



MARÍA ELIZABETH TAPE CORONADO

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



"PROYECTO DE LEY QUE REGULA EL USO DE ROBOTS DE CONVERSACIÓN A TRAVÉS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA Y LLAMADAS TELEFÓNICAS PARA ATENCIÓN AL CLIENTE"

Los congresistas de la República, integrantes del Grupo Parlamentario **PERÚ LIBRE** a iniciativa de la Congresista **MARÍA ELIZABETH TAPE CORONADO**, en ejercicio del derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Estado y conforme lo establecen los artículos 74 y 75 del Reglamento del Congreso de la República, proponen el siguiente proyecto de ley:

FÓRMULA LEGAL

LEY QUE REGULA EL USO DE ROBOTS DE CONVERSACIÓN A TRAVÉS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA Y LLAMADAS TELEFÓNICAS PARA ATENCIÓN AL CLIENTE

Artículo 1. Objeto de la ley

La presente ley tiene por objetivo regular el uso de robots a través de mensajería instantánea y llamadas telefónicas para atención al cliente priorizando la atención de una persona física ante la comunicación de los usuarios y/o consumidores que requieran interponer quejas, reclamos, consultas y/o solicitudes.

Artículo 2. Finalidad de la ley

La finalidad de la presente ley es garantizar la atención de una persona física como primera opción para el cliente, reducir los tiempos de espera que generan los mensajes o contestadoras programadas con robots y asegurar la protección de los derechos del consumidor mediante la optimización de los canales de atención.

Artículo 3. Ámbito de aplicación

La ley será aplicable a todas las empresas del Estado, así como a las empresas del ámbito privado, que desarrollen su actividad económica en territorio nacional y que brinden un producto y/o servicio cual fuera su naturaleza.

Artículo 4. Medios remotos de atención al consumidor

Se consideran medios de atención remotos las llamadas y mensajes vía telefónica y mensajería realizada por los medios digitales entendidos como las plataformas que se encuentran disponibles en internet.

Artículo 5. Oportunidad del consumidor a elegir mecanismo de atención

Las empresas que brindan los servicios o productos deberán implementar en sus medios remotos de atención al consumidor como primera opción la atención de una persona física pudiendo brindar como segunda opción la atención de un robot ya sea en la misma llamada o a través de mensajes de textos o aplicativo de mensajería instantánea.

Artículo 6. Solicitud de atención por medio remoto

Si a elección del consumidor este decide ser atendido por un medio remoto, este canal deberá cumplir con las siguientes características:



Firmado digitalmente por:
PORTALATINO AVALOS Kelly
Roxana FAU 20181740126 soft
Motivo: Soy el autor del documento

"PROYECTO DE LEY QUE REGULA EL USO DE
ROBOTS DE CONVERSACIÓN A TRAVÉS DE
MENSAJERÍA INSTANTÁNEA Y LLAMADAS
TELEFÓNICAS PARA ATENCIÓN AL CLIENTE"

1. Las posibilidades de hacer preguntas no deben de ser limitadas.
2. El tiempo de solución del problema no puede exceder de los cinco minutos desde que el medio de atención remoto se pone en marcha.
3. En caso la atención del consumidor no logre concretarse a través del medio remoto elegido, la empresa deberá redirigir, en la misma comunicación, con una persona física que la represente.
4. Si, al final de la comunicación, el consumidor queda insatisfecho con la atención brindada mediante el medio remoto elegido se le deberá dar la opción de comunicarse con una persona física.

Artículo 7. Reducción del tiempo de atención

En los casos que el usuario solicite atención por algunos de los medios remotos digitales, esta deberá realizarse en menor tiempo que las atenciones con persona física.

Artículo 8. Registro de las atenciones

Las atenciones, sean a través de persona física o medio remoto digital, deberán ser registradas con fecha, hora de inicio y fin de la comunicación, asimismo las empresas deberán guardar las comunicaciones en una base de datos de tal manera que se encuentren a disposición del cliente cuando este lo solicite.

Artículo 9. Prohibiciones

1. Cuando se traten de quejas y/o reclamos quedan prohibidos los automensajes y grabaciones de voz.
2. En caso el cliente solicite se derive su llamada a una persona física, queda prohibido derivar esta comunicación a una línea que irroque un costo adicional al consumidor.
3. Queda prohibido que en las comunicaciones referidas a quejas y/o reclamos se le ofrezca al cliente productos, servicios u oferta comercial que derive de la actividad económica que realiza la empresa.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. Reglamentación

En un plazo que no exceda de los 30 días calendario, desde la publicación de la presente norma, el Poder Ejecutivo emitirá las normas reglamentarias para el cumplimiento de esta ley.



Firmado digitalmente por:
GONZALO CASTILLO Américo
20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 07/09/2022 16:20:51-0500



Firmado digitalmente por:
TAPE CORONADO Maria
Elizabeth FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 08/09/2022 15:32:00-0500



Firmado digitalmente por:
CRUZ MAMANI Flavio FAU
20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 07/09/2022 16:45:41-05

MARÍA ELIZABETH TAPE CORONADO
Congresista de la República



Firmado digitalmente por:
QUISPE MAMANI Wilson
Rusbel FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento



Firmado digitalmente por:
QUITO SARMIENTO Bernardo
Jaime FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento



Firmado digitalmente por:
FLORES RAMIREZ Alex Randi
FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

La presente iniciativa legislativa tiene por objeto regular el uso de robots a través de mensajería instantánea y llamadas telefónicas para atención al cliente priorizando la atención de una persona física ante la comunicación de los usuarios y/o consumidores que requieran interponer quejas, reclamos, consultas y/o solicitudes.

En los últimos años hemos sido testigos del incremento en el uso de robots para atención al cliente, para un gran sector de usuarios ya es conocido este mecanismo que utilizan las empresas para atender quejas, reclamos, consultas y/o solicitudes, a pesar de ser un elemento tecnológico en muchos casos no llegan a satisfacer las necesidades del cliente; la agencia digital Play Group realizó un sondeo a más de 300 peruanos para conocer su opinión acerca de esta herramienta digital y destacó que el 58% de peruanos afirma haber interactuado con "chatbots" en lo que va del presente año, asimismo, el 40% de ellos señaló que fue para solicitar información sobre un producto o servicio, el 38% para comunicar problemas técnicos o averías y, el 22% para realizar pedidos¹. Esta misma encuesta mostro las actividades económicas en las cuales había un mayor uso de robots para atención al cliente, determinando que en los sectores turismo y viajes, educativo, comercio, inmobiliario, financiero y salud esta modalidad de atención llegaría al 26% del total de las atenciones.

Si bien es cierto, estamos en una era donde la tecnología avanza exponencialmente y se pretenden encontrar nuevas maneras de reducir tiempos, mejorar la calidad del servicio, ampliar canales de atención, entre otras mejoras, sin embargo, el proceso de adaptación para ello puede resultar complejo para algunos grupos etarios y, sin tomar en cuenta el factor edad, existen grupos de personas que no encuentran una solución rápida al interactuar al otro lado de la comunicación con un robot. La interacción con asistentes virtuales ha llegado a gran escala estos últimos años, prueba de ello es el 58% de peruanos que lo han utilizado, pero, a pesar de la gran utilidad de los "chatbots", existen algunos problemas en la adaptación de las personas a entornos 100% digitales. La migración para hablar con un bot aún es difícil para el 42% restante, aun así, ese mismo porcentaje afirma que el uso de este sistema desplazará al e-commerce tradicional en el futuro².

La situación anteriormente advertida viene generando malestar en los usuarios que en muchos casos no encuentra solución a su requerimiento y lo que es peor las empresas no le dan la opción de comunicarse con una persona física, quien pueda escucharlos y entender la problemática o la solicitud, en razón a que los robots están programados con determinadas preguntas y limitados bancos de palabras que usan como referencia para direccionar la atención, el INDECOPÍ a través de su Centro Especial de Monitoreo verificó el funcionamiento de los "chatbots" de 32 empresas pudiendo advertir que en algunos casos este mecanismo si llega a realizar la atención requerida, sin embargo, no permiten el ingreso de preguntas abiertas³, situación que genera en los usuarios malestar.

¹ <https://bit.ly/3clbxJw>

² *Ídem*

³ <https://bit.ly/3pGwMZd>

**"PROYECTO DE LEY QUE REGULA EL USO DE
ROBOTS DE CONVERSACIÓN A TRAVÉS DE
MENSAJERÍA INSTANTÁNEA Y LLAMADAS
TELEFÓNICAS PARA ATENCIÓN AL CLIENTE"**

La situación planteada en los párrafos anteriores es universal, no solo ocurre en nuestro país, en un blog español mencionan como uno de los principales problemas del uso de bots que el tiempo de espera resulta ser demasiado largo. Asimismo, señala que algunos estudios realizados sobre ello han demostrado que el 69% de los clientes corta la llamada antes de que se cumpla un minuto de espera⁴.

Por tratarse de una materia en proceso de ser normado, el Perú aun no cuenta con base legal que regule el uso de robots para la atención al cliente, el artículo 1 del Título I de nuestro Código de Protección y Defensa del Consumidor enumera los derechos que tenemos los consumidores, sin embargo, no existe ningún inciso que regule expresamente un derecho referido al uso de estos mecanismos de atención, por lo que es necesario implementar normativa que proteja al consumidor ante eventuales abusos por parte de las empresas.

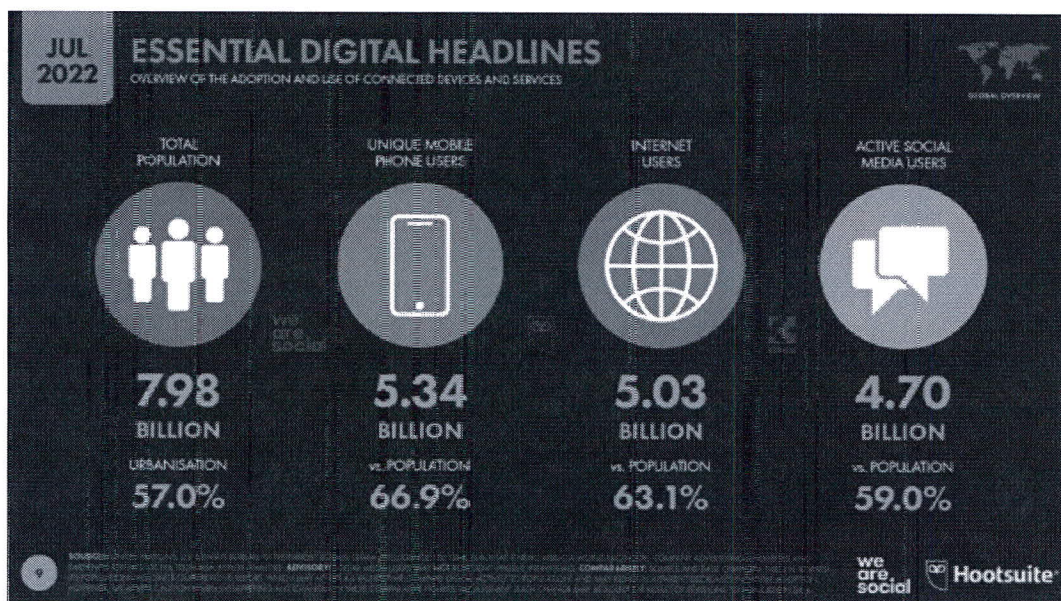
Para efectos de desarrollar el presente proyecto de ley es importante conocer sobre la materia, algunas definiciones y legislación comparada, con la finalidad de sustentar la necesidad de cubrir este vacío legal en aras de proteger los derechos de los consumidores.

En los últimos años, los canales de comunicación han evolucionado y aumentado, en décadas pasadas no se utilizaba la digitalización como medio de comunicación, sin embargo, en esta época la introducción de los teléfonos celulares y otros dispositivos tecnológicos han hecho que la comunicación sea amplia, instantánea y versátil, el uso de aplicativos como Whatsapp, Telegram, Facebook, Twitter se han vuelto de uso cotidiano, en usuarios de todas las edades, la población mundial que usa un teléfono móvil y a consecuencia de ello está conectado a la virtualidad cada vez es mayor, la empresa Hootsuite y We Are Social (plataforma web y móvil para gestionar redes) ha realizado un estudio respecto del uso de redes sociales precisando que los usuarios de redes sociales crecieron 227 millones a lo largo del año pasado, alcanzando un total de 4,700 millones a inicios de julio de 2022. La base global de usuarios de redes sociales ha aumentado más de 5% en los últimos 12 meses. El total global actual representa 59% de la población mundial total⁵, asimismo, presenta el siguiente cuadro:

⁴ <https://bit.ly/3pJlvYg>

⁵ Informe Global digital 2022 - <https://bit.ly/3CZ6byo>

**"PROYECTO DE LEY QUE REGULA EL USO DE
 ROBOTS DE CONVERSACIÓN A TRAVÉS DE
 MENSAJERÍA INSTANTÁNEA Y LLAMADAS
 TELEFÓNICAS PARA ATENCIÓN AL CLIENTE"**



Autor: Hootsuite y We Are Social

Con esta data, podemos inferir que la mensajería virtual va a incrementar con el transcurrir del tiempo, muchas veces puede que no resulte eficiente una comunicación virtual, sin embargo, ello no hará que los usuarios dejen de consumirla. Meta for Developers en su evento denominado "Conversations 2022" informó que mil millones de personas le envían mensajes a una empresa cada semana en WhatsApp, Messenger e Instagram Direct, ya sea mensajes directos para conocer a las marcas o mensajes para solicitar catálogos de productos, pedir ayuda o interactuar con sus historias⁶.

II. EFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La presente norma no colisiona con ningún texto constitucional, sino por el contrario fortalecerá el Código de Protección y Defensa del Consumidor, representando el presente texto normativo el inicio de la legislación en esta materia, debido a que se busca llenar un vacío en nuestro ordenamiento. Actualmente, el Código de Protección y Defensa del Consumidor no precisa en ningún articulado los derechos que asisten al consumidor en el uso de robots para su atención, tampoco precisa las obligaciones de las empresas que usan estos mecanismos para las solicitudes de los usuarios que requieren hacer alguna consulta, solicitar información, presentar sus quejas y/o reclamos, el propósito de esta norma es fortalecer los derechos del usuario, teniendo una norma específica que regule las situaciones que deriven del uso de medios digitales.

Asimismo, la presente iniciativa legislativa concuerda con el artículo 65 de la Constitución Política del Perú, mediante el cual se prescribe que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios.

⁶ Meta for Developers, Conversations 2022: Meta's Inaugural Business Messaging Conference - <https://bit.ly/3emNzy7>

III. ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO

La aplicación de la presente medida no genera gastos adicionales en el Presupuesto del Sector Público toda vez que el beneficio será fortalecer la legislación en la materia y contribuir al mejor desempeño de las entidades encargadas de la protección de los derechos de los consumidores, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

IV. RELACIÓN CON EL ACUERDO NACIONAL

La presente iniciativa se ha desarrollado en concordancia con las siguientes Políticas de Estado:

"Tercera, Competitividad del País

17. Afirmación de la economía social de mercado

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

Con este objetivo, el Estado: **(a) garantizará la estabilidad de las instituciones y las reglas de juego**; **(b) promoverá la competitividad del país**, el planeamiento estratégico concertado y las políticas de desarrollo sectorial en los niveles nacional, regional y local; **(c) estimulará la inversión privada**; **(d) fomentará el desarrollo de la infraestructura**; **(e) evitará el abuso de posiciones dominantes y prácticas restrictivas de la libre competencia y propiciará la participación de organizaciones de consumidores en todo el territorio**; **(f) fomentará la igualdad de oportunidades que tiendan a la adecuada distribución del ingreso**; y **(g) propiciará el fortalecimiento del aparato productivo nacional a través de la inversión en las capacidades humanas y el capital fijo**".

"24. Afirmación de un Estado eficiente y transparente

Nos comprometemos a construir y mantener un Estado eficiente, eficaz, moderno y transparente al servicio de las personas y de sus derechos, y que promueva el desarrollo y buen funcionamiento del mercado y de los servicios públicos. Nos comprometemos también a que el Estado atienda las demandas de la población y asegure su participación en la gestión de políticas públicas y sociales, así como en la regulación de los servicios públicos en los tres niveles de gobierno. **Garantizaremos una adecuada representación y defensa de los usuarios de estos servicios, la protección a los consumidores y la autonomía de los organismos reguladores.**

Con este objetivo el Estado: **(a) incrementará la cobertura, calidad y celeridad de la atención de trámites así como de la provisión y prestación de los servicios públicos**, para lo que establecerá y evaluará periódicamente los estándares básicos de los servicios que el Estado garantiza a la población; **(b) establecerá en la administración pública mecanismos de mejora continua en la asignación,**

"PROYECTO DE LEY QUE REGULA EL USO DE
ROBOTS DE CONVERSACIÓN A TRAVÉS DE
MENSAJERÍA INSTANTÁNEA Y LLAMADAS
TELFÓNICAS PARA ATENCIÓN AL CLIENTE"

*ejecución, calidad y control del gasto fiscal; (c) dará acceso a la información sobre planes, programas, proyectos, presupuestos, operaciones financieras, adquisiciones y gastos públicos proyectados o ejecutados en cada región, departamento, provincia, distrito o instancia de gobierno; (d) pondrá en uso instrumentos de fiscalización ciudadana que garanticen la transparencia y la rendición de cuentas en todas las instancias de gobierno; (e) erradicará la utilización proselitista del Estado y la formación de clientelas; (f) **mejorará la capacidad de gestión del Estado mediante la reforma integral de la administración pública en todos sus niveles**; (g) reducirá los costos de acceso a los bienes y servicios públicos; y (h) revalorará y fortalecerá la carrera pública promoviendo el ingreso y la permanencia de los servidores que demuestren alta competencia y solvencia moral".*