

**INFORME CPCUA N° 40/2018**

**A LA CONSEJERÍA DE SALUD**

**Sevilla, a 26 de septiembre de 2018**

**INFORME DEL CONSEJO DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y  
USUARIAS DE ANDALUCÍA AL ANTEPROYECTO DE LEY DE  
PREVENCIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO**

El Consejo de las Personas Consumidoras y Usuarias de Andalucía, en ejercicio de la función que le reconoce el Decreto 58/2006 de 14 de marzo de 2006, ante la Consejería de Salud, comparece y como mejor proceda,

**EXPONE**

Que por medio del presente escrito procedemos a evacuar informe respecto al Anteproyecto de Ley de prevención y solución de conflictos de consumo, y ello en base a las siguientes:

**ALEGACIONES**

## **PRIMERA. - A la exposición de motivos:**

Si bien la exposición de motivos es amplia e intenta justificar la necesidad y oportunidad de la norma con una redacción y contenido informativo y cuasi formativo que es destacable, sin embargo, es preciso su revisión pues hay párrafos incompletos o cuya redacción no resulta comprensible, así como otros que no responden a la realidad y parecen más opiniones subjetivas del redactor del texto que a datos o hechos objetivos.

Valga como ejemplo de lo dicho, el párrafo 4º, página 7, que comienza por “Pero en todas estas normas.....” que inicia una reflexión pero que no concluye nada y por tanto nada aporta, además de no ajustarse a la realidad pues las normas protectoras de las personas consumidoras y usuarias que reconocen derechos, fijan límites, requisitos o consecuencias de sus incumplimientos a las empresas tienen igualmente un componente preventivo.

Otro ejemplo lo encontramos en el párrafo 5º de la página 8 “En definitiva, existe, todo un ámbito de Derecho de Consumo que hasta ahora no ha sido desarrollado.....”

## **SEGUNDA. - A la exposición de motivos.**

Partiendo la valoración positiva de entender necesario que se regulen elementos tendentes a mejorar la prevención del conflicto en sí, se presentan como ideas o líneas diferenciadas de las políticas de protección de los consumidores y de la acción normativa, la prevención y la solución de los conflictos de un lado y la sanción a las empresas por otro y, sin embargo, son

ámbitos de actuación complementarios. El control de mercado y la sanción son instrumentos que ayudan a la prevención de los conflictos y los abusos a las personas consumidoras.

En este sentido el propio Defensor del Pueblo de Andalucía ha señalado en reiteradas ocasiones que el ejercicio de la potestad sancionadora puede favorecer un efecto disuasorio frente a determinadas prácticas empresariales que redundan en perjuicio de las personas consumidoras.

Y recientemente la Comisión Europea en su Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo sobre *Un nuevo marco para los consumidores*, Comunicación de abril de 2018, reconoce expresamente que las autoridades nacionales responsables de la legislación deben avanzar en la aplicación de sanciones disuasorias pues ello contribuirá a la prevención y al establecimiento de condiciones más justas en la protección de los consumidores.

### **TERCERA. - A la exposición de motivos.**

Sobre la coherencia con la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, y que las entidades mediadoras se rijan por principios y requisitos similares. Andalucía tiene competencias exclusivas en materia de consumo y, en este sentido, la propia norma referida reconoce este hecho señalando que las Comunidades Autónomas que en su legislación hayan asumido y desarrollado competencias en materia de mediación de consumo, podrán designar autoridades competentes para la acreditación de entidades de resolución alternativa de litigios de consumo que finalicen con una decisión no vinculante para las partes.

Igualmente se atribuye a las Comunidades Autónomas la competencia para la acreditación de entidades que lleven a cabo procedimientos administrativos establecidos y desarrollados en su legislación. En este sentido ni compartimos el modelo de entidades mediadoras establecido en la Ley 7/2017 ni el que la propuesta normativa andaluza realiza siguiendo aquel y del que podía haberse apartado en virtud de sus competencias. Rechazamos la privatización del sistema de mediación por la que se ha decantado el gobierno central.

Por tanto, nos parece acertado que la Administración andaluza apueste por un sistema de mediación público y garantice procedimientos de resolución alternativa y extrajudicial de conflictos en materia de consumo desde la independencia, transparencia, imparcialidad y neutralidad y equidad de sistemas públicos (arbitraje y mediación de consumo). Este es el espíritu que impregnó las primeras leyes de Defensa y Protección de los Consumidores y la puesta en marcha hace casi tres décadas del sistema arbitral de consumo y del sistema de mediación creado en Andalucía en 1985 en el ámbito del Consejo Andaluz de Consumo, Consejos Provinciales y órganos sectoriales. No obstante, debe definir mejor y dar soporte a dicho sistema y ello no se aprecia de forma clara en la regulación propuesta.

#### **CUARTA. - A la exposición de motivos.**

Sobre el proceso de elaboración de la norma y la participación. Consideramos que en el proceso de elaboración de la norma no se ha producido una participación activa de los agentes o sujetos afectados, y en este caso de las organizaciones de consumidores y usuarios, en los tiempos y formas que una norma de estas características hubiera requerido y atendiendo al marco de

colaboración que debiera existir entre administración y organizaciones de consumidores.

Todo el proceso de elaboración de la norma se ha llevado a cabo al margen de las asociaciones de consumidores y ello, atendiendo a su contenido y a lo que representa resulta del todo reprobable.

En este sentido, se aparta de la realidad lo argumentado en la exposición de motivos, las reuniones o sesiones informativas celebradas en las provincias durante el mes de mayo no han propiciado una participación real y efectiva, solo han sido reuniones informativas, de eficacia y resultados muy limitados dado que ni tan siquiera se contaba con un borrador de texto ni su desarrollo y duración promovía el debate. Esta circunstancia ha impedido el debate y la participación eficaz en un texto que debió ser fruto de un trabajo participado y colaborativo.

**QUINTA. - Al artículo1, apartado 1. Finalidad y objeto.**

Sería conveniente sustituir la palabra “aparición” por otro sinónimo, o simplemente quitarlo, quedando el principio del apartado como sigue:

“Esta Ley tiene como finalidad prevenir los conflictos de consumo, así como...”.

**SEXTA. - Al artículo1, apartado 2. Finalidad y objeto.**

En lo que se refiere a la Letra a) sería conveniente aclarar el concepto de

“agentes de consumo”, o bien definirlo en el artículo dedicado a definiciones.

### **SÉPTIMA. - Al artículo 1, apartado 2. Finalidad y objeto.**

Respecto a la letra f), debemos tener en cuenta que la finalidad última de la norma, es la protección de la persona consumidora y usuaria, por tanto, llama la atención que no se haya incluido expresamente a las “Asociaciones de consumidores”, como entidades que aglutinan y defienden sus intereses y derechos.

### **OCTAVA. - Al artículo 2.- Ámbito de aplicación de la Ley.**

Se excluyen las reclamaciones que se refieran a servicios no económicos de interés general pero la norma no contiene una definición de tales servicios que de otra parte tampoco se encuentran definidos en la Ley 13/2003, de 17 de diciembre.

Por tanto, para evitar inseguridad jurídica, se plantea que se definan, también al objeto de valorar si deben ser o no excluidos.

También se excluyen las reclamaciones referidas a servicios de salud o con medicamentos y productos sanitarios, aquí se incluyen todos los centros y clínicas privadas, ortopedias, farmacias, ópticas, etc....exclusión que no compartimos pues estamos ante servicios prestados en el mercado, que generan conflictos de consumo (valga como ejemplo los últimos fraudes de clínicas dentales) y cuyos usuarios se encuentran amparados por el marco de la Ley 13/2003, de 17 de diciembre que no los excluye.

Otra exclusión que no se comparte, y que carece de justificación, es la referida a los prestadores públicos de enseñanza complementaria o superior, incluso en este sentido, sería oportuno una mayor concreción de la norma respecto a que se refiere como “enseñanza complementaria”.

#### **NOVENA. - Al artículo 3.- Definiciones.**

De acuerdo a las alegaciones anteriores, sería preciso que se introdujeran definiciones de conceptos como “servicios no económicos de interés general”, ya que es un elemento que va a determinar la aplicación o no de la norma a un determinado servicio, y el concepto “agentes de consumo”.

#### **DÉCIMA. - Al artículo 3.- Definiciones.**

El apartado b) viene a definir el concepto de “procedimiento de resolución alternativa”, utilizando el propio concepto en la definición, por lo que entendemos que debería ser revisado el texto mejorando el aspecto referido.

#### **DECIMOPRIMERA. - Al artículo 4. Plataforma multicanal de información.**

Resulta inusual que las herramientas o servicios informativos de los que dispone la Junta de Andalucía, instrumentos para el ejercicio de sus competencias y prestar servicios a la ciudadanía, se eleven a rango de ley de la forma que aquí se lleva a cabo: definiendo nombre, contenido y estructura. Estimamos que ello es innecesario y que encorseta este servicio.

#### **DECIMOSEGUNDA. - Al artículo 4. Plataforma multicanal de información.**

De no atenderse a lo anterior, en el apartado 4 debería figurar expresamente la posibilidad de colaboración de las organizaciones de personas consumidoras y usuarias en la resolución de consultas atendidas a través de la plataforma “Consumo Responde”, tal y como se está haciendo en la práctica.

**DECIMOTERCERA: Artículo 5, Fomento de acciones informativas y formativas.**

Supone este artículo un brindis al sol, ya que ni se distingue lo que son acciones de formación, como las de información, y, por otro lado, nada se dice de cómo la Consejería fomentará e incentivará la realización de estas acciones por parte de las AACC.

**DECIMOCUARTA. Al artículo 6. Puntos informativos en las grandes superficies.**

Habría que delimitar la consideración de grandes superficies minoristas de acuerdo con la vigente Ley de comercio Interior de Andalucía, y de acuerdo al Plan de Establecimientos Comerciales, aprobado recientemente y publicado en BOJA.

**DECIMOQUINTA. Al artículo 6. Puntos informativos en las grandes superficies.**

No se indica el modo en el que se tiene que prestar esta información en el punto informativo, que podría ser una simple pantalla con conexión a Consumo Responde (que supondría una limitación para aquellos ciudadanos que debido a la brecha digital no estén familiarizados con un ámbito digital) o bien es

necesaria la presencia de una persona con conocimientos suficientes en materia de consumo que garantice el adecuado acceso de toda la ciudadanía a la información respecto a sus derechos como persona consumidora.

**DECIMOSEXTA. Al artículo 6. Puntos informativos en las grandes superficies.**

El artículo va referido a grandes superficies comerciales y en este sentido puede resultar excluyente de otros formatos a los que consideramos debería ser de aplicación tales como centros comerciales abiertos, mercados de abastos, feria de oportunidades, etc...

**DECIMOSÉPTIMA. - Al artículo 7. Coordinación con la administración educativa.**

Este consejo propone al final del párrafo añadir el fomento de un consumo responsable, ético, solidario “y en igualdad”. Garantizando por tanto el acceso sin discriminación alguna por razón de género.

**DECIMOCTAVA. - Al artículo 8. Publicidad de las actividades inspectoras.**

No podemos compartir una puesta en valor de un acto con el único argumento de dotar de seguridad jurídica a las empresas. Desde este Consejo, entendemos que el bien jurídico a proteger con esta normativa es el de la protección de las personas consumidoras, el hecho de facilitar de forma pública los protocolos (que básicamente es la aplicación de la propia norma a cumplir) entendemos que diluye la función principal de la inspección, ya que en aquellos

casos en los que se realicen campañas sobre elementos concretos de la norma, permite al sector empresarial la relajación de otros aspectos a cumplir ya que tendrán la “seguridad jurídica” de que no serán inspeccionados.

**DECIMONOVENA. - Al artículo 8. Publicidad de las actividades inspectoras.**

De otra parte, la información objeto de publicidad debe comprender no sólo los protocolos sino los resultados de las campañas por sectores, con un contenido y alcance que resulte comprensible y de utilidad a todas las partes, incluidas las personas consumidoras y usuarias sobre los bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado.

**VIGÉSIMA. -Al artículo 9 Información sobre mecanismos de resolución alternativa de conflictos.**

La norma no especifica cómo debe la empresa informar expresamente al consumidor si rechaza algún mecanismo de resolución alternativa de conflictos. Entendemos que este elemento es importante y debe ser conocido por la persona consumidora ya que podría condicionar su acto de consumo.

A mayor abundamiento sería necesario aclarar a que se refiere la norma con “otro mecanismo de resolución de conflicto”, entendiéndolos desde la perspectiva y ámbito del consumo.

**VIGESIMAPRIMERA. - Al artículo 10 Hojas de quejas y reclamaciones.**

Nos remitimos a las alegaciones realizadas al Decreto de Hojas de

Reclamaciones en el Informe 21/2018, puesto que lo que se admita en él, tendrá su reflejo en este artículo de la Ley.

#### **VIGESIMASEGUNDA. - Al artículo 10 Hojas de quejas y reclamaciones.**

Este artículo se incluye dentro de las medidas preventivas, sin embargo, el hecho de que se formule una hoja de quejas y reclamaciones, puede implicar la existencia de un conflicto, siendo la HHRR un instrumento para concretar y encauzar el mismo, y promover su resolución. Por ello, no vemos su encaje como “medida preventiva” de conflictos en materia de consumo.

#### **VIGÉSIMATERCERA. - Al artículo 10, apartado 3. Hojas de quejas y reclamaciones.**

La finalidad de la norma es establecer mecanismos que sean rápidos, accesibles, útiles, eficaces, justos,... En este sentido establecer un plazo de un mes para que la empresa reclamada conteste a la hoja de quejas y reclamaciones supone un plazo excesivo y, una ampliación del plazo en Andalucía respecto de la norma que regulaba la Hoja de Quejas y Reclamaciones desde los años 80, una mayor dilación en la posible resolución y un retroceso y merma en los derechos de las personas consumidoras.

Mientras que la tecnología y la implementación de procesos de mejora y calidad lleva a recortar tiempos en los procesos empresariales (compra, contratación, distribución...) los referidos a la atención al consumidor y su protección se amplían, suponiendo ello un mayor desequilibrio y desprotección de sus derechos.

En estos tiempos de avances tecnológicos y donde se da primacía a una más rápida y fluida tramitación de los procedimientos tanto en el orden administrativo como jurisdiccional y la facilidad de acceso y resolución a los administrados, carece de sentido que respecto a la protección de los consumidores se establezca un plazo que venga a triplicar la situación actual.

#### **VIGÉSIMACUARTA. - Al artículo 11 punto 3. Mediación y arbitraje.**

No compartimos que la adhesión a un sistema de mediación o arbitraje resulte una atenuante de la conducta infractora y condicione a la baja la posible sanción u otra medida que corresponda adoptar.

El hecho de que se establezca un mecanismo ágil para la resolución de una reclamación, no debe incidir en modo alguno respecto en que la empresa realice la prestación de su servicio en cumplimiento de todas las garantías legales correspondientes y si esto último no se realiza de forma correcta debería sancionarse como corresponda, ya que el hecho de estar adherido a un sistema de resolución de conflictos no supone *per se* la garantía de una mejor prestación hacia los consumidores.

Puede incluso generar situaciones graves de contradicción en el que la posible infracción cometida por la empresa sea publicitar o anunciar estar sometida a un sistema alternativo de resolución de conflictos y luego no acogerse al mismo o no cumplir sus resoluciones, pudiendo ser la infracción a su vez atenuante.

#### **VIGÉSIMAQUINTA. - Al artículo 12. Colaboración entre las Consejerías competentes en materia de consumo y turismo.**

Es obvio, que el papel transversal del consumo obliga a la colaboración y coordinación interadministrativa entre distintas Consejerías del gobierno andaluz pues buena parte de las políticas públicas que desarrollen afectarán de forma directa o indirecta a las personas consumidoras y usuarias.

Esta colaboración y cooperación no sólo debe ser predicable de la Consejería de Turismo (que también) sino con todas las Consejerías, especialmente Salud, Comercio, Industria, Justicia, Fomento y Vivienda, Medio Ambiente, Agricultura, ..... Por ello, no entendemos la razón por la que de forma expresa se hace mención únicamente a la competente en turismo en esta norma, proponiendo que se amplíe y se le dé una redacción amplia, que englobe al conjunto de ejecutivo.

De otra parte, las materia o ámbitos de colaboración no deberían redactarse en forma de lista cerrada o numerus clausus ya que ésta puede ser mayor que la recogida en este artículo, al igual que el intercambio de información entre Consejerías no tiene porqué ser sólo de información estadística, pudiendo y debiendo ser también de otro tipo.

#### **VIGESIMASEXTA. - Al artículo 13, apartado 2. El Consejo Andaluz de Consumo.**

De entre las funciones del Consejo Andaluz de Consumo, entendemos que se debería incorporar de forma expresa la posibilidad de emitir resoluciones con posicionamientos concretos en los que pudieran coincidir las partes representadas.

**VIGESIMASEPTIMA. - Al artículo 13, apartado 2. El Consejo Andaluz de Consumo.**

Se elimina toda referencia a la función de mediación que entendemos debería ser recogida. Un órgano de estas características debería servir de cauce para acercar posturas y llegar a acuerdos en asuntos que pudieran afectar o lesionar derechos de las personas consumidoras, como ha venido siendo en sus años de funcionamiento.

**VIGESIMAOCTAVA. - Al artículo 13, apartado 3. El Consejo Andaluz de Consumo.**

En relación a la composición se plantean las siguientes cuestiones:

Sería adecuado que se indicaran de forma expresa el número de vocalías del Consejo.

Por otro lado, consideramos que la composición debe distinguir entre miembros propios del órgano con voz y voto (vocalías) y miembros invitados con voz y sin voto. Entre los primeros estarían los representantes correspondientes de la Administración (Autonómica y local), de las personas consumidoras (organizaciones de consumidores y usuarios más representativas) y de las empresas (incluyendo aquí la opción de la economía social y el cooperativismo).

Otras organizaciones y entidades podrían asistir por acuerdo del órgano y en función de los asuntos a tratar con voz, pero sin voto.

Así, en la letra d), del apartado 3 del artículo 13, en el número 4º debe incluirse y representantes de la economía social y el cooperativismo.

El apartado 5 debe ser sustituido por una nueva letra e), que elimine la referencia a las economía social e indique que podrán participar en calidad de invitadas, en el Consejo Andaluz de Consumo, con voz y sin voto, otras organizaciones y entidades sociales en función del interés social en los supuestos en los que los asuntos a tratar así lo justifiquen,

**VIGESIMANOVENA. - Al artículo 13, al apartado 4. El Consejo Andaluz de Consumo.**

Respecto de la representación de la administración andaluza, consideramos que la Consejería competente en materia de protección de los consumidores debe garantizar en todo caso su presencia y representación y que el resto de Consejerías, deben estar presentes siempre que exista un interés en su participación en función de los temas a tratar y siempre garantizando el equilibrio en la representación de las partes que integran el CAC.

Entre las citadas faltan Consejerías relevantes para la protección de los consumidores tales como las competentes en materia de Salud, Vivienda, Transportes o Justicia, entre otras. De otra parte, estimamos poco operativo y efectivo recoger la presencia por sistema de todas las Consejerías, dado que en la práctica dudamos de que este mandato se cumpliera.

Por ello, y sin oponernos a que puedan estar y participar las Consejerías que correspondan en función de los temas tratados o a tratar, se propone buscar una nueva redacción que garantice la representación de la competente en

materia de consumo, así como de aquellas competentes en razón de los asuntos a tratar y el equilibrio de la representación (y voto) de los tres bloques representados en el órgano.

**TRIGÉSIMA. - Al artículo 13, al apartado 6. El Consejo Andaluz de Consumo.**

Aunque hay una remisión a desarrollo reglamentario en cuanto a su régimen jurídico, sería adecuado recoger en la norma un mínimo de reuniones anuales al objeto de reforzar el compromiso con un papel activo de este órgano. En este sentido se propone que se establezca que el órgano se reunirá 4 veces al año de forma ordinaria y aquellas que se estimen necesarias con carácter extraordinario.

**TRIGESIMAPRIMERA. Al artículo 14. Consejos Provinciales de Consumo.**

Reiteramos lo ya señalado respecto de las funciones de mediación del CAC para los consejos provinciales.

De otra parte, el artículo 14 no regula la composición de estos órganos ni menciona que reproduzcan la composición del Consejo Andaluz de Consumo.

En este sentido, entendemos que la composición de los consejos provinciales debe responder a la establecida para el Consejo Andaluz y debe garantizarse que las partes representadas en este último sean las correspondientes en los consejos provinciales. Dicha composición debería recogerse en esta norma.

Igualmente, sería oportuno que se estableciera en la propia norma un mínimo

de reuniones al año que garantizará el adecuado funcionamiento de cada uno de los consejos.

**TRIGESIMOSEGUNDA. Al artículo 15. El Consejo Andaluz de Mediación y Arbitraje de Consumo.**

Se estructura un órgano prácticamente de carácter administrativo, en el que se omite y no se hace referencia a la participación directa de las asociaciones de consumidores. Entendemos que teniendo en cuenta las funciones atribuidas, debería garantizarse la participación de las asociaciones de consumidores. No tiene sentido que un órgano de estas características no cuente con la voz de las organizaciones que formamos parte activa del sistema de arbitraje y de mediación.

**TRIGESIMATERCERA. Al artículo 15, al apartado 2. El Consejo Andaluz de Mediación y Arbitraje de Consumo.**

Se echa en falta entre las funciones que se le atribuyen, la “gestión o creación”, de un Censo único de empresa y profesionales adheridos al Sistema Arbitral de Consumo, a pesar de la referencia realizada en la letra “j”.

**TRIGÉSIMACUARTA. Al artículo 15, al apartado 3. El Consejo Andaluz de Mediación y Arbitraje de Consumo.**

En lo que se refiere al apartado c), sería oportuno añadir “designadas por las asociaciones empresariales y de consumidores más representativas de Andalucía”.

## **TRIGESIMAQUINTA. Al artículo 16. Plan Estratégico de Consumo.**

La norma eleva a rango legal la planificación estratégica, lo cual nos parece adecuado y viene a recoger el compromiso y la obligación del ejecutivo andaluz de planificar las políticas de protección a las personas consumidoras en Andalucía, fijando las líneas y objetivos de las mismas y las actuaciones para conseguirlos.

No obstante, la planificación estratégica, como principio de actuación, no puede reducirse a un plan estratégico, sino que debe responder a una metodología de trabajo sistemática y periódica, permitiendo la continuidad y con ello el control, seguimiento y evaluación de las políticas públicas, ganado así también en eficacia.

Por ello, proponemos cambios en la redacción de la norma:

- a) En primer lugar, deberían participar todas las Consejerías y en cualquier caso se omiten al citar Consejerías relevantes tales como Salud, Vivienda, Fomento o Justicia.
- b) Debería recogerse que la definición de un Plan Estratégico debe serlo con carácter cuatrienal, esto es Andalucía definirá cada cuatro años, un Plan Estratégico.... De forma que, como hemos señalado anteriormente, las planificaciones estratégicas en materia de protección a las personas consumidoras tengan continuidad y respuesta a un método de trabajo eficaz.
- c) Las líneas o áreas de desarrollo del Plan Estratégico contempladas

en el apartado 1 del artículo 16, letras a a h) deberían serlo a título de ejemplo y no una lista cerrada, pues encorseta los contenidos del plan y lo limita de forma innecesaria.

- d) Se omite entre los objetivos de la planificación el fomento del asociacionismo de consumo y el apoyo a las organizaciones de consumidores que entendemos representan mandatos legales encomendados a los poderes públicos que deben tener su concreción en la planificación.

#### **TRIGESIMASEXTA. Al artículo 16. Plan Estratégico de Consumo.**

Por otro lado, el incluir en la Ley el Plan, suscita dudas como, por ejemplo, si no se elabora, si no se cumple o simplemente queda inédito como otros muchos anteriores, y de los que se ha realizado un diagnóstico más que frustrante con ocasión de las reuniones mantenidas para la elaboración del Plan actual aún en ciernes.

Asimismo, debe tenerse en cuenta en el apartado 6, que este Plan debe estar sujeto a publicidad Activa, concretamente dentro de la denominada “Información sobre planificación y evaluación” que recoge la Ley de Transparencia de Andalucía:

*“Artículo 12 Información sobre planificación y evaluación*

*1. Las administraciones públicas, las sociedades mercantiles y las fundaciones públicas andaluzas publicarán los planes y programas anuales y plurianuales en los que se fijan objetivos concretos, así como las actividades, medios y*

*tiempo previsto para su consecución. Su grado de cumplimiento y resultados deberán ser objeto de evaluación y publicación periódica junto con los indicadores de medida y valoración. A esos efectos, se considera evaluación de políticas públicas el proceso sistemático de generación de conocimiento encaminado a la comprensión integral de una intervención pública para alcanzar un juicio valorativo basado en evidencias respecto de su diseño, puesta en práctica, resultados e impactos. Su finalidad es contribuir a la mejora de las intervenciones públicas e impulsar la transparencia y la rendición de cuentas.*

*2. Los planes y programas a los que se refiere el apartado anterior se publicarán tan pronto sean aprobados y, en todo caso, en el plazo máximo de 20 días, y permanecerán publicados mientras estén vigentes, sin perjuicio de plazos más breves que puedan establecer las entidades locales en ejercicio de su autonomía.”*

#### **TRIGESIMASEPTIMA. Al artículo 17, al apartado 1. Requisitos.**

Entendemos que se deben garantizar elementos básicos de atención al cliente para todas las empresas, independientemente de su tamaño, regulando unas obligaciones comunes a cualquier tipo de empresa y no puede estar condicionada al número de personas trabajadoras, criterio además que no necesariamente determina el volumen de negocio y clientes de las empresas, valga como ejemplo las tecnológicas.

De hecho, respecto de las obligaciones planteadas en el apartado 2, responden a derechos reconocidos a las personas consumidoras y usuarias que se corresponden con obligaciones de empresas y profesionales con independencia de su tamaño y número de trabajadores y por tanto deben tener

al mismo grado de cumplimiento para empresas grandes que pequeñas.

**TRIGESIMAOCTAVA. Al artículo 17, apartado 4. Requisitos.**

Desde un punto de vista de técnica legislativa, no entendemos oportuno que en este apartado se haga referencia al ámbito de aplicación de la Ley.

**TRIGESIMANOVENA. Al artículo 18, Apartado 1. Atención y resolución de quejas, reclamaciones e incidencias.**

La norma establece un mínimo de atención presencial para aquellas empresas prestadoras de servicios básicos de cinco horas durante cinco días a la semana.

Entendemos que el horario referido al servicio presencial es insuficiente, teniendo en cuenta el tipo de servicio que prestan este tipo de empresas. La gran diferencia entre la atención a distancia y la presencial puede generar discriminación entre aquellos consumidores andaluces que no puedan acceder a una atención “no presencial”, especialmente por internet.

Además, la norma no diferencia la atención telefónica de la atención por internet, por lo que se podría suponer que se da cumplimiento de la norma teniendo un servicio únicamente online de atención al cliente 24 horas y 365 días, generando una importante discriminación en aquellos andaluces que sufren de la brecha digital.

**CUADRAGÉSIMA. Artículo 18, apartado 2. Atención y resolución de quejas, reclamaciones e incidencias.**

La Ley plantea que, si las reclamaciones no se solucionan en un mes "satisfactoriamente", las empresas definidas en el artículo 17.1 y que se acojan a un sistema extrajudicial de resolución de conflictos tendrán que facilitar al cliente el acceso al mismo. ¿Pero qué ocurre con las empresas no sometidas a esos sistemas, que son además la gran mayoría?

Debería añadirse que las empresas no sometidas a esos sistemas, que no resuelvan satisfactoriamente las reclamaciones de los consumidores, deberán informar a los consumidores de los organismos a los que pueden acudir para defender sus derechos: administraciones competentes y asociaciones de consumidores.

Aquellas empresas que gestionen servicios básicos deberían acogerse de forma obligatoria a algún sistema extrajudicial de solución de conflictos.

**CUADRAGÉSIMAPRIMERA. Artículo 18, apartado 3. Atención y resolución de quejas, reclamaciones e incidencias.**

Sería oportuno que se indicara, que la persona consumidora y usuaria tiene derecho a que se le facilite la respuesta a la queja o reclamación por escrito o en cualquier otro soporte duradero.

**CUADRAGÉSIMASEGUNDA. Al Artículo 20, apartado 1. Atención personalizada.**

Respecto de las previsiones de este artículo entendemos que el derecho a una atención personal directa al cliente debe ser obligación de cualquier empresa y

no solo aquellas que cumplan con los requisitos establecido en el artículo 17.1.

Tal y como está redactado el Título III entendemos que todos sus preceptos sólo son exigibles respecto de las empresas definidas en el artículo 17.1, no compartiendo esta regulación restrictiva.

**CUADRAGÉSIMATERCERA. Al Artículo 20, apartado 2. Atención personalizada.**

El artículo, en su punto 2, hace referencia al derecho de ser atendido por un operador humano, si bien, se prevé la posibilidad de utilización de contestadores automáticos u otros servicios análogos (no excluye que puedan utilizarse como un servicio complementario). En este sentido, sería oportuno que el acceso a este derecho se hiciera constancia desde el primer momento en el que se comunica con el Servicio de Atención al Cliente, informando y facilitando el ejercicio del referido derecho.

**CUADRAGÉSIMACUARTA. Al artículo 21. Atención gratuita.**

Las empresas deberían contar con un teléfono de atención al cliente gratuito o, en su defecto, numeración móvil o fija con prefijo geográfico que no suponga un coste añadido para el usuario, además de una dirección de correo electrónico para la atención de consultas, solicitud de modificaciones contractuales y reclamaciones.

Ambos, por supuesto, tendrían que anunciarse de forma destacada en todas las acciones publicitarias, contratos, página web y facturas.

**CUADRAGÉSIMAQUINTA. Al artículo 23, apartado 1. Constancia de la Queja, reclamación o incidencia.**

Este Consejo propone que en el justificante de la queja deba estar reflejado el contenido completo de la reclamación.

**CUADRAGÉSIMASEXTA. Al artículo 23, apartado 2. Constancia de la Queja, reclamación o incidencia.**

Este apartado no se entiende y es farragoso ¿Cómo va a solicitar el consumidor los datos necesarios para la entrega al servicio de atención al cliente “Cuando éste no los facilite directamente?. Es por ello que entendemos que debería mejorarse la redacción aclarando el significado del artículo.

**CUADRAGESIMASEPTIMA. Al artículo 24. Cierre de incidencias.**

Sería oportuno que se aclarara que el cierre de incidencias estará determinado contractualmente.

**CUADRAGESIMOCTAVA. Al artículo 27. Prestación diferenciada de la actividad de atención al cliente.**

Además de lo establecido en este artículo consideramos que debe regularse la obligación de contar con un protocolo de atención al cliente para consultas y reclamaciones.

Este protocolo debe recoger procedimiento de confirmación e identificación de la consulta y/o reclamación presentada, identificación de la persona que atiende al consumidor y posibilidad de seguimiento de su atención y respuesta,

mediante procesos claros y transparentes, debidamente informados al consumidor.

En servicios básicos (luz, agua, gas) se debe establecer que la reclamación del consumidor frente a facturación incorrecta o excesiva paraliza el procedimiento de corte mientras se sustancia dicha reclamación y se ofrece respuesta.

A título de ejemplo, si el último recibo incluye llamadas o servicios no hechos y/o contratados y la compañía te dice que pagues y después reclames. Si el usuario recibe una factura con el cobro de una cantidad errónea o fraudulenta y presentará reclamación contra la misma, la compañía anulará de inmediato el cargo excesivo y refacturará de forma preventiva, hasta resolverse definitivamente la reclamación.

#### **CUADRAGESIMANOVENA. Al artículo 28. Plazo de resolución de quejas, reclamaciones e incidencias.**

El texto propuesto establece que las reclamaciones tendrán que resolverse en el plazo de un mes desde su presentación salvo que la normativa sectorial establezca otro diferente.

Este plazo resulta del todo excesivo teniendo en consideración varios elementos. Así, de una parte, Andalucía ha contado con una regulación de las Hojas de Quejas y Reclamaciones que contemplaba plazos de respuesta más breves a las reclamaciones presentadas por los consumidores (10 días). Igualmente, también existen sectores con plazos regulados inferiores al mes (sector eléctrico, 5 días) y además en actividades o servicios de interés general y de carácter esencial, establecer un mes para responder a incidencias resulta

del todo inaceptable y desproporcionado (suspensión o corte de servicios esenciales, altas o bajas no efectivas, denegación de acceso a los servicios solicitados, etc...). Igual consideración debe hacer si esta regulación se extiende a sectores como el asegurador y el bancario.

Hablar de plazos de respuesta de un mes en el siglo XXI, en la era tecnológica y de reducción de tiempos en la producción distribución y comercialización de bienes y servicios resulta del todo incomprensible, desproporcionado y no equitativo.

Todas las reclamaciones deberían contestarse por escrito, a través de correo electrónico, la zona privada del usuario en la web de la compañía o en, en su defecto, correo postal. De forma generalizada consideramos que el plazo de 10 días hábiles puede ser un plazo razonable y en el caso del sector de las telecomunicaciones y sector energético no debería superar los de 5 días hábiles.

**QUINCUAGÉSIMA. Al artículo 28, apartado 1. Plazo de resolución de quejas, reclamaciones e incidencias.**

Además de mejorar la redacción se debería referir que la respuesta a la incidencia que podemos entender que es válida, debe realizarse lo antes posible y de forma inmediata. Si lo anterior no es posible, entonces es cuando debe aplicarse el plazo de tres horas.

**QUINCUAGÉSIMAPRIMERA. Al artículo 28, apartado 2. Plazo de resolución de quejas, reclamaciones e incidencias.**

Desde este Consejo, entendemos que debe mejorarse la redacción ya que existen dificultades de comprensión del artículo.

### **QUINCUAGÉSIMASEGUNDA. Al artículo 29.**

Se indica que los datos estadísticos anuales obtenidos habrán de ser publicados en la página web de la empresa y estarán sujetos a la comprobación de la Administración de Consumo, pero no se indica cómo, sería oportuno que se concretara como se va a realizar si a través de informes de auditorías externas, internas, a través de las correspondientes inspecciones...

### **QUINCUAGÉSIMATERCERA Compensaciones económicas en caso de incumplimiento**

Se echa en falta en la norma un marco de compensaciones económicas en beneficio del consumidor para los supuestos de incumplimiento de la atención al cliente por parte de los empresarios o prestadores de servicios. Consideramos podría definirse un marco de compensaciones para los consumidores que:

- No reciban respuesta en plazo a su reclamación. El consumidor debería recibir una compensación económica por esperar más del plazo establecido en la norma para recibir una contestación o no recibirla. Esta medida podría contribuir a motivar su cumplimiento y a resarcir al consumidor de la falta del mismo.
- Si la empresa no dispone del teléfono gratuito, fax o correo-e. Independientemente de la sanción que debe sufrir la empresa, los

consumidores deberían tener derecho a una compensación económica si formulan una reclamación y no cuentan con alguna de esas vías.

#### **QUINCUAGÉSIMACUARTA. Compensaciones por otros incumplimientos**

Gestión de las bajas, altas u otras gestiones que impliquen de una forma directa el abastecimiento del suministro al domicilio en servicios de interés general como energía, telecomunicaciones o agua.

Si tras solicitar la baja de cualquier servicio o un cambio de las condiciones contractuales éstas no se llevarán a efecto en el plazo máximo de 24 horas -o superior si es el cliente quien lo solicita-, el usuario debería tener derecho a que no se le facture el servicio y a una compensación económica por cada día que continúe dado de alta o sin producirse la modificación contractual solicitada.

Cambio de empresa o alta en servicios sin el consentimiento del usuario. Si el cliente ha sido objeto de un cambio de compañía o un alta en servicios sin su consentimiento, tras la reclamación la empresa no sólo debería comunicarle cómo retornar a su operador de origen, sino anular las cantidades facturadas y compensar al cliente (por ej. 100€).

Compensaciones por cobros indebidos. Si el usuario reclama el cobro de un servicio no solicitado expresamente o una cantidad facturada de más por error, y la reclamación se resolviera a su favor, la compañía compensará con el abono del triple del importe facturado.

#### **QUINCUAGÉSIMAQUINTA. Al artículo 30 Sistemas de evaluación.**

La norma prevé la obligación de realizar un sistema de evaluación de calidad, que queda bajo el control de la propia empresa, reduciendo la capacidad de la administración a una simple elaboración de una guía orientativa.

Sin embargo, la norma no prevé las consecuencias que podría tener el incumplimiento del apartado 3 que obliga a la empresa a tener a disposición de la administración de consumo al menos al final del primer trimestre de cada año.

Además, tampoco queda claro el posible acceso que pudieran tener las organizaciones de consumidores a los referidos informes, a pesar de ser un servicio que les afecta de forma directa respecto a los intereses que protegen.

#### **QUINCUAGÉSIMASEXTA. Al artículo 32, apartado 1. Concepto y naturaleza.**

La norma cita como conceptos excluyentes entidad o persona mediadora, una u otra, sin embargo, del resto de la regulación parece desprenderse que son conceptos complementarios. Se propone una mejora de la redacción de este apartado.

#### **QUINCUAGÉSIMASEPTIMA. Al artículo 32, apartado 2. Concepto y naturaleza.**

La segunda parte de este apartado no se entiende muy bien; es evidente que cualquier administración pública y su actuación está sometida a las normas y principios establecidos en el ordenamiento jurídico, luego esto sobra, a no ser que ser lo que se quiera es precisar que su actuación queda sujeta a las

normas de derecho público administrativo, y no a la jurisdicción civil, por lo que esto debería aclararse.

**QUINCUAGÉSIMAOCTAVA. Al artículo 33, apartado 2 Principios informadores.**

La norma establece que el proceso de mediación podrá iniciarse a instancias de las partes en conflicto. No obstante, posteriormente el artículo 35 sobre Inicio del procedimiento recoge que el procedimiento se iniciará siempre mediante solicitud de la persona consumidora y usuaria. Debe por tanto modificarse el artículo 33 en el sentido establecido en el 35, dado que el procedimiento se iniciará a instancia de la persona consumidora exclusivamente.

Consideramos que en las disposiciones generales debería recogerse un artículo que definiera la estructura, composición u organización del servicio público de mediación de consumo y a qué administraciones quedaría adscrito, al objeto de aportar mayor claridad a la norma y la regulación que hace de este servicio. La estructuración del título IV no lo deja claro. Se aborda por ejemplo antes el procedimiento que los sujetos del sistema, las propias entidades mediadoras y personas mediadoras, y este orden de contenidos no ayuda a la comprensión óptima de la norma.

**QUINCUAGÉSIMANOVENA. Al artículo 33, apartado 5 Principios informadores.**

Se define la eficacia del procedimiento, y se indica “sin costes desproporcionados para las Administraciones Públicas, cuando éstas sean las que realicen la mediación”.

Dado que se está regulando el servicio público de mediación de consumo no se entiende el significado de lo establecido, al final del mismo, señala la condición *“cuando sean estas las que realicen la mediación”*.

En cualquier caso, debe quedar claro en la norma que la Administración dará cobertura al mismo al igual que hace con el sistema arbitral de consumo.

**SEXAGÉSIMA. Al artículo 33, apartado 7 Principios informadores.**

Nos complace la idea, pero desde luego ¿Cómo se controla que las partes no vayan a alegar en su beneficio en otros procedimientos propuestas formuladas dentro del procedimiento de mediación?.

Tenemos el caso por ejemplo de reclamantes que acuden dos juntas arbitrales distintas con el mismo problema, y a no ser que la empresa si se da cuenta alegue este hecho, ello es incontrolable.

**SEXAGESIMAPRIMERA. Al artículo 33, apartado 8 Principios informadores.**

Resulta confuso igualmente la previsión dispuesta cuando remite al artículo 60 respecto del coste del procedimiento y la práctica de pruebas solicitadas por las partes sobre todo porque en el procedimiento de mediación que se regula no hay ninguna previsión sobre práctica de pruebas, salvo las escuetas citas de los artículos 38.2 y 40.1.e) Por tanto, o se regula la solicitud y práctica de pruebas o debe eliminarse la referencia a ellas para no generar inseguridad jurídica.

**SEXAGESIMASEGUNDA. Al artículo 33, apartado 9 Principios informadores.**

Entendemos que deberá informarse en todo caso, es decir si la solución propuesta puede ser menos o más beneficiosa.

En lo que se refiere a la letra c) es preciso mejorar la redacción, ya que se repite el término asesores y asesorar. Proponemos la sustitución por “asiste”.

En la letra d) la palabra litigio se refiere a controversia judicial, y se supone que la mediación es previa; creemos que debe cambiarse la palabra litigio por otra como “controversia”.

Respecto a la letra d) proponemos una mejora de la redacción, ya que es poco técnica, siendo oportuno sustituir *“el valor jurídico de la solución aceptada”* por *“el efecto jurídico del acuerdo alcanzado entre las partes”*.

**SEXAGESIMATERCERA. Al artículo 34, apartado 1. Materias objeto de mediación de consumo.**

Los derechos reconocidos legal o contractualmente a los consumidores no deberían ser objeto de transacción, sino de cumplimiento puro y duro; esta redacción da la sensación de que los derechos reconocidos a los consumidores pueden ser re-negociados; creo que sería más correcta una redacción como “en las operaciones de consumo en que intervengan un consumidor y un comerciante” o similar.

Por otro lado, y en relación al requisito de que deben versar sobre materias de libre disposición de las partes conforme a derecho; conforme al art. 10 del TRLCU las normas básicas de derechos de los consumidores tienen carácter irrenunciable y se debería remarcar esta indisponibilidad de los derechos básicos de los consumidores.

**SEXAGESIMACUARTA. Al artículo 34, apartado 2. Materias objeto de mediación de consumo.**

No compartimos la exclusión recogida en la letra i) ni la j) ni la h) (nos reiteramos) por las razones ya expuestas respecto de la exclusión de estas materias del ámbito de aplicación de la norma que además no resulta justificado.

**SEXAGESIMAQUINTA. Al artículo 35, apartado 2. Inicio del procedimiento de mediación.**

El texto no establece obligatoriedad, entendemos que debería establecerla, porque si no, si una de las partes no quiere suspender, seguirá tramitándose el procedimiento judicial mientras se tramita la mediación, lo que puede suponer un abuso de derecho; uno de los objetos de la mediación es evitar el pleito, luego si las partes acuerdan someterse a mediación, el procedimiento judicial en curso debería suspenderse automáticamente.

**SEXAGESIMASEXTA Al artículo 36. Competencia territorial.**

Debe explicarse con mayor detenimiento el requisito de designación voluntaria por las partes en conflicto, esto es, la solicitud será presentada por la persona consumidora y ella será la que designe inicialmente a la entidad mediadora, por tanto, qué alcance tiene la expresión designación voluntaria por las partes?. ¿Debe existir aceptación expresa del reclamado o puede ser tácita, entendiendo que si acepta la mediación está aceptando la competencia territorial designada por la persona consumidora y usuaria?,

**SEXAGESIMASEPTIMA. Al artículo 36, punto 3. Competencia territorial.**

Sería oportuno aclarar quien establece los criterios de emisión ya que surge a duda si los marca la entidad mediadora o las propias personas que se someten a la mediación.

**SEXAGESIMOCTAVA. Al artículo 37, apartado 1. Admisión de la solicitud de mediación.**

Respecto a lo referido en la letra a), entendemos que debería equipararse la hoja de quejas y reclamaciones a la empresa o profesional reclamado a toda reclamación presentada directamente por la persona consumidora o asociación de consumidores y usuarios en su nombre y de la que quede constancia y pueda acreditarse.

La hoja oficial de quejas y reclamaciones debe ser una herramienta que facilite el ejercicio del derecho de la persona consumidora a interponer una reclamación, pero no un requisito para ello dado que nada impide que pueda presentar su reclamación utilizando otros formatos o medios. Acreditada la presentación de la reclamación por cualquier medio y no obtenida respuesta en plazo o siendo esta insatisfactoria debe admitirse la solicitud de mediación.

**SEXAGESIMANOVENA. Al artículo 37, apartado 1. Admisión de la solicitud de mediación.**

Sobre la calificación del litigio como frívolo, establecido en la letra c), supone incorporar un nivel muy alto de apreciación subjetiva sobre el litigio y por ello proponemos eliminarlo. Podría vulnerar derechos de las personas consumidoras y abrir la puerta a un trato discriminatorio en función de apreciaciones subjetivas de las personas al frente de las entidades mediadoras.

Respecto a las circunstancias definidas en la letra d) como causas de inadmisión, “que algún órgano jurisdiccional o administrativo estén examinando el mismo litigio”, entraría en contradicción con lo recogido en el artículo 35.2 y la mediación en el marco de un procedimiento arbitral sobre el que no ha recaído laudo aún, además de ser un aspecto incontrolable por lo que se propone su supresión.

En relación a lo indicado en la letra g), no compartimos el plazo de un año establecido en la norma, un plazo que entendemos breve cuando además es el reclamado quien suele alargar los procesos en perjuicio del consumidor y siendo además mucho más amplios los plazos de ejercicio de los derechos por parte del consumidor y de prescripción de sus acciones en defensa de aquellos.

En todo caso, la norma no clarifica desde que momento comienza a computarse este plazo o si se puede hacer alguna salvedad en los casos en los que se acrediten contactos entre las partes.

**SEPTUAGÉSIMA. Al artículo 37, apartado 2. Admisión de la solicitud de mediación.**

Respecto a la no admisión de la solicitud de mediación, resulta restrictivo y limitativo de derechos, además de generar indefensión de las personas consumidoras que contra la misma no quepa recurso alguno. Se propone su modificación, admitiendo recurso ante la referida resolución, ya que en caso contrario la persona consumidora queda en total indefensión ante un

posicionamiento contrario a la admisión que no es compartido.

**SEPTUAGESIMAPRIMERA. Al artículo 38, Apartado 1. Información y sesiones informativas.**

El requisito de asistencia personal a la sesión informativa resulta excesivo si ello determina el desistimiento de la mediación solicitada.

Puede suponer una carga excesiva para solicitante y reclamado y además se trata de un requisito que es opcional y que puede ser sustituido discrecionalmente por otro trámite informativo no presencial. De otra parte, no se establecen qué causas se entenderán como justificadas para evitar el desistimiento.

**SEPTUAGESIMASEGUNDA. Al artículo 38, Apartado 2. Información y sesiones informativas.**

Este apartado regula qué información inicial debe facilitarse a las partes atribuyendo la obligación de ofrecer dicha información a la persona mediadora o a la entidad mediadora. Al objeto de garantizar dicha información, delimitar el sujeto responsable, evitar inseguridad jurídica y garantizar los derechos de las partes, debe concretarse sobre quien recae dicha obligación, si sobre la persona mediadora o sobre la entidad mediadora.

Este apartado menciona como dato a informar el posible coste de la actividad probatoria, pero insistimos en que la práctica probatoria, su solicitud, admisión, y demás elementos, no han sido regulados en la norma.

**SEPTUAGESIMATERCERA. Al artículo 38, Apartado 3. Información y sesiones informativas.**

Sería oportuno que se aclarase y concretara el alcance de este apartado.

**SEPTUAGESIMACUARTA. Al artículo 39. Pluralidad de mediadores.**

En el supuesto en el que se precise designar a una o varias personas mediadoras de entre las inscritas en el Censo de Personas Mediadoras de Consumo de Andalucía, es oportuno que se mantenga el equilibrio entre los intereses afectados, asegurándose la no designación de un mayor número de número de mediadores de entre los propuestos por una organización empresarial.

**SEPTUAGESIMAQUINTA. Al artículo 40, Apartado 1. Sesión constitutiva.**

En lo que se refiere a la letra b), entendemos que debe quedar claro en el artículo que la solicitud de mediación, deberá ser aceptada por las dos partes no pudiéndose imponer una la persona mediadora.

**SEPTUAGESIMASEXTA Al artículo 40, Apartado 1. Sesión constitutiva.**

Sería conveniente que se concretara a que se refiere la norma al indicar “en otro caso”, entendemos que se refiere “en caso contrario”, es decir, que alguna del parte se niegue a formar el acta.

**SEPTUAGESIMASEPTIMA. Al artículo 41. Duración del procedimiento.**

Deben identificarse los sujetos que estarán presentes en la sesión constitutiva y si incluye a las personas mediadoras, así como quien levanta acta de dicha sesión.

Sobre los plazos queremos trasladar la siguiente reflexión para que sea valorada: si tenemos en consideración los plazos previamente establecidos en la norma para subsanación de la solicitud de admisión ( 10 días hábiles), admisión por la entidad de mediación (21 días naturales) y aceptación por el reclamado una vez admitida por la entidad de mediación ( 15 días naturales), el plazo para el programa de actuaciones y desarrollo del núcleo del procedimiento con la celebración de las sesiones correspondientes y su convocatoria previa para intentar que las partes lleguen a una solución del conflicto se queda reducido a la mitad de los tres meses previstos y pudiera resultar ajustado en determinados casos.

Por otro lado, entendemos que, para supuestos excepcionales, que pudieran estar tasados en la norma y adecuadamente justificados las partes puedan acordar la ampliación el plazo para el programa de actuaciones.

**SEPTUAGESIMOCTAVA. Al artículo 42, al apartado 2. Desarrollo de las actuaciones de mediación.**

Entendemos que las comunicaciones entre la persona mediadora y las personas en conflicto en todo caso deberán ser simultáneas.

**SEPTUAGESIMANOVENA. Al artículo 42, al apartado 4. Desarrollo de las actuaciones de mediación.**

Debe aclararse que la custodia del expediente será responsabilidad en exclusiva de la entidad en la que quede depositado.

**OCTOGÉSIMA. Al artículo 43, apartado 1. Terminación del procedimiento.**

Habría que especificar un poco más cuales serían estas otras causas de terminación, se deja un ámbito demasiado amplio de discrecionalidad al mediador, en todo caso que, si finaliza por decisión del mediador, la decisión deberá ser motivada, e incluso recurrible.

**OCTOGESIMAPRIMERA. Al artículo 43, apartado 2. Terminación del procedimiento.**

Se establece la posibilidad de nombrar a una nueva persona mediadora para la continuación de un procedimiento en el que la persona mediadora que lo inició renunció a continuar o las partes lo rechazaron.

Teniendo en cuenta los plazos en los que se mueve el procedimiento, y respecto a los cuales ya hemos hecho referencia, entendemos la oportunidad de suspender o ampliar el plazo de 3 meses previsto en este tipo de supuestos.

**OCTOGESIMASEGUNDA. Al artículo 44, apartado 5. El acuerdo de mediación.**

Sería conveniente completar el artículo con referencia a las causas previstas en el Código Civil.

**OCTOGESIMATERCERA Al artículo 44, apartado 6. El acuerdo de mediación.**

El litigio resuelto no tiene sentido llevarlo al arbitraje, precisamente porque ya se ha resuelto, en todo caso, sería posible que las partes acordaran que en caso de no resolver el conflicto a través del sistema de mediación o no cumplirse el acuerdo de mediación alcanzado, se comprometan a someterse a un arbitraje de consumo.

**OCTOGESIMACUARTA. Al artículo 45, apartado 2. Actuaciones desarrolladas por medios electrónicos.**

En la salvedad prevista al final de este apartado, habría que contemplar también el supuesto de que el empleo de los medios electrónicos resulte dificultoso para alguna de las partes.

**OCTOGESIMAQUINTA. Al artículo 46. Censo de empresas y profesionales adheridos al Sistema Andaluz de Mediación de Consumo.**

Aunque se desarrolle reglamentariamente, el Censo debe quedar claro que es único, gestionado por Consejería competente en materia de consumo, público y

de acceso por cualquier persona.

**OCTOGESIMASEXTA. Al artículo 47. Concepto de persona mediadora.**

A efectos de lo regulado en la norma, la persona mediadora lo es con independencia de que sea aceptada o no por las partes en un litigio concreto, siempre que cumpla los requisitos para figurar en el Censo de Personas Mediadoras de Consumo de Andalucía. Cuestión distinta es, que, para el desempeño de sus funciones en un procedimiento en concreto, deba ser aceptada por las partes del conflicto y deba cumplir con una serie de obligaciones de información y de conducta o procedimiento.

Por ello proponemos otra redacción al artículo 47.

**OCTOGESIMASEPTIMA. Al artículo 48, apartado 2. Censo de personas mediadoras de consumo en Andalucía.**

Se presume por la redacción del artículo que se regula un censo único en Andalucía, adscrito a un órgano directivo central de la Consejería competente en materia de consumo, aunque su gestión se encontrará descentralizada en las delegaciones provinciales. De ser correcta esta interpretación, solicitamos se diga expresamente ya que la redacción actual puede prestarse a confusión.

**OCTOGESIMAOCTAVA. Al artículo 48, apartado 4. Censo de personas mediadoras de consumo en Andalucía.**

Respecto a la concreción de quien puede llevar a cabo la inscripción de una persona mediadora en el Censo, en lo que se refiere a las asociaciones de

consumidores y usuarias de Andalucía, estas deben ser sólo aquellas más representativas que cumplan con los requisitos establecidos en la normativa reguladora del Registro Público de asociaciones de personas consumidoras y usuarias, en los términos recogidos para el sistema arbitral de consumo.

**OCTOGESIMANOVENA. Al artículo 50. Principios de Independencia e imparcialidad.**

A la luz de lo dispuesto en el apartado a) planteamos la duda de cómo se articularía el proceso de nombramiento de personas que reúnen las condiciones para ser mediadoras de consumo en el ámbito regional o de la Comunidad Autónoma Andaluza, las nombra la persona titular de qué Delegación Territorial o Provincial? o ¿de la Dirección General de Consumo?. Se precisa aclaración al respecto.

**NONAGESIMA. Al artículo 52. Garantías adicionales de imparcialidad exigibles a las personas mediadoras dependientes de organizaciones profesionales, empresariales o de personas consumidoras y usuarias.**

La existencia de un presupuesto independiente, específico y suficiente para el cumplimiento de sus funciones nos plantea la reflexión sobre ¿Quién retribuye al

mediador?, se debe entender que es la Administración al igual que los árbitros, de ahí que ella velará por la imparcialidad exigible, pues no será retribuida por el sector al que pertenezca.

Por ello, consideramos innecesario el requisito establecido en el mismo y que no se exige ni respecto de los árbitros del sistema arbitral de consumo. Se trata de un requisito irrelevante e ineficaz además de difícil cumplimiento. En todo caso la garantía de imparcialidad la daría el requisito de la letra b).

Realmente el apartado a) viene a interferir en la organización y estructuración interna que tengan las organizaciones que participan en el sistema, sin estar justificado, ya que el hecho de que exista un presupuesto independiente y específico para el cumplimiento de la función del mediador no viene a dotar de mayor grado de imparcialidad a la persona mediadora.

Además, existe una contradicción entre el artículo 52 y el artículo 53.

**NONAGESIMAPRIMERA. Al artículo 53. Personas mediadoras empleadas o retribuidas por la empresa reclamada.**

Como hemos señalado, existe una contradicción entre este artículo y el precedente.

**NONAGESIMASEGUNDA. Al artículo 54, apartado 1. Derechos y deberes de las personas mediadoras.**

Entre los derechos que se reconocen en el apartado 1, la letra d) establece el

de verificar que el litigio sea susceptible de mediación de consumo. Dado que la admisión de la solicitud de mediación se lleva a cabo por la entidad mediadora, regulándose en el artículo 37, debe clarificarse el alcance, forma y efectos de esta verificación y derechos de las partes.

**NONAGESIMATERCERA. Al artículo 54, apartado 1. Derechos y deberes de las personas mediadoras.**

El apartado f) de la norma establece el derecho de la persona mediadora a dirigir el procedimiento desde su designación hasta la finalización, sin que puedan ser revocadas.

Este aspecto podría entrar en contradicción en referencia al texto en su artículo 43, que sí prevé la finalización del procedimiento en el caso en que las partes lo rechacen.

En este sentido, sería oportuno aclarar esta situación, de forma que se indique hasta qué momento se puede rechazar a la persona mediadora, y por tanto empieza a funcionar el derecho establecido en el artículo 54.

**NONAGESIMACUARTA. Al artículo 54, apartado 2. Derechos y deberes de las personas mediadoras.**

Uno de los deberes es asistir a las actividades formativas específicas organizadas por la administración y la entidad mediadora, nos genera dudas respecto a la imposibilidad de dar cumplimiento en casos específicos o incluso el no poder asumir el coste económico que genere esta asistencia, y sobre la consecuencia que tendría el incumplimiento de este deber. Estas cuestiones

deben ser aclaradas.

**NONAGESIMAQUINTA. Al artículo 54, apartado 2. Derechos y deberes de las personas mediadoras.**

Sería conveniente aclarar la letra j) Si un mediador al uso ¿tiene que cumplir la normativa tributaria, contable, de la Seguridad Social, laboral, de la función pública?

**NONAGESIMASEXTA. Al artículo 57. Estatuto o reglamento de funcionamiento de las Entidades Mediadoras de Andalucía.**

Sería oportuno aclarar o concretar a que se refiere la letra b) “Tipo de litigios que resuelvan y causas de inadmisión a trámite de reclamaciones“, ¿se incluyen las solicitudes de mediación?

**NONAGESIMASEPTIMA. Al artículo 57. Estatuto o reglamento de funcionamiento de las Entidades Mediadoras de Andalucía.**

De la regulación de las Entidades Mediadoras que hace el texto, no queda clara su naturaleza ni composición ni funcionamiento. Esta resulta una cuestión fundamental del procedimiento de mediación regulado.

Consideramos que debe configurarse como un servicio o una unidad adscrita a una administración pública, de ámbito autonómico, provincial o local, compuesta por una presidencia designada por la administración a la que esté adscrita, una secretaría que facilite el soporte técnico y una comisión de dos personas mediadoras designadas por sectores empresariales, profesionales y de organizaciones de personas consumidoras y usuarias. Similar al sistema arbitral de consumo y similar al SERCLA, este último desempeña funciones mediadoras y arbitrales.

La función de medicación debe dar lugar al derecho a percibir una indemnización de la administración competente por su participación en el sistema público, una vez finalizado el ejercicio de sus funciones y en los términos y cuantías que se establezcan reglamentariamente.

Con la propuesta realizada resulta inaplicable la letra e), al carecer de sentido este aspecto.

#### **NONAGESIMOCTAVA. Al Artículo 62. Eficacia de los pactos previos.**

Es necesario aclarar el último inciso “Este consentimiento no será necesario cuando la empresa o profesional se encuentre obligada, por ley, o por su adhesión previa, a participar en dicho procedimiento”. Ya que puede generar dudas de interpretación, ya que no existe la posibilidad, a priori, de una obligación de carácter legal.

**NONAGESIMANOVENA. Al artículo 63, apartado 1. Garantías específicas de información en los procedimientos de mediación.**

Debería establecerse la imposibilidad de acudir tanto a vía judicial o arbitral mientras se esté tramitando el procedimiento de mediación.

**CENTÉSIMA. Al artículo 63, apartado 2. Garantías específicas de información en los procedimientos de mediación**

El sentido de la Mediación, por naturaleza o per se, es que las partes sean las que busquen una solución o acuerdo al conflicto, con asistencia del mediador, no que el mediador sea el que presente la solución, esto es otra cosa, no es mediación, se desnaturaliza el concepto).

En todo caso, al igual que se establece un mínimo, que nos parece bien, quizás habría que contemplar un máximo de tiempo para no dilatar en exceso el proceso, por falta de pronunciamiento sobre la solución propuesta.

**CENTESIMAPRIMERA. Al artículo 64, apartado 1 Obligaciones de información de las Entidades Mediadoras de Andalucía.**

Respecto a la letra j) es oportuno observar que aquí se habla de momentos para el abandono, en otros artículos de la posibilidad de abandonar el procedimiento en cualquier momento, por lo que sería importante aclarar este aspecto.

**CENTESIMASEGUNDA. Al artículo 64, apartado 1 Obligaciones de información de las Entidades Mediadoras de Andalucía.**

Respecto a la letra n) hace referencia a la actividad probatoria, insistiendo que falta en la norma una regulación mínima de la misma, aunque pueda darse un posterior desarrollo reglamentario al que se remita.

**CENTESIMATERCERA. Al artículo 64, apartado 1 Obligaciones de información de las Entidades Mediadoras de Andalucía.**

Respecto a la letra ñ) la norma debe definir quién es autoridad competente y qué papel y competencias tiene respecto de la contestación a la reclamación, su tramitación, resolución de la misma, así como a quien le corresponde y los efectos de posibles malas prácticas. La norma es ambigua y no concreta nada al respecto.

**CENTESIMACUARTA. Al artículo 64, apartado 2. Obligaciones de información de las Entidades Mediadoras de Andalucía.**

Se establece que las entidades acreditadas incluirán un enlace a “Consumo responde”.

En coherencia con lo que este Consejo ha indicado respecto al artículo 4, entendemos que el artículo de la norma debería referirse no al instrumento concreto de información (Consumo Responde) sino al sitio web de la Junta de Andalucía donde figure el listado de entidades mediadoras de Andalucía acreditadas.

**CENTESIMAQUINTA. Al artículo 66. Actualización de la información.**

De conformidad con lo dicho en el artículo 64, la norma debe definir “autoridad competente que corresponda” en base a algún criterio competencial y

funcional.

#### **CENTESIMASEXTA. Al artículo 67. Información anual de la actividad.**

Proponemos que, al objeto de seguir una metodología y sistemática de trabajo similar a otras entidades y organismo, la norma regule la obligación de elaboración de una memoria anual de actividad de la Entidad Medidora que deberá estar publicada en su sitio web dentro de los seis primeros meses del ejercicio siguiente.

El apartado 2, del artículo 67, debe señalar que la información, dentro del periodo de 6 meses del que dispone la entidad mediadora para su publicación, será puesta en conocimiento de la administración pública de la que dependa o esté adscrita.

#### **CENTESIMASEPTIMA. Al artículo 71. Inicio del procedimiento de acreditación.**

Se aprecia una contradicción entre lo recogido en el apartado 2, letra g), y la posibilidad de cobrar una tarifa a empresas y profesionales y el principio de gratuidad del artículo 60 de la norma.

Este aspecto, también podría poner en duda lo establecido en el artículo 50, dentro de los principios de independencia y parcialidad que refiere en su apartado b) ya que supondría una relación comercial, en este caso de la entidad mediadora y la empresa, que entendemos que podría vincular a las

personas mediadoras designadas por la entidad.

#### **CENTESIMOCTAVA. Al artículo 78. Modelos**

La redacción de este precepto da a entender que la utilización de los modelos es obligatoria y ello podría estar limitando la posibilidad de iniciar un procedimiento, encorsetando el contenido de la solicitud. En todo caso, lo que se puede regular es un contenido mínimo de la solicitud y modelos que faciliten su presentación al consumidor.

Incluso, la redacción actual podría entrar en contradicción con lo establecido en el RD 231/2008 en su artículo 34.4 ya que establece la función del modelo para *“facilitar al usuario”*.

#### **CENTESIMANOVENA. Al artículo 79, al apartado 1. Empresas adheridas.**

Uno de los elementos que entendemos que debería mejorarse es la información que recibe el consumidor respecto a aquellas empresas adheridas con las condiciones limitadas, debiéndose establecer la obligación a la empresa de informar de forma expresa de las limitaciones asumidas.

#### **CENTESIMADECIMA. Al artículo 79, al apartado 2. Empresas adheridas.**

Entendemos que la norma debería marcar el paso de una forma clara hacia un censo único en toda la Comunidad Autónoma.

Por otro lado, debe establecerse un plazo en el cual las empresas deben notificar cualquier modificación de sus datos contenidos en el censo.

### **CENTESIMADECIMAPRIMERA. Al artículo 81.- Las Secciones Sectoriales y Territoriales.**

Respecto de la sección de arbitraje turístico con sede en Málaga, la definición y regulación contenida en este artículo y en el artículo 86, genera confusión y puede resultar contradictoria con la diferenciación entre secciones sectoriales y secciones territoriales.

Parece deducirse, por la aplicación de ambas delimitaciones, que estaríamos ante una sección sectorial pero también territorial, esto es una sección cuyo ámbito territorial de actuación queda reducido a la provincia de Málaga y no incluye arbitrajes en materia turística de otras provincias andaluzas. Es necesaria una mejor definición de este arbitraje sectorial en función de la materia y que, independientemente de la sede, tratara arbitrajes turísticos de otras provincias; o bien propiciar una sección turística en cada una de las provincias andaluzas con unas determinadas características procedimentales por su especialidad y objetivos.

### **CENTESIMADECIMASEGUNDA. Al artículo 81. Apartado 2. Las Secciones Sectoriales y Territoriales.**

En lo que se refiere a otras secciones o delegaciones, es oportuno referir que la Ley 13/2005, de 11 de noviembre, de Medidas para la Vivienda Protegida y el Suelo recogió en su Disposición adicional quinta Juntas Arbitrales de Vivienda, precepto que no ha sido desarrollado. Sigue pendiente por tanto el

mandato que el legislador dio al Consejo de Gobierno para la creación de las Juntas Arbitrales de Vivienda como órganos especializados para la resolución de las controversias que surjan en el cumplimiento de los contratos de arrendamientos, así como en el cumplimiento de otros contratos en materia de vivienda que reglamentariamente se determinen.

Consideramos que estamos ante una oportunidad de que se haga efectivo dicho mandato, adscribiendo estas Juntas Arbitrales de Vivienda a la administración competente en materia de protección de las personas consumidoras y usuarias y, en su caso, con la colaboración de la Consejería competente en materia de vivienda.

**CENTESIMADECIMATERCERA. Al artículo 84, apartado 3. La Secretaría de la Junta Arbitral.**

Entendemos que las Secretarías propias para cada sección o delegación territorial o sectorial, deben reunir los mismos requisitos que la Secretaría de la Junta Arbitral o quien le sustituya.

**CENTESIMADECIMACUARTA. Al artículo 89.- Derechos de las personas que ejercen la función arbitral.**

Entre los derechos que se reconocen a las personas que ejerzan la función arbitral debe recogerse el de tener cubierta mediante seguro de responsabilidad civil sus funciones y cometidos arbitrales con cargo a póliza colectiva suscrita por la administración competente a la que se encuentre adscrita la Junta Arbitral de Consumo. El árbitro asume una gran responsabilidad en su trabajo y en la decisión adoptada mediante laudo, que

implica, no olvidemos, impartir justicia dentro de la jurisdicción voluntaria que significa el arbitraje. Esa responsabilidad debe estar garantizada, ante las posibles reclamaciones que por diversos motivos pudieran presentarse, por las partes intervinientes en el procedimiento.

#### **CENTESIMADECIMAQUINTA. Al artículo 90. Deberes de las personas que ejercen la función arbitral.**

Uno de los deberes es asistir a las actividades formativas específicas organizadas por la administración y la entidad mediadora, nos genera dudas respecto a la imposibilidad de dar cumplimiento en casos específicos este deber o incluso el no poder asumir algún coste económico que pudiera generar esta asistencia, sobre la consecuencia que tendría el incumplimiento de este deber.

Respecto a lo establecido en la letra j) es necesario aclarar si el árbitro tiene que cumplir la normativa tributaria, contable, de la SS, laboral, de la función pública.

#### **CENTESIMADECIMASEXTA. Al artículo 96, apartado 1. Inicio y desarrollo de la mediación.**

Debería reflexionarse sobre la oportunidad de indicar que no se llevará a cabo la mediación en el procedimiento arbitral cuando se haya realizado previamente una mediación a través del Servicio Público de mediación de consumo en Andalucía y así conste en el expediente.

#### **CENTESIMADECIMASEPTIMA. Al artículo 99, apartado 2. Definición y**

## **objetivos de la red andaluza de Prevención y Solución de Conflictos de Consumo.**

En la letra d) se establece como objetivo de la Red (de la que formaríamos parte las asociaciones de consumidores) los de generar una mayor confianza respecto al sector empresarial. En este sentido, creo que esa confianza la tiene que ganar el propio sector, sin que el resto de agentes tengamos asumir en la red este objetivo.

## **CENTESIMADECIMAOCTAVA: Al artículo 101. Oficinas de información a la persona consumidora.**

Es oportuno precisar si tienen carácter público o privado, de quien dependen y sus funciones.

## **CENTESIMADECIMANOVENA. Al artículo 107, apartado 1. Derechos y deberes de los integrantes de la Red Andaluza de Prevención y Solución de Conflictos de Consumo.**

Respecto del apartado 1, letra a), y dado que también se recoge como un requisito en el artículo 104, debe clarificarse si la exhibición del distintivo de pertenencia a la Red en establecimientos y documentación es un requisito o un derecho.

## **CENTESIMAVIGESIMA: A la Disposición Derogatoria única. Derogación normativa.**

La norma propuesta es compatible con la existencia de la Comisión Interadministrativa de Cooperación de Consumo regulada en el artículo 99 de la Ley 13/2003, de 17 de diciembre. No está justificada su derogación. Además, pese a que existe desarrollo reglamentario de este artículo, el DECRETO 57/2006, de 14 de marzo, por el que se crea la Comisión Interadministrativa de Cooperación de Consumo y se regula su composición y funciones, este no se deroga ni adapta expresamente. El Consejo Andaluz de Consumo no asumirá las funciones de esta Comisión y el artículo 12 tiene, como ya señalamos, un alcance muy limitado.

**CENTESIMAVIGESIMAPRIMERA. A la Disposición final tercera Desarrollo reglamentario.**

Se propone la creación de una Comisión de Desarrollo Reglamentario donde estén presentes todos los agentes y operadores en el ámbito del consumo.

Por lo anterior,

SOLICITAMOS Que, habiendo presentado este escrito, se digne admitirlo, y si así lo tiene a bien, proceder a incorporar las modificaciones resultantes de las alegaciones expuestas en el documento. Por ser todo ello de Justicia que se pide en lugar y fecha arriba indicados.

