



BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

IX LEGISLATURA

Serie A:
PROYECTOS DE LEY

10 de junio de 2011

Núm. 131-1

PROYECTO DE LEY

121/000131 Proyecto de Ley por la que se regulan los servicios de atención al cliente destinados a los consumidores y usuarios.

La Mesa de la Cámara, en su reunión del día de hoy, ha adoptado el acuerdo que se indica respecto del asunto de referencia.

(121) Proyecto de Ley.

121/000131

Autor: Gobierno.

Proyecto de Ley por la que se regulan los servicios de atención al cliente destinados a los consumidores y usuarios.

Acuerdo:

Encomendar su aprobación con competencia legislativa plena y por el procedimiento de urgencia, conforme a los artículos 148 y 93 del Reglamento, a la Comisión de Sanidad, Política Social y Consumo. Asimismo, publicar en el Boletín Oficial de las Cortes Generales, estableciendo plazo de enmiendas, por un período de ocho días hábiles, que finaliza el día 20 de junio de 2011.

En ejecución de dicho acuerdo, se ordena la publicación de conformidad con el artículo 97 del Reglamento de la Cámara.

Palacio del Congreso de los Diputados, 7 de junio de 2011.—P. D. El Secretario General del Congreso de los Diputados, **Manuel Alba Navarro**.

PROYECTO DE LEY POR LA QUE SE REGULAN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DESTINADOS A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

Exposición de motivos

De conformidad con el artículo 51 de la Constitución Española, los poderes públicos deben garantizar la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.

En cumplimiento de este mandato constitucional, el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, incorpora, en el ámbito de las competencias estatales, el régimen general de la protección de los consumidores y usuarios.

El artículo 8 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, ha calificado la protección de los derechos de los consumidores y usuarios mediante procedimientos eficaces, como un derecho básico, y, en su artículo 21, exige que el régimen de comprobación, reclamación, garantía y posibilidad de renuncia o devolución que se establezca en los contratos con consumidores permita asegurarse de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del bien o servicio, así como reclamar con eficacia en caso de error, defecto o deterioro, hacer efectivas las garantías de calidad o nivel de prestación ofrecidos y obtener la devolución equitativa del precio de mercado del bien o servicio, total o parcialmente, en caso de incumpli-

miento o cumplimiento defectuoso. A fin de salvaguardar estos derechos básicos de los consumidores, esta norma ha establecido ciertas exigencias en relación a los servicios de atención al cliente.

En concreto, el mencionado artículo 21, contempla la obligación para las empresas de que sus oficinas y servicios de información y atención al cliente aseguren a éste la constancia de sus quejas y reclamaciones, y si tales servicios utilizan la atención telefónica o electrónica para llevar a cabo sus funciones, deberán garantizar una atención personal directa, más allá de la posibilidad de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance.

Estas exigencias impuestas con carácter general se concretan en la normativa sectorial en relación a ciertos servicios básicos y de especial trascendencia económica, como el sector de las telecomunicaciones y el suministro de agua, gas, electricidad o transporte. Para algunos de estos servicios, la atención al cliente se define como uno de los parámetros que determina la calidad de prestación del servicio.

Con todo, la normativa vigente no parece haber logrado el resultado perseguido. La práctica administrativa en la gestión de las quejas o reclamaciones de los consumidores y usuarios revela que existe un elemento común en la mayor parte de éstas, manifestado a través de un creciente descontento en cuanto a la atención al cliente.

II

El servicio de atención al cliente es clave para garantizar una buena imagen comercial del empresario y determinante del grado de satisfacción de los consumidores y usuarios. Tan importante como maximizar la calidad técnica de los servicios prestados, tales como la continuidad del servicio, el cumplimiento de ofertas o los niveles de cobertura, es mejorar la relación con el cliente a través de los servicios de atención. La práctica muestra que muchas de las quejas y reclamaciones formuladas ante los servicios de consumo no se presentarían, si las empresas dispusieran de servicios de atención al cliente más eficaces.

En un alto número de quejas y reclamaciones presentadas ante la administración de consumo se observa la reiteración de llamadas a servicios de atención al cliente, atendidos por personal en ocasiones escasamente formado, que da información diversa e incluso discrepante, y que no facilita números o claves identificativos.

Tales carencias no solo generan la insatisfacción de los consumidores y usuarios sino que, a su vez, desprestigian la imagen comercial de las empresas, con el consecuente perjuicio anejo al mismo en el seno del mercado.

Esta percepción generalizada de las múltiples carencias de los servicios de atención al cliente se hace especialmente grave en relación con aquellas empresas

que prestan servicios de tracto sucesivo, tales como (telecomunicaciones, suministros y otros de análoga naturaleza.

En función de estas consideraciones, y con el objetivo fundamental de mejorar la protección de los consumidores y usuarios, por medio de esta ley se procede a establecer unos parámetros mínimos de calidad que obligatoriamente deberán cumplir los servicios de atención al cliente.

III

Esta ley se estructura en una exposición de motivos, cuatro capítulos que agrupan un total de 20 artículos, tres disposiciones adicionales, una transitoria y tres disposiciones finales.

El capítulo I de la ley está dedicado a las disposiciones generales. El artículo 1 determina como objeto de la ley el establecimiento de unos parámetros mínimos de calidad de los servicios de atención al cliente, de carácter obligatorio para las empresas.

El artículo 2 delimita el ámbito de aplicación de la ley por razón de la actividad, siendo de aplicación exclusiva a los servicios de atención al cliente habilitados por las empresas prestadoras de servicios incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley. En función de ello, se aclara que la ley no se aplicará a los servicios prestados por las administraciones públicas sin que medie contraprestación económica directa, que se regularán por su normativa específica.

El criterio definitorio de las empresas que se excluyen del ámbito de aplicación de esta ley, es el establecido en la Recomendación CE/2003/361, de 6 de mayo, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas. Dicha categoría está constituida por «las empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de euros o cuyo balance general anual no excede de 43 millones de euros.»

La ley establece los principios generales que han de regir este tipo de servicios y exige que los medios de interlocución de atención al cliente figuren en los contratos. Además, se establece la obligación para las empresas de que la respuesta a la queja, reclamación e incidencia, se realice en la misma lengua en la que se realizó el contrato.

En el capítulo II de la ley se aborda la regulación de los niveles mínimos de calidad exigible a los servicios de atención al cliente de estas empresas.

El capítulo III contempla la regulación de las obligaciones a las que se deben ajustar las empresas respecto a la implantación de un sistema de medida del nivel de calidad del servicio conseguido. Incluirá, en todo caso, los parámetros que se contemplan en el capítulo II y una copia actualizada del documento al que se refiere el artículo 18.3 deberá estar a disposición de la Administración competente en materia de consumo.

El capítulo IV de la ley está dedicado al régimen de infracciones y sanciones, y se prevé al respecto que el incumplimiento de las obligaciones impuestas en la ley constituye infracción en materia de protección de los consumidores y usuarios, sancionándose por las autoridades competentes conforme a lo previsto en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, así como en la legislación autonómica que resulte de aplicación.

Finalmente la ley regula pormenorizadamente el régimen transitorio de adaptación a los requisitos exigibles, los títulos competenciales que amparan su promulgación, la facultad de desarrollo y su entrada en vigor.

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto.

Esta ley tiene por objeto establecer los parámetros mínimos obligatorios de calidad de los servicios de atención al cliente de las empresas integradas en los sectores que se enumeran en el artículo siguiente.

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

1. Esta ley será de aplicación a los servicios de atención al cliente ofrecidos o prestados en territorio español por las empresas pertenecientes a los sectores de servicios de suministros de agua, gas y electricidad, servicios de transporte de viajeros, servicios postales, medios audiovisuales de acceso condicional y servicios de comunicaciones electrónicas.

Se aplicará a las empresas de servicios establecidas en España o en cualquier otro Estado miembro, independientemente del medio de interlocución elegido, de la inclusión del servicio de atención al cliente en la estructura organizativa de la empresa prestadora del servicio o en la de un tercero y de la ubicación geográfica del punto de comunicación con los consumidores y usuarios.

Asimismo, estarán incluidos en su ámbito de aplicación aquellos servicios cuya prestación sea temporalmente gratuita como consecuencia de una oferta, promoción o estrategia comercial análoga.

Esta Ley no será de aplicación a las empresas que ocupen a menos de 250 trabajadores y cuyo volumen de negocios anual no exceda de 50 millones de euros o cuyo balance general anual no exceda de 43 millones de euros.

2. Esta ley no se aplicará a los servicios prestados por las administraciones públicas, en los sectores incluidos en el ámbito de aplicación de la ley, sin que medie

contraprestación económica directa, que se regulan por su normativa específica.

Se incluyen en el ámbito de aplicación de esta ley los servicios públicos prestados por las administraciones públicas en régimen de gestión indirecta en los sectores citados en el apartado anterior. A estos efectos, las bases, pliegos o condiciones de prestación de tales servicios, aprobadas por la Administración competente contendrán una mención expresa a la aplicación de esta ley.

3. Lo establecido en esta ley se entenderá sin perjuicio de lo dispuesto en otras leyes generales o en la normativa sectorial que regula los servicios de atención al cliente, considerando siempre de aplicación preferente la norma que establezca un régimen más favorable a la protección de los derechos de los consumidores y usuarios.

Artículo 3. Definiciones.

1. Consumidores y usuarios: tienen la consideración de consumidores y usuarios los definidos en el artículo 3 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.

2. Cliente: el consumidor o usuario que ha recibido una oferta comercial o celebrado un contrato con una empresa prestadora de servicios, independientemente de que haga uso efectivo de los mismos y hasta que se extingan de forma efectiva todos los efectos de dicho contrato.

A los efectos de aplicación de esta ley, también será considerado cliente:

a) Los consumidores y usuarios que por razones imputables a la empresa prestadora de servicios, sus dependientes o terceros, hayan sido dados de alta en la prestación de servicios sin su consentimiento;

b) Los consumidores y usuarios que por razones que no les sean imputables, siguen recibiendo facturas de un servicio para el que han solicitado la baja o que no han contratado.

3. Empresas: toda persona física o jurídica que actúa en el marco de su actividad empresarial o profesional, ya sea pública o privada.

4. Servicios de atención al cliente: medios que la empresa pone a disposición de sus clientes, cuya finalidad es la emisión o recepción de información, gestión y resolución de quejas o reclamaciones, averías o cualquier otra incidencia técnica, comercial o administrativa relativa a la prestación de servicios, independientemente de que sean gestionados por la propia empresa o por un tercero.

5. Medio de interlocución: medio habilitado por la empresa para comunicarse con sus clientes. Incluye la comunicación presencial (oficinas, establecimientos

abiertos al público, visitas de agente comercial) y cualquier forma de comunicación a distancia (correo ordinario, atención telefónica, fax, correo electrónico u otras formas de comunicación electrónica).

6. Queja o reclamación: cualquier manifestación relativa a la defectuosa prestación del servicio o del incumplimiento o cumplimiento defectuoso de la oferta realizada, comunicada por el cliente al servicio de atención, independiente de su calificación interna como reclamación, queja, incidencia u otras análogas.

7. Incidencia: cualquier gestión relativa a la ejecución del contrato o de la oferta comercial realizada, tal como la comunicación de averías, la solicitud de baja del servicio en su conjunto o de alguna de las prestaciones o facilidades adicionales, el alta en una nueva oferta, cambio de plan de precios y otras análogas.

8. Niveles mínimos de calidad: parámetros objetivos de calidad que de acuerdo con esta ley tienen carácter imperativo para toda empresa que preste servicios incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley.

9. Personas con discapacidad: son las definidas en el apartado 1 del artículo 2 de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

Artículo 4. Principios generales.

1. Las empresas prestadoras de servicios incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley deberán disponer de un servicio eficaz y accesible de atención al cliente, que tenga por objeto facilitar información, atender y resolver las quejas y reclamaciones y cualquier incidencia que se planteen por el cliente.

2. En particular, el servicio de atención al cliente al que se refiere el apartado primero deberá permitir a éste:

a) Asegurarse de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del servicio contratado u ofertado.

b) Acceder a una información veraz, suficiente, transparente y actualizada sobre cualquier incidencia surgida en torno a la normal prestación del servicio.

c) Reclamar con eficacia en caso de error, defecto, deterioro o cualquier otra incidencia respecto al servicio contratado u ofertado.

d) Tener constancia de las quejas y reclamaciones presentadas.

e) Hacer efectivas las garantías de calidad o nivel 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 de las personas con discapacidad a los servicios de atención al cliente, para

facilitar la igualdad de oportunidades y evitar su discriminación.

3. En todo caso y sin perjuicio de lo establecido en el artículo 2 de la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información, las empresas pondrán a disposición de sus clientes sus direcciones de correo electrónico y postal, un servicio de atención telefónica y un número de teléfono, ambos gratuitos, así como un número de fax, a efectos de que puedan solicitar información, presentar sus quejas y reclamaciones o comunicar cualquier incidencia en relación al servicio contratado u ofertado.

4. Los medios de interlocución de atención al cliente, habilitados por la empresa, deberán figurar en el propio contrato y en las facturas que emita a los clientes.

5. Cuando el contrato sea un título de transporte cuyo tamaño imposibilite que figuren en el mismo los medios de interlocución de atención al cliente habilitados por la empresa, éstos estarán visibles en los lugares de venta de dichos títulos y en las páginas web de las empresas prestadoras del servicio.

6. Reglamentariamente se determinarán las condiciones en que las empresas deberán informar a sus clientes de las incidencias que afecten gravemente a la prestación del servicio o a su continuidad. Esta información, que deberá ser veraz y precisa, será comunicada por las empresas prestadoras del servicio de forma inmediata, una vez tengan conocimiento de la incidencia contractual y sin necesidad de que le sea requerida expresamente por el usuario.

7. En el ámbito de aplicabilidad de esta ley se tendrán en cuenta los principios de no discriminación y accesibilidad universal.

Artículo 5. Atención y resolución de quejas, reclamaciones e incidencias.

1. Las empresas deberán admitir, en todo caso, la vía telefónica y los medios electrónicos para la presentación de quejas, reclamaciones e incidencias.

2. Las quejas, reclamaciones o incidencias se resolverán en el plazo más breve posible en función de la naturaleza del problema y de lo contemplado en la normativa sectorial sobre atención al cliente, y, en todo caso, en el plazo máximo de un mes desde su presentación. En caso de que en el plazo de un mes la queja o reclamación no hubiera sido resuelta satisfactoriamente, los prestadores de servicios adheridos a un sistema extrajudicial de resolución de conflictos facilitarán al cliente el acceso al mismo, siempre que satisfaga los requisitos previstos en la Recomendación 98/257/CE de la Comisión, de 30 de marzo, relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo y en la Recomendación 2001/310/CE de la Comisión, de 4 de abril de 2001, relativa a los principios aplicables a los

órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo o normativa que resulte de aplicación y, como tales, hayan sido notificados a la red comunitaria de órganos nacionales de la solución extrajudicial de litigios en materia de consumo.

3. La respuesta a la queja o reclamación se realizará en la misma lengua en la que se ha realizado el contrato.

CAPÍTULO II

Niveles mínimos de calidad

Artículo 6. Parámetros mínimos de calidad.

Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley deberán garantizar el nivel mínimo de calidad de sus servicios de atención al cliente que se corresponde con el cumplimiento de los parámetros que se relacionan en este capítulo.

Artículo 7. Información sobre el servicio de atención al cliente.

1. Antes de la celebración del contrato, el prestador de servicios proporcionará a los consumidores y usuarios de forma gratuita, por escrito o en cualquier soporte de naturaleza duradera que permita la constancia de la fecha de su recepción por el destinatario y su conservación, reproducción y acceso, la siguiente información sobre el servicio de atención al cliente:

a) Medios de interlocución disponibles: al menos dirección de correo electrónico o número de fax, una dirección postal y número de teléfono gratuito.

b) Mecanismo que garantice al cliente la constancia de la formulación o presentación de quejas o reclamaciones y de incidencias.

c) Medio que facilite al cliente el seguimiento del estado de tramitación del procedimiento en el que esté interesado que ha de ser inteligible, viable y fácilmente accesible.

d) Tiempo previsto para la resolución de los distintos tipos de incidencias posibles.

e) Medio elegido para comunicar la resolución de las quejas o reclamaciones y de las incidencias.

f) Sistemas de resolución extrajudicial de conflictos a los que puede el cliente tener acceso y cómo puede acceder a ellos.

2. La información sobre el servicio de atención al cliente a que hace referencia el apartado 1, formará parte de los contratos celebrados por la empresa prestadora de servicios y, sin perjuicio de otros soportes informativos, se incluirá en todo caso en su página web. En los casos previstos en el apartado 5 del artículo 4, la información, al menos, deberá figurar visible en los

lugares de venta de los títulos de transporte y en la página web del prestador del servicio.

3. En caso de atención telefónica, se introducirán locuciones informativas que, sin coste para el cliente que efectúa la llamada, faciliten la información a la que se refiere el apartado primero de este artículo de forma inteligible, comprensible y fácilmente accesible, a la que podrán acceder voluntariamente.

4. En las facturas por la prestación de los servicios deberá figurar, al menos, una dirección postal, número de teléfono gratuito y número de fax o dirección de correo electrónico de los servicios de atención al cliente de la compañía.

5. Si la dirección postal que el prestador de servicios ha proporcionado a los consumidores y usuarios es distinta a la correspondiente a su domicilio social o a la que aparezca en la web de la entidad, será válida la queja o reclamación presentada en cualquiera de esos domicilios.

Artículo 8. Atención personalizada.

1. Cuando una queja o reclamación, solicitud de información, comunicación de avería u otra incidencia se formule vía telefónica o electrónica, la empresa prestadora del servicio ha de garantizar una atención personal directa al cliente.

2. Se considera atención personal directa la ofrecida a través de un operador o agente comercial que contesta al usuario en tiempo real, que deberá identificarse a éste. Se prohíbe el empleo de contestadores automáticos u otros medios análogos como medio exclusivo de atención al cliente.

3. El personal que preste la atención personalizada a los usuarios 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, la empresa prestadora del servicio 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.

Artículo 9. Atención gratuita.

1. Las empresas, según lo contemplado en el artículo 4.3 de esta ley, deberán poner a disposición de sus clientes un servicio de atención telefónica y un número de teléfono, ambos gratuitos, para facilitar información y atender y resolver sus quejas, reclamaciones o incidencias.

2. Se prohíbe la utilización de números de tarificación adicional como medios 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.

Artículo 10. Implantación de un sistema de gestión unitaria o centralizada del servicio de atención al cliente.

1. Las empresas deberán implantar un sistema de gestión unitaria o centralizada del servicio de atención al cliente, mediante la asignación de un número o clave identificativa a cualquier queja, reclamación o incidencia comunicada por el cliente.

2. Los servicios de atención comunicarán al cliente el número o clave identificativa de cada queja, reclamación o incidencia presentada, de modo que la simple referencia a tal número o clave permita al personal de atención y al cliente seguir el estado de tramitación de la misma de forma fácilmente accesible, viable y ágil.

Artículo 11. Constancia de la queja, reclamación o incidencia.

Independientemente del medio de presentación de la queja, reclamación o incidencia y sin perjuicio de la asignación de un número o clave identificativos para facilitar su seguimiento, el servicio de atención al cliente ha de entregar justificante de la queja, reclamación o incidencia presentada, por escrito o en cualquier otro soporte duradero, que permita la constancia de la fecha y hora de su recepción por el destinatario y su conservación, reproducción y acceso.

El consumidor deberá facilitar los datos necesarios para la entrega, debiendo, en cualquier caso, solicitarlos el servicio de atención al cliente cuando éste no los facilite directamente.

Artículo 12. Cierre de incidencias.

Las causas de cierre de incidencias estarán determinadas contractualmente. En ningún caso podrá cerrarse una incidencia por caducidad no imputable al cliente.

Artículo 13. Disponibilidad del servicio de atención al cliente.

El horario de atención al cliente se ajustará a las características del servicio prestado. En todo caso, para los servicios de trato sucesivo que, por su especial transcendencia en la vida diaria de los consumidores y usuarios se incluyen en el ámbito de aplicación de esta ley, como son los servicios de comunicaciones electrónicas y el suministro eléctrico, de gas y de agua, el servicio de atención al cliente estará disponible 24 horas, 365 días al año, para la comunicación de incidencias relativas a la continuidad del servicio.

Artículo 14. Accesibilidad a los servicios de atención al cliente.

Como regla general, los servicios de atención serán diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de accesibilidad universal, no obstante, cuan-

do esto no sea posible, preverán medios alternativos para garantizar el acceso a los mismos a personas con discapacidad física o sensorial.

Artículo 15. Prestación diferenciada de la actividad de atención al cliente.

El servicio de atención al cliente deberá estar claramente identificado en relación a las otras actividades de la empresa, de manera que permita al cliente tener la clara percepción de que este servicio tiene como finalidad facilitar información o resolver quejas o reclamaciones e incidencias. En ningún caso se aprovechará la formulación de reclamaciones, quejas o incidencias por el cliente para ofrecer productos, servicios u ofertas comerciales de la empresa reclamada.

Artículo 16. Plazo de resolución de quejas, reclamaciones e incidencias.

1. Las quejas, reclamaciones o incidencias serán solucionadas en el plazo más breve posible en función de la naturaleza del problema y de lo contemplado en la normativa sectorial sobre atención al cliente, y, en todo caso, en el plazo máximo de un mes desde su presentación.

2. Si la atención es telefónica, el tiempo que transcurra desde la recepción de la llamada en el servicio de atención al cliente hasta que el consumidor se comunique de forma directa con el operador o agente comercial responsable de la atención personalizada será de menos de un minuto para más del 90 por ciento de las llamadas realizadas al servicio de atención al cliente.

3. El número de llamadas no atendidas por causas no imputables al cliente no excederá del 5 por ciento de las llamadas recibidas por el servicio de atención al cliente.

Artículo 17. Implantación de un sistema de valoración de la satisfacción del cliente.

Las empresas deberán implantar un sistema que permita definir el grado de satisfacción de sus clientes respecto al trato recibido y la profesionalidad de los responsables del servicio, expresada con una puntuación entre 1 y 5.

CAPÍTULO III

Sistemas de medida

Artículo 18. Sistemas de medida.

1. Las empresas deberán implantar y documentar un sistema de medida del nivel de calidad de servicio conseguido que incluirá, en todo caso, los parámetros a los que se refiere el capítulo II de esta ley. El ámbito geográfico de medición de los parámetros será la totali-

dad del territorio del Estado español o, en su caso, la parte de éste en la que se presten los servicios.

No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, sin perjuicio del cumplimiento de los parámetros mínimos de calidad, reglamentariamente se podrán determinar, para los distintos sectores de actividad, los umbrales de cifra de negocio o número de trabajadores a partir de los cuales se podrá eximir a las empresas del cumplimiento de esta obligación.

2. El sistema de medida del nivel de calidad de servicio deberá estar debidamente documentado y desarrollado en forma suficiente 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.

3. Las empresas deberán tener a disposición de la Administración competente, al menos al final del primer trimestre de cada año, una copia actualizada del documento descriptivo referido 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 públicos el documento descriptivo y su correspondiente auditoría a través de su página web.

5. El sistema de medida del nivel de calidad de servicio 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 o en el informe de auditoría al que se refiere el artículo 19 de esta ley.

Artículo 19. Auditoría relativa a la calidad del servicio de atención al cliente.

1. Las empresas deberán contratar la realización de una auditoría anual para comprobar la fiabilidad y precisión de las mediciones publicadas o reportadas a lo largo del año respecto a la calidad de sus servicios de atención al cliente y, en particular, para verificar que:

a) La empresa prestadora de servicios auditada dispone y aplica un sistema de medida de los niveles de calidad de servicio, implantado conforme a lo dispuesto en esta ley, debidamente documentado y que coincide con la versión remitida a la Administración en aplicación de lo dispuesto en el artículo 18.

b) El sistema de medida de los niveles de calidad de servicio asegura que el error cometido en la medición de cada parámetro no es superior al 5 por ciento con respecto a su valor real.

2. Reglamentariamente, la Administración competente podrá establecer requisitos mínimos de las entidades auditoras, a fin de garantizar unos niveles mínimos de solvencia e independencia, así como criterios

para la realización de las auditorías, que podrán incluir un conjunto básico de pruebas a realizar y el contenido mínimo del informe de auditoría, al objeto de armonizar su contenido.

3. La empresa prestadora de servicios auditada proporcionará a la entidad auditora acceso a todas las personas, lugares, equipos y datos necesarios para la comprobación de todos los extremos, sin perjuicio de las limitaciones que se derivan de la legislación vigente en materia de protección de datos.

CAPÍTULO IV

Infracciones y sanciones

Artículo 20. Infracciones y sanciones.

El incumplimiento por las empresas de las disposiciones de esta ley será sancionado como infracción en materia de consumo, siendo de aplicación lo dispuesto en el régimen sancionador general sobre protección de los consumidores y usuarios, previsto en el libro primero, título IV, del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias y en la normativa autonómica que resulte de aplicación.

Disposición adicional primera. Sector de servicios financieros y de seguros.

En el plazo de seis meses desde la entrada en vigor de esta ley, por los procedimientos previstos en la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, se aprobarán las normas necesarias para garantizar, en términos equivalentes a los de esta ley, la calidad de los servicios de atención al cliente de las entidades financieras y de seguros.

Disposición adicional segunda. Reglas para determinados medios de transporte.

Las garantías para los consumidores y usuarios que se contienen en esta ley se aplicarán a los servicios de transporte ferroviario de viajeros, así como a los servicios prestados por empresas de transporte público urbano y metropolitano con la extensión y en las condiciones que determine el Ministerio de Fomento, atendiendo a las circunstancias de utilización de estos medios de transporte. Los servicios de transporte ferroviario de viajeros de larga distancia se regirán por lo previsto en el artículo 2.1 de la ley.

Disposición adicional tercera. Sector postal.

Respecto de las empresas que prestan servicios en el sector postal, lo dispuesto en los artículos 4.2 f) y 5.2 de esta Ley regirá en defecto de lo dispuesto en la nor-

mativa sectorial que les sea de aplicación y en los tratados y acuerdos internacionales suscritos por España.

En todo caso, la respuesta a las reclamaciones que se presenten se realizará en la lengua oficial en que hubiera sido efectuada.

Disposición transitoria única. Régimen transitorio.

Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley, deberán adaptar sus servicios de atención al cliente a las disposiciones de esta ley, en el plazo de seis meses desde su entrada en vigor.

Dadas las especiales características de los servicios de transporte de viajeros, el plazo para adaptar sus servicios de atención al cliente a las disposiciones de esta ley será de un año desde su entrada en vigor.

Disposición final primera. Título competencial.

Esta ley se dicta al amparo de la competencia exclusiva que el artículo 149.1.13.^a de la Constitu-

ción atribuye al Estado para dictar las bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

No obstante, se dictan al amparo del artículo 149.1.6.^a de la Constitución, el artículo 5.2 que tendrá la consideración de legislación procesal, sin perjuicio de las necesarias especialidades que en este orden se deriven de las particularidades del derecho sustantivo de las comunidades autónomas.

Disposición final segunda. Habilitación para el desarrollo reglamentario.

Se autoriza al Gobierno a dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de esta ley.

Disposición final tercera. Entrada en vigor.

Esta ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Edita: **Congreso de los Diputados**

Calle Floridablanca, s/n. 28071 Madrid

Teléf.: 91 390 60 00. Fax: 91 429 87 07. <http://www.congreso.es>

Imprime y distribuye: **Imprenta Nacional BOE**

Avenida de Manoteras, 54. 28050 Madrid

Teléf.: 902 365 303. <http://www.boe.es>

Depósito legal: **M. 12.580 - 1961**

