



El movimiento consumerista en España

Asociaciones y arbitraje de consumo

■ LUIS JAVIER ALCALÁ FENÁNDEZ

Periodista

La sociedad de consumo en la que vivimos encuentra dos posiciones bien diferentes al respecto. La vertiente crítica considera que los ciudadanos dilapidan sus recursos y el hombre está alienado con la profusión de bienes de consumo que se le ofertan desde un mercado todopoderoso y abarcador. Sin embargo, existe también una posición positiva que considera que, por primera vez en la historia, y aunque no en todas las áreas del mundo, se dispone de productos y servicios para todas las clases sociales, permitiendo a amplias capas de la población acceder a todo tipo de bienes y servicios con la consiguiente mejora de la calidad de vida.

Sea como fuere, lo que está claro es que, a lo largo del día, realizamos infinidad de actos que tienen que ver con el consumo y que, a veces, por evidentes que son pasan desapercibidos ante nuestros propios ojos.

La cultura de consumo ha empezado a estabilizarse en la sociedad española en los últimos años. Desde la Administración, el Instituto Nacional de Consumo, creado en 1977 y dependiente del Ministerio de Sanidad y Consumo, es el encar-

gado de ejercer las funciones de promoción y fomento de los derechos de los consumidores y usuarios.

Respecto a los mecanismos legales, la Constitución Española a través de su artículo 51.1 establece que "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", con lo que el movimiento consumerista recibe el respaldo jurídico. Posteriormente, la Ley para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU), aprobada el 19 de julio de 1984, desarrolla ampliamente la norma general en materia de consumo.

Paralelamente, el movimiento social de los consumidores se fue desarrollando de manera importante con la proliferación, en las dos últimas décadas, de más de una decena de asociaciones de consumidores, que cuentan en la actualidad con cerca de tres millones de socios.

RECLAMACIONES

La preocupación de estas organizaciones por velar por los intereses de los usuarios da lugar al incremento de la

cultura de consumo entre los ciudadanos y, al mismo tiempo, al aumento significativo de las reclamaciones en los diferentes sectores económicos. En tan solo cuatro años, el número de quejas crece en más de 250.000 y son, principalmente, personas de más de 40 años, -65% hombres, 35% mujeres-, con estudios medios y un nivel económico bajo, los más activos a la hora de expresar sus quejas frente a los más diversos sectores económicos.

Así, en el año 2001, las asociaciones de consumidores de ámbito nacional recibieron cerca de 900.000 consultas y reclamaciones, con una media de 2.286 quejas diarias atendidas de forma personal, por correo, teléfono o internet. No obstante, comparando estos datos con los alcanzados en 2000 se verifica que la demanda de servicios de asesoramiento y denuncias por parte de los consumidores ha decrecido en un 7,25%.

Los sectores que más consultas y reclamaciones generan son la vivienda (17%), los servicios financieros (9,3%) y telefonía e internet (7,1%) según datos del Instituto Nacional de Consumo correspondientes a 2001.



El movimiento consumerista en España

CUADRO Nº 1

CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (CCU)

- EL CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS, CONSTITUIDO EL 13 DE NOVIEMBRE DE 1991, ESTÁ INTEGRADO POR LOS REPRESENTANTES DE 11 ASOCIACIONES O CONFEDERACIONES DE CONSUMIDORES, INCLUIDAS LAS COOPERATIVAS DE CONSUMO, Y POR 17 REPRESENTANTES DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES DE LAS DISTINTAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS.
- TIENE MÁS DE 100.000 ASOCIADOS COTIZANTES EN EL TERRITORIO NACIONAL Y ASESORA A LOS CONSUMIDORES EN SUS CERCA DE 200 LOCALES.
- PARTICIPA COMO ÓRGANO DE REPRESENTACIÓN, A TRAVÉS DE COMISIONES ESPECIALIZADAS, EN MÁS DE 30 ORGANISMOS ENTRE LOS QUE SE ENCUENTRA EL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO, LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES, LA AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS Y EL CONSEJO ASESOR DE MEDIO AMBIENTE.
- EL CCU EMITE ESTUDIOS Y PROPUESTAS SOBRE AQUELLOS TEMAS QUE ESTIMA QUE SON DE INTERÉS GENERAL PARA LA DEFENSA Y PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS COMO EL TABACO, LA VIVIENDA, TELEFONÍA O LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN.

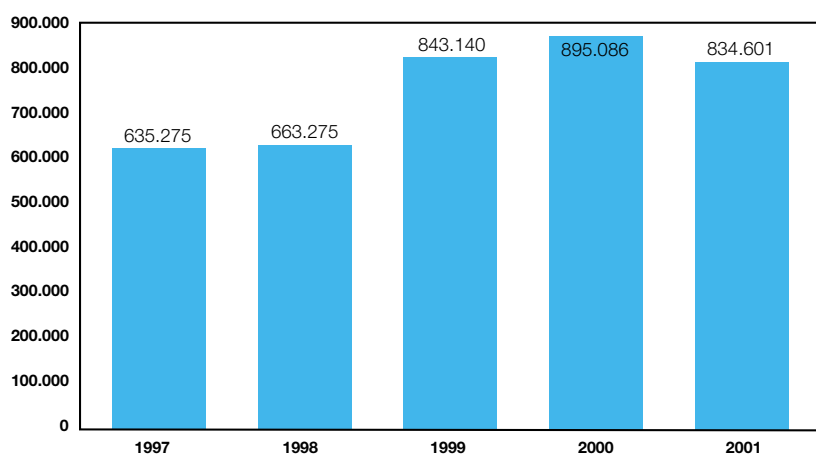
CUADRO Nº 2

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

- DERECHO A LA PROTECCIÓN DE SU SALUD Y SEGURIDAD.
- DERECHO A LA PROTECCIÓN DE SUS INTERESES ECONÓMICOS Y SOCIALES.
- DERECHO A UNA INFORMACIÓN CORRECTA.
- DERECHO A LA EDUCACIÓN Y FORMACIÓN.
- DERECHO A LA REPRESENTACIÓN, CONSULTA Y PARTICIPACIÓN.
- DERECHO A LA PROTECCIÓN JURÍDICA, ADMINISTRATIVA Y TÉCNICA EN SITUACIONES DE INFERIORIDAD, SUBORDINACIÓN O INDEFENSIÓN.
- DERECHO A LA INDEMNIZACIÓN O REPARACIÓN DE DAÑOS Y PERJUICIOS SUFRIDOS.

GRÁFICO Nº 1

EVOLUCIÓN DE LAS CONSULTAS Y RECLAMACIONES 1997-2001



El sector de la vivienda es el que registra una mayor actividad con 142.362 quejas y consultas recibidas, de las que un 10,95% corresponden a vivienda en propiedad y un 6,11% al régimen de arrendamiento. Los principales motivos de preocupación de los españoles respecto a éste área están vinculados, principalmente, a deficiencias de edificación, retrasos en la entrega y a condiciones de venta y precios.

El segundo sector en número de reclamaciones es el de los servicios financieros, que reúne cerca de 80.000 quejas. Se observa así, durante los últimos años, una paulatina desaceleración en este sector, ya que en 1998 la cifra de reclamaciones superaba las 100.000. El interés creciente de algunas organizaciones, especializadas en bancos y cajas, por velar por los intereses de los usuarios ha llevado a una mejor información y asesoramiento y, con ello, al descenso de denuncias.

La generalización de los servicios de telefonía e internet se deja notar entre los españoles, pues si bien a principios de los años noventa apenas llegaban a las 9.000 las quejas, en nuestros días se contabilizan cerca 60.000, referidas, sobre todo, a facturaciones indebidas o excesivas.

Hay otros sectores cuyo porcentaje de quejas es también elevado y que evidencian cuáles son las principales reclamaciones de los consumidores como es el caso de las compañías de seguros (3,7%), el gas (3,09%), la reparación en el hogar (3,08%) y la reparación de automóviles (2,65%).

Un fenómeno meramente coyuntural es el de la enseñanza, especialmente la no reglada, que si bien tradicionalmente no ha sido motivo de quejas por parte de los españoles, el pasado año acaparó multitud de reclamaciones debido a las crisis de las academias de inglés y que, a buen seguro, elevarán el conjunto total de consultas y quejas. Buena prueba es que si en el año 2001 se contabilizaban 2.885, el pasado ejercicio ha sido uno de los sectores más problemáticos co-

El movimiento consumerista en España

GRÁFICO Nº 2

EL DISTINTIVO DEL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO

ESTE DISTINTIVO SUPONE UNA ETIQUETA DE CALIDAD Y SU EXHIBICIÓN EN UN ESTABLECIMIENTO DA IMAGEN DE SERIEDAD Y CREDIBILIDAD, LO QUE REDUNDA EN UNA MAYOR CONFIANZA EN LA CALIDAD DE SUS SERVICIOS O PRODUCTOS DE CARA AL CONSUMIDOR, QUE LO CONSIDERA UNA GARANTÍA.



mo muestran los datos de la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) que tan sólo en el pasado año recibió 13.751 reclamaciones a las que habrá que sumar las del resto de organizaciones que forman parte del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU).

En conjunto, la mayoría de las denuncias y consultas producidas se basan en irregularidades o incumplimientos en la prestación de servicios o de fabricación (28,4%). Las anomalías relacionadas con los precios o la facturación ocasionan el 18,9% y un 10% están motivadas por el incumplimiento de las condiciones de venta o por la existencia de cláusulas abusivas. Finalmente el 8,6% se deben a la existencia de cláusulas abusivas y el resto, 25,8%, a múltiples causas difíciles de tabular por su dispersión.

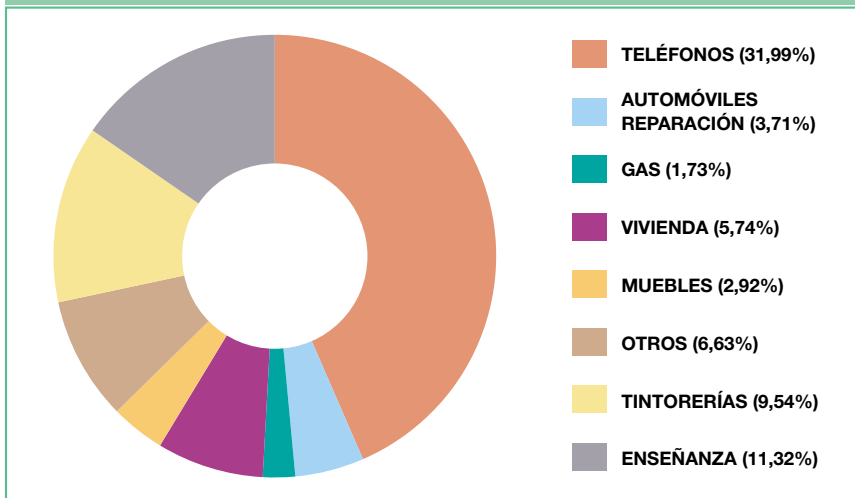
ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Las asociaciones de consumidores realizan un importante papel como defensores y protectores de los intereses económicos de los consumidores promocionan-

GRÁFICO Nº 3

SOLICITUDES DE ARBITRAJE POR SECTORES

AÑO 2001 (TOTAL: 34.183)



do, desarrollando y reivindicando los derechos de éstos. Son además el cauce para resolver las reclamaciones de sus asociados, tramitando sus denuncias y mediando entre éstos y empresas para solucionar toda clase de conflictos.

La labor de información y formación de los consumidores la realizan mediante la elaboración de publicaciones, organización de cursos, conferencias, talleres de trabajo o seminarios sobre diferentes materias como la seguridad alimentaria, vivienda, comercio electrónico, etc.

Otra de sus actividades es la de llegar a acuerdos con los diferentes sectores empresariales en temas relativos a la determinación de códigos de conducta, condiciones generales de la contratación, combatir la publicidad engañosa, promover el consumo sostenible o realizar análisis comparativos.

CÓMO RECLAMAR

Cláusulas abusivas en los contratos, productos defectuosos, intoxicaciones alimentarias, problemas con las agencias de viajes o dificultades para darse de baja en una compañía de teléfonos son sólo alguno de los ejemplos que, a diario, son gestionados por las organizaciones de consumidores y las OMIC (Oficinas Municipales de Información al

Consumidor). Estos casos suponen una vulneración de los derechos como consumidor por lo que el usuario puede y debe reclamar.

Lo primero de todo es la negociación personal, es decir, plantear la queja en el establecimiento que una persona considere que ha vulnerado sus derechos. En algunas ocasiones, se puede resolver el conflicto por las buenas quedando satisfechas ambas partes. En caso de que no sea así, debemos solicitar las hojas de reclamaciones. Constan de tres copias: una para la administración, otra para la parte reclamada y la tercera para el demandante. Debemos rellenar en estas la exposición de la queja y nuestros datos personales incluyendo siempre que sea posible algún tipo de prueba o documento que apoye nuestra denuncia. Una vez que las hayamos enviado debemos esperar a que el ayuntamiento tramite la queja, primero con un mediador y, luego, a través del sistema arbitral de consumo.

ARBITRAJE DE CONSUMO

Es un sistema relativamente novedoso para la resolución de conflictos entre los consumidores y los empresarios o comerciantes. Su desarrollo comienza en el año 1986 como una "experiencia piloto", pero no será hasta el 3 de mayo de

CUADRO Nº 3

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES DE ÁMBITO NACIONAL

ASOCIACIÓN DE IMPOSITORES DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS DE ESPAÑA (ADICAE)

- **OBJETO SOCIAL:** DEFENDER LOS INTERESES DE LOS CONSUMIDORES EN SU RELACIÓN CON LOS BANCOS, CAJAS DE AHORROS, SEGUROS Y DEMÁS ENTIDADES FINANCIERAS. EDUCAR Y DIVULGAR LA CULTURA FINANCIERA MEDIANTE SEMINARIOS, CONFERENCIAS, CURSOS, REVISTAS Y PUBLICACIONES. DEFENDER Y ASESORAR A LOS USUARIOS.
- **Nº SEDES:** 47
- **SOCIOS:** 12.181
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1990
C/GAVIN, 12 - LOCAL. 50001 ZARAGOZA
TELF.: 976 390 060. FAX: 976 390 199
www.adicae.net
aicar.adicae@adicae.net

**ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)**

- **OBJETO SOCIAL:** DEFENDER LOS INTERESES DE LOS CIUDADANOS FRENTE A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, ATENDIENDO A LA VERACIDAD, RESPETO A LOS VALORES DEMOCRÁTICOS, NO DISCRIMINACIÓN, DERECHO A LA INTIMIDAD, ETC.
- **Nº SEDES:** 5
- **SOCIOS:** 8.533
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1995
C/ CAVANILLES, 29 - 6º B. 28007 MADRID
TELF.: 915 016 773. FAX: 915 020 701
www.auc.es
auc@auc.es

ASOCIACION DE USUARIOS DE SERVICIOS BANCARIOS (AUSBANC)

- **OBJETO SOCIAL:** DEFENSA DE LOS INTERESES DE LOS CONSUMIDORES. INFORMAR Y ASESORAR A LOS USUARIOS EN TEMAS RELACIONADOS CON ENTIDADES FINANCIERAS Y ELABORACIÓN DE PUBLICACIONES CON ESTE CONTENIDO.
- **Nº SEDES:** 1
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1986
C/ MARQUÉS DE URQUIJO, 44 - 1º.
28008 MADRID
TELF.: 915 416 161. FAX: 915 417 944
www.ausbanc.es
ausbanc@ausbanc.com

ASOCIACIÓN GENERAL DE CONSUMIDORES (ASGECO)

- **OBJETO SOCIAL:** FOMENTO DEL COOPERATIVISMO Y PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. DEFENDER LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES MEDIANTE SUS DEPARTAMENTOS DE ASESORÍA JURÍDICA, ECONÓMICA, CONTABLE Y DE FORMACIÓN. ELABORACIÓN DE CURSOS Y SEMINARIOS.
- **Nº SEDES:** 274
- **SOCIOS:** 333.080
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1978
PLAZA NAVAFRÍA, 3 . B. 28027 MADRID
TELF.: 914 053 611. FAX: 914 053 997
www.asgeco.org
asgeco@asgeco.org

CONFEDERACIÓN DE CONSUMIDORES Y VECINOS (CAVE)

- **OBJETO SOCIAL:** REPRESENTAR Y DEFENDER A LOS CONSUMIDORES TANTO EN ESPAÑA COMO EN FOROS INTERNACIONALES. INFORMAR Y EDUCAR AL CONSUMIDOR. FOMENTAR LA UTILIZACIÓN RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES.
- **Nº SEDES:** 15 CONFEDERACIONES AUTONÓMICAS, 123 FEDERACIONES Y 3.058 ASOCIACIONES DE VECINOS
- **SOCIOS:** 1.117.689
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1995
CTRA. DE CANILLEJAS - VICÁLVARO, 82 - 4º.
28022 MADRID
TELF.: 913 240 267. FAX: 913 240 050
www.eurosur.org/CAVE
cave@asociacionesdevecinos.org

CONFEDERACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (CECU)

- **OBJETO SOCIAL:** DEFENSA DE LOS INTERESES DE LOS USUARIOS, CONCRETADA EN ACTUACIONES DE FORMACIÓN, INFORMACIÓN, DEFENSA JURÍDICA Y PRESIÓN ANTE LOS SECTORES EMPRESARIALES Y/O LA ADMINISTRACIÓN.
- **Nº SEDES:** 151
- **SOCIOS:** 390.000
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1983
C/ CAVA BAJA, 30 - ESCALERA SECUNDARIA.
28005 MADRID
TELF.: 913 640 276 - 913 640 522. FAX: 913 669 000
www.cecu.es
cecu@cecu.es

El movimiento consumerista en España

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA ORGAN. AMAS-CASA. CONSUMIDORES Y USUARIOS (CEACCU)

- **OBJETO SOCIAL:** INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y DE LA MUJER AMA DE CASA DESDE DIVERSOS FRENTES. DISPONE DE GABINETE JURÍDICO Y FINANCIERO.
- **Nº SEDES:** 1.121
- **SOCIOS:** 418.308
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1968
C/ SAN BERNARDO, 97-99 - 2º F . EDIFICIO COLOMINA. 28015 MADRID
TELF.: 915 945 089. FAX: 915 945 124
www.ceaccu.org
ceaccu@ceaccu.org

**ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (OCU)**

- **OBJETO SOCIAL:** EDUCAR, INFORMAR, ORIENTAR, DEFENDER Y REPRESENTAR A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS. REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- **Nº SEDES:** 1
- **SOCIOS:** 210.614
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1975
C/ ALBARRACÍN, 21. 28037 MADRID
TELF.: 913 000 045. FAX: 917 543 870
www.ocu.org
asesoria@ocu.org

FEDERACIÓN DE USUARIOS Y CONSUMIDORES INDEPENDIENTES (FUCI)

- **OBJETO SOCIAL:** DIVULGAR, FOMENTAR, EXIGIR Y REIVINDICAR LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES. PROMOCIONAR LA SALUD, LA SEGURIDAD Y CALIDAD DE VIDA. COMBATIR LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA Y FOMENTAR EL CONSUMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE.
- **Nº SEDES:** 58
- **SOCIOS:** 175.000
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1986
C/ JOAQUÍN COSTA, 61 -
ENTREPLANTA DCHA. 28002 MADRID
TELF.: 915 640 118. FAX: 915 628 355
www.e-fuci.org
fuciest@hotmail.com

**UNIÓN DE CONSUMIDORES DE ESPAÑA (UCE)**

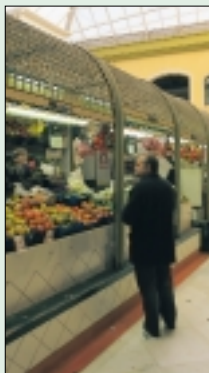
- **OBJETO SOCIAL:** REPRESENTAR, RECOGER Y SERVIR DE CAUCE DE LAS REIVINDICACIONES DE LOS USUARIOS PARA UNA MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS.
- **Nº SEDES:** 57
- **SOCIOS:** 228.740
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1984
C/ PILAR DE ZARAGOZA, 21. BAJO. 28028 MADRID
TELF.: 917 130 872 - 917 131 057. FAX: 917 131 285
uce@uce.org

FEDERACION UNIÓN CÍVICA NAC. CONSUMIDORES Y AMAS-H. DE ESPAÑA (UNAE)

- **OBJETO SOCIAL:** DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES DE BIENES Y DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS, CON ESPECIAL REFERENCIA AL CONSUMO FAMILIAR Y A LA FIGURA DEL AMA DE CASA COMO ADMINISTRADORA DE LA ECONOMÍA DOMÉSTICA.
- **Nº SEDES:** 138
- **SOCIOS:** 180.000
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1985
C/ VILLANUEVA, 8. 3º. 28001 MADRID
TELF.: 915 757 219. FAX: 915 751 309
unae@wanadoo.es

**CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOO)**

- **OBJETO SOCIAL:** REPRESENTAR Y DEFENDER LOS INTERESES DE LAS COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y SUS SOCIOS, COMPROMETIÉNDOSE CON LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES, LA EFICACIA EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE.
- **Nº SEDES:** 2
- **SOCIOS:** 939.853
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 1990
C/ VÍA LAIETANA, 59 - 3º 1º. 08003 BARCELONA
TELF.: 915 930 935. FAX: 915 931 814
www.hispacoop.es
hispacoop@hispacoop.es

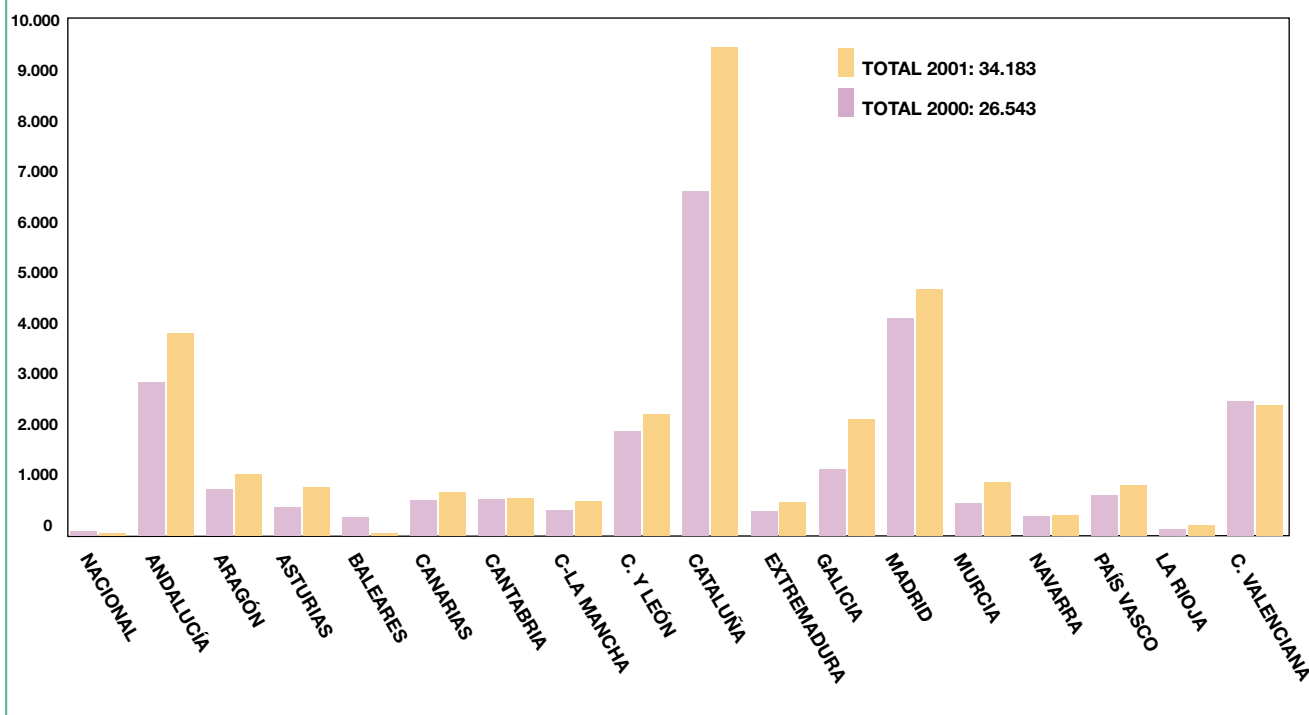
**UNIÓN DE CONSUMIDORES EUROPEOS. EUROCONSUMO**

- **OBJETO SOCIAL:** SE TRATA DE LA ORGANIZACIÓN MÁS JOVEN Y ENGLOBAL A MUJERES PARA LA DEMOCRACIA Y A LA ASOCIACIÓN DE FAMILIAS Y MUJERES DEL MEDIO RURAL (AFAMMER). TIENE UNA DECIDIDA VOLUNTAD DE APOYO EN LA POLÍTICA EUROPEA DE CONSUMO, EL INTERÉS POR EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA ATENCIÓN A LAS PERSONAS DISCAPACITADAS Y MAYORES.
- **Nº SEDES:** 1
- **AÑO DE FUNDACIÓN:** 2002
C/ FUENTE DEL BERRO, 12. 28009 MADRID

El movimiento consumerista en España

GRÁFICO Nº 4

SOLICITUDES DE ARBITRAJE



1993, cuando sea aprobado el Real Decreto que lo regula. El arbitraje es un procedimiento extrajudicial voluntario, en el que se encomienda a un colegio arbitral la resolución de una controversia, y cuya resolución (llamada laudo) tiene la misma eficacia que una sentencia judicial. Se caracteriza por su rapidez, voluntariedad, gratuidad (salvo si es necesario realizar un peritaje) y eficacia, al permitir a las dos partes resolver las controversias sin gastos y sin necesidad de recurrir a los tribunales.

Para solicitarlo podemos acudir a una asociación de consumidores o a una OMIC, donde tras presentar el motivo de nuestra queja se le enviará una notificación al reclamado. Éste puede adherirse al sistema arbitral, de forma general, por un periodo de tiempo determinado o para la resolución de un caso concreto. Una vez que la empresa reclamada haya recibido notificación alguna, ambas partes deberán presentarse ante un colegio arbitral donde presentarán sus argumentos, ver-

balmente o por escrito, y sus pruebas. Finalmente, el Colegio Arbitral emitirá un laudo o resolución de obligado cumplimiento con lo que concluye el proceso, que suele durar un máximo de cuatro meses (en 2001, el 96% de las reclamaciones se resolvieron en menos de 90 días).

En la actualidad existen más de 72.500 empresas adheridas al sistema de arbitraje, lo que supone un incremento de un 55% desde 1998. Pero más significativo aún es la demanda de los consumidores para solicitar en sus reclamaciones la vía del arbitraje. De las cerca de 12.500 solicitudes presentadas en 1997, se llega a más de 34.000 en 2001. Sin embargo, a pesar de este incremento, la cuantía media de las reclamaciones recibidas de las diversas Juntas Arbitrales ha descendido en los últimos años hasta situarse en los 523 euros cuando en 1998 superaba los 600.

Por Comunidades Autónomas, Cataluña, Madrid y Andalucía son las que más solicitudes presentaron, mientras que La

Rioja y Navarra son las más pasivas, aunque con un denominador común, al ser la telefonía, enseñanza y tintorerías los sectores más reclamados.

Asimismo, merece la pena destacar el balance de eficacia y cumplimiento de los laudos emitidos en 2001. De las 11.237 resoluciones, fueron cumplidas voluntariamente 10.882 y, tan sólo, para el resto (3,16%) hubo de solicitarse ejecución forzosa. Respecto al total de laudos emitidos, la pretensión del consumidor fue desestimada en sólo uno de cada tres casos.

En definitiva, el importante número de empresas adheridas al arbitraje de consumo y el constante incremento de consumidores que recurren a él, demuestra la importancia de un sistema, en el que ambas partes depositan su confianza, y que representa la mejor alternativa para resolver conflictos evitando los tribunales ordinarios de justicia. ■

LUIS JAVIER ALCALÁ FENÁNDEZ
Periodista