



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

# *Proyecto de Ley*

***El Senado y la Cámara de Diputados,...***

## **ESTÁNDARES MÍNIMOS DE CALIDAD PARA LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN Y COMUNICACIÓN A DISTANCIA QUE BRINDAN LAS EMPRESAS PROVEEDORAS DE BIENES Y SERVICIOS**

**ARTÍCULO 1°.- DEFINICIONES.** A los efectos de la presente ley se entiende por:

- a) **SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO Y/O CONSUMIDOR.** El medio que el proveedor pone a disposición de los usuarios y consumidores, cuya finalidad es la emisión o recepción de información, gestión y resolución de consultas, quejas o reclamos relativos a la comercialización de bienes, prestación de servicios u otras circunstancias vinculadas a las relaciones de consumo, independientemente de que sean gestionados por el propio proveedor o por un tercero.
- b) **COMUNICACIÓN A DISTANCIA.** Toda comunicación con los usuarios y/o consumidores que se efectúe por correo postal, atención telefónica, correo electrónico, páginas web, redes sociales, chats, aplicaciones y cualquier otra forma de comunicación electrónica.
- c) **ATENCIÓN TELEFÓNICA.** La atención ofrecida a través de un operador que contesta a las y los usuarios y/o consumidores en tiempo real, por medio telefónico.
- d) **ATENCIÓN POR MEDIOS ELECTRÓNICOS.** La atención ofrecida a través de un/a operador/a que interactúa con los usuarios y/o consumidores por medios informáticos como correo electrónico, chat, mensajería privada de aplicaciones móviles, redes sociales u análogas.
- e) **RESPUESTA DE VOZ INTERACTIVA (RVI):** Atención ofrecida a través de tecnología telefónica automatizada que permite a los usuarios y/o consumidores interactuar con un sistema de atención al clientes a través de menús de voz o teclado numérico.



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

f) **SERVICIO DE ATENCIÓN POR IA:** servicio de atención al cliente que se refiere al uso de tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA) y la automatización para agilizar el soporte, ayudar rápidamente a los clientes y personalizar las interacciones, minimizando al mismo tiempo la necesidad de participación humana.

**ARTÍCULO 2°.- PRINCIPIOS GENERALES.** Los proveedores deberán disponer de un servicio eficaz y accesible de atención al usuario y/o consumidor, en el que se les brinde a las y los consumidores un trato digno y que tenga por objeto facilitar información, atender y resolver las quejas, reclamos y /o cualquier otra incidencia que se plantee.

En particular, el servicio de atención al usuario y/o consumidor deberá permitir a éste:

- a) Asegurarse de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del bien o servicio contratado u ofertado;
- b) Acceder a información veraz, suficiente, transparente y actualizada sobre cualquier incidencia surgida en torno al bien o la normal prestación del servicio;
- c) Reclamar con eficacia en caso de error, defecto, deterioro o cualquier otra incidencia respecto al bien o servicio contratado u ofertado;
- d) Tener constancia de las quejas y reclamos presentados;
- e) Hacer efectivas las garantías o niveles de prestación ofrecidos;
- f) Obtener la devolución equitativa del precio de mercado del bien o servicio, total o parcialmente, y otras compensaciones legalmente procedentes, en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato o la oferta comercial;
- g) Garantizar la accesibilidad a las personas mayores;
- h) Garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad para facilitar la igualdad de oportunidades y evitar su discriminación.

**ARTÍCULO 3°.- TRATO DIGNO Y RESPETUOSO.** A los efectos de dar cumplimiento con los presentes Parámetros Mínimos y Obligatorios, los proveedores deberán abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los usuarios y/o consumidores en situaciones



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

vergonzantes, vejatorias o intimidatorias o utilizar un lenguaje ofensivo, humillante o grosero.

Tampoco podrán recurrir a presiones, acoso, hostigamiento, amenaza o coacción, realizar cualquier otro tipo de manipulación verbal para convencer, o afectar la reputación, la privacidad del hogar, las actividades laborales o la imagen ante terceros de los usuarios y/o consumidores.

Forma parte del trato digno, equitativo y respetuoso la dispensa del mismo de acuerdo a la identidad de género autopercibida.

**ARTÍCULO 4°.- DERECHO A LA INFORMACIÓN.** Los proveedores deberán utilizar argumentos y aseveraciones veraces, que no se presten a dobles interpretaciones o que contengan falsas promesas, ocultamientos, engaños o puedan inducir a error a los usuarios y/o consumidores.

Los argumentos de venta, orales o escritos, deberán ser coincidentes con los contenidos en los contratos o documentos de ventas.

**ARTÍCULO 5°.- COBRANZAS.** En las comunicaciones por presuntas deudas que se realicen por medios postales, telefónicos, electrónicos, fax, mensaje de texto, mensaje de voz o similares, deberá informarse a los usuarios y/o consumidores de manera detallada, adecuada y suficiente todo lo relacionado con la deuda que se le reclama. En las comunicaciones deberán informar:

a) Nombre completo o denominación social y domicilio del acreedor de la deuda reclamada; como así también acompañar poder o contrato suficiente que demuestre la legitimación del gestor de cobro extrajudicial para perseguir el pago de la deuda;

b) Nombre completo o denominación social y domicilio del gestor de cobro extrajudicial, vías de contacto, lugares y horarios de atención y acreditar fehacientemente su personería para representar al acreedor de la deuda, de corresponder;

c) Nombre completo del deudor y número de documento;



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

d) Monto de la deuda, discriminando la causa, el capital original, los intereses, tasa aplicable, cargos y comisiones y el costo de la gestión de cobro;

e) Fecha en que (i) se contrajo la deuda y (ii) entró en mora. Asimismo, previa solicitud del usuario y/o consumidor, se deberá informar la prescripción liberatoria de la misma;

f) Lugares y horarios de atención presencial para consultas y reclamos, como así también para obtener la liberación de la garantía otorgada. Asimismo, el proveedor deberá entregar dentro de las veinticuatro (24) horas del contacto inicial con éxito, a elección del presunto deudor, por escrito a su domicilio o su casilla de correo electrónico copia de la documentación relativa a la deuda reclamada y a la representación invocada, en caso de corresponder.'

**ARTÍCULO 6°.- EXTENSIÓN DE LIBRE DEUDA Y CERTIFICADO DE PRESCRIPCIÓN DE DEUDA. A**

solicitud del presunto deudor y cuando la deuda reclamada sea inexistente, quien haya gestionado su cobro por la vía extrajudicial deberá extender, en un plazo de VEINTICUATRO (24) horas, un certificado de libre deuda al usuario y/o consumidor reclamado, disponiendo en su caso la devolución de las garantías otorgadas, así como la eliminación de todo débito directo que se hubiese previsto para el pago de la supuesta deuda, tanto en el correspondiente recibo de haberes del usuario y/o consumidor, cuenta abierta al efecto o modalidad similar o, si la deuda reclamada se encontrare prescripta, ante solicitud del usuario y/o consumidor, quien haya gestionado su cobro por la vía extrajudicial deberá extender un certificado mediante el cual se deje constancia que la deuda se encuentra prescripta, denominado Certificado de Prescripción de Deuda, disponiendo en su caso la devolución de las garantías otorgadas, así como la eliminación de todo débito directo que se hubiese previsto para el pago de la deuda, tanto en el correspondiente recibo de haberes del usuario y/o consumidor, cuenta abierta al efecto o modalidad similar.

**ARTÍCULO 7°.- ATENCIÓN POR PARTE DE UNA PERSONA HUMANA.** Los usuarios y/o consumidores tendrán siempre, sin distinción de causa, monto o de cualquier otra índole, el derecho a la atención por parte de una persona humana, ya sea que se trate de una atención telefónica y/o por medios electrónicos.



## *H. Cámara de Diputados de la Nación*

Las empresas proveedoras de bienes y servicios, ya sean públicas o privadas, deberán reservar la opción numérica 0 (cero) del menú inicial de su central (o sistema) para comunicarse con un representante de atención al cliente, sin ningún tipo de opción o redireccionamiento previo y de forma gratuita, en sus sistemas de atención telefónica o sistema de respuesta de voz interactiva (RVI).

El tiempo de espera para la atención personalizada por parte de un representante de atención al cliente de la empresa proveedora del bien o servicio no podrá ser mayor a los cinco (5) minutos. Quedan exceptuadas de la presente disposición las micro, pequeñas y medianas empresas conforme a los términos de la Ley N° 25.300 de Fomento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

El personal de atención al consumidor deberá estar identificado o identificarse con su nombre y apellido al iniciar la comunicación y a requerimiento de los usuarios y/o consumidores.

Queda prohibido el empleo de inteligencia artificial, bots, respuestas a preguntas frecuentes, videos explicativos, contestadores automáticos, grabaciones, operadores automáticos u otros medios análogos, como medio exclusivo de atención a los usuarios y/o consumidores.

**ARTÍCULO 8°.- RESERVA DE OPCIÓN PRESENCIAL.** Las empresas proveedoras de bienes y servicios, ya sean públicas o privadas, deberán garantizar la atención al público personalizada, presencial y accesible para todas las personas que así lo requieran, priorizando a los adultos mayores y/o cualquier usuario y/o consumidor en situación vulnerable.

Asimismo, los proveedores deberán reservar un cupo mínimo del diez por ciento (10 %) del total de turnos diarios para la atención presencial de demanda espontánea en sucursales, quedando prohibido que los sistemas de acceso a turnos sean 100 % digitales.

Quedan exceptuadas de la presente disposición las micro, pequeñas y medianas empresas conforme a los términos de la Ley N° 25.300 de Fomento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y las empresas exclusivamente de comercio digital.



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

**ARTÍCULO 9°.- ASOCIACIONES DE USUARIOS Y/O CONSUMIDORES.** Los proveedores deberán recibir las denuncias, reclamos y consultas que efectúen las asociaciones de usuarios y/o consumidores en representación de estos, siendo suficiente a los fines de esa representación el envío de una comunicación electrónica efectuada desde la casilla de correo electrónico oficial de la asociación de usuarios y consumidores debidamente inscripta ante el Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores, de conformidad con lo establecido en el Artículo 58 de la Ley N° 24.240 y sus modificatorias.

**ARTÍCULO 10°.- TIEMPOS DE ESPERA EN ATENCIÓN A DISTANCIA.** A los efectos de prevenir prácticas abusivas los proveedores deberán:

- a) Evitar la espera de más de cinco (5) minutos para el noventa por ciento (90%) de las llamadas recibidas desde la recepción del primer mensaje en el sistema de atención al consumidor hasta que los usuarios y/o consumidores se comuniquen de forma directa con el operador o agente comercial responsable de la atención.
- b) Evitar la interrupción de la comunicación por no disponer de operadores disponibles para la atención.
- c) Evitar la interrupción de la comunicación de manera abrupta, impulsiva o violenta.
- d) Abstenerse de dar la opción de continuar aguardando, contactarse en otro momento o solicitarle a los usuarios y/o consumidores una vía de contacto para comunicarse con posterioridad, cuando existan más de cinco (5) minutos de demora en la atención.
- e) Abstenerse de emitir publicidad de cualquier tipo o la oferta de bienes o servicios no solicitados por los usuarios y/o consumidores en los tiempos de espera a ser atendido por un/a operador/a.

**ARTÍCULO 11.- PUBLICIDAD DE MEDIOS DE CONTACTO.** Los proveedores deberán poner a disposición de los usuarios y/o consumidores un servicio de atención telefónica gratuita, una casilla de correo electrónico de contacto y el domicilio en páginas web y redes sociales en las que operen y ser de fácil acceso para los usuarios y/o consumidores.



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

**ARTÍCULO 12.- OPERADORES.** El personal que preste la atención personalizada a los usuarios y/o consumidores deberá contar con una formación y capacitación especializada en función del sector o de la actividad, que garantice la eficiencia en la gestión que realice.

A tal efecto, el proveedor será responsable de proporcionar a su personal la formación y capacitación continua que sea necesaria para adaptar sus conocimientos sobre la actividad a las variaciones tecnológicas y necesidades del mercado.

**ARTÍCULO 13.- HORARIO DE ATENCIÓN.** El horario en el servicio de atención telefónica deberá ser igual al horario de atención al público presencial y no podrá ser inferior a SESENTA (60) horas semanales.

**ARTÍCULO 14.- OPCIONES DEL MENÚ.** En el primer nivel del llamado las opciones del menú que puedan seleccionar los usuarios y/o consumidores no podrán ser superiores a CINCO (5), debiendo ser una de ellas la opción de atención por parte de una persona humana conforme a lo dispuesto en el artículo 7 de la presente ley.

Asimismo, los proveedores podrán informar el menú telefónico en sus sitios Web o aplicaciones móviles.

**ARTÍCULO 15.- INTERRUPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN.** En caso de que la comunicación se interrumpa, el mismo operador que llevó adelante la comunicación y/o gestión del reclamo deberá dejar registro de ello en el sistema de gestión de quejas, reclamos y consultas y deberá comunicarse inmediatamente con los usuarios y/o consumidores. En caso de que resulte imposible restablecer la comunicación, dejará también registro de ello.

**ARTÍCULO 16.- PRÁCTICAS ABUSIVAS.** Quedan prohibidas las siguientes prácticas en las relaciones de consumo por considerarse abusivas, sin que la enumeración resulte taxativa:

a) Realizar llamadas telefónicas, envío de correos electrónicos, mensajes de texto o similares, o visitas de cualquier tipo al lugar de trabajo, estudio, lugares de esparcimiento, culto, deporte, hogar de familiares, vecinos, allegados o de cualquier tercero ajeno a la relación de consumo de que se trate.



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

- b) Efectuar cualquier tipo de comunicación o contacto permitido con el consumidor fuera del horario de 9:00 horas a 20:00 horas durante los días hábiles. Queda exceptuado de la presente previsión lo establecido por el Artículo 8° del Decreto N° 2.501 de fecha 17 de diciembre de 2014, reglamentario de la Ley N° 26.951, para los servicios de telefonía y similares.
- c) Efectuar cualquier tipo de comunicación o contacto con el consumidor los días sábados, domingos, feriados o días no laborales. Queda exceptuado de la presente previsión lo establecido por el Artículo 8° del Decreto N° 2.501/14, para los servicios de telefonía y similares.
- d) Efectuar comunicaciones telefónicas desde teléfonos o centrales telefónicas que oculten el número telefónico desde el cual se realizan o con costo.
- e) Enviar misivas postales, abiertas o incluso cerradas, en las que pudiera advertirse que se trata de un intento de cobro de deuda en mora o que revistan la apariencia de reclamación judicial, o que incluyan leyendas vejatorias o intimidantes como «DEUDOR» o «MOROSO».
- f) Enviar estados de cuenta, facturas por pagar y notificaciones de cobranza, sea cual fuera la naturaleza de estas últimas, al domicilio de un tercero ajeno a la relación de consumo, salvo que se trate de un domicilio legalmente constituido por el consumidor.
- g) Enviar correos electrónicos a una casilla de correo que no haya sido suministrada por el consumidor o que pertenezca a una persona distinta a la de éste.
- h) Reclamar el pago de una deuda bajo apercibimiento de comunicarse con el empleador o con cualquier otra persona ajena a la relación de consumo.
- i) Ofertar la contratación de un bien o servicio cuando el usuario y/o consumidor se comunica para dejar asentada una queja, consulta o reclamo.
- j) Abordar a un presunto deudor en los alrededores de su domicilio o en lugares públicos con exhibición de letreros, carteles, pancartas o cualquier otro elemento relacionado con la reclamación de la deuda o colocar o exhibir a vista del público carteles o escritos en su domicilio o el del garante, o en locales diferentes de éstos, requiriendo el pago de sus obligaciones.



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

k) Publicar en establecimientos comerciales, páginas de internet o redes sociales o difundir a través de los medios de comunicación nóminas de deudores y requerimientos de pago sin mediar orden judicial.

l) Tomar contacto con un presunto deudor si éste le ha comunicado la designación de un representante legal.

**ARTÍCULO 17.- GRABACIONES.** Se encuentra prohibida la utilización de grabaciones para comunicarse con los usuarios y/o consumidores a los efectos de efectuar cobranzas, promocionar bienes o servicios u otros fines comerciales o publicitarios.

**ARTÍCULO 18.- QUEJAS, CONSULTAS O RECLAMOS.** Los proveedores deberán admitir la vía telefónica y los medios electrónicos o digitales para la presentación de quejas, reclamaciones y consultas en todos los casos.

Cualquiera sea el medio elegido, el proveedor deberá enviar por correo electrónico el número otorgado a la gestión junto con una constancia que de cuenta de los los datos más relevantes de la comunicación tales como: fecha y hora, motivo o asunto de la comunicación, resolución o respuesta, persona encargada de tramitación de la comunicación y demás datos que sean relevantes en la gestión del trámite. Esta constancia deberá ser enviada al consumidor/a sin necesidad de requerimiento alguno e independientemente de que el proveedor haya brindado la atención por otro medio o canal.

Los usuarios y/o consumidores tienen derecho a efectuar el seguimiento de su presentación. A tal efecto, se le deberá informar del estado del trámite cada vez que lo solicite.

**ARTÍCULO 19.- PLAZO DE RESOLUCIÓN.** Toda consulta relativa a información será resuelta en el plazo máximo de setenta y dos (72) horas hábiles.

Los reclamos deberán ser resueltos en el menor tiempo posible. Todo reclamo debe ser definitivamente resuelto dentro del plazo máximo de diez (10) días hábiles.

Mientras dure la resolución del reclamo no podrá el proveedor cobrar por el servicio que se encuentra interrumpido, caído o sin posibilidad de ser utilizado por los usuarios y/o consumidores.



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

Si el trámite ha finalizado, deberá ser notificado a los usuarios y/o consumidores, admitiéndose además de los tradicionales medios de notificación fehaciente, la utilización del correo electrónico cuando el presentante haya aceptado dicho canal de respuesta al momento de dar inicio a su consulta o reclamo.

**ARTÍCULO 20.- AUDITORÍA.** Los servicios de atención al usuario y/o consumidor deberán ser objeto de una evaluación integral mediante auditoría interna o externa, como mínimo UNA (1) vez al año, la cual deberá documentarse mediante informe escrito.

La auditoría deberá contemplar, como mínimo, indicadores de calidad del servicio, tales como: tiempos de espera, tiempos de resolución, tasa de resolución efectiva de reclamos, nivel de satisfacción del usuario, accesibilidad de los canales de atención y cumplimiento de las obligaciones previstas en la presente ley.

Los resultados de dicha auditoría deberán ser remitidos a la autoridad de aplicación al cierre de cada ejercicio anual, en los términos y condiciones que ésta establezca.

La autoridad de aplicación elaborará, sobre la base de la información recibida, un informe estadístico consolidado, que podrá incluir análisis comparativos por sector y por proveedor, el cual deberá ser de acceso público y encontrarse disponible de manera clara, gratuita y permanente en su sitio web oficial.

El incumplimiento de la obligación de realizar la auditoría o de presentar el informe correspondiente en tiempo y forma será considerado infracción a la presente ley, siendo pasible de las sanciones previstas en el régimen de defensa del consumidor.

Asimismo, la autoridad de aplicación deberá remitir dicho informe a la Comisión de Defensa del Consumidor, del Usuario y de la Competencia de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación y del Honorable Senado de la Nación

**ARTÍCULO 21.- PRINCIPIO DE GRATUIDAD EN CARTAS DOCUMENTO Y TELEGRAMAS DE CONSUMO:** Será gratuito para los usuarios y consumidores toda carta documento y/o telegrama dirigido a proveedores y prestadores de servicios. La oficina de correos debe recibir y expedir la carta documento o el telegrama sin demora alguna, aún en caso de dudas sobre la condición invocada por el remitente o sobre el carácter del texto a remitir. Dicha



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

notificación debe tener un máximo de cien (200) palabras. El Poder Ejecutivo, junto con la Dirección Nacional y/o la Secretaría de Comercio deberá celebrar los convenios necesarios que considere pertinentes para hacer efectiva la notificación gratuita, ya sea con el Correo Argentino Oficial y/o empresas de correo postal privadas.

**ARTÍCULO 22.- RESPONSABILIDAD. SANCIONES:** El incumplimiento de las obligaciones contenidas en la presente ley por parte del proveedor dará lugar a la indemnización dispuesta en el artículo 52 bis de la Ley 24.240, independientemente de otras indemnizaciones que por derecho le correspondan al consumidor/a.

**ARTÍCULO 23.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.:** La presente ley es de orden público, rige en todo el territorio nacional y entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Boletín Oficial

**ARTÍCULO 23.-** Comuníquese al Poder Ejecutivo.-

**ARTÍCULO 24.-** De forma

**MARIA TERESA GARCIA**



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

**FUNDAMENTOS**

El presente proyecto de ley tiene por objeto establecer parámetros mínimos obligatorios de calidad para los servicios de atención y comunicación a distancia que brindan los proveedores de bienes y servicios, con el fin de garantizar una protección efectiva de los derechos de los usuarios y/o consumidores en el contexto actual de creciente digitalización e impedir las prácticas abusivas llevadas adelante por las empresas proveedoras de servicios públicos y privados en cuestiones de atención al cliente, las cuales se han visto intensificadas en los últimos años debido al avance de la tecnología y el crecimiento de nuevas prácticas comerciales.

En los últimos años, la expansión de los canales digitales, la automatización de servicios y la incorporación de tecnologías como la inteligencia artificial han transformado profundamente la relación entre proveedores y consumidores. Sin embargo, esta transformación no ha sido acompañada de estándares claros que aseguren una atención adecuada, accesible y eficiente. En la práctica cotidiana, los usuarios y consumidores enfrentan: tiempos de espera excesivos, imposibilidad de acceder a atención humana, respuestas automatizadas insuficientes, dificultades para efectuar reclamos y prácticas abusivas en procesos de cobranza.

Estas situaciones generan una asimetría estructural entre proveedores y consumidores, debilitando el ejercicio efectivo de los derechos de estos últimos.

En el año 2021 la Secretaría de Comercio Interior, mediante la resolución 1033/2021, estableció parámetros mínimos obligatorios de calidad para servicios de atención y comunicación a distancia que brindan proveedores de bienes y servicios.

El 26 de enero de 2024, a un mes y medio de asumir, el Presidente Javier Milei, la misma secretaría publicó la resolución 51/2024 derogando la resolución 1033/2021.



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

Resolución 51/2024, que derogó más de 60 resoluciones, y que entre sus fundamentos sostiene que, en virtud del DNU 70/23 y la “Ley de bases y puntos de partida para la libertad de los argentinos” (conocida como “Ley Ómnibus”), resulta pertinente “proceder a una revisión integral de toda la normativa reglamentaria y complementaria”.

En tal sentido, señala que resulta indispensable proceder a “una verdadera desburocratización y simplificación de los procesos productivos en relación con el consumidor, así como a la eliminación de todas las trabas y obstáculos al comercio que solo han generado incrementos en los costos de transacción para los proveedores y el consecuente encarecimiento de los precios de los bienes y servicios para los consumidores”.

Es decir que, para el Gobierno Nacional, el hecho de que los usuarios y consumidores reciban un trato digno y que puedan acceder a tener un servicio de calidad es un obstáculo al comercio. Parece que el Presidente Javier Milei y su Ministro de Economía Luis Caputo desconocen el marco constitucional y legal de dicha resolución.

El proyecto se sustenta en el artículo 42 de la Constitución Nacional Argentina, que reconoce el derecho de los consumidores a: la protección de su salud, seguridad e intereses económicos, una información adecuada y veraz, condiciones de trato digno y equitativo.

Asimismo, se enmarca en los principios establecidos por la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, complementando y profundizando sus disposiciones mediante la fijación de parámetros específicos aplicables a los servicios de atención a distancia.

El presente proyecto viene a operativizar estos derechos, estableciendo reglas concretas, medibles y exigibles.

En el derecho comparado, la regulación de los servicios de atención al consumidor ha sido objeto de desarrollo en diversos países y bloques regionales.



## *H. Cámara de Diputados de la Nación*

En la Unión Europea, la Directiva 2011/83/UE establece obligaciones en materia de información, transparencia y accesibilidad de los canales de atención, prohibiendo costos adicionales indebidos en los servicios postventa. Asimismo, la Directiva (UE) 2019/770 refuerza la protección en entornos digitales.

En España, la normativa sobre servicios de atención al cliente ha avanzado en la exigencia de atención personalizada, tiempos razonables de respuesta y estándares de calidad en la interacción con usuarios.

Por su parte, Brasil cuenta con el Decreto 6.523/2008, que establece reglas específicas sobre tiempos de espera, gratuidad del servicio y acceso directo a operadores humanos, como así también obliga a que los sistemas automáticos permitan acceso a un operador humano y prohíbe obstáculos o recorridos excesivos en menús automáticos

En Chile, la Ley 19.496 ha sido fortalecida para contemplar los desafíos del entorno digital.

Estos antecedentes reflejan una tendencia global hacia la regulación activa de los canales de atención, reconociendo que la calidad del servicio constituye un elemento esencial en la protección de los derechos de los consumidores.

El proyecto que ponemos a consideración establece, en primer término, un conjunto de definiciones que permiten delimitar con precisión su alcance, incorporando tanto las formas tradicionales de comunicación como aquellas basadas en nuevas tecnologías, tales como sistemas automatizados e inteligencia artificial. Esta previsión evita vacíos normativos y asegura la vigencia de la ley frente a la evolución tecnológica.

A continuación, se fijan los principios generales que deben regir los servicios de atención al consumidor, los cuales se traducen en derechos concretos: acceso a información clara y veraz, posibilidad de efectuar reclamos eficaces, obtención de constancias de gestión y acceso a compensaciones en caso de incumplimientos. Asimismo, se incorpora la obligación de garantizar accesibilidad para personas mayores y personas con discapacidad.



## *H. Cámara de Diputados de la Nación*

En materia de trato digno, se prohíben conductas abusivas, intimidatorias o vejatorias, respondiendo a prácticas que aún persisten en determinados sectores, particularmente en instancias de cobranza. La incorporación de la perspectiva de identidad de género refuerza el carácter inclusivo del proyecto.

El derecho a la información se ve fortalecido mediante la exigencia de coherencia entre la oferta comercial y las condiciones contractuales, evitando situaciones de engaño o confusión. Información veraz, coherente y no engañosa. El proyecto busca combatir la desinformación, garantizando transparencia en todas las etapas de la relación de consumo.

En relación con las cobranzas extrajudiciales, el proyecto introduce un estándar elevado de transparencia, obligando a identificar claramente al acreedor, detallar la deuda y acreditar la legitimación para su cobro, garantizando además el acceso a la documentación respaldatoria. Esto apunta a erradicar prácticas extendidas de cobranzas poco claras e intimidatorias que afectan gravemente los derechos de los consumidores.

Se establece también el derecho a obtener certificados de libre deuda o de prescripción en plazos breves. Esta previsión resulta esencial para evitar la persistencia de reclamos indebidos y proteger la situación crediticia y reputacional de las personas.

Uno de los ejes centrales de la iniciativa es el reconocimiento del derecho a la atención por una persona humana. Si bien se admite el uso de tecnologías automatizadas, se prohíbe que estas constituyan el único canal de atención, garantizando además tiempos máximos de espera y gratuidad del servicio. Este artículo constituye uno de los núcleos centrales del proyecto, al equilibrar el uso de tecnología con la necesidad de atención efectiva y empática.

Su principal objetivo es el de evitar los frecuentes abusos en que incurren los proveedores en el uso de esquemas automatizados, bots, o cualquier otro mecanismo no-humano de atención al cliente. Con frecuencia, estos mecanismos hacen perder tiempo al consumidor/a y operan en desmedro de la atención y resolución del reclamo. En este sentido, se trata de



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

atenuar una relación naturalmente desigual entre la empresa proveedora y el usuario o consumidor, donde la primera, en busca de ahorrar costos a través de mecanismos automatizados, vulnera el derecho a las condiciones de atención y trato digno y equitativo contenido en el artículo 8 bis de la Ley 24.240, omitiendo prestar un servicio de atención al cliente adecuado e informado, afectando principalmente a los consumidores vulnerables.

En mi último periodo como Diputada Nacional presenté el proyecto 3051-D-2016 que establece una opción numérica fija en el menú de IRV. Lamentablemente perdió estado parlamentario, pero fue recogido en la resolución 1033/2021 posteriormente derogada.

Asimismo, se asegura la existencia de atención presencial, evitando la exclusión de sectores que enfrentan barreras en el acceso digital. El proyecto busca dar respuesta a una problemática de evidente actualidad que afecta de modo directo a un sector específico de nuestra sociedad como son los adultos mayores. El consumidor adulto mayor es afectado doblemente debido a la brecha digital y el desconocimiento tecnológico que tiene lugar en un mundo que ha cambiado radicalmente ante la ola de digitalización e informatización de los servicios de atención al cliente y de postventa.

Ante el avance de la tecnología muchos adultos mayores se ven obligados a pedir ayuda a terceros (hijos/as, nietos/as, amigos/as, vecinos/as, etc.) para conseguir contactarse con las compañías proveedoras y efectuar su reclamo, o en su defecto se ven impedidos de realizar tal reclamo por el hecho de no contar con alguna persona de confianza que pueda ayudarlos con la tarea. Para evitar que los adultos mayores u otra población vulnerable vean obstaculizados sus derechos, esta reforma incorpora la obligación para las grandes empresas proveedoras de bienes y servicios públicos y privados de garantizar la atención presencial y accesible a los consumidores, a fin de que sean estos últimos quienes elijan la vía más adecuada (telefónica o presencial) para realizar cualquier tipo de reclamo a su proveedor, y que en ambas dispongan de la posibilidad de hablar con una persona.



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

En un contexto en el que el Poder Ejecutivo Nacional ha erigido a los adultos mayores como enemigos y mientras continúa desmantelando políticas públicas de protección y cuidado sobre esta población vulnerable, se torna indispensable utilizar las herramientas de las que disponemos a partir de la función institucional que nos toca ejercer en el presente para atender problemáticas que los involucren y proponer medidas que ayuden a mejorar sus vidas.

Es por ello que el proyecto establece la reserva de turnos para demanda espontánea que busca evitar barreras de acceso, especialmente para personas mayores o en situación de vulnerabilidad.

Asimismo, se reconoce el rol institucional de las asociaciones de consumidores, facilitando su actuación mediante mecanismos ágiles de representación. Esto fortalece el sistema de protección colectiva y el acceso a la defensa de derechos.

El proyecto también establece parámetros objetivos en materia de tiempos de espera, prohibiendo prácticas dilatorias y reconociendo el valor del tiempo de los usuarios. También garantiza la gratuidad de los canales de atención, eliminando barreras económicas para el ejercicio de derechos.

Se incorporan, además, obligaciones de capacitación del personal y horarios mínimos de atención.

El articulado también regula las interrupciones de comunicación, estableciendo la obligación de registrar y restablecer el contacto, y prohíbe una amplia gama de prácticas abusivas, especialmente en el ámbito de las cobranzas, protegiendo la privacidad y dignidad de los consumidores. Asimismo, se establece que el mismo operador sea quien continúe la comunicación con el fin de evitar que el usuario o consumidor tenga que explicar una y otra vez el problema que tiene. Algo que todos conocemos y es momento de ponerle fin.



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

Finalmente, se garantizan mecanismos efectivos de presentación y seguimiento de reclamos, con plazos concretos de resolución, y se incorpora la obligación de realizar auditorías periódicas que permitan verificar el cumplimiento de la norma.

En definitiva, la presente iniciativa busca adaptar el derecho del usuario y/o consumidor a los desafíos del siglo XXI, garantizando que la innovación tecnológica no se traduzca en desprotección, sino en mejores condiciones de acceso, información y trato.

Se trata de una norma que pone en el centro a las personas, reafirma derechos de raigambre constitucional y establece reglas claras para la construcción de un mercado más justo, eficiente y humano.

La tecnología constituye una herramienta de enorme potencial, cuyo impacto —ya sea para ampliar derechos y mejorar el bienestar o para profundizar desigualdades— depende de su diseño, regulación y uso. En este sentido, el desafío no radica en limitar su desarrollo, sino en orientar su implementación al servicio de la equidad, la transparencia y la inclusión.

La presente iniciativa parte de una premisa fundamental: la tecnología debe ser una extensión de la humanidad y no su reemplazo. Su incorporación en las relaciones de consumo debe fortalecer el vínculo entre proveedores y consumidores, y no erosionarlo.

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares el acompañamiento del presente proyecto de ley.

**MARIA TERESA GARCIA**