Boletín N° 9.191-03

Proyecto de ley, iniciado en moción del Honorable Senador señor Navarro, que modifica la ley que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, con el fin de regular los centros de atención de llamadas al público dispuesto por los proveedores de bienes o servicios.

Los servicios de call center, son un paso inevitable para todo consumidor, pues ante cualquier duda, desperfecto del producto, deficiencia en el servicio, reclamo o consulta, los consumidores deben llamar a las operadoras (es) y ejecutivas (os) de atención al cliente.

Ahora, los call center, como se les conoce popularmente, como negocio y como servicio comercial han modificado sus tradicionales funciones.

Tal y como señala el documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Madrid. “Estudio de Mercado Servicio Call/Contact Center en España”, de Octubre 2011:

“Un Centro de Atención de Llamadas (o Call Center en inglés) es un espacio donde agentes o ejecutivos de call center -previamente formados según el objeto de servicio– efectúan o recibe llamadas telefónicas desde y/o hacia clientes externos o internos.

Los call centers son propios de una empresa o son operados por una compañía proveedora de servicios que se encarga de administrar y proveer soporte y asistencia a su cliente en función de los productos o servicios contratados por este último. El call center puede ser operado de forma independiente o estar interconectado con otros centros, generalmente mediante una corporación computarizada.

Por otro lado el contact center (centro de contacto) es una oficina centralizada que tiene la finalidad de recibir y transmitir un amplio volumen de llamadas a través del teléfono, pudiéndose actualmente realizar por canales adicionales al teléfono, multicanalidad, –fax, e-mail, chat, mensajes de texto y mensajes multimedia entre otros– son la principal vía de comunicación entre los clientes y la empresa.

El contact center es operado por agentes ubicados en estaciones de trabajo y generalmente en un amplio espacio dispuesto para tal fin.

En la actualidad el crecimiento que ha experimentado el sector en la medida en que, además de atender a los clientes, ofrecer información y resolver dudas o incidencias, ha evolucionado incorporando nuevos servicios y prestaciones. Así pues, a la tradicional emisión y recepción de llamadas se han sumado la monitorización de datos, las escuchas remotas, la venta telefónica, la gestión de soporte, la grabación de información, la resolución de cobros. Por ello, la denominación de call center se ha quedado obsoleta y, hoy en día, se trata de centros de contacto o centros de relaciones con los clientes (CRC)”.

Los reclamos contra estos servicios de comunicación con el cliente son innumerables. Internet está lleno de ellos, y el Servicio Nacional del Consumidor también. Los reclamos más evidentes son, a modo de ejemplo:

- Demoras excesivas de las llamadas

- Cobro de tales interminables llamadas a los consumidores, tal que parece que se alargan a propósito para aumentar tal cobro.

- Información falsa, engañosa, contradictoria, tendenciosa.

- Excesivo traspaso de llamadas entre ejecutivos

- Cambios intempestivos de números de registro de los reclamos

A nuestro juicio existe un vacío legal. Aquí no basta la autorregulación, pues la experiencia nos muestra que las relaciones de consumo, siendo desiguales, tienden al abuso del proveedor en contra del consumidor individual, económicamente más débil, y que depende en muchos aspectos del proveedor para satisfacer su interés (en cuanto a información, buen servicio, seguridad en el consumo, etc.)

La Ley del Consumidor no ha tenido el desarrollo que han tenido otras legislaciones, como la Ley de Atención al Cliente de España, que entre otras cosas dispone:

“La puesta a disposición de los clientes de un servicio de atención telefónica personalizado y un número de teléfono, ambos gratuitos, para atender sus quejas y reclamaciones, así como cualquier incidencia contractual.

Se prohíbe la utilización de números de tarificación adicional como medio de comunicación con los clientes, ya sea vía telefónica, mediante mensajes de texto u otros análogos. En ningún caso el servicio de atención al cliente proporcionará ingresos adicionales a la empresa prestadora del servicio a costa del cliente. Tampoco se podrá aprovechar la formulación de reclamaciones para ofrecer otros productos al cliente.

Las empresas tendrán un sistema de gestión unitario o centralizado, de modo que se garantice la constancia de las quejas, reclamaciones e incidencias presentadas y se facilite el seguimiento de su tramitación.

Se establecerá un plazo máximo de un mes para resolver quejas, reclamaciones y otras incidencias contractuales.

El tiempo máximo de espera para el usuario desde la recepción de la llamada en el servicio de atención al cliente no podrá superar un minuto para más del 90 por 100 de las llamadas realizadas al servicio de atención al cliente.

El horario de atención al cliente se ajustará a las características del servicio prestado. Para servicios de carácter básico, como el servicio telefónico, el suministro eléctrico, de gas o de agua, el servicio deberá estar disponible 24 horas al día, 365 día al año, para la formulación de incidencias relativas a la continuidad del servicio.

Las empresas deberán informar a los usuarios de las incidencias contractuales que afecten gravemente a la prestación del servicio o a su continuidad, una vez tengan conocimiento de la misma y sin necesidad de que el usuario la requiera expresamente”.

Sin más, creemos que Chile no puede quedarse atrás en este importante punto sin que se lesione gravemente la confianza en el comercio y las relaciones de consumo.

Por tanto, vengo en presentar el siguiente:

PROYECTO DE LEY

Artículo único: Agrégase el siguiente nuevo artículo 49 bis a la Ley Nº19.496, que ESTABLECE NORMAS SOBRE PROTECCION DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES:

“Los proveedores que dispongan para la comunicación con los consumidores de Centros de Atención de llamadas, cumplirán los siguientes requisitos:

Estos servicios serán permanentes, continuos y regulares, debiendo funcionar las 24 horas del día, todos los días del año.

Estos servicios serán gratuitos para el consumidor o cliente.

Cada solicitud o reclamo del consumidor será asignado por la empresa con un número de registro, el que será válido para todas las siguientes comunicaciones directas o indirectas con el proveedor.

Las demoras o esperas durante los llamados, tendrán una duración máxima de 45 segundos. Si es necesario un traspasar la llamada a otro ejecutivo, la llamada en espera demorará como máximo el mismo lapso de tiempo.

En caso de traspasos de llamadas entre ejecutivos de atención, estos no podrán ser más de tres por consulta o reclamo específico.

Los proveedores del servicio o producto serán plenamente responsables de las infracciones que respecto de estas normas cometan los servicios de comunicación externos.

Las condiciones ofrecidas por los ejecutivos que respondan las consultas o reclamos de los clientes serán vinculantes para el proveedor.

En caso de que distintos ejecutivos de contacto entreguen condiciones o soluciones contradictorias ante un reclamo, el consumidor podrá optar por la que crea más conveniente, sin perjuicio de que por vía administrativa o judicial pueda reclamar siempre la máxima satisfacción de sus derechos conforme a la ley.

Si la empresa graba o registra la comunicación con el cliente o consumidor, a solicitud de este, el proveedor deberá entregarle gratuitamente una copia en un formato usual o dirigírselo electrónicamente.

Los proveedores de servicios sanitarios y básicos, como agua, gas, electricidad, así como las empresas de servicios telefónicos e internet, cadenas de farmacias, supermercados, alcantarillado, grandes tiendas de retail, y otras similares determinadas por un Reglamento, deberán contar con distintos mecanismos de relación y comunicación para consultas o reclamos del cliente, mínimamente vía call center, correo electrónico, o redes sociales de internet, las que también serán gratuitas

para el consumidor, y en formatos amistosos que no dificulten o entorpezcan su acceso. Con todo deberán cumplir con las condiciones que se señalan en el inciso primero de este artículo, en la medida que les sean aplicables.

El entablar comunicación por una vía no inhabilitará a que el proveedor o el consumidor la retomen por otra.

Quienes voluntariamente implementen tales sistemas de contacto, deberán garantizar bajo su plena responsabilidad que ellos cumplan con los requisitos del artículo primero, en la medida que sean aplicables".

ALEJANDRO NAVARRO BRAIN
SENADOR.