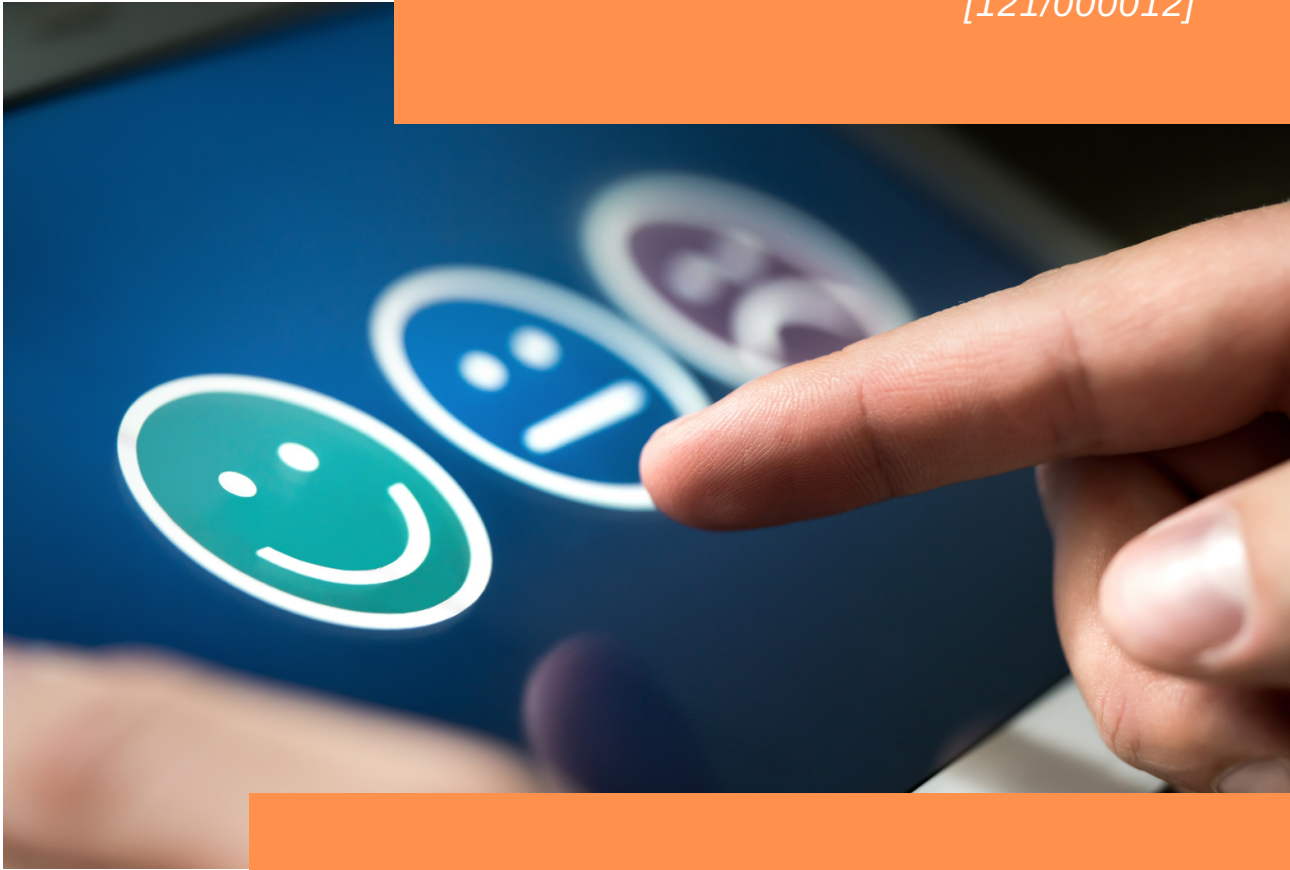


Departamento de Documentación

Proyecto de Ley por el que se regulan
los servicios de atención a la clientela.

[121/000012]



ESTUDIOS

Asociación Española de Expertos en la Relación con Clientes (2023, 18 de abril). **La Ley SAC avanza en su trámite parlamentario incorporando aportaciones AEERC y Asociación CEX**

Asociación Española de Expertos en la Relación con Clientes (2023, 8 de febrero). **Propuesta de las Asoc. del Sector en relación con el Proyecto de Ley de Servicios de At Clientela**

Carrasco Perera, A. (2021). **Consumidores vulnerables. Otrosí: Revista del Colegio de Abogados de Madrid**, 8, 42-43

Negro, A. y Tena, P. (2024, 12 de marzo). **Proyecto de Ley de servicios de atención a la clientela. Cuatrecasas. Blog de Propiedad Intelectual y Tecnologías**

Rojas Ahumada, K. A., López Zavaleta, V. y Mendoza de los Santos, A. C. (2023). **El impacto de la Inteligencia Artificial en la mejora de la atención al cliente: Una revisión sistémica. Innovación y Software**, 4 (2), 201-222

La Inteligencia Artificial (IA) está ganando una importancia creciente en el sector del servicio al cliente, permitiendo automatizar procesos y mejorar la eficacia de las interacciones con los clientes. Esta revisión sistemática tiene como objetivo explorar de cómo se está utilizando la IA en el servicio de atención al cliente, identificar las limitaciones y ventajas de la implementación de la IA y analizar cómo influyen en la satisfacción del cliente, la recolección de literatura y selección se utilizó las pautas de la metodología PRISMA. A medida que la IA se ha convertido en una tecnología cada vez más relevante en el ámbito del servicio al cliente, es esencial examinar de manera sistemática su influencia en este contexto específico. Se encontró en que sectores se está utilizando más la IA en la atención al cliente y se presentarán las perspectivas futuras de esta tecnología en el servicio al cliente. Se pudo concluir que los chatbots son una de las aplicaciones más utilizadas en la atención al cliente para brindar respuestas rápidas y efectivas a las consultas de los usuarios. Sin embargo, es importante considerar los beneficios y limitaciones de esta tecnología, así como la importancia de la interacción humana en la satisfacción del cliente.

Sánchez Trinidad, R. del C., Soto Pérez, R., Márquez Amaro, R., Castillo Méndez, R. del C., Sánchez Cruz, S., Aguirre Andrade, A., Sánchez Trinidad, A. del C., de los Santos Colorado, L. E. y Dios Domínguez, W. (2022). **Calidad en atención al cliente. Publicaciones e Investigación**, 16(2)

La investigación que se presenta en este artículo tiene como objetivo analizar los estudios empíricos relacionados con la satisfacción del empleado y cliente tienen limitaciones. Una de las limitaciones es el escaso número de estudios que existen donde se investigue las interdependencias entre dichos

conceptos. (Homburg, 2004) El mejoramiento de los vínculos de comercialización, el rendimiento de un buen servicio al cliente, y el funcionamiento de la administración en caja, necesita de una conexión estratégica hacia los clientes, dando resultados positivos y desde luego que el cliente salga satisfecho con su compra.

Estos servicios pueden incluir principalmente en la provisión de la misma empresa y para su mejoramiento, crecimiento y expansión de su mercado, la provisión es una cantidad de recursos que conserva la empresa debido haber contraído una obligación, con el objetivo de guardar esos recursos hasta el momento adecuado.

Este trabajo de investigación lleva en centrarse en el funcionamiento de la tienda, y la atención al cliente, debe de existir en el momento que el primer cliente visita la sucursal.