



JHAKELINE KATY UGARTE MAMANI
Congresista de la República

"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

El grupo parlamentario Bloque Magisterial de Concertación Nacional, a iniciativa legislativa de la señora congresista de la República **JHAKELINE KATY UGARTE MAMANI**, en ejercicio del derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107° de la Constitución Política del Perú, y de conformidad con lo establecido en los artículos 75° y 76° del Reglamento del Congreso de la República, propone el siguiente:

PROYECTO DE LEY

LEY QUE MODIFICA EL ARTÍCULO 58° DE LA LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, A FIN DE PROTEGER LOS DATOS PERSONALES DE LOS CIUDADANOS Y MEJORAR LA IDONEIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE.

Artículo 1. - Objeto de la ley

La presente ley tiene por objeto modificar el artículo 58° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 2. - Finalidad de la ley

La presente ley tiene por finalidad la regulación de los centros de llamada (call centers) y la idoneidad de la atención a los usuarios, a fin de garantizar la protección de los datos personales y mejorar la atención a los usuarios.

Artículo 3. - Modificación del literal e) del numeral 58.1 del artículo 58° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Incorpórese el inciso e) del artículo 58° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual está redactado de la siguiente manera:

"Artículo 58.- Definición y alcances

58.1 El derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo.

En tal sentido, están prohibidas todas aquellas prácticas comerciales que importen:

(...)

e. Emplear centros de llamada (call centers), sistemas de llamado telefónico, envío de mensajes de texto a celular o de mensajes

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”
“Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú”

electrónicos masivos para promover productos, **preventivas de pago** y servicios, así como prestar el servicio de telemercadeo, a todos aquellos números telefónicos y direcciones electrónicas que hayan sido incorporados en el registro implementado por el Indecopi para registrar a los consumidores que no deseen ser sujetos de las modalidades de promoción antes indicadas. **Incorporados al registro todas las nuevas comunicaciones quedan prohibidas. Los centros de llamada (call centers) o robóticas deben contar con la autorización de la Dirección General de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, a fin de que no utilicen o recolecten la información de los usuarios en forma indebida. De no contar con la autorización serán afectos de multas.**

Queda prohibida las contestadoras robóticas automáticas como medio de atención al cliente.



Firmado digitalmente por:
PAREDES GONZALES ALEX
ANTONIO FIR 29299579 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 21/09/2022 10:33:40-0500



Firmado digitalmente por:
UGARTE MAMANI Jhakeline
Katy FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 21/09/2022 09:41:03-0500



Firmado digitalmente por:
TELLO MONTES Nivardo
Edgar FAU 20161749126 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 21/09/2022 11:11:42-05



Firmado digitalmente por:
PAREDES GONZALES ALEX
ANTONIO FIR 29299579 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 21/09/2022 10:34:02-0500



Firmado digitalmente por:
QUIROZ BARBOZA Segundo
Teodomiro FAU 20161749126 soft
Motivo: En señal de
conformidad
Fecha: 21/09/2022 13:44:24-0500



Firmado digitalmente por:
GUTIERREZ TICONA Paul
Silvio FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 21/09/2022 12:06:31-05



Central Telefónica: 311 7777
Firmado digitalmente por:
PAREDES CASTRO Francis
Jhasmina FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

La presente iniciativa legislativa tiene por objeto modificar el artículo 58° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, con la finalidad de regular los centros de llamada (call centers) y la idoneidad de la atención a los usuarios, a fin de garantizar la protección de los datos personales, asimismo, mejorar la atención a los usuarios.

De acuerdo con lo señalado en la Constitución Política del Perú, artículos 1° y 44°, podríamos considerar que los derechos de los consumidores son considerados como derechos fundamentales donde se debe de tener un respeto y evolución al desarrollo de la dignidad humana, teniendo un imperativo constitucional, como se señala.

El artículo 65 de la de la Carta Magna señala que:

Título III

Del Régimen Económico

Capítulo I Principios Generales

(...)

Artículo 65.- "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. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población".

De otro lado, la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece en su artículo VI, lo siguiente:

Artículo VI.- Políticas públicas

1. El Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados. Para tal efecto, promueve el establecimiento de las normas reglamentarias para la producción y comercialización de productos y servicios y fiscaliza su cumplimiento a través de los organismos competentes.

Del marco legal expuesto, se infiere que el Estado debe asumir una posición más dominante en la puesta a disposición de las personas el servicio de calidad promoviendo el respeto a derechos económicos de la ciudadanía y analizar la

problemática que enfrentan los consumidores en el país, planteando políticas públicas.

Fundamentación de la propuesta.

La propuesta legislativa se fundamenta en que pese a tener una normativa que establece un conjunto de normas de protección al consumidor, así como listas o registros para solicitar que no recibir llamadas spam o correos no deseados y a pesar de solicitar que seamos excluidos por las diversas empresas, servicios, call centers, sistemas de llamado robótico, envío de mensajes masivos a cualquier hora y día, no hay una propuesta que proteja nuestros datos que muchas veces va yendo de empresa a empresa o que una empresa, por ejemplo, nos llamen para ofrecernos un producto y pese a que se le solicite el registro de la decisión de no contar con el servicio se vuelva a llamar haciendo caso omiso.

Al respecto, es importante mencionar que actualmente existen iniciativas legislativas sobre la misma materia, como es el Proyecto de Ley N° 2942/2022-CR, decretado a la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso.

Problemática

Los consumidores peruanos reciben llamadas todos los días y a cualquier hora con fines publicitarios, comerciales y de cobranza, incluso no habiéndose vencido el plazo, produciendo un malestar en las personas, sin respetar horarios, momentos de trabajo o de descanso. Por otro lado, los usuarios se preguntan ¿Cómo se obtienen sus números? Sin ningún control, transgrediendo un derecho constitucional de toda persona a disfrutar de su tiempo libre y de descanso o conforme con el párrafo 4° del artículo 18° de la Constitución Política del Perú, reconoce un derecho fundamental del que no hemos tomado conciencia aun plenamente. Es el derecho fundamental a la protección de los datos de carácter personal. Este artículo reconoce el derecho, aunque la Constitución se exprese en sentido limitativo.

Asimismo, cuando se realiza una llamada para presentar un reclamo o duda de un cliente contestan llamadas robóticas pasando un tiempo prologando sin tener una llamada personalizada y con un tiempo correspondiente.

En ese sentido, citamos el artículo de la Institución ACCOM y los 7 pecados capitales del servicio, según el libro «La revolución del servicio» de Karl Albretch:

El robotismo o la automatización ya fue considerado uno de los 7 pecados capitales del servicio según el libro «La revolución del servicio» de Karl

*Albretch. Cuando hablamos de robotismo no nos estamos refiriendo a la tendencia de implantar robots software para ofrecer soluciones automatizadas, sino en el riesgo de que el equipo que gestiona la comunicación en un Contact Center caiga en **patrones de respuesta mecánicas** y carentes de emoción. En definitiva, que las interacciones que se generen no aporten ningún tipo de valor al cliente ni creen momentos inolvidables en la mente del consumidor¹.*

Veamos con más detenimiento el robotismo de la conducta, la automatización o las respuestas mecánicas.

Riesgos que conlleva el robotismo o la automatización

Ausencia de personalización. *El cliente debe sentirse valorado como tal en todo tipo de situaciones, y el trato personalizado añade un plus que crea momentos únicos. En este sentido es importante recordar la gestión de las quejas ante los errores de una empresa o un servicio. Las compensaciones realizadas a título personal son gratas para el cliente y estrecharán los vínculos afectivos hacia la marca.*

Ausencia de cercanía en la comunicación. *La falta de empatía en el trato hacia el cliente conlleva un distanciamiento que jamás debe producirse en un servicio de atención profesional. Es aconsejable que cada agente se presente ante el cliente y que **responda cada llamada o cada mensaje como si este fuera único**, porque así es en realidad.*

Ausencia de fidelización. *Los dos apartados anteriores derivan en este último porque en ambos casos no se creará la atmósfera apropiada para generar engagement. El cliente que no se siente valorado y que no recibe una comunicación cercana, no estrechará unos lazos firmes hacia la empresa o la marca representada por un Contact Center. Y esto se puede traducir en la **pérdida de un cliente**.*

Causas que generan respuestas automatizadas

Ausencia de motivación. *Un personal poco motivado tenderá con mayor probabilidad a dar **soluciones de manual** sin poner interés en crear instantes inolvidables para el cliente. No olvidemos que la actitud proactiva debe ser una condición constante en el trabajo diario de un Contact Center.*

¹ <https://www.we-accom.com/tendencias/riesgos-del-robotismo-en-la-interaccion-con-el-cliente/>

Y la ausencia de motivación no es la mejor base sobre la que se sustenta un servicio óptimo de atención al cliente.

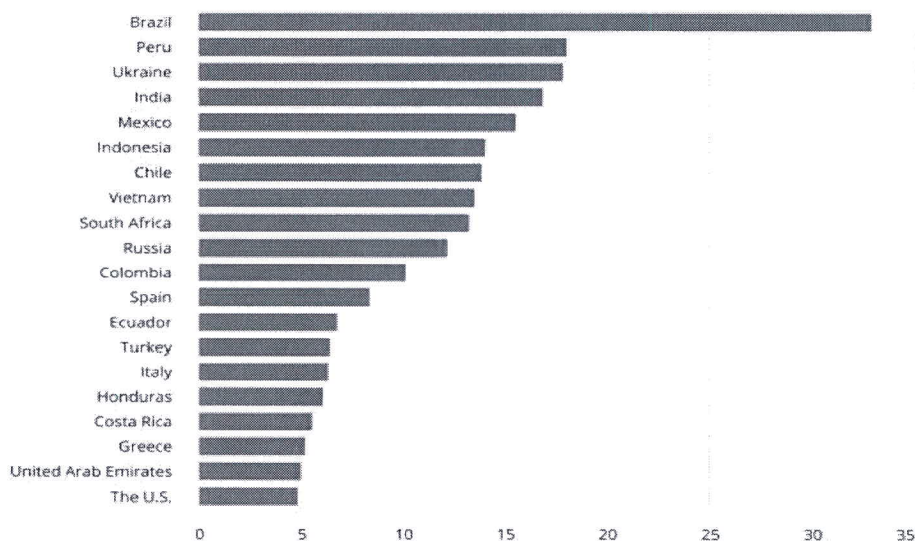
Ausencia de cualificación. Tal y como siempre recordamos desde ACCOM, un principio fundamental que garantiza el éxito de la comunicación entre la empresa y el cliente es la cualificación del personal responsable de la misma. Además de una **formación específica en el sector**, cada agente debe disponer de conocimientos específicos de cada canal y de sus peculiaridades de comunicación.

Ausencia de identificación. El sentimiento de pertenencia a la organización redunda en un equipo motivado. Si los miembros de un colectivo, en este caso un Contact Center, se sienten partícipes de la organización y de sus éxitos, y comparten la visión global de la empresa, actuarán con mayor compromiso y, por tanto, **mayor efectividad**.

Ausencia de conocimiento del producto o servicio. Es decir, no disponer de toda la información necesaria sobre la marca a la que representa. En tal tesitura es más difícil transmitir con rigor **el valor de la marca** y generar respuestas valiosas para el consumidor.²

² Recuperado de: <https://www.we-accom.com/tendencias/riesgos-del-robotismo-en-la-interaccion-con-el-cliente/>

Top 20 Countries Affected by Spam Calls in 2021



Average spam calls per user per month

truecaller

Comunicaciones preventivas de cobranza

Conforme con el artículo 61º del Código de Protección y Defensa del Consumidor establece lo siguiente: *"El proveedor debe utilizar los procedimientos de cobranza previstos en las leyes. Se prohíbe el uso de métodos de cobranza que afecten la reputación del consumidor, que atenten contra la privacidad de su hogar, que afecten sus actividades laborales o su imagen ante terceros".*

Por otro lado, en el artículo 62º del mencionado Código se establece lo siguiente:

"(...)

b. Realizar visitas o llamadas telefónicas entre las 20.00 horas y las 07.00 horas o los días sábados, domingos y feriados.

(...)

f. Enviar comunicaciones o realizar llamadas a terceros ajenos a la obligación informando sobre la morosidad del consumidor".

De lo señalado, podemos percibir que si hay preceptos normativos que regulan los horarios que los acreedores o la entidades de la gestión de cobranzas se someten a una obligación de cuando hacer estas llamadas, sin embargo, hay empresas que llaman con máquinas robóticas a primeras horas de la mañana atentando contra la tranquilidad y la privacidad del hogar, por otro lado, ante una cobranza esta debería ser hasta por lo menos un mes de incumplimiento del pago, incluso no tendiendo llamadas preventivas de pago, si no es autorizado por el usuario.

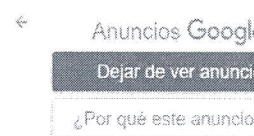
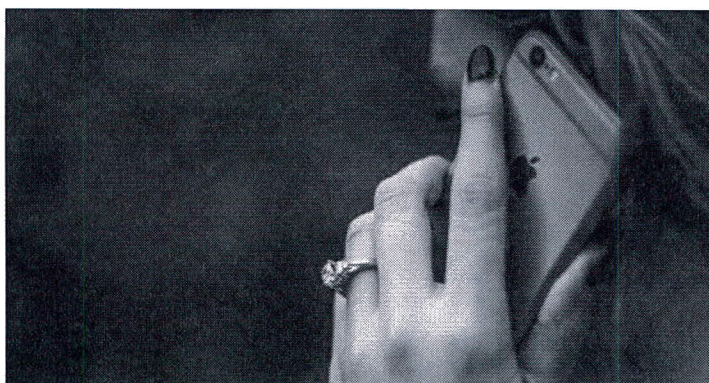
Perú fue el segundo país con más spam en 2019, cayó al decimocuarto lugar en 2020 y ahora vuelve al segundo lugar este 2021. El 37,3% de todas las llamadas marcadas como spam se originan en servicios financieros y un enorme 46,5% están relacionadas con ventas o llamadas de telemarketing. El porcentaje total de llamadas fraudulentas en el país parece mantenerse estable en 10,8% (frente al 10% en 2020)³.

Perú es el segundo país más afectado por llamadas de 'spam' en el 2021

La mayoría de llamadas en el país por 'spam' fueron para televentas y servicios financieros.

Redacción RPP 22 de diciembre del 2021 11:57 AM | Actualizado el 22 de diciembre del 2021 11:57 AM

Síguenos en Google News



Historias RPP

Por ello, la presente iniciativa legislativa propone modificar artículo 58° de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, con la finalidad de regular los centros de llamada (call centers) y la idoneidad de la atención a los usuarios, a fin de garantizar la protección de los datos personales, asimismo, mejorar la atención a los usuarios.

³ <https://rpp.pe/tecnologia/mas-tecnologia/spam-peru-es-el-segundo-pais-mas-afectado-por-llamadas-noticia-1376473?ref=rpp>

Por lo tanto, la aprobación de la presente iniciativa legislativa coadyuvará con la labor del Poder Ejecutivo, al fortalecer la defensa a los consumidores y una protección a la salud emocional del consumidor, que significa fijar un número o un tiempo límite a las comunicaciones diarias a los usuarios, conforme se viene discutiendo en otros países; por ejemplo, en Brasil es delito exponer al consumidor injustificadamente al ridículo o interfiera con su trabajo, descanso o tiempo libre, en Chile no debe afectar la privacidad del hogar, ni la situación laboral.

Finalmente, se considera que existe un marco legal, pero que no se cumple por la falta de coerción legal y tampoco hay una solución ya que somos un país con el mayor nivel de llamadas spam o no deseadas.

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

La presente iniciativa no contraviene el ordenamiento jurídico peruano, por el contrario, guarda correlación con la normativa peruana; cabe precisar que el artículo VI de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, faculta al Estado a proteger la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados. Para tal efecto, promueve el establecimiento de las normas reglamentarias para la producción y comercialización de productos y servicios y fiscaliza su cumplimiento a través de los organismos competentes.

En ese sentido, resulta válido afirmar que la propuesta presentada guarda vinculación con el marco legal vigente, la misma que busca una protección de datos y una idoneidad de un buen servicio al usuario.

III. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La presente iniciativa legislativa no irroga gastos al Estado, al ser una iniciativa que guarda vinculación con las acciones de protección al derecho al consumidor. Por el contrario, garantiza al disfrute del tiempo libre y al descanso; además, se protege al usuario de la consecuencia de las llamadas no deseadas y se promueve una adecuada atención al cliente de manera personalizada.

IV. RELACIÓN CON LA AGENDA LEGISLATIVA

La presente iniciativa legislativa guarda vinculación con el siguiente punto de la Agenda Legislativa 2021-2022⁴:

III. COMPETITIVIDAD DEL PAÍS

44. Medidas a favor de los consumidores

V. RELACIÓN CON LAS POLÍTICAS DE ESTADO DEL ACUERDO NACIONAL

La presente iniciativa legislativa guarda vinculación con las siguientes políticas del Acuerdo Nacional:

III. 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.

⁴ Aprobada mediante Resolución Legislativa Del Congreso N° 002-2021-2022-CR