



APORTACIONES DE CCOO AL ANTEPROYECTO DE LEY POR LA QUE SE REGULAN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS QUE ACTÚAN EN CALIDAD DE CLIENTELA

(APROBADO EN CONSEJO DE MINISTROS 16 NOV 2021)

INTRODUCCIÓN

Desde la Confederación Sindical de CCOO somos conscientes de que el Anteproyecto formulado pretende mejorar la calidad del servicio y proteger a los consumidores, poniendo límites al uso de contestadores automáticos con los que las empresas se relacionan con los consumidores, garantizando la atención a personas vulnerables, mejorando las comunicaciones entre consumidores y empresas y estableciendo obligaciones en la forma de facilitar información, atender incidencias y resolver quejas y reclamaciones.

Entendemos, no obstante, que el Anteproyecto debe ampliar su enfoque teniendo en cuenta las implicaciones en el terreno laboral de la prestación de servicio, concretando u orientando en mayor medida la regulación en el ámbito laboral de las personas trabajadoras que prestan o prestarán los servicios definidos, así como en el cumplimiento de la normativa de afectación.

Bajo dicha perspectiva se realizan las siguientes APORTACIONES

Artículo 8. Atención personalizada.

1. A solicitud de la persona consumidora o usuaria, cuando una consulta, queja, reclamación, o comunicación de incidencia se formule vía telefónica o electrónica, la empresa ha de garantizar una atención personalizada.

2. Se considera atención personalizada la ofrecida directamente a través de un operador o agente comercial que contesta en tiempo real a quien inicia la comunicación. El operador o agente comercial deberá identificarse en todo caso al inicio de la conversación.

Identificación con número de empleado/a o nombre y apellidos, pero en ningún caso por DNI.

3. Se prohíbe el empleo de contestadores automáticos u otros medios análogos como medio exclusivo de atención a la clientela.

Proponemos que su uso se limite a aquellos horarios que queden fuera del horario comercial de la empresa principal.

El uso además debería estar limitado a la primera interacción de la persona usuaria.

4. En caso de insatisfacción con la atención recibida, quien haya iniciado la comunicación podrá solicitar que se transfiera la comunicación a una persona física supervisora, que deberá atenderle en el transcurso de esa misma comunicación.

Determinar las funciones de las "personas supervisoras", pues actualmente quienes atienden los teléfonos de atención al cliente conocen mejor la operativa de las empresas principales que cualquier persona

“supervisora” o “coordinadora”. Proponemos sustituir esta opción por la de transferencia de la llamada (u otra comunicación) a un departamento específico de calidad.

Artículo 9. Medios materiales y humanos.

1. Las empresas se asegurarán de que los servicios de atención a la clientela estén dotados de los medios humanos, materiales, técnicos y organizativos adecuados para el cumplimiento de sus funciones.

2. El personal que preste atención personalizada a la clientela, así como quien diseñe y gestione los medios automatizados que se puedan utilizar a tales efectos, deberá contar con una formación y capacitación especializada, en función del sector o de la actividad, que garantice la eficacia en la gestión que realice, incluyendo una formación específica previa en atención a personas consumidoras vulnerables y, en especial, a personas con discapacidad o de edad avanzada. A tal efecto, la empresa será responsable de proporcionar a su personal la formación y capacitación continuada que sea necesaria para adaptar sus conocimientos sobre la actividad a las variaciones tecnológicas y necesidades del mercado.

Apartados 1 y 2, Especificar que se refiere tanto a las empresas responsables como a las empresas prestadoras del servicio de atención al cliente.

La formación o capacitación especializada y sobre variaciones tecnológicas y necesidades del mercado debe estar homologada y certificada por algún organismo oficial, en el mismo sentido que lo están MiFID, LCCI y Seguros, de lo contrario no será un requisito medible.

Las empresas tienen que poner a disposición de la plantilla que realice estas funciones los medios y los recursos tanto materiales como de tiempo para realizar esta formación.

El plan de formación debería ser objeto de negociación sectorial, bien en el seno de los Convenios Colectivos Sectoriales, bien en el marco de las Estructuras Paritarias Sectoriales de Formación. En dicha negociación se acordarán tanto las horas de formación para obtener la acreditación, las horas de formación continua anual y el propio contenido del plan de formación.

Artículo 12. Constancia de la consulta, queja, reclamación o incidencia.

2. La entrega del justificante se realizará por la misma vía por la que se haya presentado la consulta, queja, reclamación o incidencia o por aquella que quien inicie la comunicación hubiera elegido de entre las puestas a disposición de la clientela por la empresa. En caso de que la reclamación se presente a través de una llamada telefónica, la empresa deberá grabar la llamada con la finalidad establecida en este artículo e informará del medio para acceder a ella en el justificante que se remita.

Añadir, “que en todo caso, respetará el derecho a la intimidad y a la privacidad tanto de la clientela como de las personas trabajadoras en los términos regulados en la LOPDGDD, convenios colectivos y/o acuerdos de empresa.”

Artículo 14. Disponibilidad del servicio de atención a la clientela.

1. El horario del servicio atención a la clientela se ajustará al horario comercial de la empresa.

Esto repercute en los horarios y turnos, por ejemplo, del Convenio Colectivo de Contact Center, donde nos arriesgamos a reducciones de contratación, jornada y cambios de turno masivos.

Proponemos que no se limite el horario de atención al cliente en recepción de llamadas/interacciones y establecer que, como mínimo, coincida con el horario comercial de la empresa.

Para emisión de llamadas u otro tipo de interacciones de emisión, sí se propone limitar el horario a las franjas ya establecidas (no antes de las 10:00 horas, ni de 15:00 a 14:00 horas, ni a partir de las 21:00 horas).

2. En todo caso, para los servicios básicos de interés general previstos en el artículo 2.1 de esta norma que se presten de forma continuada, el servicio de atención a la clientela estará disponible 24 horas al día, todos los días del año, para la comunicación de incidencias relativas a la continuidad del servicio.

Mediante atención personalizada.

Además, se propone incluir un matiz en la redacción del texto de la siguiente manera:

2. (...) 24 horas al día, todos los días del año, **“únicamente”** para la comunicación de incidencias relativas a la continuidad del servicio.

Además, se propone que se incluya lo siguiente: “3. Con el fin de cumplir con lo establecido en el punto inmediatamente anterior, mediante la negociación colectiva se regularán los horarios y las condiciones laborales del personal que realicen turnos con horarios no regulados en los convenios colectivos y/o en los acuerdos de empresa”.

Artículo 17. Plazo de resolución de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias

1. En el caso de que se utilice la atención telefónica, el tiempo máximo que transcurra desde la recepción de la llamada en el servicio de atención a la clientela hasta que este se comunique de forma directa con el operador o agente comercial responsable de la atención personalizada será fijado reglamentariamente.

Esto puede repercutir en una mayor presión sobre el personal que atiende a la clientela para que realice la gestión en menor tiempo, lo que conlleva además pérdida en la calidad del servicio. Proponemos no se pueda limitar la duración de la llamada telefónica en los procedimientos de atención al cliente.

También debe quedar garantizado que si la llamada o la conexión “se corta”, se penalizará como superación del tiempo límite, con el fin de que no se utilice este método para sortear la obligación.

Artículo 18. Implantación de un sistema de valoración de la satisfacción del cliente.

1. Las empresas deberán implantar y documentar un sistema que permita definir el grado de satisfacción de su clientela respecto al trato recibido y la profesionalidad del personal que presta el servicio y de los responsables del mismo.

La clientela desconoce los parámetros en los que se evalúa el desempeño de las personas trabajadoras del servicio de atención al cliente, por lo que no sería relevante su opinión sobre la “profesionalidad” de quien le atiende. Si la encuesta de satisfacción tiene como objetivo conocer el grado de satisfacción con el servicio prestado, debería incluir en su lugar parámetros tales como la rapidez, eficacia, grado de resolución de la incidencia, grado de satisfacción en la información recibida, etc.

Artículo 19. Colaboración, interacción y diálogo con las personas consumidoras.

Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley deberán establecer marcos estables de colaboración, interacción y diálogo con las asociaciones de consumidores y usuarios más representativas en relación con los servicios de atención a la clientela y el mantenimiento de su calidad y eficacia.

Incluir a la RLPT en los grupos con los que las empresas deben establecer marcos de colaboración y diálogo.

Artículo 21 Sistemas de evaluación.

1. Las empresas deberán implantar y documentar un sistema de evaluación del nivel de calidad del servicio de atención a la clientela conseguido, que incluirá los parámetros a los que se refiere el capítulo II de esta ley, sin perjuicio de la normativa sectorial vigente que, en su caso, complementará lo dispuesto en el presente apartado. El ámbito geográfico de medición de los parámetros será la totalidad del territorio nacional o, en su caso, la parte de este en la que lleven a cabo su actividad.

2. El sistema de evaluación del nivel de calidad deberá estar debidamente documentado y desarrollado de forma suficiente, mediante soportes que garanticen su integridad e idoneidad para permitir tanto su inspección por los servicios pertinentes de la Administración competente por razón de la materia, como su auditoría por una entidad externa. Las empresas deberán conservar la documentación correspondiente durante al menos cinco años.

3. Las empresas deberán tener a disposición de la Administración competente, al menos al final del primer trimestre de cada año, una copia actualizada de la documentación descriptiva referida en el apartado anterior. El requerimiento para su examen por la Administración deberá poder ser atendido por vía telemática, en formato electrónico sobre aplicaciones ofimáticas de uso habitual.

4. Las empresas deberán hacer pública la documentación descriptiva y su correspondiente auditoría a través de su página web.

5. El sistema de evaluación del nivel de calidad del servicio de atención a la clientela se deberá actualizar todas las veces que sea necesario, para adecuarlo a las condiciones de prestación del servicio y de medición de los parámetros, así como para subsanar las deficiencias expresamente notificadas por la Administración y las señaladas, en su caso, en el acta de inspección correspondiente o en el informe de auditoría al que se refiere el artículo 22 de esta ley.

El sistema de evaluación del nivel de calidad del servicio y sus actualizaciones debe ser sometido a consultas de la RLPT de las empresas que prestan el servicio de atención al cliente.

En la medida que estos sistemas de evaluación valoren de manera individual o colectiva a las personas que trabajan en los servicios de atención a la clientela, las empresas informarán a la RLPT sobre los

mismos con carácter previo a su implantación, habilitándose un periodo de consultas para que ésta pueda hacer la correspondiente evaluación de impacto y las alegaciones oportunas.

En el supuesto que dichos sistemas de evaluación se lleven a cabo con la utilización parcial o total de algoritmos o sistemas de inteligencia artificial, las empresas informarán con carácter previo tanto a la persona trabajadora como a la RLPT de su uso.

En ningún caso, las personas trabajadoras sujetas a estos sistemas de evaluación podrán ser objeto de decisiones basadas única y exclusivamente en variables automatizadas.

Disposición final segunda. Modificación de la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero.

Artículo 30.1

La RLPT de las empresas sujetas a esta Ley también podrán dirigirse a los servicios de reclamaciones del Banco de España, la CNMV y la DGSFP, si se considera que se están vulnerando en alguna medida los intereses y derechos de la clientela.

2. Los servicios de reclamaciones del Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones resolverán las incidencias, consultas, quejas y reclamaciones a las que se refiere el apartado anterior, mediante informes motivados, que no tendrán en ningún caso carácter de acto administrativo recurrible.

Dichos informes se remitirán tanto a la empresa objeto de reclamación como a la personas o personas reclamantes.