



## *Proyecto de ley*

*El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.*

### **RÉGIMEN DE ATENCIÓN PERSONALIZADA A LOS USUARIOS Y CONSUMIDORES.**

**ARTÍCULO 1°.-** ATENCIÓN TELEFÓNICA PERSONALIZADA. Todas las empresas que comercialicen los productos o servicios que se detallan en el artículo 2° deberán disponer de un servicio de atención al usuario y/o consumidor que sea gratuito, eficaz, inclusivo, no discriminatorio y evaluable por la autoridad de control.

**ARTÍCULO 2°.-** ÁMBITO DE APLICACIÓN. La presente ley es aplicable a:

- a) Servicios de suministro o distribución de gas, agua, energía eléctrica, telefonía fija y/o móvil, internet, servicios de comunicación audiovisual, plataformas de entretenimiento;
- b) Servicios de transporte de pasajeros por vía aérea, ferrocarril, mar o vías navegables y/o micros de corta, media o larga distancia;
- c) Servicios postales;
- d) Servicios financieros y de seguros, incluidas instituciones bancarias, tarjetas de crédito y cualquier otro método de financiamiento;
- e) Medicina prepaga;
- f) Hipermercados;
- g) Empresas de venta de electrodomésticos que ofrezcan sus productos a través de plataformas digitales;
- h) Demás empresas que brinden servicios públicos domiciliarios.

**ARTÍCULO 3°.-** Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley deberán contar con un servicio gratuito de atención telefónica que contemple la atención por parte una persona humana dentro del primer menú de opciones de atención, cuyo tiempo, en minutos desde que comienza la llamada hasta la efectiva comunicación con el operador, no podrá ser mayor a cinco minutos. Asimismo, el operador deberá identificarse con su nombre y apellido al comienzo de la comunicación.



## *Proyecto de ley*

*El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.*

A los fines de esta ley se entiende por atención personalizada la ofrecida por un operador o agente comercial que en tiempo real contesta a quien inicia la conversación. Se encuentra prohibida la utilización de contestadoras automáticas y/o inteligencia artificial como medio exclusivo de atención a la clientela.

Si por cualquier causa la comunicación fuera interrumpida, deberá la empresa intentar reestablecer la comunicación y en caso de no poder hacerlo dejar registro de lo ocurrido y las causas que provocaron la interrupción.

**ARTÍCULO 4°.- ATENCIÓN PRESENCIAL.** - Las empresas deberán contar con un sector, en sus locales comerciales, dedicado con personal permanente, para la atención, toma y resolución de reclamos de los usuarios y/ o consumidores.

En los casos de empresas prestadoras de servicios domiciliarios, las mismas deberán contar como mínimo con un local de atención personalizada por cada municipio y/o departamento en donde presten dichos servicios

**ARTÍCULO 5°.- RESOLUCIÓN Y NOTIFICACIÓN DE LA CONSULTA O RECLAMO.** La resolución de la consulta o queja deberá estar debidamente fundada.

No se podrá cerrar un reclamo hasta tanto el mismo esté solucionado.

La respuesta al reclamo o consulta efectuada por el usuario o consumidor, de no poder resolverse en el momento, deberá ser informada por el mismo medio por la que fue canalizada u otro medio fehaciente, dentro del plazo de diez días hábiles.

Toda consulta relativa a información será resuelta en el plazo máximo de 72 horas hábiles.

**ARTÍCULO 6°.-** Modifíquese el artículo 58 de la ley 24.240 que quedará redactado de la siguiente manera:

*“ARTÍCULO 58. — Promoción de Reclamos. Las asociaciones de consumidores podrán sustanciar los reclamos de los consumidores de bienes y servicios ante los fabricantes,*



## Proyecto de ley

*El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.*

*productores, comerciantes, intermediarios o prestadores de servicios que correspondan, que se deriven del incumplimiento de la presente ley.*

*Para promover el reclamo, el consumidor deberá suscribir la petición ante la asociación correspondiente, adjuntando la documentación e información que obre en su poder, a fin de que la entidad promueva todas las acciones necesarias para acercar a las partes.*

*Formalizado el reclamo, la entidad invitará a las partes a las reuniones que considere, siendo medio suficiente para realizar una comunicación electrónica desde la casilla de correo oficial de la asociación de usuarios y consumidores debidamente inscripta ante el REGISTRO NACIONAL DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES, con el objetivo de intentar una solución al conflicto planteado a través de un acuerdo satisfactorio.*

*En esta instancia, la función de las asociaciones de consumidores es estrictamente conciliatoria y extrajudicial, su función se limita a facilitar el acercamiento entre las partes”.*

**ARTÍCULO 7°.-** Comuníquese al Poder Ejecutivo.

**FIRMA: ENRIQUE ESTEVEZ**  
**ACOMPaña: MONICA FEIN**



## *Proyecto de ley*

*El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.*

### **FUNDAMENTOS**

Señora Presidenta:

El motivo de presentación de este proyecto es poder adecuar la atención al usuario a los cambios en el estilo de consumo, que tanto el avance de la tecnología, como así también el aislamiento a causa de la pandemia provocaron en los usuarios y consumidores. Muchas veces la digitalización del consumo implica que, al momento de las consultas y/o reclamos de esa “facilidad” provocada por la digitalización, se convierte en un escollo importante para poder garantizar los derechos de los usuarios y consumidores. La tecnología que debería acercarnos nos aleja. En determinadas circunstancias las empresas se abusan de los medios tecnológicos, no brindando respuestas a los reclamos y nos ponen a los consumidores en esperas interminables para poder hablar con una persona responsable del área. Esta circunstancia debe necesariamente ser cambiada, atento a que va en contra de los intereses de los usuarios y/o consumidores que tienen derecho a una pronta resolución de sus conflictos como así también a un trato digno por parte de los prestadores.

Con la reforma constitucional de 1994 se incorporó en el artículo 42 una serie de derechos que invisten a los usuarios y consumidores, como por ejemplo la protección a la salud, seguridad, e intereses económicos sumado al derecho a la información adecuada y veraz y sobre todo a un trato equitativo y digno que también fue plasmado en el artículo 8 bis de la ley 24.240. Con la sanción del nuevo Código Civil y Comercial de la Nación abundó en ese tema a través de los artículos 1097 y 1098

En este marco es importante imponer la obligación legal de que las empresas aseguren a los usuarios y consumidores servicios de atención al cliente que representen una real solución a los conflictos en el uso y / o consumo de sus productos y servicios, más allá de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance.

No se debe dejar de remarcar que como consecuencia de la pandemia de COVID-19, se produjeron cambios en las dinámicas de consumo, con un importante aumento de compras y contratación de servicios on- line. Frente a estos cambios de hábitos en el consumo, es importante que se pueda garantizar que los servicios de atención al cliente tengan un trato humanizado, a pesar de que en toda la relación de consumo no ha intervenido un interlocutor humano. Ante el reclamo, es importante, que el



## *Proyecto de ley*

*El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.*

usuario/consumidor tenga a donde expresarse, utilizando además todos los medios y soportes que garanticen el acceso universal a ese servicio.

Cuando hablamos de atención telefónica, sabemos que muchas veces para los usuarios y consumidores, es un suplicio comunicarse con un ser humano que evacue nuestra duda o consulta, interminables minutos de música y cantidades de opciones a digitar impiden la efectiva atención del reclamo y en innumerables casos se termina desistiendo del mismo. Es por ello que nos parece de suma importancia que la primera opción que tenga el usuario y consumidor sea la de comunicarse con un ser humano operador y capacitado, que sea capaz de brindarnos orientación en nuestras necesidades sin tener esperar interminables tonos de espera que exasperan y desalientan en justo reclamo será un gran paso para todos los usuarios y consumidores además de un generador de empleo genuino, ya que necesitará mano de obra humana a fines de realizar esa tarea.

Los avances fabulosos en la tecnología han dado a luz la revolucionaria inteligencia artificial, cuya aplicación facilita y sistematiza las comunicaciones, sin embargo, muchas veces se transforma en una muralla infranqueable para quien intenta hacer una consulta o reclamo ya que se encuentran programadas para dar infinidad de opciones y pocas veces comunicarte con un operador. Es por eso que, si bien, apoyamos el uso de esas tecnologías no dejamos de remarcar la importancia de la humanización en el trato, la inteligencia artificial jamás puede eliminar la atención por parte de un operador humano como opción.

Debemos entender que en el mundo digitalizado en el que vivimos los reclamos si bien pueden ser digitales siempre deben contar con la opción de un trato humano que garantice los derechos de los usuarios y consumidores.

Es por ello que les solicitamos nos acompañen en la sanción de este proyecto.

**FIRMA: ENRIQUE ESTEVEZ**  
**ACOMPaña: MONICA FEIN**