



Dictamen aprobado por **UNANIMIDAD**, recaído los Proyectos de Ley **1217/2021-CR** y **1221/2021-CR** que, con texto sustitutorio, proponen la ley que modifica la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, garantizando la atención personal del proveedor al ofrecer sistemas de atención automatizada.



Firmado digitalmente por:
GONZA CASTILLO Américo
FAU 20181740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 05/05/2022 11:08:57-0500

COMISIÓN DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

PERIODO ANUAL DE SESIONES 2021-2022

Señora Presidenta:

Han sido remitidos, para dictamen de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, los siguientes proyectos de ley:

- a) **El Proyecto de Ley 1217/2021-CR**, presentado por el grupo parlamentario Podemos Perú, a iniciativa de la congresista Digna Calle Lobatón, por el que se propone la ley que garantiza la atención directa y personalizada de los reclamos efectuados por los consumidores o usuarios de bienes y servicios, a través de operadoras telefónicas, servicios de *call center*, *Contact center* o similares.
- b) **El Proyecto de Ley 1221/2021-CR**, presentado por el grupo parlamentario Podemos Perú, a iniciativa del congresista José Luna Gálvez, por el que se propone la ley que reconoce el derecho al consumidor a una atención personalizada cuando se emplean herramientas virtuales o asistentes digitales.

Los Proyectos de Ley señalados pretenden regular respecto de la atención personal del proveedor al ofrecer sistemas de atención automatizada y otros, razón por la cual al tratar la misma temática corresponde su acumulación.

En la Décima Octava Sesión Ordinaria de la Comisión realizada el martes 3 de mayo de 2022 se aprobó el dictamen por **UNANIMIDAD**. Con 8 votos a favor de los señores congresistas José Luna Gálvez; Américo Gonza Castillo; Adolfo Tacuri Valdivia; Janet Rivas Chacara; Luis Cordero Jon Tay; Auristela Obando Morgan; Silvia Monteza Facho; Miguel Ángel Ciccía Vásquez. No hubo votos en contra ni abstenciones.

I. SITUACIÓN PROCESAL

a) Antecedentes procedimentales

- 1) **El Proyecto de Ley 1217/2021-CR** fue presentado ante el Área de Trámite Documentario el 31 de enero de 2022. Fue decretado e ingresado a la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos como única comisión dictaminadora, el 1 de febrero de 2022, para su estudio y dictamen.
- 2) **El Proyecto de Ley 1221/2021-CR** fue presentado ante el Área de Trámite Documentario el 31 de enero de 2022. Fue decretado e ingresado a la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios

Públicos como única comisión dictaminadora, el 1 de febrero de 2022, para su estudio y dictamen.

b) Antecedentes parlamentarios

Se ha realizado una búsqueda en la página web del Congreso de la República, no encontrando los antecedentes parlamentarios relacionados con la materia de la propuesta legislativa.

II. CONTENIDO DE LA PROPUESTA LEGISLATIVA

a) Proyecto de Ley 1217/2021-CR, por el que se propone la ley que garantiza la atención la atención directa y personalizada de los reclamos efectuados por los consumidores o usuarios de bienes y servicios, a través de operadoras telefónicas, servicios de *call center*, *contact center* o similares

La presente ley tiene por objeto garantizar una atención directa y personalizada de los reclamos efectuados por los consumidores o usuarios de bienes y servicios, a través de centrales telefónicas, servicios de *call center*, *contact center* o similares.

Para ello propone incorporar el artículo 24-A a la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual queda redactado en los términos siguientes:

"Artículo 24-A.- Garantía para la atención directa y personalizada de los reclamos y quejas que son tramitados por canales de atención operados por centrales telefónicas, call centers, contac centers o similares.

24-A.1 Los proveedores que cuenten o dispongan de un canal de atención telefónica operado por centrales telefónicas, call centers, Contac centers o similares, atienden los reclamos y quejas de los consumidores o usuarios en forma personalizada y a través de un operador humano.

24-A.2 Los proveedores que cuenten o dispongan de un canal de atención telefónica operado por centrales telefónicas, cali centers, Contac centers o similares, se encuentran obligados a establecer como la primera opción del menú predictivo, el correspondiente a la atención de los reclamos y quejas de los consumidores o usuarios.

24-A.3 El horario para la atención telefónica de los reclamos y quejas, es el mismo que emplea el proveedor para la comercialización de sus productos o servicios por el mismo medio, ya sea que se ofrezca directamente o a través de terceros.

24-A.4 Se encuentra prohibido derivar la atención del reclamo o queja iniciado telefónicamente, a un canal de atención distinto.

24-A.5 El consumidor o usuario tiene el derecho de solicitar al proveedor, copia del archivo que contiene la grabación de la conversación que se hubiera efectuado con motivo del proceso de reclamo o queja, el cual debe ser remitido en la forma y el plazo que establezca el reglamento correspondiente.

24-A.6 Los proveedores deberán dar respuesta a los reclamos que formulen los consumidores o usuarios en el plazo previsto en el numeral 24.1 del artículo 240de la presente Ley".

Artículo 4.- Indicadores que miden la calidad en el servicio de atención telefónica de reclamos y quejas formulados por consumidores y usuarios

Los reglamentos correspondientes, contienen los indicadores y procedimientos que se ejecutan para medir la atención de reclamos y quejas bajo estándares de calidad.

Entre los indicadores que miden la atención de calidad se contempla el corte de atención telefónica, la rapidez de atención con voz humana y los demás que precisen los reglamentos.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA: Reglamentación

El Poder Ejecutivo, los organismos reguladores de los servicios públicos y la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, adecúan los reglamentos relacionados con la atención de las reclamos y quejas que presenten los consumidores o usuarios, en un plazo de treinta (30) días calendarios, contados a partir de la publicación de esta Ley.

- b) Proyecto de Ley 1221/2021-CR, por el que se propone la ley que reconoce el derecho al consumidor a una atención personalizada cuando se emplean herramientas virtuales o asistentes digitales**

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.

En esa medida propone incorporación del literal L, al artículo 1) de la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en los siguientes términos:

“Artículo 1. 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 opción de comunicarse con un asistente personal no digital”.

III. MARCO NORMATIVO

a) Legislación nacional

- Constitución Política del Perú de 1993: artículos 61, 65.
- Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- Reglamento del Congreso de la República.
- El Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa el Consumidor.
- El Decreto Supremo N° 030-2016-SA, Reglamento para la Atención de Reclamos y Quejas de los Usuarios de las Instituciones Administradoras de Fondos de Aseguramiento en Salud – IAFAS.

- La Resolución de Consejo Directivo N° 019-2011-CD-OSITRAN, Reglamento de Atención de Reclamos y Solución de Controversias de OSITRAN.
- La Resolución Sunass N° 066-2006-SUNASS-CD, Reglamento General de Reclamos de Usuarios de Servicios de Saneamiento y Documento de Análisis de Impacto Regulatorio.
- La Resolución OSIPTEL N° 047-2015-CD-OSIPTEL, Reglamento para la Atención de Reclamos de Usuarios de Servicios Públicos de Telecomunicaciones.
- Sentencia de Casación 6404-2017

b) Legislación comparada

c) Norma convencionales

- Asamblea General de las Naciones Unidas establece, en el literal c) del Capítulo V)

IV. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA LEGISLATIVA

a) Análisis técnico

1) Problemática de los consumidores que se pretende atender

Con los proyectos bajo análisis se proponen resolver los siguientes problemas:

- El canal telefónico que disponen los proveedores para la formulación de sus reclamos y quejas que son operados por centrales telefónicas, *Call Centers*, *Contac Centers* o similares, no brinda una atención con un operador humano de manera inmediata, toda vez que, la llamada es derivada a otro menú predictivo.
- Los operadores telefónicos, luego de atender las llamadas de reclamo o queja, suelen derivarlas automáticamente a otras áreas que generan un viacrucis para los consumidores o usuarios.
- El horario de atención que establecen muchos proveedores para la recepción de reclamos vía telefónica, son restringidas a días y horas hábiles, mientras que, para el ofrecimiento de sus servicios y productos emplean un horario más amplio¹.

2) Análisis del contenido de las propuestas legislativas

Los proyectos de ley materia del presente dictamen proponen modificar la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en los siguientes términos:

CUADRO 01

COMPARATIVO DEL PROYECTO DE LEY CON EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

¹ Exposición de motivos, del Proyecto de Ley 1217/2021-CR, ley que garantiza la atención directa y personalizada de los reclamos efectuados por los consumidores o usuarios de bienes y servicios, a través de operadoras telefónicas, servicios de call center, contact center o similares

Proyecto de Ley 1217/2021-CR	Ley 29571- CPDC
Artículo 3.- Incorporación del artículo 24-A de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor Se incorpora el artículo 24-A en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual queda redactado en los términos siguientes: <i>"Artículo 24-A.- Garantía para la atención directa y personalizada de los reclamos y quejas que son tramitados por canales de atención operados por centrales telefónicas, call centers, contac centers o similares.</i> 24-A.1 Los proveedores que cuenten o dispongan de un canal de atención telefónica operado por centrales telefónicas, call centers, Contac centers o similares, atienden los reclamos y quejas de los consumidores o usuarios en forma personalizada y a través de un operador humano. 24-A.2 Los proveedores que cuenten o dispongan de un canal de atención telefónica operado por centrales telefónicas, cali centers, Contac centers o similares, se encuentran obligados a establecer como la primera opción del menú predictivo, el correspondiente a la atención de los reclamos y quejas de los consumidores o usuarios. 24-A.3 El horario para la atención telefónica de los reclamos y quejas, es el mismo que emplea el proveedor para la comercialización de sus productos o servicios por el mismo medio, ya sea que se ofrezca directamente o a través de terceros. 24-A.4 Se encuentra prohibido derivar la atención del reclamo o queja iniciado telefónicamente, a un canal de atención distinto. 24-A.5 El consumidor o usuario tiene el derecho de solicitar al proveedor, copia del archivo que contiene la grabación de la conversación que se hubiera efectuado con motivo del proceso de reclamo o queja, el cual debe ser remitido en la forma y el plazo que establezca el reglamento correspondiente. 24-A.6 Los proveedores deberán dar respuesta a los reclamos que formulen los consumidores o usuarios en el plazo previsto en el numeral 24.1 del artículo 240 de la presente Ley". Artículo 4.- Indicadores que miden la calidad en el servicio de atención telefónica de reclamos y quejas formulados por consumidores y usuarios Los reglamentos correspondientes, contienen los indicadores y procedimientos que se ejecutan para medir la atención de reclamos y quejas bajo estándares de calidad. Entre los indicadores que miden la atención de calidad se contempla el corte de atención telefónica, la rapidez de atención con voz humana y los demás que precisen los reglamentos. DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL	NO EXISTE ARTÍCULO 24-A

ÚNICA: Reglamentación El Poder Ejecutivo, los organismos reguladores de los servicios públicos y la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, adecúan los reglamentos relacionados con la atención de las reclamos y quejas que presenten los consumidores o usuarios, en un plazo de treinta (30) días calendarios, contados a partir de la publicación de esta Ley.	
--	--

CUADRO 02

COMPARATIVO DEL PROYECTO DE LEY CON EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR	
Proyecto de Ley 1221/2021-CR	Ley 29571- CPDC
Artículo 2.- Incorporación del literal L, al artículo 1) de la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. Incorpórase el literal L, al artículo 1) de la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor en los términos siguientes: “Artículo 1°.- 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 opción de comunicarse con un asistente personal no digital”.	“Artículo 1°.- Derechos de los consumidores 1.2 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos: [...] L) No existe

b) Análisis sobre la necesidad, viabilidad y oportunidad de la propuesta legislativa

b.1) Control del cumplimiento de las exigencias establecidas en los artículos 75 y 76

Conforme a lo establecido en los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, se ha verificado que los Proyectos de Ley 1217/2021-CR y 1221/2021-CR cumplen con las exigencias señaladas en los mencionados artículos: i) la exposición de motivos contiene los fundamentos de la propuesta

legislativa, ii) contiene los efectos de la vigencia de la norma que se propone, sobre el ordenamiento jurídico; y, iii) así como el análisis costo beneficio.

b.2) Análisis de compatibilidad constitucional e idoneidad legislativa. El fin constitucional que se pretende garantizar.

i) Ámbito constitucional nacional

El artículo 65 de la Constitución Política establece que: ***El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado.***

La protección de los derechos del consumidor contemplado en el artículo 65 de la Constitución, tiene un doble rol tuitivo, como principio rector para la actuación Estatal y, como derecho personal y subjetivo.

Como principio rector de la actuación del Estado, la Constitución le ordena orientar y fundamentar su activación respecto a cualquier actividad económica, trazando horizonte tuitivo la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios, considerando la existencia de asimetría de la información en las relaciones de consumo².

En cuanto al derecho personal y subjetivo, la Constitución reconoce la facultad de acción defensiva de los consumidores y usuarios en los casos de transgresión o desconocimiento de sus legítimos intereses; es decir, admite y apoya el atributo de exigir al Estado una actuación determinada cuando se produzca alguna amenaza o afectación efectiva de los derechos del consumidor o del usuario, incluyendo la capacidad de acción contra el propio proveedor.

En ese orden de ideas, el Tribunal Constitucional en clara interpretación del artículo 65° de la Constitución, reconoce que el mismo establece dos obligaciones: a) garantizar el derecho a la información sobre los bienes y servicios que están a su disposición en el mercado; y b) velar por la salud y la seguridad de las personas en su condición de consumidores o usuarios.

Se deja abierta la posibilidad de que en forma implícita e innominada se pueda presentar una pluralidad de medidas a generar por parte del Estado en favor del bienestar de los consumidores y usuarios.

b.3) Directrices Internacionales

Las Directrices para la Protección del Consumidor aprobadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas establece, en el literal f) del numeral VI, referido a los Principios para unas buenas prácticas comerciales, señalan que: *“Las empresas deben poner a disposición de los consumidores mecanismos de reclamación que les permitan resolver controversias **de manera rápida, justa, transparente, poco costosa, accesible y efectiva sin cargas ni costos innecesarios.**”³*

² Tribunal Constitucional STC Expediente N° 0011-2013-PI/TC.

³ Resolución 39/248 del 16 de abril de 1985, ampliadas +por el Consejo Económico y Social (1999) y revisadas y aprobadas por la Asamblea General, el 22 de diciembre de 2015, mediante

Facilitar el reclamo con un plazo menor para que el proveedor de respuesta al consumidor o usuario no significaría incrementar el número de confrontaciones en el mercado, sino todo lo contrario; propiciar la solución armónica y directa de las quejas que tiene las empresas con sus propios clientes, que han confiado en ellos.

b.4) Política Pública establecida por el Código de Protección y Defensa del Consumidor

La Sexta Política Pública consignada en el Código establece:

6. *El Estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores. Para tal efecto, **promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores**, el uso de mecanismos alternativos de solución como la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario, y sistemas de autorregulación; asimismo, garantiza el acceso a procedimientos administrativos y judiciales ágiles, expeditos y eficaces para la resolución de conflictos y la reparación de daños. Igualmente, facilita el acceso a las acciones por intereses colectivos y difusos”.*

La Tercera y Cuarta Política Pública consignadas en el Código establecen:

3. El Estado orienta sus acciones a **defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses** y que en su perjuicio distorsionan el mercado, informándose, comparando y premiando con su elección al proveedor leal y honesto, haciendo valer sus derechos directamente ante los proveedores o ante las entidades correspondientes.
4. El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor (...).”.

b.5) El Código de Protección y Defensa del Consumidor y normas conexas.

El Código de Protección y Defensa del Consumidor, aprobado mediante Ley 29751 estableció como política pública que “*El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público respectivo y el sector privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que sus consumidores tomen decisiones de acuerdo a sus expectativas*”.

Los consumidores tienen derecho a recibir una información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos, conforme lo establece el propio Código de Protección y Defensa del Consumidor en su artículo 1°. Esta información debe ser objetiva, cierta, eficaz, comprensible y suficiente de todos los productos, bienes y servicios puestos a su disposición. La información

proporcionada debe permitir al consumidor a realizar la selección y la elección final que considere oportuna.

La Ley 29751, Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece que como política pública que el derecho a la información de los consumidores es garantizado por el Estado mediante la articulación entre las instituciones del sector público responsables con el sector privado de manera que se articulen espacios e instrumentos de información hacia los consumidores con el propósito lograr mayor transparencia en el mercado; supervisando que la información proporcionada se real, necesaria y completa de forma que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas.

Para el logro de este objetivo se considera el principio de **Soberanía del Consumidor**, con lo que se establece que *“Las normas de protección al consumidor fomentan las decisiones libres e informadas de los consumidores, a fin de que con sus decisiones orienten el mercado en la mejora de las condiciones de los productos o servicios ofrecidos.”*⁴

Con esta visión se consagra el derecho a la libre elección que deben tener todos los consumidores en su proceso de adquisición de bienes y servicios, escogiendo productos y servicios idóneos y de calidad; por lo cual ninguna persona o institución puede inducir o condicionar al consumidor a adquirir lo que no requiere, necesita o no cumple con los parámetros de calidad requeridos.

En ese sentido, la acción de elección de compra o contratación de un bien o servicio es un acto voluntario producido por el deseo que tiene el consumidor para satisfacer una determinada necesidad.

Para lograr este objetivo de soberanía del consumidor orientada a que tome una adecuada decisión de consumo, es el de información, el cual *“(…) exige que los bienes, productos y servicios que se encuentran a disposición de los consumidores y usuarios en el mercado deben incorporar, llevar consigo o permitir de manera cierta y objetiva, una información veraz, eficaz y eficiente respecto a sus características esenciales”*⁵.

Por ello es indispensable generar los espacios e instrumentos necesarios para que el consumidor cuenta con la información precisa y clara que no genere dudas en su proceso de elección.

Concluimos pues, que el consumidor tiene el derecho a elegir en forma consciente, sin que se generen externalidades que condicionen su elección; para lo cual es indispensable que se cuente con información clara, específica veraz y oportuna.

b.6. Relación de la iniciativa con la Agenda Legislativa 2021-2022 y con las políticas de Estado del Acuerdo Nacional

⁴ Numeral 1 del Artículo V del Título Preliminar del citado Código.

⁵ JORGE EDUARDO VILELA CARBAJAL. “El Derecho a la Información en la Protección del Consumidor. Especial Referencia a la Contratación Bancaria” en Revista Derecho y Sociedad Año XXI - N° 34. Asociación Civil Derecho y Sociedad. Perú - 2010. Pag. 121

El Congreso de la República aprobó la Agenda Legislativa para el Periodo Anual de Sesiones 2021-2022, en cumplimiento de segundo párrafo del artículo 29 del Reglamento del Congreso de la República que establece que, al inicio del periodo anual de sesiones, los grupos parlamentarios presentan una propuesta detallando los temas o proyectos de ley que consideren necesario debatir y aprobar durante dicho periodo.

La Agenda Legislativa es un instrumento concertado de planificación del trabajo parlamentario en materia legislativa y que el debate de los proyectos de ley allí contenidos tiene prioridad, tanto en las comisiones como en el Pleno del Congreso.

La Agenda Legislativa para el Periodo Anual de Sesiones 2021-2022, tiene relación directa con las Políticas de Estado del Acuerdo Nacional, el mismo que establece como Tercer Objetivo la competitividad del país, y es bajo la Política de Estado N° 17 de la afirmación de la economía social de mercado que la Agenda Legislativa 2021-2022 ha establecido que deben priorizarse los proyectos de ley que contengan medidas a favor de los consumidores (Punto 44).

Asimismo, la presente propuesta legislativa se enmarca en las siguientes Políticas de Estado del Acuerdo Nacional: Decima Octava Política del Estado, búsqueda de la competitividad, productividad y formalización de la actividad económica. Con la Vigésima Política del Estado, desarrollo de la ciencia y tecnología, y con la Vigésima Cuarta Política del Estado, que se enmarca en la afirmación de un Estado eficiente y transparente.

c) Análisis del marco normativo y efecto de la vigencia de la norma

c.1) Análisis del marco normativo

El Texto Sustitutorio que el presente dictamen establece se encuentra acorde al mandato de la Constitución Política del Perú, que en el artículo 65 señala que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios.

Por su parte la Sexta Política Pública consignada en la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del consumidor, establece que el Estado debe garantizar mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores y promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores.

Así mismo, dentro del marco normativo es importante tener en consideración la Tercera y Cuarta Política Pública consignadas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor que establecen que el Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses y reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor (...).

Asimismo, la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, refiere en su artículo 24 referido al Servicio de atención de reclamos, señala:

24.1. Sin perjuicio del derecho de los consumidores de iniciar las acciones correspondientes ante las autoridades competentes, los

proveedores están obligados a atender los reclamos presentados por sus consumidores y dar respuesta a los mismos en un plazo no mayor de quince (15) días hábiles improrrogables.

24.2 *En caso de que el proveedor cuente con una línea de atención de reclamos o con algún medio electrónico u otros similares para dicha finalidad, debe asegurarse que la atención sea oportuna y que no se convierta en un obstáculo al reclamo ante la empresa.*

c.2) Efecto de vigencia de la norma

la propuesta final que contiene este dictamen, no afecta ninguna norma de rango constitucional, por el contrario, se fortalece lo establecido en lo comprendido en el artículo 65 de la Constitución Política del Perú y está acorde a los principios que establece el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Así mismo la propuesta final que contiene este dictamen está acorde con las Directrices para la Protección del Consumidor aprobadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas establece, que: *“Las empresas deben poner a disposición de los consumidores mecanismos de reclamación que les permitan resolver controversias **de manera rápida**, justa, transparente, poco costosa, accesible y efectiva sin cargas ni costos innecesarios.”*

De aprobarse la norma que propone el presente dictamen los proveedores que ofrezca al público cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital tendrán que proporcionar una opción o alternativa de atención personal al consumidor.

Esto traerá como consecuencia un fortalecimiento al derecho de los consumidores de acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, sin que esto traiga como consecuencia alguna carga regulatoria que atente contra la innovación tecnológica en la atención al consumidor.

d) Análisis de las opiniones e información solicitadas

d.1) Opiniones solicitadas:

- i) Al **Proyecto de Ley 1217/2021-CR**, se solicitaron las siguientes opiniones:
 - i.1) Oficio P.O. 170-2021-2022-CODECO/CR, de fecha 02 de febrero de 2022, dirigido al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi.
 - i.2) Oficio P.O. 171-2021-2022-CODECO/CR, de fecha 02 de febrero de 2022, dirigido a la Asociación Peruana de Consumidores - ASPEC.
 - i.3) Oficio P.O. 172-2021-2022-CODECO/CR, de fecha 02 de febrero de 2022, dirigido a la Cámara de Comercio de Lima – CCL.
 - i.4) Oficio P.O. 173-2021-2022-CODECO/CR, de fecha 02 de febrero de 2022, dirigido al señor especialista Erick Iriarte.
- ii) Al **Proyecto de Ley 1221/2021-CR**, se solicitaron las siguientes opiniones:

- ii.1) Oficio P.O. 174-2021-2022-CODECO/CR, de fecha 02 febrero de 2022, dirigido al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.
- ii.2) Oficio P.O. 175-2021-2022-CODECO/CR, de fecha 02 febrero de 2022, dirigido a la Asociación Peruana de Consumidores - ASPEC.
- ii.3) Oficio P.O. 176-2021-2022-CODECO/CR, de fecha 02 de febrero de 2022, dirigido a la Cámara de Comercio de Lima (CCL)
- ii.4) Oficio P.O. 177-2021-2022-CODECO/CR, de fecha 02 de febrero de 2022, dirigido al especialista el señor Erick Iriarte

1) Opiniones recibidas:

- i) Respecto del **Proyecto de Ley 1217/2021-CR**, se recibieron las siguientes opiniones:

- i.1) **La Cámara de Comercio de Lima (CCL)** mediante documento P/020.02.2022/GL, de fecha 9 de febrero de 2022, suscrito por el señor Peter Anders Moores, por el cual expresa observaciones a la propuesta legislativa.
- i.2) **La Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN)** mediante documento AFIN N° 030-2022, de fecha 03 de marzo de 2022, suscrito por el señor Roca Voto Bernales María Leone, por el cual expresa observaciones y consideraciones a la propuesta legislativa.

- i) Respecto del **Proyecto de Ley 1221/2021-CR**, se recibieron las siguientes opiniones:

- ii.1) **La Cámara de Comercio de Lima (CCL)** mediante Carta P/021.02.2022/G, de fecha 09 de febrero de 2022, suscrito por el señor Peter Anders Moores, por el cual expresa comentarios y observaciones a la propuesta legislativa.
- ii.2) **La Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM)** mediante GG-338-2022 de fecha 21 de febrero de 2022, suscrito por Aldo Renato Defilippi Traverso, Gerente General, por el que expresa que se archive la propuesta legislativa.
- ii.3) **La Oficina de Participación Ciudadana**, Oficialía Mayor del Congreso de la República mediante Oficio 1087-2022-OPC-OM-CR, de fecha 08 de marzo de 2022, adjunta link de opinión en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3hzBh3l>
- ii.4) **La Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEXPERÚ)** mediante Carta 82-2022/GG/COMEXPERÚ, de fecha 08 de marzo de 2022, cursado por Jessica Luna Cárdenas, Gerente General, solicita que se evalúe disponer el archivamiento del PL, o se cumpla con seguir un adecuado análisis de impacto regulatorio a fin de regular.
- ii.5) **Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)** mediante carta s/n, de fecha 15 de marzo de 2022, cursado por el señor Raúl Echeberría, director ejecutivo, por el que solicitan archivar el proyecto de ley y proponen que se facilite mesas de diálogo para discutir el tema

ii.6) Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN) mediante documento de AFIN N° 064 - 2022, de fecha 12 de abril de 2022, suscrito por Roca Voto Bernales María Leone, Presidente, por el cual expresa observaciones y comentarios a la propuesta legislativa.

iii.7) El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) mediante Oficio N° 000105-2022-PRE/INDECOPI, de fecha 18 de abril de 2022, suscrito por Julián Fernando Palacín Gutiérrez, Presidente Ejecutivo, adjunta el INFORME TECNICO N° 000003-2022-DPC/INDECOPI, por el que expresa observaciones, propuesta y comentarios a la propuesta legislativa.

e) Análisis de las opiniones recibidas

i) Proyecto de Ley 1217/2021-CR, por el que se propone la ley que garantiza la atención la atención directa y personalizada de los reclamos efectuados por los consumidores o usuarios de bienes y servicios, a través de operadoras telefónicas, servicios de call center, contact center o similares

i.1) La Cámara de Comercio de Lima (CCL), sobre la propuesta legislativa, refieren que consideramos que la propuesta legislativa en referencia podría no ser la más conveniente, por cuanto su implementación determinaría un retroceso en el esfuerzo de los proveedores para facilitar la atención de los consumidores, usando los avances tecnológicos, así como sobre costos que podrían desincentivar la prestación de servicios.

La Comisión ha evaluado la opinión de la Cámara de Comercio de Lima, y ha realizado un ejercicio respecto de la necesidad y efectos de su implementación, los cuales se reflejan líneas abajo.

i.2) Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN), con relación a la propuesta legislativa, señala las siguientes consideraciones:

En principio si bien es importante el reforzamiento de los derechos de usuarios y consumidores de bienes y servicios, es importante tener en cuenta las particularidades de cada actividad económica. En dicho sentido, es importante considerar que diversos sectores como banca y seguros o los de telecomunicaciones ya cuentan con una amplia regulación específica que cubre en su inmensa mayoría aquellos aspectos regulados en el presente Proyecto.

Para tal efecto, no debe perderse de vista que la regulación propuesta no abarcaría a los sectores que ya cuentan con una regulación específica como lo establece el artículo 93 del Código de Consumo.

Por otro lado, imponer una serie de obligaciones a aquellos proveedores que libremente han decidido la implementación de un canal de atención telefónico operado, directa e indirectamente, a través de call centers o contact centers o similares, canales ya de por sí costosos, podría significar un claro desincentivo para que los proveedores desarrollen este tipo de soluciones de atención de reclamos.

Retroceso respecto a tendencia internacional

No es razonable que se exija que el acceso a información deba darse vía acceso a operador humano y se pretenda poner restricciones al uso de

canales digitales, más aún cuando la emergencia sanitaria derivada de la pandemia nos ha enseñado qué tan importante es la promoción de la digitalización. Según CEPAL, en un estudio respecto a cómo enfrentar los efectos del COVID-19 señala que el “escaso nivel de digitalización de las empresas de la región —sobre todo, de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes)— hace necesaria la implementación de políticas públicas que permitan modificar los procesos de gestión para incorporar el uso de las tecnologías digitales en las cadenas de aprovisionamiento, procesamiento, manufactura y operaciones, así como en los canales de distribución.”⁶

El Banco Mundial por su parte a través del *ÍNDICE DE MADUREZ DEL GOVTECH*⁷ recoge como uno de los pilares el Índice de Prestación de Servicios Públicos (PSDI) reconociendo “la creciente demanda de los ciudadanos, que exigen mejorar los servicios virtuales [y el] uso generalizado de Internet y de tecnologías nuevas o disruptivas que pueden transformar el sector público.” Este informe señala que “Los portales de servicios virtuales de nueva generación podrían ampliar la oferta de servicios transaccionales, lo que permitiría ahorrar un tiempo significativo, reducir los costos y mejorar la calidad de las prestaciones destinadas a los ciudadanos y las empresas.”

La digitalización ha llegado para quedarse. Para el 2025 se estima que el comercio electrónico en el Perú se incremente en un 110%, representando el 22% del crecimiento total de las ventas del sector minorista,⁸ según estudio de Euromonitor encargado por Google. Según Gartner para el 2025, el 55% de las organizaciones en todo el mundo estará en una etapa de “estabilidad” en la madurez de su IA. De hecho, se espera que las interacciones en los contact center migren a nivel mundial a ser realizadas en su mayoría por inteligencia artificial, sin dejar de lado el operador humano en casos en que sí sea necesario. Una política de promoción de canales digitales de atención tiene mucha ventaja para el consumidor. Le permite solucionar sus dudas ahorrando costos de tiempo. Puede ejecutar sus transacciones en cualquier momento. Por otro lado, las empresas pueden establecer el mejor mix de canales de atención según las características de sus clientes y la complejidad de las transacciones. Si la empresa puede derivar una serie de transacciones a la autogestión, entonces podrá asegurar una mayor disponibilidad de canales con operador humano para transacciones complejas, mejorando los tiempos de atención para todos los clientes.

Por ejemplo, asumiendo una atención bancaria, si se exige al banco atender consulta de saldos mediante operador humano, cuando hay múltiples canales de autogestión para hacerlos, aquellos clientes que desean hacer acciones complejas que requieran atención personal por operador humano, tendrán que enfrentar un tiempo de espera mayor, porque concurrirán con aquellos que pudiendo hacer el trámite no personal, lo hicieron por una imposición legal.

Adicionalmente a lo comentado, consideramos necesario realizar comentarios específicos a los siguientes artículos:

24-A.1 Los proveedores que cuenten o dispongan de un canal de atención telefónica operado por centrales telefónicas, call centers, contac centers o

⁶ https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45938/4/S2000550_es.pdf

⁷ <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/36233/211765ovSP.pdf?sequence=8&isAllowed=y>

⁸ <https://www.ecommercenews.pe/comercio-electronico/2021/ecommerce-peru-futuro.html>

similares, atienden los reclamos y quejas de los consumidores o usuarios en forma personalizada y a través de un operador humano.

Si bien, la atención por un operador humano es recomendable para determinado tipo de transacciones complejas, ello no siempre es necesario, cuando los canales de atención habilitados por el proveedor ya disponen de mecanismos alternativos que permitan la atención idónea de determinados reclamos, consultas o solicitudes de los consumidores por medios de autogestión o soportados en inteligencia artificial.

En dicho sentido, imponer una obligación de atención de un canal humano como una imposición en todos los casos no parece ser una medida idónea.

Antes que nada, no debemos perder de vista que el sentido de un reclamo o queja, es la necesidad que tiene el consumidor para que su proveedor de bienes o servicios le resuelva algún inconveniente presentado respecto de su provisión. Así, la atención a través de un operador humano no puede calificar como un fin en sí mismo, sino únicamente un mecanismo de conocimiento y tramitación de estas quejas y reclamos. Inclusive los canales de autogestión pueden absolver y solucionar la necesidad del cliente evitando el error humano y a través de un proceso más eficiente.

En dicho sentido, si los proveedores de bienes y servicios ya tienen habilitados canales expeditivos y eficientes para la atención de estos reclamos y quejas, no parecería que es la solución más acertada obligar a los proveedores implementar un canal de atención de forma obligatoria y para todos los casos, máxime si tenemos en cuenta que los proveedores tienen como objeto brindar la máxima satisfacción a sus clientes para ser elegidos en la siguiente elección de consumo que realicen los usuarios.

24-A.2 Los proveedores que cuenten o dispongan de un canal de atención telefónica operado por centrales telefónicas, call centers, contac centers o similares, se encuentran obligados a establecer como la primera opción del menú predictivo, el correspondiente a la atención de los reclamos y quejas de los consumidores o usuarios.

No es una buena técnica legislativa imponer obligaciones respecto de cómo los proveedores tienen que disponer el diseño más idóneo de sus canales de atención de quejas y reclamos.

Efectivamente, cabe destacar que los proveedores diseñan sus diversos canales de atención sobre la base de su propia experiencia, y en el caso de los proveedores que diseñan canales de atención de sus consumidores a través de call centers, contac centers o similares suelen habilitar en sus menús predictivos las opciones de mayor requerimiento en un lugar preferente.

Así, si un proveedor tiene muy pocos reclamos o quejas, es lógico que inserte dentro del menú predictivo estas opciones en una posición no tan destacada, en la medida que son otras opciones las que son mayormente requeridas por sus consumidores.

De tal suerte, que al insertar unas opciones menos demandadas en primer lugar podríamos en lugar de beneficiar a los consumidores perjudicándolos al aumentar el tiempo de espera hasta alcanzar la opción que desean utilizar.

Del mismo modo, el proyecto asume la utilización de menús predictivos pero el avance tecnológico ha hecho que se usen otras herramientas distintas a ello especialmente cuando se usa asesores virtuales.

24-A.3 El horario para la atención telefónica de los reclamos y quejas, es el mismo que emplea el proveedor para la comercialización de sus productos o servicios por el mismo medio, ya sea que se ofrezca directamente o a través de terceros.

Si bien la redacción de esta obligación podría presentar una opción razonable, un análisis más fino del mismo podría llevarnos a interpretaciones poco plausibles.

Por ejemplo, la redacción de la obligación daría la impresión que los canales de atención mencionados sólo podrían estar habilitados en el horario de atención de los reclamos en el horario de atención de los canales de comercialización, lo cual sería a claras luces una opción poco razonable.

Por otro lado, hacer coincidir el horario para la presentación de quejas y reclamos en los canales de atención regulados en el Proyecto con el horario de comercialización de los proveedores no parece ser la opción más idónea, teniendo en cuenta que cada proveedor es el que mejor conoce la experiencia de sus consumidores y usuarios, así como la forma, tiempo y horario en que estos presentan sus quejas y reclamos.

En dicho sentido, parece que más razonable sería dar un horario mínimo de 12 horas.

24-A.4 Se encuentra prohibido derivar la atención del reclamo o queja iniciado telefónicamente, a un canal de atención distinto.

Es claro que el objeto de esta obligación es la de obligar finalmente a la empresa proveedora a que las quejas o reclamos puedan ser derivados a un operador humano.

Tal como desarrolláramos en nuestros comentarios al artículo 24-A.1 consideramos que no nos encontramos ante una opción plausible. Efectivamente, son los proveedores de bienes y servicios quienes mejor conocen a sus consumidores, de tal suerte que conocen también cuál es la vía más idónea para la atención de las quejas y reclamos presentados por sus abonados y usuarios.

La norma no parece tener claro, que la atención humana vía call centers, contact centers o similares, no es un fin en sí mismo, sino que únicamente tiene como objeto la implementación de una vía adicional para superar inconvenientes acaecidos en la provisión de estos bienes o servicios. Así, tal como ocurre en el caso del horario de atención, son las empresas proveedoras quienes mejor conocen cuáles son las vías alternativas para solucionar los inconvenientes que se generan en la provisión de estos bienes o servicios y en tal sentido, son los que debieran tener la más amplia libertad para desarrollar los mecanismos de solución de impases más convenientes sobre la base de su propia experiencia.

24-A.5 El consumidor o usuario tiene el derecho de solicitar al proveedor, copia del archivo que contiene la grabación de la conversación que se hubiera efectuado con motivo del proceso de reclamo o queja, el cual debe ser remitido en la forma y el plazo que establezca el reglamento correspondiente.

Uno de los principales inconvenientes del Proyecto bajo comentario, es que se superpone a las regulaciones ya existentes respecto del Libro de Reclamaciones. Así mientras el Código de Consumo ya prevé dicho instrumento como la vía idónea para la presentación de quejas y reclamos, el Proyecto bajo comentario pretende establecer un mecanismo alternativo, paralelo y adicional para la presentación de este tipo de observaciones.

Nos encontramos pues, ante una propuesta que desestructura el Código de Consumo en lo que se refiere a la presentación de quejas y reclamos, estableciendo un mecanismo paralelo de atención del mismo, cuando éstos se realizan a través de call centers o contact centers. En dicho sentido, consideramos que la propuesta necesita alinearse con lo establecido en dicho ordenamiento, con la finalidad que la norma no pierda consistencia e incoherencia.

No queda claro entonces, si nos encontramos ante una regulación derivada del Libro de Reclamaciones o ante un mecanismo adicional y paralelo, como parece ante lo que nos encontramos. En dicho extremo, la norma no tiene en cuenta que el proceso de grabado y archivado de un reclamo, en consonancia con lo señalado en la Ley de Protección de Datos, debe hacerse siempre una vez que se ha obtenido la aceptación del consumidor. No obstante, la presente norma siempre parte del supuesto de la grabación de elementos importantes de la personalidad de los consumidores sin necesidad de la aprobación del reclamante.

La Comisión ha evaluado la opinión de AFIN y coincide en varios de las observaciones señaladas, dado que la iniciativa legislativa no ha detenido en cuenta la existencia de mecanismos que ya aborda el Código de Protección y Defensa del Consumidor para la atención de los reclamos.

- ii) **Proyecto de Ley 1221/2021-CR**, por el que se propone la ley que reconoce el derecho al consumidor a una atención personalizada cuando se emplean herramientas virtuales o asistentes digitales

- ii.1) **La Cámara de Comercio de Lima (CCL)**, sobre la propuesta en mención, refiere los siguientes observaciones y consideraciones:

Sobre el particular, consideramos que la propuesta legislativa en referencia no sería la más adecuada, por cuanto el argumento que le sirve de soporte, aparentemente, está considerando que el mecanismo descrito (callbot, chatbot, o similares) es el único medio que ponen los proveedores a disposición de los usuarios para la atención a clientes, lo cual no necesariamente es correcto.

Por el contrario, tales mecanismos, implican un esfuerzo de los proveedores para facilitar la atención de los consumidores, usando los avances tecnológicos, por lo que no pueden ser vistos como medios para entrapar la relación proveedor- consumidor, todo lo contrario, pues no son estáticos sino más bien dinámicos y van adaptándose a los distintos requerimientos y situaciones que se presentan. Adjuntamos para mayor detalle en anexo, los comentarios técnicos de nuestro Gremio de Gremio de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones - TIC, donde profundizamos nuestros comentarios al proyecto en cuestión.

*Asimismo, señala en el anexo adjunto, **que el proyecto atenta contra el derecho de información de los consumidores**; de aprobarse el proyecto, tal propuesta normativa generaría una inadecuada sobre regulación al derecho de información de los consumidores y, además, al deber de informar a cargo del proveedor. El Código ya cuenta con suficiente y adecuada regulación genérica para el cumplimiento de los deberes de información por parte de los proveedores, lo cual resulta aplicable a las compraventas realizadas por cualquier canal, entre ellos, los virtuales.*

De la misma manera, refirió que el proyecto no aporta mejora alguna a la atención de reclamos y quejas virtuales. El Proyecto también generaría una inadecuada sobre regulación respecto del deber de atención de los reclamos y quejas a cargo del proveedor, colisionando con la regulación existente para los plazos, canales y contenido de respuesta que debe otorgar el proveedor. Con ello, se evidencia que el Código ya cuenta con suficiente y adecuada regulación para el cumplimiento de la atención de reclamos y quejas, tanto por medios presenciales como virtuales.

El artículo 24° del Código indica que los proveedores deben atender los reclamos presentados por sus consumidores y responder a los mismos en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario y, para el caso de las líneas de atención de reclamos o con algún medio electrónico u otros similares debe asegurarse que la atención sea oportuna y que no se convierta en un obstáculo. Para ello, los establecimientos comerciales deben contar con un libro de reclamaciones, en forma física o virtual; para lo que el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el “Reglamento del Libro de Reclamaciones”)⁹ establece las condiciones, los supuestos y las demás especificaciones necesarias. Su artículo 9° indica que los “proveedores virtuales deberán colocar como mínimo un aviso fácilmente identificable en la página de inicio del portal web donde establecen sus relaciones de consumo, el mismo que deberá contener un vínculo que dirija al Libro de Reclamaciones Virtual, utilizando el formato establecido”; y, el artículo 4° b), que “al concluir el proceso de ingreso del reclamo o queja, se debe permitir la impresión de la Hoja de Reclamación y enviarse automáticamente al correo electrónico indicado por el consumidor, dejándose constancia de la fecha y hora de presentación del reclamo o queja”.

Como se aprecia, ya existe extensa y adecuada regulación aplicable (y específica) para la presentación de reclamos o quejas de consumidores en canales virtuales que garantizan su atención oportuna y adecuada, a fin de promover su solución directa e inmediata en pro de mejores relaciones de consumo, que, de no ser respetada, la autoridad a cargo, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), podrá imponer sanciones desde una amonestación hasta multas ascendentes a 450 Unidades Impositivas Tributarias, de acuerdo a la gravedad de la infracción.

Por ello, la presente medida no resulta consecuente ni razonable con el ecosistema digital, ni con los objetivos propios del Proyecto. Considerando que la mayoría de los negocios de comercio electrónico son Mypes y que el reconocimiento del presente derecho podría desincentivar la entrada de nuevos competidores al mercado y, peor aún, la inversión por parte de los mismos en innovación y desarrollo por los costos fijos de tener que mantener suficiente personal de atención, independientemente de las herramientas y soluciones de tecnología digital con las que se cuente en devolver los productos y/o servicios. De ese modo, la falta de incentivos en la entrada de nuevos competidores al comercio electrónico y en la inversión y desarrollo de soluciones innovadoras y tecnológicas de atención en línea, generará que los

⁹ Aprobado mediante Decreto Supremo Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, y modificado por el Decreto Supremo N° 006-2014-PCM

consumidores tengan una menor gama de proveedores y servicios de información y atención que escoger y, con ello, se reducirá el excedente y el bienestar de los consumidores en línea.

Del mismo modo, el hecho de imponer el derecho de atención presencial únicamente para los canales digitales constituye una grave discriminación subjetiva a los negocios digitales sin sustento alguno que además atenta contra el principio constitucional de libertad de competencia¹⁰ al imponer cargas y sobrecostos a un solo sector, lo cual a su vez desincentiva a que más usuarios entren en el mercado de los negocios a través de canales digitales. Consideramos respetuosamente que una protección excesivamente asimétrica del consumidor que genere sobrerregulación y sobrecostos puede causar una limitación o barrera de entrada para la creación de nuevos modelos de negocio, que surgen a partir de las tecnologías imponiéndose cargas económicas y administrativas que no deberían estar llamados a cumplir. Resulta necesario reconocer y propender por una distribución justa y equitativa de las cargas entre los distintos actores involucrados en el comercio electrónico. De este modo, se conseguiría evitar reducir los incentivos para desarrollar una actividad, que beneficia no solamente a gran parte de las industrias sino a los consumidores, quienes se han involucrado y han avanzado en esta forma de hacer comercio.

La Comisión ha evaluado la opinión de la Cámara de Comercio de Lima y difiere con ella en que si bien la redacción de la norma que propone el Proyecto de Ley 1221/2021-CR supondría una obligación a todo proveedor, debe tenerse en cuenta que no todo proveedor ofrece los canales o los mecanismos descritos como callbot, chatbot, o similares, por ello obligarlo a este servicio sería contraproducente.

Estamos de acuerdo con la CCL al señalar que imponer el derecho de atención presencial únicamente para los canales digitales constituye una grave discriminación subjetiva a los negocios digitales pues se estaría imponiendo cargas y sobrecostos al proveedor, razón por ello que el presente dictamen presenta una nueva redacción que levanta las observaciones señaladas.

Finalmente, la Comisión considera que el derecho a la información de todo consumidor, como su primer y más importante derecho, justifica la exigencia de la atención personalizada como una opción o alternativa y sólo cuando el proveedor ofrezca cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital.

ii.2) La Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM), en su informe refiere las siguientes observaciones y comentarios:

El Proyecto no aporta mejora alguna a la atención de reclamos y quejas virtuales; el proyecto generaría una inadecuada sobrerregulación al deber de atención de los reclamos y quejas a cargo del proveedor, colisionando con la regulación existente para los plazos, canales y

¹⁰ Constitución Política del Perú.

Artículo 61.- El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios

contenido de respuesta que debe otorgar el proveedor. Así, se evidencia que el Código ya cuenta con suficiente y adecuada regulación (específica) para el cumplimiento de la atención de reclamos y quejas, tanto por medios presenciales como virtuales que garantizan su atención oportuna y adecuada. Como se aprecia, el artículo 24° del Código indica que los proveedores deben atender los reclamos presentados por sus consumidores y responder a los mismos en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario y, para el caso de las líneas de atención de reclamos o con algún medio electrónico u otros similares debe asegurarse que la atención sea oportuna y que no se convierta en un obstáculo.

El Proyecto atenta contra el derecho de información de los consumidores; De aprobarse el Proyecto, también generaría una inadecuada sobrerregulación al derecho de información de los consumidores y al deber de informar a cargo del proveedor. Reiteramos que el Código cuenta con suficiente y adecuada regulación genérica para el cumplimiento de los deberes de información por parte de los proveedores, lo cual resulta aplicable a las compraventas realizadas por cualquier canal, entre ellos, los virtuales.

No obstante, el Proyecto busca limitar la manera en que el deber de información debe ser cumplido por los proveedores digitales, imponiendo que se deberá contar con la opción de comunicarse con un asistente personal no digital. Lo anterior, además de ser una discriminación subjetiva a dicho modelo de negocio; atenta contra la propia naturaleza y funcionamiento del comercio electrónico caracterizado por la inmediatez y dinamismo en la celebración de las transacciones, el uso de mecanismos más eficaces y eficientes para brindar la información adecuada que el canal presencial; y, genera una barrera de entrada y desincentivo al comercio electrónico y la innovación ante la sobrerregulación innecesaria impuesta.

Por otro lado, considerando que la mayoría de los negocios de comercio electrónico son Mypes y que el reconocimiento del presente derecho podría desincentivar la entrada de nuevos competidores al mercado y, peor aún, la inversión por parte de los mismos en innovación y desarrollo por los costos fijos de tener que mantener suficiente personal de atención, independientemente de las herramientas y soluciones de tecnología digital con las que se cuente en devolver los productos y/o servicios. De ese modo, la falta de incentivos en la entrada de nuevos competidores al comercio electrónico y en la inversión y desarrollo de soluciones innovadoras y tecnológicas de atención en línea, generará que los consumidores tengan una menor gama de proveedores y servicios de información y atención que escoger y, con ello, se reducirá el excedente y el bienestar de los consumidores en línea.

La Comisión ha evaluado la opinión de AMCHAM y difiere con ella pues debe tener en cuenta que el Derecho a la Información es el derecho más importante, reconocido constitucionalmente y no sólo ello, sino que es el propio artículo 65 el que obliga al Estado a garantizarlo. Es por ello que se justifica la exigencia de la atención personalizada como una opción o alternativa y sólo cuando el proveedor ofrezca cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital.

ii.3) La Oficina de Participación Ciudadana, Oficialía Mayor del Congreso de la República mediante Oficio 1087-2022-OPC-OM-CR, de fecha 08 de marzo

de 2022, adjunta link de opinión en el siguiente enlace:
<https://wb2server.congreso.gob.pe/participacion-ciudadana-portal/#/informe-mensual/2021/1221/202202>

El ciudadano RAUL MARTIN AREVALO HUERTAS, identificado con DNI 07/02/2022, considera respecto de la propuesta normativa es ***“Muy acertada la propuesta. En muchos casos un contestador virtual o chatbot no responde a las inquietudes del consumidor.”***

Así también, la Comisión ha verificado evidencia objetiva sobre la necesidad de la misma y ha constatado la necesidad de la norma.

Es conocido que los **chatbot**, chat robot o simplemente bot poseen límites, y conforme lo han declarado los mismos creadores estas herramientas:¹¹

*“no puede gestionar consultas que precisen de una toma de decisiones; más aún cuando se refiere a temas de posventa. Él propuso el siguiente ejemplo: **“Seguramente a alguien le ha pasado que al hacer compras por internet el producto aún no les llega y uno quiere hacer el seguimiento.**”*

Ante esto, uno se dirige a los canales de comunicación de la empresa para preguntar por el estado del pedido y se encuentra con el bot, este puede responder que “está en progreso” y no cambia de respuesta. Para ello, el cliente probablemente busca una respuesta más clara, y quiere saber por qué está demorando o cuál es la ubicación del producto.

Por este motivo, se necesita a una persona real que resuelva el caso, haga reclamos o brinde los detalles del estado del pedido. Como consecuencia, se puede inferir que aún es necesaria la intervención humana sobre todo para evitar que el usuario se frustre.

*[...] Es importante recordar que resultará útil en caso de **consultas masivas** para que posteriormente sean automatizadas”. (El subrayado y negrita es nuestro).*

Así mismo es importante tener en cuenta la opinión de expertos que señalan:

*“reconocer la utilidad de los bot conversacionales **no implica renunciar al servicio personal**, sino que podría permitir que los bots realicen las tareas rutinarias, mientras que el personal se encarga de cuestiones más exigentes o de tareas que requieren atención personalizada. De hecho, **muchos clientes llegan a considerar de forma muy negativa no tener la opción de comunicarse con una persona, especialmente cuando se trata de cuestiones complejas o quejas.** Así, si el uso de chatbots se basa en la burocratización de procesos con el objetivo de no atender las cuestiones más espinosas, los clientes penalizarán de forma directa el uso de esta tecnología. **En***

¹¹ <https://larepublica.pe/tecnologia/2021/12/05/chatbots-para-que-sirven-y-que-beneficios-pueden-traerle-a-tu-empresa-si-los-implementas/>

estos casos, nadie quiere “hablar con una máquina”¹². (El subrayado y negrita es nuestro).

La Comisión ha evaluado la opinión ciudadana, la opinión de expertos en dichas tecnologías y los casos que atiende en el Módulo de Atención al Consumidor, los cuales ratifican la necesidad de la norma.

i.4) Sociedad de Comercio Exterior de Perú (COMEXPERÚ), refiere lo siguientes observaciones y comentarios:

El Proyecto atenta contra el derecho de información de los consumidores:

De aprobarse el Proyecto, se generaría una inadecuada sobre regulación al derecho de información de los consumidores y al deber de información de los proveedores. El Código ya cuenta con suficiente y adecuada regulación genérica para el cumplimiento de estos derechos y deberes, lo cual resulta aplicable a las compraventas realizadas por cualquier canal, entre ellos, los virtuales.

El Proyecto busca limitar la manera en que el deber de información debe ser cumplido por los proveedores digitales, imponiendo que se deberá contar con la opción de comunicarse con un asistente personal no digital, lo cual genera cargas adicionales para los proveedores que son innecesarias ante las demás garantías del derecho a la información que trae el Código. Lo anterior, además de ser una discriminación subjetiva a dicho modelo de negocio, atenta contra la propia naturaleza y funcionamiento del comercio electrónico, caracterizado por la inmediatez y dinamismo en la celebración de las transacciones, el uso de mecanismos más eficaces y eficientes para brindar la información adecuada que el canal presencial; y genera una barrera de entrada y desincentivo al comercio electrónico y la innovación ante la sobre regulación innecesaria impuesta.

El Proyecto no aporta mejora alguna a la atención de reclamos y quejas virtuales: El Proyecto también generaría una inadecuada sobre regulación respecto del deber de atención de los reclamos y quejas a cargo del proveedor, colisionando con la regulación existente para los plazos, canales y contenido de respuesta que debe otorgar el proveedor; generando inseguridad jurídica e impredecibilidad para quienes pretendan emprender negocios digitales y para quienes en la actualidad desarrollan actividades en el entorno digital, lo que podría ralentizar los procesos de digitalización que el mercado y los consumidores exigen.

En esa línea, se evidencia que el Código ya cuenta con suficiente y adecuada regulación para el cumplimiento de la atención de reclamos y quejas, tanto por medios presenciales como virtuales, por lo que, de prosperar el Proyecto, se complejizarían las cargas para los proveedores, impactando esta situación directamente en la oferta de bienes y servicios disponibles para los consumidores.

Así, el artículo 24° del Código indica que los proveedores deben atender los reclamos presentados por sus consumidores y responder a los

¹² Jorge Llanes, productor y redactor radiofónico, redactor de contenido digital y también en el ámbito político como asesor de comunicación y director de campaña En <https://raiz.es/es/contenidos/chatbot/>

mismos en un plazo determinado, y, para el caso de las líneas de atención de reclamos o con algún medio electrónico u otros similares, deben asegurarse de que la atención sea oportuna y que no se convierta en un obstáculo.

Por ello, la presente medida no resulta consecuente ni razonable con el ecosistema digital, ni con los objetivos propios del Proyecto, y además impone nuevas cargas a los proveedores para poder cumplir con todas las obligaciones, lo que genera sobre regulación en la materia.

Considerando que la mayoría de los negocios de comercio electrónico son MiPymes, la inversión por parte de estos en innovación y desarrollo por los costos fijos de tener que mantener suficiente personal de atención -independientemente de las herramientas y soluciones de tecnología digital con las que se cuente en devolver los productos y/o servicios podría desincentivar la entrada de nuevos competidores al comercio electrónico y en la inversión y desarrollo de soluciones innovadoras y tecnológicas de atención en línea. Esto último, a su vez, generará que los consumidores tengan una menor gama de proveedores y servicios de información y atención para escoger y, con ello, se reducirá el excedente y el bienestar de los consumidores en línea.

Consideramos respetuosamente que una protección excesivamente asimétrica del consumidor que genere sobre regulación y sobre costos puede causar una limitación o barrera de entrada para la creación de nuevos modelos de negocio, que surgen a partir de las tecnologías, imponiéndose cargas económicas y administrativas que no deberían estar llamados a cumplir. Ello más aun cuando es posible que la atención al consumidor a través de canales virtuales o digitales sea más eficiente, por lo que no se encuentra un motivo que justifique dar un trato diferente a los proveedores que comercializan sus bienes o servicios a través de canales digitales y a aquellos que utilizan únicamente medios presenciales o físicos para el efecto.

Finalmente, resaltamos que resulta necesario para el Estado reconocer y propender por una distribución justa y equitativa de las cargas entre los distintos actores involucrados en el comercio electrónico. De este modo, se conseguiría evitar reducir los incentivos para desarrollar una actividad, que beneficia no solamente a gran parte de las industrias, sino a los consumidores, quienes han sido los más beneficiados con esta forma de hacer comercio. Por ello, solicitamos se evalúe disponer el archivamiento del Proyecto, o que, en todo caso, se cumpla con seguir un adecuado análisis de impacto regulatorio a fin de regular la presente materia.

La Comisión ha evaluado la opinión de COMEX y difiere con ella pues debe tener en cuenta que el derecho a la información de todo consumidor, como su primer y más importante derecho, justifica la exigencia de la atención personalizada como una opción o alternativa y sólo cuando el proveedor ofrezca cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital.

ii.5) Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI), en su informe refiere los siguientes observaciones y comentarios:

Genera nuevos costos para los proveedores, lo que perjudica especialmente a las Mipymes; el proyecto, al establecer la obligación del proveedor de implementar la opción de atención humana en los canales de atención que utilicen herramientas digitales, generaría considerables costos para los proveedores, conforme reconoce en el Proyecto en su Exposición de Motivos. Los nuevos costos estarían representados, principalmente, por la contratación de personal o de terceros y por costos operativos de la adecuación de los canales de comunicación, entre otros. Estos costos incrementales podrían llegar a ser asumidos por los consumidores en su perjuicio o, en el peor escenario, suponer una carga imposible de solventar por medianos y pequeños negocios, especialmente en el caso de las Mipymes peruanas que masivamente han adoptado herramientas digitales para interactuar con sus clientes, especialmente desde el inicio de la pandemia.

Genera sobrerregulación respecto del deber de atender reclamos y quejas a cargo del proveedor; el Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el Código), en su artículo 24°, ya establece las disposiciones que debe observar el proveedor al atender los reclamos de sus clientes, e incluso precisa que cuando se haga uso de una línea de atención de reclamos o con algún medio electrónico u otros similares, debe asegurarse que la atención sea oportuna y que no se convierta en un obstáculo. En este sentido, la normativa vigente cuenta ya con una disposición aplicable a la atención de reclamos a través de herramientas virtuales. Asimismo, el ordenamiento ya otorga protección al consumidor en este aspecto, dado que, ante el incumplimiento de la disposición antes mencionada, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) se encuentra facultado para imponer las sanciones correspondientes.

Por otro lado, el Proyecto genera sobre regulación del deber de informar a cargo de los proveedores, debido a que en el artículo 2° del Código, ya contempla deberes de información a cargo de los proveedores, que les exigen proporcionar información relevante y suficiente a los consumidores para que estos puedan tomar decisiones de consumo informadas, que resultan aplicables a los canales virtuales. Pese a esta disposición, el Proyecto exige la implementación de la opción de comunicarse con un “asistente personal no digital”, ignorando la dinámica y naturaleza del comercio electrónico, que se caracteriza por su inmediatez en las transacciones, así como el uso de herramientas automatizadas que facilitan la atención de los consumidores, permitiéndoles contar con la información de manera constante sin horarios determinados.

Al respecto, el Proyecto presupone que, actualmente en el Perú, los proveedores que utilizan herramientas digitales no brindan la información o no reciben los reclamos de manera adecuada, basando tal premisa en la comparación de los sistemas de atención al cliente de dos aerolíneas, que en definitiva no constituyen sustento fáctico suficiente para evidenciar una problemática en la atención de consumidores peruanos. Esto desconoce las ventajas de las referidas herramientas tales como el ahorro de tiempo de espera para el consumidor, la accesibilidad permanente a la información de los productos, la estandarización y uniformidad en las respuestas, la

posibilidad de acceder a reseñas de otros clientes, puntuaciones, reseñas, entre otros. Así, la calidad en los tiempos de respuesta y atención brindada se debe basar en estándares razonables y bien definidos, mas no en el medio utilizado para gestionar los reclamos de los clientes.

Por los motivos expuestos, respetuosamente solicitamos que el proyecto sea archivado debido a los obstáculos que representa para el desarrollo del comercio electrónico y el ecosistema innovador y de transformación digital del sector productivo. Adicionalmente, proponemos que se faciliten mesas de diálogo, de tal forma que entre todos los actores relevantes se pueda discutir e identificar posibles oportunidades y soluciones para brindar una mejor atención a los clientes a través de medios digitales.

La Comisión ha evaluado la opinión de ALAI y considera que sus observaciones se levantan con el texto sustitutorio que propone el presente dictamen ya que no será obligatorio para todo proveedor, sino que sólo para aquel que ofrezca este tipo de herramienta tecnológica.

ii.6) Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN), en su informe refiere lo siguiente:

No es razonable que se exija que el acceso a información deba darse vía canales personales y se pretenda poner restricciones al uso de canales digitales, más aún cuando la emergencia sanitaria derivada de la pandemia nos ha enseñado qué tan importante es la promoción de la digitalización.

Una política de promoción de canales digitales de atención tiene mucha ventaja para el consumidor. Le permite solucionar sus dudas ahorrando costos de tiempo y transporte. Puede ejecutar sus transacciones en cualquier momento. Por otro lado, las empresas pueden establecer el mejor mix de canales según las características de sus clientes y la complejidad de las transacciones. Si la empresa está facultada de restringir determinados canales para cierto tipo de consultas, entonces podrá asegurar una mayor disponibilidad del canal personal para transacciones complejas, mejorando los tiempos de atención para este tipo de transacciones al reducirse la demanda.

Por ejemplo, asumiendo una atención bancaria, si se exige al banco atender consulta de saldos en oficinas, cuando hay múltiples canales no personales para hacerlos, aquellos clientes que desean hacer acciones complejas que requieran atención personal en la agencia, tendrán que enfrentar al costo de transporte un mayor costo de espera porque concurrirán con aquellos que pudiendo hacer el trámite no personal, lo hicieron por una imposición legal.

Esto incluso se agrava en zonas rurales. Si se exige una atención personal en zonas rurales, entonces se eleva el costo de prestación del servicio en dichas zonas (Costo de operación de la oficina). Esto puede generar que las empresas decidan no brindar servicio a dichas zonas por no ser sostenible, dejando excluida a dicha población. Los costos de atención presencial elevarán los costos del servicio, afectando a los consumidores.

Por otro lado, si la implementación de un mecanismo de atención de quejas y reclamos a través de call centers o contact centers es una elección libre y opcional -como no podía ser de otra forma dado nuestra tradición constitucional- no parece que nos encontremos ante una apropiada técnica legislativa el imponer obligaciones mandatorias a opciones de implementación opcionales.

Efectivamente, si un proveedor de bienes o servicios, está en plena libertad de implementar -o no- mecanismos de atención de sus clientes a través de call centers o contact centers, no parece razonable el imponer la obligación de atención presencial cuando estos proveedores han decidido recurrir a esta vía para la atención de quejas y reclamos. Imponer una obligación adicional a aquellos proveedores que libremente han decidido la implementación de un canal de atención telefónico operado, directa e indirectamente, a través de call centers o contact centers o similares, canales ya de por sí costosos, podría significar un claro desincentivo para que estos proveedores desarrollen este tipo de soluciones de atención de quejas y reclamos.

La Comisión ha evaluado la opinión de AFIN y considera que podría tener razón en la forma como se ha redactado la propuesta normativa incluyendo a todo proveedor a la atención personalizada.

Es importante señalar que, si bien el *chatbot* o *bot* conversacional es un programa de software o aplicación informática que, a partir de inteligencia artificial, *simula* una conversación con una persona, software que permite mantener un diálogo humano-máquina a partir de un conjunto de respuestas automatizadas y previamente programadas.

Ello quiere decir que estas herramientas tecnológicas proporcionan información que debe ser relevante para el consumidor a fin de optar por la compra, hacer seguimiento de un pedido o para cualquier consulta post venta y considerando que la propia Constitución Política del Estado establece en el artículo 65 que el *Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado.*

Como es de apreciarse el derecho a la información de todo consumidor tiene calidad de derecho supremo frente a otros derechos de los consumidores, en esa medida, tal como lo corrobora el artículo 1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley 29571), aquel proveedor que ofrece esta herramienta tecnológica, debe garantizar información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible.

ii.7) **El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)**, en el informe que remiten refiere lo siguiente:

- ✓ Debemos señalar que el **primer supuesto** no resulta viable por las siguientes observaciones: El derecho que se plantea no está delimitado al caso de los asistentes virtuales o digitales (*callbots* y *chatbots*), por lo que sería un derecho en sentido general. Por ende, en todos los casos el consumidor tendría derecho a la atención personalizada, lo cual **impediría el funcionamiento de algunos canales de información o atención** como aplicaciones móviles, páginas web, cajas de autoservicio de supermercados,

sistemas de cobro automático de playas de estacionamientos, cajeros electrónicos de los bancos, y máquinas expendedoras de productos; a menos que se instale un mecanismo que permita solicitar asistencia de parte de personal del proveedor.

- ✓ **Contradice la actual regulación sobre atención de reclamos o quejas en el libro de reclamaciones**, pues la misma se da a través del libro de reclamaciones físico o virtual, que en ningún supuesto requiere de la atención en persona del consumidor por parte de un representante del proveedor¹³.

En cuanto al **segundo supuesto** advertimos que se establece una obligación al proveedor de dar siempre una opción al consumidor de comunicarse con un asistente personal no digital en caso se haga uso de herramientas virtuales o asistentes digitales. En consecuencia, se puede apreciar que el segundo supuesto es el que contiene el objeto de la norma, por lo que sugerimos precisar la redacción de la propuesta normativa en el siguiente sentido:

El informe llega a las siguientes conclusiones:

- El Proyecto de Ley se encuentra conformado por dos supuestos, siendo el primero el reconocer al consumidor un derecho general: "(...) 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." Sin embargo, consideramos que el mismo no resulta viable porque:
 - No permitiría el funcionamiento de algunos canales de información o atención como aplicaciones móviles, páginas web, cajas de autoservicio de supermercados, sistemas de cobro automático de playas de estacionamientos, cajeros electrónicos de los bancos, y máquinas expendedoras de productos; a menos que se instale un mecanismo que permita solicitar asistencia de parte de personal del proveedor.
 - Contradice la actual regulación sobre atención de reclamos o quejas en el libro de reclamaciones, pues la misma se da a través del libro de reclamaciones físico o virtual, que en ningún supuesto requiere de la atención en persona del consumidor por parte de un representante del proveedor
- El Proyecto de Ley contiene un segundo supuesto que establece una obligación especial en caso se haga uso de herramientas virtuales o asistentes digitales en los canales de comunicación: "(...) 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." Este supuesto es el que contiene el objeto de la norma, por lo que sugerimos precisar la propuesta normativa.
- De considerarse las observaciones planteadas, el proyecto normativo sería viable porque fortalecería el derecho de los consumidores a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, sin que esto suponga una carga regulatoria que atente contra la innovación tecnológica en la atención al consumidor.

¹³ Conforme se desprende lo dispuesto en los artículos 150, 151 y 152 del Código y el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código, aprobado por Decreto Supremo N° 011-2011-PCM

La Comisión ha evaluado la opinión del Indecopi y coincide en el primer supuesto de la propuesta impediría el funcionamiento de algunos canales de información o atención, hecho que no podemos permitir por cuanto ello sería ir en contra del primer derecho de todo consumidor al cual el Estado debe garantizar información oportuna, veraz, suficiente y fácilmente accesible.

Respecto al segundo supuesto, la Comisión considera que la propuesta del Indecopi respeta la Constitución y está acorde a los principios y políticas Públicas que propugna el Código de Protección y Defensa del Consumidor, razón por la cual la hace suya, con mejoras de redacción en canto a técnica legislativa.

f) Análisis costo beneficio

A continuación, se detalla en los siguientes recuadros los costos y beneficios que se observan para los diferentes actores involucrados:

Incidencia para el consumidor

Costo	beneficio
Ninguno	• Acceso a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, sin que esto suponga una carga regulatoria que atente contra la innovación tecnológica.

Incidencia para las empresas

Costo	beneficio
• Adaptar sus prácticas comerciales a la nueva normativa. • Impulsar la adopción de procesos más eficientes	• Mejorar la imagen corporativa y la reputación de la empresa frente a sus clientes o consumidores. • Genera mayor confianza de los usuarios. • Fomentar una cultura interna de respeto a la normativa de consumo. • Reducir las contingencias de consumo como los reclamos y denuncias.

Incidencia para el Estado

Costo	beneficio
• Supervisión a los proveedores, dentro de las normas y presupuestos ya asignados a las instituciones para tal fin.	• Garantiza el derecho a la información de los consumidores. • 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.

• Mejorar o adaptar a la nueva norma el mecanismo de control de respuesta de reclamos	• El Estado garantiza que los canales de atención que se pongan a disposición de los consumidores y usuarios sean efectivos y eficiente. • Se mejora legislativamente la protección de los consumidores. • Se da cumplimiento a la Sexta Política Pública de Estado. • Se da cumplimiento a los Principios para unas buenas prácticas comerciales señaladas en las Directrices para la Protección del Consumidor aprobadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas establece, en el literal f) del numeral VI
---	---

V. CONCLUSIÓN

Por las consideraciones expuestas, la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, de conformidad con lo establecido en el literal b) del artículo 70 del Reglamento del Congreso de la República, recomienda la **APROBACIÓN** de los proyectos de ley **1217/2021-CR y 1221/2021** con el siguiente texto sustitutorio:

TEXTO SUSTITUTORIO

LEY QUE MODIFICA LA LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, GARANTIZANDO LA ATENCIÓN PERSONAL DEL PROVEEDOR AL OFRECER SISTEMAS DE ATENCIÓN AUTOMATIZADA

Artículo único. Modificación del artículo 1 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor

Se incorpora el literal l) en el numeral 1.1 del artículo 1 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, con la siguiente redacción:

“Artículo 1.- Derechos de los consumidores

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

[...]

l) **Derecho a contar con opción o alternativa de atención personal cuando el proveedor ofrezca al público cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital.**

1.2 [...].”

Dese cuenta
Sala de Comisión

Lima, 03 de mayo de 2022.



Firmado digitalmente por:
TACURI VALDIVIA German
Adolfo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 05/05/2022 11:34:33-0500



Firmado digitalmente por:
LUNA GALVEZ Jose Leon FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 04/05/2022 21:27:38-0500



Firmado digitalmente por:
GONZA CASTILLO Américo
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 05/05/2022 11:09:22-0500



Firmado digitalmente por:
RIVAS CHACARA Janet
Milagros FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 05/05/2022 12:10:04-0500



Firmado digitalmente por:
CICCIA VASQUEZ Miguel
Angel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 05/05/2022 13:05:48-0500



Firmado digitalmente por:
MONTEZA FACHO Silvia
Maria FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 05/05/2022 14:31:21-0500



Firmado digitalmente por:
OBANDO MORGAN Aristela
Ana FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 06/05/2022 09:33:46-0500

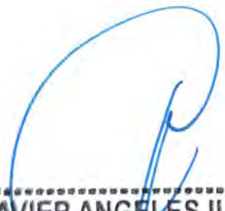


Firmado digitalmente por:
CORDERO JON TAY Luis
Gustavo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 05/05/2022 15:05:32-0500

**CONSEJO DIRECTIVO DEL
CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

Lima, 23 de mayo de 2022.

Al orden del día



.....
JAVIER ANGELES ILLMANN
Director General Parlamentario
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

ACTA

COMISIÓN DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

PERIODO ANUAL DE SESIONES 2021-2022

DÉCIMA OCTAVA SESIÓN ORDINARIA

Martes, 3 de mayo de 2022

Sumilla:

Se aprobó por unanimidad:

- El dictamen recaído en los proyectos de ley 1217/2021-CR y 1221/2021-CR que, con texto sustitutorio, proponen la ley que modifica la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, garantizando la atención personal del proveedor al ofrecer sistemas de atención automatizada.
- El dictamen recaído en el Proyecto de Ley 1375/2021-CR que, con texto sustitutorio, propone la ley que modifica el Decreto Legislativo 1075, decreto legislativo que aprueba disposiciones complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el régimen común sobre propiedad industrial, simplificando el registro, la renovación y la protección de las marcas y elementos de la propiedad industrial.
- La dispensa del trámite de aprobación del Acta de la Décima Octava Sesión Ordinaria, para ejecutar los acuerdos adoptados.

En la Plataforma Virtual *Microsoft Teams*, siendo las 11 horas con 22 minutos del día martes 03 de mayo de 2022, se reunieron bajo la presidencia del congresista José León Luna Gálvez, los congresistas miembros titulares Alfredo Pariona Sinche, Américo Gonza Castillo, Germán Adolfo Tacuri Valdivia, Janet Milagros Rivas Chacara, Luis Gustavo Cordero Jon Tay, Auristela Ana Obando Morgan, Ilich Fredy López Ureña, Silvia María Monteza Facho, Diego Alonso Bazán Calderón y Miguel Ángel Ciccía Vásquez.

El señor Presidente con el quórum reglamentario, dio inicio a la Décima Octava Sesión Ordinaria de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Periodo Anual de Sesiones 2021-2022.

I. ACTA

El señor Presidente dejó constancia que el acta de la Décima Séptima Sesión Ordinaria, fue aprobada en su oportunidad, con dispensa de su lectura.

II. DESPACHO

El señor Presidente dio cuenta de los documentos ingresados y remitidos.

III. INFORMES

No hubo informes.

IV. PEDIDOS

No hubo pedidos.

V. ORDEN DEL DÍA

5.1 El Nivel de concentración del virus SARS-Cov2 en las aguas residuales de Lima Metropolitana y a nivel nacional y la situación de las Plantas de Tratamiento PTAR, consecuencias para los usuarios

El señor Presidente señaló que a inicios de este año, las noticias daban cuenta de la alarma surgida por la presencia de altas concentraciones del virus SARS-Cov2 en las aguas residuales de Lima Metropolitana. En dicha fecha las Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) La Chira, Taboada, San Juan y Puente Piedra superaron, cada una, su nivel más alto de concentración de dicho virus.

En esa preocupación, con el ánimo de hacer un seguimiento a este tema, que tiene repercusión directa en los usuarios, es que se ha invitado a funcionarios del Ministerio de Vivienda y de la Sunass, para que informen ante la Comisión sobre esta problemática y que se detallen cuáles son las consecuencias en los usuarios, y qué acciones están adoptando al respecto.

En este estado, se informa que se encuentra en la sala, la señora Margot Huataquispe Vásquez, Directora General de Políticas y Regulación en Construcción y Saneamiento del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, quien está acompañada del señor Víctor Alberto Varillas Borja, Director de Saneamiento del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, así como el señor Julio Kosaka, Director de Fiscalización de la Sunass. Seguidamente, les dio la bienvenida y les otorgó el uso de la palabra en el orden señalado.

La señora Margot Huataquispe Vásquez, Directora General de Políticas y Regulación en Construcción y Saneamiento del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento mediante el uso de diapositivas expuso sobre la herramienta de alerta temprana a partir del monitoreo epidemiológico de aguas residuales desde el sector saneamiento y sobre los estudios de la posible existencia del virus SARS-COV-2 en las redes del alcantarillado, como de los colectores, y del ingreso del PTAR. Luego trató sobre el proceso del tratamiento de las aguas residuales y dijo que, el objetivo era analizar este virus y darle un insumo al Minsa, porque en si ellos lo utilizan directamente, además que dicha entidad puede saber qué concentración hay en cada zona.

En las conclusiones de su exposición, refiere que los incrementos en los niveles de concentración de los resultados de laboratorio para las semanas 54 (10 a 16 enero) y 55 (17 a 23 enero) en Lima Metropolitana y la semana 55 en Arequipa Metropolitana coincidieron con el incremento en el número de casos positivos reportados por los sistemas de salud como resultado de la tercera ola de contagios por COVID-19. Los resultados del monitoreo del SARS-COV-2 mostraron la disminución de la presencia a partir de la semana 56 (24 a 30 ene) en adelante.

El señor Víctor Alberto Varillas Borja, Director de Saneamiento del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento complementando la exposición antes señalada, trató sobre el proceso del tratamiento de las aguas residuales con relación al virus SARS-COV-2, al mismo tiempo, dijo que se cuenta con la normatividad que aprueba el cumplimiento de límites máximos permisibles, que es, digamos un parámetro de control de calidad con el que luego debe de salir las aguas residuales como efluentes de plantas de tratamiento, entre otros puntos relacionados.

El señor Julio Kosaka, Director de Fiscalización de Sunass con el uso de diapositivas expuso sobre las competencias del marco normativo, básicamente el tema de la situación de las plantas de tratamiento de aguas residuales en el Perú y sobre el estado de las aguas residuales, cobertura de aguas residuales, tamaños de EP, y de la clasificación de Empresas Prestadoras a nivel nacional.

Por otro lado, desarrolló los siguientes puntos: cobertura de alcantarillado, evolución anual por tamaño de EP (en porcentajes); evolución del tratamiento de aguas residuales en empresas prestadoras; cobertura del tratamiento de aguas residuales (TAR); evolución anual por tamaño de EP (en porcentajes) y luego pasó a tratar sobre las principales localidades que no cuentan con tratamiento de aguas residuales; y, haciendo uso de datos estadísticos, detalló los lugares a nivel nacional.

Asimismo, abordó sobre los principales problemas de las Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales: en cuanto a la capacidad PTAR refirió los aspectos; la capacidad PTAR y refirió que trabajan por encima de su capacidad hidráulica y por encima de su capacidad orgánica y las eficiencias de Tratamiento. Señaló que la mayor parte de las PTAR no cuentan con un sistema de tratamiento que les permita remover los coliformes termo tolerantes de acuerdo a los LMP. Y en cuanto a la Operación y Mantenimiento, contempla lo siguiente; personal de operación y mantenimiento Pocas PTAR cuentan con personal permanente que la opere. Mencionó que el personal que opera PTAR no tiene formación técnica. Alta rotación de personal en las empresas prestadoras.

Siguiendo con su exposición, se refirió a las situaciones del estado de las aguas residuales de Lima Metropolitana; brecha de Inversiones en saneamiento, que se requiere inversión de 9.9 miles de millones de soles para cobertura de tratamiento de aguas residuales "urbana" al 79.7% (año 2026); proyección de cobertura del servicio de tratamiento de aguas residuales por departamento en el ámbito urbano, según PNS y respecto al proceso de Adecuación progresiva de PTAR.

Finalmente, en sus conclusiones, dio a conocer los siguientes puntos: supervisión, dotar a las entidades sectoriales competentes del presupuesto y personal necesario para efectuar acciones de supervisión, Infraestructura: Invertir y priorizar el equipamiento y mejora de las infraestructuras, no sólo de la PTAR sino del sistema de alcantarillado. Operación y mandamiento: Destinar presupuesto para las acciones de acuerdo a la normativa vigente. Fortalecer y capacitar al personal técnico. Marco Legal: Evaluar el cumplimiento las exigencias normativas referidas a LMP, ECAs, Ley de Recursos Hídricos, de acuerdo a las tecnologías de las PTAR y al PNS. Tecnología de tratamiento: Establecer criterios técnicos para la selección de la tecnología de tratamiento, considerando la sostenibilidad y capacidad de la EP y sobre la participación privada: Fomentar la inversión privada cofinanciada a través de empresas de mantenimiento de PTAR o mediante contratos APP, con alcance de contratos adecuados.

5.2 Predictamen recaído en el Proyecto de Ley 413/2021-CR, por el que se propone la ley que modifica la Ley 26221, Ley Orgánica de Hidrocarburos, para fortalecer el abastecimiento de los derivados del petróleo en favor de los consumidores

El señor Presidente señaló que continuando con el estudio de los proyectos de ley, se tiene este predictamen, el cual quedó en cuarto intermedio, con la finalidad de invitar, escuchar las opiniones, y propuestas de representantes de las instituciones involucradas. Por ello, se ha invitado a la doctora Luz Eyzaguirre Gorvenia, Decana de la Facultad de Ingeniería de Petróleo, Gas Natural y Petroquímica de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), quien ha delegado su participación en el ingeniero químico Sebastián Barreda Tamayo y al señor

Héctor Plate Cánepa, presidente del Organismo Peruano de Consumidores y Usuarios (OPECU). Seguidamente, les dio la bienvenida y les otorgó el uso de palabra cada uno.

El señor Héctor Plate Cánepa, presidente del Organismo Peruano de Consumidores y Usuarios (OPECU) mediante el uso de diapositivas y estadística, trató sobre los alcances del Gasohol 90 octanos, variación del precio de referencia internacional, versus precio neto de Repsol y Petroperú, 2012-2013; precio promedio mensual de Petróleo; Repsol y Petroperú vs. Referencia internacional 2018-2019 y sobre el tema de variación semanal del precio neto de Petroperú versus precio de referencia internacional.

Por otro lado, abordó sobre los alcances del balón de gas doméstico de GLP peruano, que abarca los siguientes puntos: variación de precio del gas licuado de petróleo envasado (GLP) del productor Pluspetrol e impacto en el balón de gas de GLP peruano, julio 2015-2016; precio del balón de gas doméstico de 10 kilos (GLP peruano) precio propano MONT BELVIEU-EEUU; de referencia internacional 2018-2019; gas licuado de petróleo envasado (GLP E) en soles por 10 kilos, incluido impuesto, actualización de la banda de precios del GLP envasado – fondo de estabilización de precios de combustible (FEPC) 2018-2020.

Asimismo, ahondó y desarrolló los temas de la variación del precio del gas licuado de petróleo (GLP) en soles por 10 kilos, incluido impuesto, precios de referencia internacional MONT BELVIEU, producto PLUSPETROL, fondo de estabilización de precio combustibles y balón de gas 2018-2020 y sobre el punto de la exclusión del gas licuado de petróleo envasado (GLP) del fondo de estabilización de precios de combustibles derivados del petróleo e impacto en el balón de gas de GLP peruano.

El señor Sebastián Barreda Tamayo, ingeniero químico empezó su exposición tratando sobre los antecedentes del precio del GLP, de su situación actual y de su utilidad en los diferentes aspectos, y explicó sobre los alcances del impuesto selectivo al consumo. Luego, desarrolló sobre el contenido de los alcances de la Ley de hidrocarburos. Asimismo, desarrolló sobre las formas de la masificación del gas y sobre la situación de la demanda y desabastecimiento de los almacenamientos del gas, petróleo, Pluspetrol. Asimismo, trató sobre la importación del GLP y observó sobre la decadencia de almacenamiento en emergencia.

Cree en la importancia y oportunidad del proyecto en debate, que debe ayudar de una vez a poner en regla los organismos del tema privado, importadores, públicos y empresas del Estado. Comentó que ha habido emergencia de GLP en Lima y que Petroperú tuvo que en menos de una semana habilitar el despacho adicional de GLP, para abastecer a los clientes críticos de Zeta gas y Solgas. Alertó que Pluspetrol sigue siendo el mayor abastecedor de GLP nacional.

Observó que se debe empezar por poner orden, porque el mar ya no es seguro para abastecer los combustibles, se tiene que hacer una red de ductos por tierra y que la refinería de La Pampilla, tuvo una envasadora de GLP, y comercialización, pero se dejó allí para permitir que la inversión privada participe.

El señor Presidente invitó a los señores congresistas a formular sus preguntas e inquietudes.

Al mismo tiempo, preguntó que, en cuanto a la propuesta legislativa, en su opinión qué se podría agregar o quitar al proyecto de ley, para que sea viable y lograr un instrumento beneficioso para el país.

Al respecto, **el señor Sebastián Barreda Tamayo, ingeniero químico** dijo que en Petroperú siempre se ha guiado por el líquido, porque esos 15 días de inventario lo respetaban.

Entonces, dijo que, antes que declarar de interés nacional, lo primero es saber, que es un servicio, que no se tiene que declarar. Invocó y dijo que ojalá que este gobierno logre que Petroperú, por lo menos tenga el lote de Talara, no obstante, aquí se pone precio nacional del petróleo. Ante ello, señaló que se debería de reforzar la seguridad energética nacional y refirió que se debería asegurar, para garantizar que este insumo, que es un regalo de este yacimiento. El otro tema, es que el mercado de gas, ya está establecido y lo que se tiene que reforzar es la red de distribución de gas, porque no se está haciendo redes auxiliares de distribución de gas natural a las zonas deprimidas de Lima.

El señor presidente preguntó, qué opina de la propuesta que ha elaborado la comisión de los hidrocarburos para ampliar por 10 años más las concesiones que hay cerca de Talara.

Sobre ello, **el señor Sebastián Barreda Tamayo**, dijo que es otro tema que se está viendo en la universidad en la que trabaja y en la cual el objetivo básico que tuvo la privatización, eran esos campos de producción de petróleo donde Petroperú era competidor de otras empresas internacionales. Es como el caso de los grifos en Petroperú, ellos no son dueños, son concesionados, dado que llevan la bandera, porque Petroperú comercializa allí sus combustibles, pero el que fija los precios, son los dueños de los grifos.

Entonces, en caso de Petroperú hoy se está pagando precio y explicó sobre el precio de la gasolina. Señaló que sería una gran cosa, es el objetivo de tener la integración vertical, en este caso se tiene la suerte de tener el petróleo al costado, se ha explotado y a lo largo de 30 años tiene la explotación en manos privadas, lo que se ha hecho es descremar el petróleo, han bajado la producción, la reserva, y ahora que sube el precio de petróleo, sigue la misma producción. En esa situación, dijo que definitivamente tal como se planificó y ese es el plan que se tiene para este gobierno, esos lotes se terminaron, ya tuvieron todas las extensiones, que devuelvan al Estado ahora Petroperú, este es otro argumento para recuperar su posición de empresa integrada de petróleo como lo tienen todos.

Ante lo expuesto, **el señor Presidente** precisó que entonces, no sería conveniente que un tercero siga, porque no hay un análisis de costo y beneficio.

El señor Héctor Plate Cánepa, presidente del Organismo Peruano de Consumidores y Usuarios (OPECU) añadió y resaltó la importancia de la existencia de la seguridad energética nacional y dio alcances de los antecedentes de los precios del GLP, y dijo las razones fundamentales para reforzar esta situación en debate.

El congresista Germán Tacuri Valdivia observó y manifestó que cuando se habla de inversiones y en este caso, cuando se entrega dinero a los más necesitados, dicen que es un gasto populista; sin embargo, cuando se brinda dinero a las empresas transnacionales, se llama reactivación económica. Ante ello, dijo que es una contradicción, por ello cree que también sería conveniente cuando la empresa dice, *es que se tiene en stock y se tiene que gastar todo para bajar el precio*; entonces siguen ganando; bueno, ellos nunca van a perder.

Asimismo, sobre el tema a la seguridad energética, indicó que cree que es un tema fundamental, que se tiene que tratar desde el Congreso y desde el ejecutivo, para que se pueda garantizar de que este producto se tenga en décadas para proveer de energía, gas, petróleo o gasolina a nivel nacional. También, señaló que ya queda claro que Petroperú tiene que robustecerse, no solo como refinería, sino que empiece a poner sus estaciones de grifos, para poder proveer directamente a la población y a los hermanos transportistas, en general a todos.

El señor Presidente indicó que se evaluará los aportes para plantear pronto un texto sustitutorio en su momento.

5.3 Predictamen recaído los proyectos de ley 1217/2021-CR Y 1221/2021-CR que, con texto sustitutorio, proponen la ley que modifica la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, garantizando la atención personal del proveedor al ofrecer sistemas de atención automatizada

El señor Presidente sustentó el contenido de los alcances del predictamen recaído en los proyectos de ley 1217/2021-CR y 1221/2021-CR que, con texto sustitutorio, proponen la ley que modifica la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, garantizando la atención personal del proveedor al ofrecer sistemas de atención automatizada, el cual fue oportunamente distribuido vía digital a los despachos de los señores congresistas miembros de la Comisión.

Señaló que las propuestas legislativas tienen como objeto solucionar una problemática que se viene presentando de manera recurrente en la atención de los consumidores a través de plataformas virtuales, utilizando inteligencia artificial, o los llamados *boots* o *chat boots*. El proyecto de ley propone dos supuestos, siendo el primero el reconocer al consumidor un derecho general: 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.

Dijo que al respecto, de las opiniones que se han recibido y analizado, señalan que este supuesto no permitiría el funcionamiento de algunos canales de información o atención como aplicaciones móviles, páginas web, cajas de autoservicio de supermercados, sistemas de cobro automático de playas de estacionamientos, cajeros electrónicos de los bancos y máquinas expendedoras de productos; a menos que se instale un mecanismo que permita solicitar asistencia de parte de personal del proveedor, razón por la cual estamos acogiendo esta opinión técnica.

El predictamen con el fin de no contradecir la actual regulación, sobre atención de reclamos o quejas en el libro de reclamaciones, que en ningún supuesto requiere de la atención en persona del consumidor por parte de un representante del proveedor, acoge las observaciones de este primer supuesto.

En cuanto al segundo supuesto, refirió que se propone que se establezca una obligación para los proveedores en caso se haga uso de herramientas virtuales o asistentes digitales en los canales de comunicación: la utilización de herramientas virtuales o asistentes digitales en los canales de comunicación que pueda implementar el proveedor, para que siempre deba tener la opción de comunicarse con un asistente personal no digital. Este punto ha merecido opinión favorable por parte de la autoridad de consumo, el Indecopi. Por ello, luego del análisis correspondiente, se considera importante y necesario garantizar el acceso a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible para el consumidor, sin que esto suponga una carga regulatoria que atente contra la innovación tecnológica.

Asimismo, indicó que el predictamen evalúa todas las opiniones recibidas y se ha privilegiado el derecho a la información de todo consumidor, como su primer y más importante derecho; es por ello que se justifica la exigencia de la atención personalizada como una opción o alternativa y solo cuando el proveedor ofrezca cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital. Este dictamen hará que se adopten procesos más eficientes y con ello se va a mejorar la imagen corporativa y la reputación de las empresas frente a sus clientes o consumidores. Por ello, es importante otorgar mayor

confianza a los usuarios y así se fomentará una cultura interna de respeto a la normativa de consumo, reduciendo las contingencias como los reclamos y denuncias.

Finalmente, señaló que este dictamen, tal como lo propone el texto sustitutorio, mejorará el sistema de atención en la información del producto o servicio y/o la atención de reclamos o quejas que se realizan a través asistentes virtuales.

El señor Presidente abrió el debate e invitó la participación de los señores congresistas miembros de la Comisión.

No habiendo intervención, el **señor presidente** solicitó a la secretaria técnica llamar a los congresistas para que señalen el sentido de su voto.

Seguidamente, **el señor Presidente** sometió a votación nominal de los congresistas miembros presentes en la sala virtual y presencial de la Comisión, el dictamen recaído en los proyectos de ley 1217/2021-CR Y 1221/2021-CR que, con texto sustitutorio, proponen la ley que modifica la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, garantizando la atención personal del proveedor al ofrecer sistemas de atención automatizada.

Luego de la votación nominal, el dictamen fue aprobado por **UNANIMIDAD**: con 8 votos a favor de los señores congresistas José Luna Gálvez, Adolfo Tacuri Valdivia, Janet Rivas Chacara, Luis Cordero Jon Tay, Auristela Obando Morgan, Silvia Monteza Facho, Miguel Ángel Ciccía Vásquez y Américo Gonza Castillo quien consignó su voto a favor a través de la plataforma. No hubo votos en contra, ni abstenciones.

5.4 Predictamen recaído en el Proyecto de Ley 1375/2021-CR que, con texto sustitutorio, propone la ley que simplifica el registro, renovación y protección de las marcas

El señor Presidente señaló que como se recuerda, este predictamen estuvo en debate en la sesión anterior y quedó en cuarto intermedio. La Comisión recibió los aportes de los congresistas Diego Bazán y Adriana Tudela, y se coordinó con la autoridad de marcas que es el Indecopi.

Al respecto, dijo que en el caso del artículo 61-C, bajarlo a 40 días, como era la propuesta de los colegas congresistas, el Indecopi ha señalado que le resulta humanamente imposible, considerando que hay que tomar en cuenta que puede plantearse observaciones y notificarse para absolución a los solicitantes en 30 días hábiles. Respecto del artículo 64-B, de igual modo, las solicitudes de actos modificatorios implican un análisis más complejo y minucioso e incluso plazos mayores para la absolución de requerimientos. En este caso, solo esos plazos se extienden a 60 días hábiles. Por estos argumentos, se considera mantener la propuesta inicial.

El señor Presidente abrió el debate e invitó la participación de los señores congresistas miembros de la Comisión.

No habiendo intervención, el **señor presidente** solicitó a la secretaria técnica llamar a los congresistas para que señalen el sentido de su voto.

Seguidamente, **el señor Presidente** sometió a votación nominal de los congresistas miembros presentes en la sala virtual y presencial de la Comisión, el dictamen recaído en el Proyecto de Ley 1375/2021-CR que, con texto sustitutorio, propone la ley que simplifica el registro, renovación y protección de las marcas.

Luego de la votación nominal, el dictamen fue aprobado por **UNANIMIDAD**: con 9 votos a favor de los señores congresistas José Luna Gálvez, Américo Gonza Castillo, Adolfo Tacuri Valdivia, Janet Rivas Chacara, Luis Cordero Jon Tay, Auristela Obando Morgan, Silvia Monteza Facho, Miguel Ángel Ciccía Vásquez e Ilich Fredy López Ureña. No hubo votos en contra, ni abstenciones.

El señor Presidente solicitó la dispensa del trámite de aprobación del acta para ejecutar los acuerdos adoptados en la presente sesión, el mismo que fue votado a micrófono abierto, sin ninguna oposición, aprobándose por unanimidad.

Finalmente, levantó la Décima Octava Sesión Ordinaria, siendo las 13 horas con 49 minutos.

JOSÉ LEÓN LUNA GÁLVEZ
Presidente

AMÉRICO GONZA CASTILLO
Secretario

La transcripción magnetofónica que elabora el Área de Transcripciones del Departamento del Diario de Debates del Congreso de la República, es parte integrante de la presente Acta.



Firmado digitalmente por:
LUNA GALVEZ Jose Leon FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 06/05/2022 17:10:07-0500



Firmado digitalmente por:
GONZA CASTILLO Américo
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 06/05/2022 09:47:42-0500