



G. P. PODEMOS PERÚ

"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Sumilla: Atención personal en el uso de herramientas virtuales o asistentes digitales

El Congresista de la República **JOSÉ LUNA GÁLVEZ**, integrante del **Grupo Parlamentario Podemos Perú**, en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú, y de conformidad con lo establecido en los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso, presenta la siguiente iniciativa legislativa;

El Congreso de la República;

Ha dado la Ley siguiente:

**LEY QUE RECONOCE EL DERECHO AL CONSUMIDOR A UNA ATENCIÓN
PERSONALIZADA CUANDO SE EMPLEAN HERRAMIENTAS VIRTUALES O
ASISTENTES DIGITALES**

Artículo 1.- Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto garantizar la oportuna y adecuada atención personal en el servicio de información del producto o servicio, o ante la presentación de reclamos o quejas, a través de herramientas virtuales o asistentes digitales.

Artículo 2.- Incorporación del literal L, al artículo 1) de la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor

Incorporase el literal L, al artículo 1) de la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor en los términos siguientes:

Artículo 1º.- Derechos de los consumidores

1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

[...]

L) Derecho a ser atendido en forma personal por el proveedor, a través de su representante, ante la solicitud de información del producto o servicio, o ante la presentación de reclamos o quejas. La utilización de herramientas virtuales o asistentes digitales en los canales de comunicación que pueda implementar el

proveedor siempre deberá tener la opción de comunicarse con un asistente personal no digital.

Lima, enero del 2022

JOSÉ LUNA GÁLVEZ
Congresista de la República



Firmado digitalmente por:
LUNA GALVEZ Jose Leon FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/01/2022 17:55:10-0500



Firmado digitalmente por:
LUNA GALVEZ Jose Leon FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/01/2022 17:55:01-0500



Firmado digitalmente por:
CALLE LOBATON Digna FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 27/01/2022 11:46:05-0500



Firmado digitalmente por:
WONG PUJADA Enrique FIR
10821936 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 31/01/2022 11:26:01-0500

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1) Antecedentes Legislativos

No se cuenta con antecedentes legislativos.

2) Problema que se pretende resolver

La medida busca:

- 1) Mejorar el sistema de atención en la información del producto o servicio y/o atención de reclamos o quejas que se realiza a través asistentes virtuales (Callbot y Chatbot), permitiendo siempre que exista la posibilidad de ser atendido por una persona, en caso sea necesario o sea requerido.

3) Fundamentos

Desde la publicación de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor¹, han transcurrido más de 11 años, en donde los canales de atención, -naturalmente- han evolucionado adecuándose a las nuevas tecnologías y tendencias de los usuarios y consumidores.

Un avance de los proveedores en la gestión de servicios y atención de reclamos ha sido la incorporación de los denominados "ChatBot" y "CallBots" que no es otra cosa que inteligencia artificial y "*programas de computadora que simulan una conversación humana a través de comandos de voz, de texto o ambos*".²

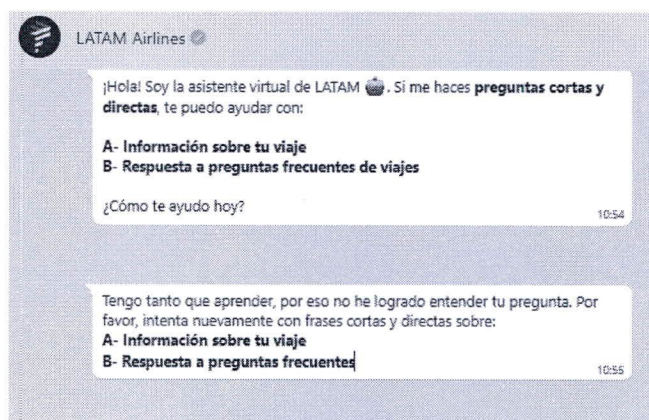
Esta tecnología se remonta a los años 1960 y si bien son de gran ayuda para descongestionar los canales de atención presencial, y reducir costos a las empresas proveedoras de bienes y servicios, es cierto también que muchos de ellos, no cumplen con su finalidad por ser "muy básicos", y no cuentan con opción de ser redireccionado a una atención efectuada por una persona que pueda satisfacer los requerimientos de los consumidores y usuarios.

¹ 2 de septiembre de 2010

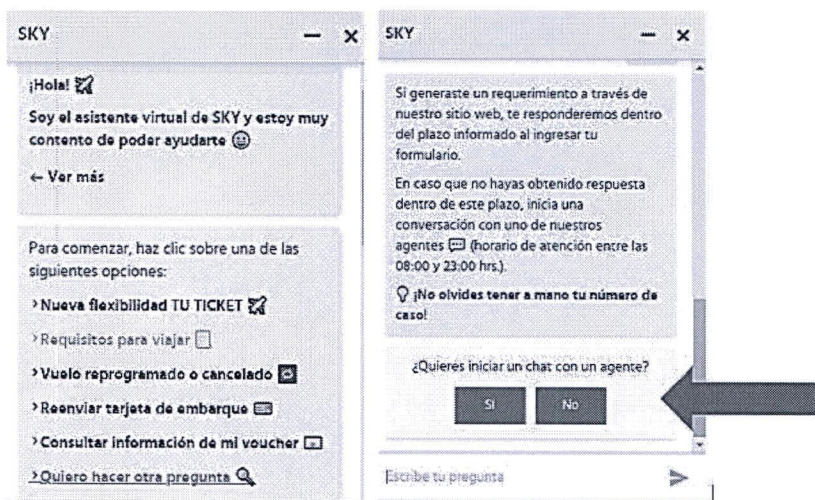
² <https://www.chatcompose.com/historia.html>

Así, podríamos, a modo de ejemplo, poner el caso de 2 aerolíneas que prestan servicio de vuelos nacionales en Perú, en la que, si bien ambas usan el servicio de atención al cliente mediante plataformas virtuales, solo una de ellas, tiene la opción para direccionar la atención con una persona (humana), lo que la hace realmente eficiente, a diferencia de la otra.

En el primer caso, podemos observar que el menú de opciones es muy reducido y no permite el contacto personal con un agente, lo que en la práctica no cumple con el objeto del mismo, el cual es satisfacer los requerimientos de atención de los consumidores, claro está en caso de que este lo requiera.



En el segundo caso, luego de mostrarse el menú predictivo del asistente virtual, se da la opción de continuar la atención mediante un agente (personal), lo que, sin duda, garantiza que la atención al consumidor, por dicho canal, sea realmente efectiva.



Si bien, el modelo de negocio de cada proveedor y las políticas de atención a sus clientes dependerá de cada uno de ellos, el Estado debe garantizar que los canales de atención que se pongan a disposición de los consumidores y usuarios sean realmente efectivos, de lo contrario, solo sirven para reducir costos en la contratación de otros mecanismos de atención, dando la falsa sensación de brindar mayores alternativas de atención para comodidad del consumidor, cuando en realidad estas no son efectivas o idóneas.

Al ser herramientas tecnológicas que evolución día a día, las regulaciones y su normatividad debe ser general, pero resguardando los principios básicos que debe existir en una relación de consumo, en donde la atención del cliente (consumidor o usuario) es fundamental evitando la asimetría de información.

Así, por ejemplo, la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp, se lanzó oficialmente en el año 2009³ y hoy por hoy, se constituye como la principal plataforma de comunicación y mensajería instantánea, la cual es empleada por algunos proveedores para la gestión de sus servicios, así como atención de reclamos. Pero las plataformas de "asistencia virtual" pueden ser diversas, siendo que, para que se constituya en una herramienta eficaz, siempre deben dar la posibilidad de que, ha pedido del cliente (consumidor o usuario) pueda ser derivado o atendido por una persona.

EFFECTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La propuesta busca incorporar en la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, un literal más, donde se establezca como "derecho del consumidor" el ser atendido en forma personal por el proveedor, a través de su representante, ante la solicitud de información del producto o servicio, o ante la presentación de reclamos o quejas, y que cuando se efectúe ello, mediante la utilización de herramientas virtuales o asistentes digitales en los canales de comunicación que pueda implementar el proveedor siempre exista la opción de comunicarse con un asistente personal no digital.

³ <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-whatsapp>

La incorporación se haría en el artículo 1, del capítulo I, del Título I, de la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La presente norma no demanda costo al erario nacional, por cuanto lo que se pretende es regular -y garantizar- la atención personal en el servicio de información del producto o servicio, o la presentación de reclamos o quejas, a través de herramientas virtuales o asistentes digitales.

El beneficio, es para los consumidores o usuarios, que podrán satisfacer sus requerimientos de información o atención de sus quejas y reclamos de manera adecuada, con atención personalizada, en caso de ser requerida, al utilizar herramientas virtuales o asistentes digitales.

El costo, será para solo para la adecuación de algunos proveedores de bienes y servicios que cuentan con herramientas virtuales o asistentes digitales, sin que exista la posibilidad de derivar la atención a una persona, y claro está, en habilitar personal necesario para atender este tipo de atenciones, lo que impactará de manera positiva para el proveedor, por cuanto se descongestionará otros canales como atención personal en sus locales o sus centrales telefónicas a las que acuden, al no poder satisfacer sus requerimientos mediante herramientas virtuales o asistentes digitales.

Sin embargo, los proveedores que se adecuen a ello, obtendrán también un beneficio traducido en la satisfacción de sus clientes, quienes experimentarán una mejor experiencia en el marco del contrato de consumo, ya sea previo o posterior a la contratación propiamente dicha, mejorando la percepción sobre su marca y servicios, así como fidelizando al cliente.

Los proveedores también se verán beneficiados, por cuanto al atender de manera oportuna los pedidos de información, reclamos o quejas de los consumidores o usuarios, estos, no tendrían porque acudir a otras instancias para solucionar controversias no atendidas o errores de percepciones en las condiciones o características del contrato de consumo.

La presente propuesta no tiene impacto ambiental por cuanto regula situaciones referidas a las herramientas virtuales o asistentes digitales.

VINCULACIÓN DE LA PROPUESTA CON LAS POLÍTICAS DEL ACUERDO NACIONAL

➤ DÉCIMA SÉTIMA: AFIRMACIÓN DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE MERCADO

Por el cual existe el compromiso de "sostener la política económica del país sobre los principios de la economía social de mercado, que es de libre mercado, pero conlleva el papel insustituible de un Estado responsable, promotor, regulador, transparente y subsidiario, que busca lograr el desarrollo humano y solidario del país mediante un crecimiento económico sostenido con equidad social y empleo."⁴

Con este objetivo, el Estado: (a) garantizará la estabilidad de las instituciones y las reglas de juego; ... (e) evitará el abuso de posiciones dominantes y prácticas restrictivas de la libre competencia y propiciará la participación de organizaciones de consumidores en todo el territorio; (g) propiciará el fortalecimiento del aparato productivo nacional a través de la inversión en las capacidades humanas y el capital fijo.⁴

⁴ <https://www.acuerdonacional.pe/politicas-de-estado-del-acuerdo-nacional/politicas-de-estado%e2%80%8b/politicas-de-estado-castellano/iii-competitividad-del-pais/17-afirmacion-de-la-economia-social-de-mercado/>