ser preceptiva la intervención del abogado y procurador. Sin embargo, el procedimiento arbitral es más rápido. Como hemos dicho anteriormente, el procedimiento arbitral se extiende cómo máximo a un periodo de seis meses y no requiere la participación preceptiva de abogado y procurador. Además, al ser gratuito no existen gastos con motivo de la participación de los árbitros (dichos gastos son sufragados por la Junta Arbitral de Consumo).

Por estas razones, si la empresa está adherida al SAC el consumidor podrá ver favorecido su derecho a presentar una reclamación en vista de que el procedimiento arbitral es más fácil y eficaz, pudiéndolo adaptar a sus necesidades.

Por otra parte, en cuanto a la ventaja referida a la atenuación de la hostilidad, si el consumidor presenta una reclamación ante una empresa y acude a la vía judicial, el proceso se vuelve más complicado y difícilmente se llegará a una

²¹ Vid:

<https://comunicacion.jcyl.es/web/jcyl/Comunicacion/es/Plantilla100Detalle/1284721258206/NotaPrensa/1284974240950/Comunicacion>

²² Vid: <https://consumo.jcyl.es/web/es/normativa-estadisticas/estadisticas.html>

solución amistosa entre las partes. Como consecuencia de ello, lo más probable es que el consumidor no vuelva a adquirir el producto ofrecido por la empresa o a contratar el servicio prestado por la misma. Por ello, acudir al arbitraje implica poder encontrar una solución que satisfaga de una mejor manera a ambas partes, gracias a la actuación imparcial del árbitro que toma la decisión, pero que focaliza su atención en los intereses de las partes. Así, si se acude al arbitraje de consumo es más probable que el consumidor continúe siendo cliente de la empresa y no adquiera el producto del competidor.

En la actualidad, y especialmente en el caso específico de las empresas de servicios, como las empresas eléctricas o de telefonía, uno de los atributos que contribuye fundamentalmente al éxito o subsistencia en el largo plazo de la empresa es la opinión de los clientes sobre el servicio que reciben, y estos solo tendrán una opinión favorable hacia la empresa si satisface todas sus necesidades y expectativas.

Con la globalización, la calidad en el servicio se ha convertido en un requisito imprescindible para la competencia entre empresas tanto a nivel nacional como internacional, pues el impacto que tiene en los resultados de la empresa es primordial para su desarrollo y subsistencia.

De esta forma, la calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja competitiva para las empresas. Si el servicio que ofrece la empresa es de buena calidad, aumentará la capacidad de la empresa para captar potenciales clientes y fidelizar a los que ya tiene.

Podemos decir que la calidad del servicio se deriva de las garantías añadidas que posea el servicio que comercializa la empresa. Una de estas garantías añadidas puede provenir, como venimos diciendo, de la adhesión de la empresa al Sistema de Arbitraje de Consumo, ya que es una herramienta que puede lograr la diferenciación con respecto a la competencia.²³

Particularmente, si tenemos en cuenta el gran número de reclamaciones que se presentan ante las empresas eléctricas o de telefonía, si el consumidor deseara contratar un servicio de este tipo, a la hora de decidir con cuál de las empresas contrata el servicio, puede que tenga en cuenta si la empresa está adherida al SAC. No podemos afirmar con rotundidad que la adhesión al SAC sea una característica determinante para la toma de decisión del consumidor, pero sí podemos decir que actuará como un elemento diferenciador en la empresa y por tanto, ayudará al consumidor en su elección.

A pesar de lo expuesto, debemos recordar el déficit de cumplimiento que existía con respecto al deber de información por parte de las empresas adheridas al SAC. Si las empresas no informan debidamente de la adhesión, el

²³ Vid: <https://www.camara.es/arbitraje-y-mediacion/el-arbitraje-como-ventaja-competitiva-para-las-empresas>

consumidor difícilmente podrá conocer este sistema y no lo tendrá en cuenta en su toma de decisión. Para que la adhesión al SAC cumpla con su función diferenciadora con respecto de la competencia, es preciso que las empresas informen de ello y lo consideren un elemento positivo que podrá incentivar la captación de nuevos clientes.

3.5. El arbitraje de consumo electrónico.

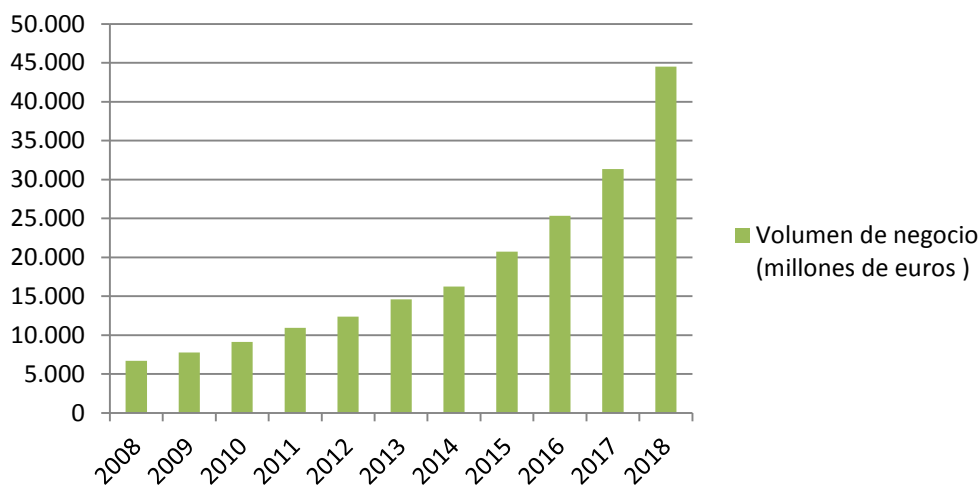
Queda fuera de toda duda el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC's) en la actualidad. De manera progresiva, el avance en las TIC ha favorecido un modelo de vida caracterizado por el crecimiento de la comunicación a distancia y la rapidez en la transmisión de la información. Esto significa que cualquier ciudadano, desde cualquier parte del mundo, puede acceder a cualquier tipo de información o documentación.

Desde una perspectiva mercantil, la aplicación de las TIC a la actividad económica, más específicamente a aquella que tiene lugar en forma de intermediación entre la producción y el consumo, ha originado una nueva modalidad de comercio alternativo al comercio tradicional, el comercio electrónico (Rodríguez Ayuso, 2018, p. 75).

El comercio electrónico, basado en la compra a distancia a través de internet ha supuesto una nueva forma de comercio que ha generado importantes beneficios a las empresas. En el informe denominado “El comercio electrónico B2C en España 2018. Edición 2019²⁴” elaborado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la SI (ONTSI) nos aporta datos acerca del volumen de negocios anual obtenido por las empresas a través del comercio online. Por medio de la siguiente gráfica, se muestra la tendencia del volumen de negocio derivado del comercio online en las empresas españolas a lo largo de 10 años:

²⁴ El acrónimo “B2C” es la abreviatura de *Business-to-Consumer*. Es un tipo de comercio electrónico referido al comercio de empresas a particulares. En este caso las empresas ofrecen sus servicios o productos a través de la web. Ejemplo: Amazon. Vid: [https://www.empresaactual.com/tipos-comercio-electronico/#:~:text=Business%2Dto%2DConsumer%20\(B2C\)&text=Hacen%20referencia%20al%20comercio%20de,a%20trav%C3%A9s%20de%20la%20web.](https://www.empresaactual.com/tipos-comercio-electronico/#:~:text=Business%2Dto%2DConsumer%20(B2C)&text=Hacen%20referencia%20al%20comercio%20de,a%20trav%C3%A9s%20de%20la%20web.)

Tabla 3.5.1.:



Fuente: elaboración propia a partir de datos ofrecidos por ONTSI.

Como se observa, el volumen de negocios por comercio electrónico en las empresas españolas ha ido aumentando progresivamente, pero especialmente se observa un crecimiento más alto en los últimos años. Así, del año 2017 a 2018 el volumen de negocio aumentó en 42%.

La implantación de las TIC's no solo se ha constatado en el aumento de las compras online, sino que también ha provocado la modernización y la renovación de los procedimientos administrativos, en los que muchos de los tramites que era necesario resolver de manera presencial ahora se pueden realizar a distancia por vía electrónica. Esto es lo que le ha sucedido al Sistema Arbitral de Consumo.

El arbitraje puede ser diferente en virtud del medio a través del cual se resuelve, así podemos hablar de arbitrajes *on line* y arbitrajes *off line*. Hasta ahora, solo nos hemos referido a arbitraje *off line*, lo que he denominado al principio del trabajo de manera general, como *Alternative Dispute Resolution* (Sistemas ADR). En estos sistemas, la controversia se resuelve sin utilizar medios telemáticos, usando los medios tradicionales. Por ejemplo, es necesaria la comparecencia presencial entre el órgano arbitral y las partes en conflicto o si se acuerda la práctica de una prueba, esta también se debe hacer de manera presencial.

En el caso de arbitraje *on line*, se conoce por la expresión *Online Dispute Resolution* (sistemas ODR) en los que la controversia se resuelve utilizando medios telemáticos.

Para entender mejor el arbitraje de consumo electrónico y en qué se diferencia del tradicional conviene acudir al mencionado Real Decreto 231/2008. En su

artículo 51 nos dice: “*el arbitraje de consumo electrónico es aquel que se sustancia íntegramente, desde la solicitud de arbitraje hasta la terminación del procedimiento, incluidas las notificaciones, por medios electrónicos, sin perjuicio de que alguna actuación arbitral deba practicarse por medios tradicionales*”.

Por otra parte, existen dos elementos diferenciadores del arbitraje de consumo electrónico con respecto al tradicional: la existencia de una aplicación electrónica, por la que se sustanciará el proceso del arbitraje de consumo electrónico (a esta aplicación se adscribirán las Juntas Arbitrales de Consumo), y el uso de la firma electrónica para garantizar la autenticidad de las comunicaciones, y la identidad de las partes y del órgano arbitral. Ambos elementos aparecen recogidos en los artículos 51.2 y 53 del Real Decreto 231/2008 respectivamente.

En el ámbito del arbitraje de consumo electrónico también debemos citar el Reglamento 524/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2011 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo.

Lo más relevante de este Reglamento, es lo señalado en su artículo 14. En virtud de dicho artículo, cualquier operador online establecido en la UE que contrate electrónicamente con consumidores residentes en la UE, tiene la obligación de incluir en su sitio web un enlace a una nueva página creada por la Comisión Europea denominada “Plataforma UE de Resolución extrajudicial de Litigios en Línea”²⁵. Cabe decir que esta previsión se ha recogido posteriormente en la Ley 7/2017, específicamente, en su artículo 40.5²⁶.

En el enlace a la plataforma de resolución extrajudicial de litigios en línea de la UE se explican diversos aspectos, tales como el funcionamiento de los sistemas alternativos de resolución de conflictos; cuales son los derechos del consumidor y, también, encontramos un apartado referido a los organismos de resolución de litigios²⁷. En este apartado, aparece un buscador en el que al seleccionar el país de la empresa ante la que el consumidor pretende reclamar nos dice que organismo es el encargado de resolver la reclamación. Si seleccionamos “España”, podemos comprobar cómo nos aparecen las Juntas Arbitrales de Consumo de cada Comunidad Autónoma como organismos encargados de la resolución de la reclamación presentada por el consumidor.

²⁵ Vid: <https://blog.cuatrecasas.com/propiedad-intelectual/enlace-obligatorio-a-la-nueva-plataforma-de-resolucion-de-litigios-en-linea-de-la-ue/>

²⁶ Art.140.5 de la Ley 7/2017 relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo: “*el empresario que celebre contratos de compraventa o de prestación de servicios en línea, así como las plataformas de comercio electrónico o mercados en línea, deberán incluir en su sitio web un enlace que permita un acceso identificable y fácil a la plataforma de resolución de litigios en línea de la Unión Europea a la que se refiere el Reglamento (UE) n.º 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013*”.

²⁷ Vid: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2>

Por último, cabe añadir que la importancia y utilidad del arbitraje de consumo electrónico se ha puesto de manifiesto con la situación de emergencia sanitaria provocada por el virus “Covid-19”. Para evitar el contagio, se busca prescindir en la medida de lo posible, del contacto personal, por lo que los medios telemáticos que permiten realizar actuaciones o trámites a distancia han sido esenciales.

El arbitraje de consumo electrónico, como hemos dicho, ya contaba con los medios telemáticos correspondientes para que la reclamación se resolviese sin necesidad de acudir de manera presencial. Sin embargo, debido al “Covid-19”, el Sistema de Arbitraje de Consumo tradicional se ha visto obligado a renovarse y, por tanto, a empezar a utilizar los medios telemáticos.

Además, durante la pandemia se han disparado las reclamaciones ante la Junta Arbitrales de consumo. Poniendo de ejemplo nuestra Comunidad Autónoma, según un comunicado de la Consejería de Empleo e Industria de Castilla y León del pasado 15 de agosto, existía una *“necesidad de agilizar el procedimiento para dar salida al amplio número de consultas recibidas, que se han disparado durante la pandemia. En concreto, desde el 1 de junio (...) hasta el 31 de julio, se han registrado 1.630 peticiones de información en torno a este servicio, una cifra similar a la computada para el conjunto del ejercicio 2019, cuando se recibieron 1.635”*. Este aumento de las peticiones y reclamaciones, se ha debido en la mayoría de casos a la reclamación por el deseo de anular los paquetes vacaciones que contrataron los consumidores antes del inicio de la pandemia.

Ante esta situación se han llevado a cabo distintas medidas. Por ejemplo, se ha decidido suprimir de las vistas orales con el árbitro, que requerían la comparecencia presencial ante el órgano arbitral y las partes en conflicto y, también, se ha adaptado el programa informático de gestión de solicitudes, que a partir de ahora será preferentemente electrónico.

4. LOS RETOS DEL ARBITRAJE DE CONSUMO EN LA ACTUALIDAD: PROBLEMAS Y PROPUESTAS DE MEJORA.

Como se recordará del epígrafe dedicado al deber de información por parte de la empresa en el arbitraje de consumo, el artículo 40 de la Ley 7/2017 establecía la obligación del empresario de informar de la adhesión al SAC al consumidor. Sin embargo, a día de hoy se detecta un muy bajo nivel de cumplimiento de este deber de información. En el desarrollo de dicho epígrafe, pudimos comprobar cómo la mayoría de las empresas que tomamos como ejemplo, para analizar el grado de cumplimiento del deber de información, no informaban de la posibilidad de acudir al arbitraje de consumo, a pesar de estar adheridas al SAC.

En nuestra opinión, la falta de cumplimiento del deber de información a cargo de la empresa constituye uno de los principales problemas en el arbitraje de consumo, puesto que dificulta la visibilidad y accesibilidad del arbitraje de consumo para el consumidor.

Si la empresa no informa de la adhesión al SAC en su página web o no lo hace debidamente, al no mostrar de manera clara y concisa la adhesión, difícilmente el consumidor puede saber que existe este sistema alternativo de resolución de conflictos. Si bien es cierto que el consumidor ha podido conocer la posibilidad de acudir al arbitraje de consumo por otras vías, por ejemplo a través de la publicidad que haga de este sistema la administración pública o por un conocido que se lo haya recomendado, lo más lógico y recomendable es que si la empresa está adherida al SAC informe de ello en su página web.

Por otra parte, hemos explicado en otro de los epígrafes del trabajo, cómo el arbitraje de consumo puede resultar una ventaja competitiva para la empresa. Esta visión entraría en contradicción con la falta de cumplimiento del deber de información del SAC a cargo de la empresa, puesto que si la empresa lo considerase algo favorable para fortalecer la fidelización con sus clientes o para captar otros nuevos, estaría más dispuesta a informar de ello. Además, cabe señalar que las empresas que informan de su adhesión al SAC y lo hacen de una manera clara y completa, muestran esta adhesión como un elemento positivo que les diferencia de la competencia.

La razón por la que la mayoría de empresas no cumplen con el deber de información puede provenir de querer evitar que se presenten reclamaciones. El arbitraje de consumo es un medio rápido, sin formalidades y, además, gratuito, lo que favorece enormemente el procedimiento de reclamación al consumidor. De este modo, el consumidor al ver las facilidades que le aporta el arbitraje de consumo frente a la vía judicial estará dispuesto a presentar la reclamación. Como consecuencia de ello, la empresa podría encontrarse con un gran número de reclamaciones, lo que no le interesa en ningún caso.

Cabe decir, también, que el incumplimiento del deber de información por parte de la empresa no deriva tanto de no informar de la adhesión al SAC, sino más bien de no informar debidamente. La información ofrecida acerca del SAC, en muchos casos, es muy escasa y confusa, lo que provoca que el consumidor no comprenda adecuadamente en qué consiste el SAC, en qué se diferencia de la vía judicial o cómo se puede iniciar el procedimiento arbitral... Esto hace que el consumidor desista y no se plantee acudir a la vía arbitral, al no generarle la confianza necesaria, dudando de si este sistema es seguro y si va a poder tener en cuenta sus intereses.

La solución a este problema es un tanto complicada, ya que a pesar de considerarse el incumplimiento del deber de información una infracción grave en materia de defensa de consumidores y usuarios, que acarrea sanciones económicas (según el artículo 51 del TRLGCU las infracciones graves son sancionadas con una multa de *“entre 3.005,07 euros y 15.025,30 euros, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los bienes o servicios objeto de la infracción”*), las empresas siguen sin informar de su adhesión al SAC.

Una posible solución puede estar en implantar un mecanismo de supervisión, con el objetivo de asegurar que el empresario muestra la adhesión al SAC en su página web (o en caso de no disponer de página web a través de otros canales de información). Este control se podría llevar a cabo a través del examen de las páginas web de las empresas y solicitando a estas pruebas sobre la información que dan a los consumidores reclamantes (Cortés, 2017, p. 64).

En algunos países de nuestro entorno, el control del cumplimiento del deber de información se obtiene también con la ayuda de los particulares. Así, en Alemania existe un nuevo sistema que permite a los particulares vigilar el cumplimiento de determinadas leyes. Así, si una empresa no cumple con el deber de información de la adhesión al SAC, se puede enviar una carta o un correo electrónico a la empresa infractora aportando una prueba del incumplimiento (por ejemplo, mediante una captura de pantalla de la página web en la que se muestre que no hay ninguna reseña al arbitraje de consumo) (Cortés, 2017, p. 70).

Reforzando los mecanismos de supervisión y haciéndolos más exhaustivos, se puede conseguir un mayor cumplimiento, en vista de que el deber de información es una obligación que se puede eludir de una manera relativamente fácil por la empresa. Como hemos comprobado, en muchas ocasiones, la empresa muestra la información de manera poco clara y, a pesar de que el artículo 40 de la Ley 7/2017 señala que la información debe ser *“clara, identificable y comprensible”*, estos conceptos pueden interpretarse de una manera más o menos amplia. Lo que provoca que, aunque la empresa

haya publicado la información de una manera confusa, al publicar la adhesión se considere que sí está cumpliendo el deber de información.

Por otra parte, además de la problemática con respecto al deber de información a cargo de la empresa, haremos una referencia a la gratuidad del arbitraje, debido a que es una cuestión que también genera cierta controversia en nuestros días.

En la elaboración de la Directiva 2011/11/UE, se discutió la gratuidad del arbitraje a causa del gasto que puede suponer para la Administración Pública de los estados. Como se ha explicado ya, el proceso del arbitraje de consumo no implica costes económicos ni para el consumidor ni para el empresario, salvo que alguna de las partes solicite la práctica de alguna prueba concreta, supuesto en el que deberá acarrear con el gasto aquella parte que pida la prueba.

En el Sistema Arbitral de Consumo, el gasto derivado de la participación del árbitro o los árbitros es sufragado por la Junta Arbitral de Consumo que pertenece a la Administración Pública (estatal en el caso de la Junta Arbitral Nacional o autonómica si nos referimos a las distintas Juntas Arbitrales de cada Comunidad Autónoma). Por lo que, si el número de reclamaciones ante las Juntas Arbitrales es muy alto, el esfuerzo económico que tiene que realizar la administración aumenta considerablemente.

La necesidad de un mayor aporte de recursos económicos por parte de la Administración Pública en las Juntas Arbitrales es lo que lleva a que en muchas ocasiones la utilización del SAC se incentive en menor medida.

Para solucionar este problema, en algunos países de la Unión Europea, como Holanda y Reino Unido, donde el arbitraje de consumo está más desarrollado, una parte de la financiación proviene del sector en el que opera la empresa. De esta manera, la empresa paga una cuota anual teniendo en cuenta su tamaño y número aproximado de reclamaciones que se espera (Cortés, 2017, p. 64).

Sería lógico pensar, al menos en un principio, que si la empresa tiene que pagar una cuota por la adhesión al SAC se estaría desincentivando la utilización del arbitraje de consumo, debido a que la gratuidad es una de sus ventajas más relevantes. Sin embargo, en países como Holanda y Reino Unido, se ha comprobado que las empresas adheridas a un sistema de arbitraje de consumo efectivo no tienen un número tan elevado de reclamaciones, pues la calidad de sus servicios y la satisfacción de los consumidores es mucho mayor (Cortés, 2017, p. 62).

Otro de los posibles remedios para paliar el esfuerzo económico que supone el arbitraje de consumo podría ser el cobro de costas por parte del SAC a aquellas empresas que cuenten con un alto nivel de conflictividad con sus

consumidores y que obtengan resoluciones negativas reiteradas por sus prácticas contra sus consumidores (Catalán Chamorro, 2017, p. 262). En nuestra opinión, esta medida sería más efectiva que la anterior, ya que el cobro de la cuota anual a todas las empresas que participen en el SAC, al menos en un primer momento, podría suponer que la empresa optase por no adherirse a este sistema. Sin embargo, con este sistema solo tienen que pagar aquellas empresas con un gran número de reclamaciones, lo que en parte es razonable, ya que serían las que más acudirían a la vía arbitral. Además el cobro de las costas a las empresas más conflictivas podría derivar en una mejora en el servicio que las empresas ofrecen al cliente, y disminuir con ello el número de reclamaciones.

Finalmente, merece ser mencionada una última cuestión acerca de los problemas que afectan arbitraje de consumo en España.

En nuestro país, no se ha impuesto a ningún sector adherirse al SAC, a pesar de que la normativa europea permite que los Estados miembros puedan hacer preceptiva la participación en el SAC en el sector que se considere oportuno. No obstante, en otros países europeos, como Reino Unido, sí se ha procedido a establecer como obligatorio el arbitraje de consumo en aquellos mercados donde existen oligopolios, como sería el caso del sector energético, eléctrico, telefónico o financiero. Incluso en el caso particular de Reino Unido lo han extendido a las agencias inmobiliarias, las casas de apuestas o el sector del transporte (Cortés, 2017, p. 67).

Según datos ofrecidos por la CNMC, en los que muestran como los sectores con un mayor número de quejas y reclamaciones están integrados por oligopolios²⁸, el Sistema Arbitral de Consumo puede ser una vía más acertada que la vía judicial para solucionar el conflicto, al ser un sistema garantista, rápido, eficiente y gratuito para el consumidor.

De esta forma, consideramos que España debería plantearse hacer preceptiva la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, al menos para el caso de los sectores eléctrico y de telefonía. La adhesión obligatoria supondría una mejora en la protección de los consumidores y también, una mejora en el servicio ofrecido por las empresas. Como consecuencia de ello, se produciría un incremento de la confianza del consumidor en la empresa. Además, tras el Estado de Alarma impuesto por la emergencia sanitaria provocada por el virus Covid-19, que ha supuesto una paralización de la administración a todos los niveles, especialmente de la judicial, la utilización del SAC es una opción muy

²⁸ Informe publicado en 2018 por La Comisión Nacional de Mercados y de Competencia (CNMC): las quejas y reclamaciones por servicios eléctricos y de gas han crecido un 9% en 2018 con respecto al año anterior. Vid: <https://www.iber-campus.es/el-gobierno-intenta-organizar-los-millones-de-potenciales-reclamaciones-causadas-en-39572.htm>

adecuada para atender eficientemente todas las reclamaciones que se estima que se pueden producir.

5. CONCLUSIONES.

El conflicto que puede surgir entre el consumidor y el empresario en la relación de consumo ha supuesto la adopción de nuevos medios de resolución alternativa de conflictos, que responden mejor a la exigencia constitucional, según la cual, se deben instaurar procedimientos lo más eficaces posibles, que garanticen en mayor medida la defensa y protección del consumidor.

El Sistema Arbitral de Consumo (SAC) es uno de estos mecanismos de resolución de conflictos alternativo a la vía judicial. Este instrumento resulta idóneo, ya que el árbitro se basa en los intereses y necesidades de las partes enfrentadas. Sus características esenciales basadas en la rapidez, voluntariedad, gratuidad y flexibilidad, hacen que sea un mecanismo más eficiente para solventar los conflictos. Además, el laudo arbitral es vinculante y ejecutivo para las partes.

Hemos visto como a día de hoy, el grado de cumplimiento del deber de información a cargo del empresario, las consecuencias de la declaración en concurso de la empresa o el uso de las nuevas tecnologías en el sistema arbitral, son cuestiones que influyen significativamente el funcionamiento del SAC.

Resalta especialmente el bajo nivel de cumplimiento del deber de información. Hemos comprobado cómo la mayoría de las empresas no informan adecuadamente en sus páginas web de su adhesión al arbitraje de consumo. Con ello se dificulta la protección del consumidor, además de dañar la imagen de este sistema, que se percibe como poco seguro para defender los intereses del consumidor. El establecimiento de un sistema de supervisión estatal o por autonomías, en el que pudieran participar los propios consumidores remitiendo pruebas de la falta de cumplimiento por parte de la empresa, podría evitar en buena medida el incumplimiento del deber de información.

A pesar de que la mayor parte de las empresas son reticentes a informar debidamente de la adhesión al SAC, consideramos que la publicidad de este sistema en sus páginas web será en todo caso positiva para la empresa. En los países donde existe un uso generalizado del SAC y la empresa proporciona correctamente la información, la adhesión al SAC incrementa la confianza del consumidor en la empresa. Así se crea una ventaja competitiva que diferencia a la empresa de sus competidores. Debido a la globalización existen multitud de empresas que ofrecen el mismo servicio, por lo que la diferenciación es una estrategia clave para subsistir en el mercado y ser elegido antes que un competidor.

Para terminar, considero que el mecanismo del arbitraje de consumo y, en general, la utilización de los sistemas de resolución alternativa de conflictos son

los medios a los que en un futuro se acabará recurriendo para la resolución de la mayor parte de controversias, especialmente en el ámbito mercantil. Es conocido el colapso de la justicia, que provoca lentos y costosos procesos, para las partes litigantes. Un adecuado funcionamiento del arbitraje mejorará la actuación jurisdiccional al asumir gran parte de los asuntos, además de ser, como hemos dicho, un mecanismo más eficiente en la resolución del conflicto.

Además, debemos tener en cuenta siempre la normativa europea, que precisamente se muestra cada vez más favorable a la utilización de sistemas alternativos de resolución. Por lo que se busca que cada vez más Estados generalicen la adopción de estos sistemas e incluso establezcan como preceptiva su utilización en ciertos sectores económicos.

6. BIBLIOGRAFIA

Alvear Téllez, J. “Consumidor y empresario: ¿relaciones jurídicas conflictivas? hacia una concepción relacionada del derecho del consumidor” Revista chilena de derecho, Vol. 43, N^o. 3, 2016, págs. 813-848. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5841736>

Arellano Díaz, O.H. “La calidad en el servicio como ventaja competitiva” Dominio de las Ciencias, Vol. 3, N^o. Extra 3, 2017, págs. 72-83. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6128526>

Blanco Carrasco, M. “La alternativa de la mediación en conflictos de consumo presente y futuro” Anuario jurídico y económico escurialense, N^o. 42, 2009, págs. 129-152. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2916233>

Catalán Chamorro, M.J. “Acceso a la justicia de los consumidores a través del ADR y del ODR” Directores de la Tesis: Silvia Barona Vilar (dir. tes.) Universitat de València (España) en 2018. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=157001>

Cortés, P. “Estudio de los objetivos de la normativa europea de resolución de conflictos de consumo y propuestas para la mejora del sistema ADR/ODR español” Informática y Derecho: Revista Iberoamericana de Derecho Informático (segunda época), 2017, N^o. 3, págs. 55-74. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6844105>

De la Rosa Esteban, F. “La vertebración del régimen español de la mediación de consumo en el marco del Derecho europeo” IDP: revista de Internet, derecho y política = revista d'Internet, dret i política, N^o. 25, 2017 Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6207455>

Fonticiella Hernández, B. “Algunas consideraciones sobre la futura entidad única de resolución de litigios de consumo en el ámbito financiero en España” Revista Lex Mercatoria, N^o. 6, 2017, págs. 31-34. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6152598>

Laborda Valle, E. (2015) “El Sistema Arbitral de Consumo” Directores de la Tesis: Carlos Lasarte Álvarez (dir. tes.), María Fernanda Moretón Sanz (codir. tes.). En la UNED. Universidad Nacional de Educación a Distancia (España) (España) en 2016. Disponible en:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=67458>

Lafuente Torralba, A.J. (2012) “A vueltas con el ámbito y límites del arbitraje de consumo reflexiones a la luz del Real decreto 231/2008, de 15 de febrero” Los retos del Poder Judicial ante la sociedad globalizada: Actas del IV Congreso Gallego de Derecho Procesal (I Internacional), A Coruña, 2 y 3 de junio de 2013 / coord. por Ana Neira Pena; Agustín-J. Pérez-Cruz Martín (dir. congr.), Xulio Ferreiro Baamonde (dir. congr.), págs. 493-516. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4036244>

Ortuño Muñoz, P. “La mediación en el ámbito familiar” Revista jurídica de Castilla y León, Nº. 29, 2013 (Ejemplar dedicado a: Arbitraje y Mediación: Problemas actuales, retos y oportunidades), 23 págs. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4226317>

Rodríguez Ayuso, J.F. “El arbitraje electrónico como medio de resolución de controversias turísticas” Revista Internacional de Derecho del Turismo, Vol. 2, Nº. 2, 2018, págs. 74-97. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6762524>

San Cristóbal Reales, S. “Sistemas alternativos de resolución de conflictos negociación, conciliación, mediación, arbitraje, en el ámbito civil y mercantil” Anuario jurídico y económico escurialense, Nº. 46, 2013, págs. 39-62. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4182033>

San Cristóbal Reales, S. “El arbitraje de consumo” Anuario jurídico y económico escurialense, Nº. 40, 2007, págs. 101-140. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2267914>

Stroie, I. “¿Es viable un modelo de mediación de consumo autónomo desde el punto de vista de las materias que puedan ser objeto de mediación?” Revista CESCO de Derecho de Consumo, Nº. 14, 2015 (Ejemplar dedicado a: mecanismos de resolución de conflictos de consumo; manipulación de contadores; hipotecas multidivisa; reformas legales), págs. 28-35. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5253213>

Valiño Ces, A. “Reflexiones acerca de la mediación en materia de consumo bajo el prisma crítico de la ley 7/2017, de 2 de noviembre” Revista Aranzadi Doctrinal, Nº. 9, 2019 Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7059612>

Informes

Ministerio de Economía y Empresa. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la SI. “El comercio electrónico B2C en España 2018 Edición 2019”. Colección Economía Digital. Disponible en:

https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/2019-11/PresentacionComercioElectronicoB2C2018_Ed2019_1.pdf

Consejería de Economía y Hacienda. Dirección General de Comercio y Consumo. Junta de Castilla y León. Estadísticas de la Junta Arbitral de Consumo de Castilla y León (2019). Disponible en:

<https://consumo.jcyl.es/web/es/normativa-estadisticas/estadisticas.html>

Referencias procedentes de internet

Vodafone España S.A. Disponible en:

<https://www.vodafone.es/c/particulares/es/> [Consulta: 26 de julio de 2020].

Telefónica España. Disponible en:

<https://www.telefonica.com/es/home> [Consulta: 26 de julio de 2020].

Vodafone Enable-Lowi. Disponible en: <https://www.lowi.es/> [Consulta: 26 de julio de 2020].

Iberdrola. Disponible en: <https://www.iberdrola.es/atencion-cliente> [Consulta: 26 de julio de 2020].

EDP. Disponible en: <https://www.edpenergia.es/es/> [Consulta: 26 de julio de 2020].

Comisión Europea. Resolver su reclamación en materia de consumo. Resolución de litigios en línea. Disponible en:

<https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2> [Consulta: 20 de agosto de 2020].

La Vanguardia (2019). Consumo. “El comercio electrónico supera los 20 millones” de compradores. Disponible en:

<https://www.lavanguardia.com/seguros/hogar/20191115/471611115064/ecomerce-comercio-electronico-compras-por-internet-tienda-on-line.html>. [Consulta: 20 de agosto de 2020].

Comunicación de la Junta de Castilla y León. Notas de prensa (2020). “La Consejería de Empleo e Industria agiliza el servicio de arbitraje de consumo tras dispararse las consultas desde la emergencia del COVID-19”. Disponible en:

<https://comunicacion.jcyl.es/web/jcyl/Comunicacion/es/Plantilla100Detalle/1284721258206/NotaPrensa/1284974240950/Comunicacion>. [Consulta: 20 de agosto de 2020].

Público. Economía Post Covid. “El Gobierno prevé que los concursos de acreedores crezcan casi un 900% por la pandemia” (2020). Disponible en: <https://www.publico.es/economia/economia-post-covid-gobierno-preve-concursos-acreedores-crezcan-900-pandemia.html> [Consulta: 20 de agosto de 2020].

El Economista. Economía (2020). “La crisis del coronavirus traerá una avalancha de concursos de acreedores con muchos cierres”. Disponible en: <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10471807/04/20/La-crisis-del-coronavirus-traera-una-avalancha-de-concursos-de-acreedores-con-muchos-cierres.html> [Consulta: 20 de agosto de 2020].

Cámara de Comercio de España. Arbitraje y mediación. “El arbitraje como instrumento de competitividad empresarial”. Disponible en: <https://www.camara.es/arbitraje-y-mediacion/el-arbitraje-como-ventaja-competitiva-para-las-empresas> [Consulta: 20 de agosto de 2020].

IberCampus.es. “El Gobierno intenta organizar los millones de potenciales reclamaciones causadas en la alarma COVID” (2020). Disponible en: <https://www.ibercampus.es/el-gobierno-intenta-organizar-los-millones-de-potenciales-reclamaciones-causadas-en-39572.htm> [Consulta: 20 de agosto de 2020].

Blog Cuatrecasas. “Enlace obligatorio a la nueva plataforma de resolución de litigios en línea de la UE” (2016). Disponible en: <https://blog.cuatrecasas.com/propiedad-intelectual/enlace-obligatorio-a-la-nueva-plataforma-de-resolucion-de-litigios-en-linea-de-la-ue/> [Consulta: 20 de agosto de 2020].