

Liderar
Defender
Impulsar
Promover

■

**Digitalización, Innovación,
Comercio e Infraestructuras**

NOTA RESUMEN

Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela.

Tras su aprobación definitiva en el Congreso de los Diputados el pasado 11 de diciembre, la **Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela**, ha sido publicada en el *Boletín Oficial del Estado* el sábado 27 de diciembre. Esta norma aborda de manera integral la regulación de los servicios de atención a la clientela de las empresas, estableciendo unos parámetros mínimos de calidad de obligado cumplimiento, lo que se traduce en un nuevo conjunto de obligaciones para las empresas.

Su objeto, según se explicita en el texto, es establecer parámetros mínimos de calidad y un sistema de evaluación obligatoria para los servicios de atención a la clientela de determinadas empresas con el fin de reforzar la protección de los consumidores y mejorar la eficiencia del mercado en la resolución temprana de controversias de consumo.

La norma introduce una regulación detallada de los servicios de atención a la clientela, estableciendo parámetros mínimos de calidad de obligado cumplimiento para todas las empresas. Este enfoque conlleva la incorporación de nuevas exigencias operativas, técnicas y organizativas que inciden directamente en la gestión de los canales de atención y en los procedimientos internos de las empresas.

1) Ámbito de aplicación

La Ley 10/2025 se aplica a todas las empresas y grupos de sociedades que operen en España o en cualquier otro Estado, que vendan bienes o presten servicios destinados principalmente a personas consumidoras y usuarias en territorio español, y que, en el ejercicio económico anterior, cumplan al menos uno de los siguientes umbrales:

- Haber ocupado al menos 250 personas trabajadoras.
- Tener un volumen de negocios anual superior a 50 millones de euros.
- Haber superado un balance anual de 43 millones de euros.

Estos criterios se aplican de forma individual o considerando el conjunto del grupo de sociedades, en línea con el artículo 42 del Código de Comercio.

Asimismo, la Ley alcanza a todas las empresas que ejecuten **servicios básicos de interés general**, independientemente de su tamaño, que incluyen:

- Suministro y distribución de agua, gas y electricidad.

- Transporte de pasajeros: aéreo, ferroviario, marítimo o por autobús/autocar.
- Servicios postales.
- Servicios de comunicaciones electrónicas, incluidos servicios telefónicos.
- Servicios financieros.

En relación con los servicios de comunicaciones electrónicas y financieros, la atención a la clientela se rige preferentemente por la normativa sectorial específica, manteniéndose la Ley 10/2025 como supletoria. Igualmente, quedan incluidas las **empresas prestadoras de servicios públicos** de las Administraciones cuando exista relación de consumo con su clientela.

La Ley se aplica con independencia del canal utilizado para la atención (presencial o a distancia), de la externalización del servicio o de la ubicación del punto de contacto con la clientela, reforzando su alcance transversal. En todo caso, rige el principio de especialidad, de modo que la normativa sectorial prevalece sobre la Ley 10/2025, y la aplicación de esta será supletoria respecto de otras leyes generales de consumo y de normas sectoriales específicas. Además, se contemplan exclusiones expresas para determinados preceptos en el sector financiero y se atribuye la supervisión a las autoridades competentes de cada sector.

2) Clientela

Son clientela las personas consumidoras o usuarias que hayan comprado un bien, a las que se le haya dirigido una oferta comercial personalizada o hayan celebrado un contrato con una empresa prestadora de servicios, independientemente de su carácter oneroso o gratuito y de que hagan uso efectivo del servicio, y hasta que se extingan definitivamente todos los efectos de dicho contrato.

También serán considerados clientes a los efectos de esta ley:

- Las personas consumidoras y usuarias que hayan sido dadas de alta en la prestación de servicios sin su consentimiento.
- Las personas consumidoras y usuarias que siguen recibiendo facturas de un servicio para el que han solicitado la baja o que no han contratado, o a las que se exija, de forma directa o indirecta, un pago por dichos servicios.
- Las personas consumidoras y usuarias que hayan adquirido un producto y el mismo siga cubierto por el plazo legal o comercial de garantía.

3) Obligaciones de atención y calidad

Las empresas deben disponer de un servicio de atención a la clientela que permita el **registro y seguimiento** de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias, así como la **gestión de devoluciones o compensaciones** cuando proceda. Dicho servicio deberá ser **gratuito, eficaz, universalmente accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable**.

Ese **servicio** deberá poder utilizarse, al menos para:

- La presentación de quejas, reclamaciones, incidencias o consultas, así como para la recepción de la comunicación de su resolución.
- Reclamar con celeridad en caso de error, defecto, deterioro o cualquier otra incidencia.
- Tener constancia de las consultas que requieran de acciones posteriores, quejas, reclamaciones e incidencias presentadas, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en un soporte duradero a elección de la clientela.
- Cuando resulte legalmente procedente, obtener la devolución equitativa del precio 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.
- La posibilidad de elegir, por parte las personas consumidoras vulnerables y, en especial, por parte de las personas con discapacidad en atención a la discapacidad acreditada, el formato de comunicación con el servicio de atención a la clientela.

Además, los servicios de atención a la cliente de las **empresas prestadoras de servicios**, deberán permitir:

- Asegurarse de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del servicio o producto contratado u ofertado de forma personalizada a las personas consumidoras y usuarias.
- Acceder a una información veraz, eficaz, suficiente, transparente y actualizada sobre cualquier incidencia surgida en torno a la normal prestación del servicio.
- Conocer los niveles mínimos de calidad y los mecanismos existentes para la acreditación de su cumplimiento, así como hacer efectivas las garantías de calidad o nivel de prestación ofrecidos.

-En el caso del suministro de energía, solicitar información sobre las medidas de ahorro y eficiencia energética, así como las posibilidades de contratar energía procedente de fuentes renovables.

Los canales de atención a la clientela deberán figurar en el contrato, en las facturas o en la página web de la empresa, en un apartado específico y fácilmente identificable, con información universalmente accesible, de fácil lectura y situada en un lugar destacado, debiendo figurar, en el caso de las páginas web, en la página de inicio.

Cuando el contrato se formalice en un título de transporte o documento de compra cuyo tamaño no permita incluir dichos canales, estos deberán estar visibles en los puntos de venta, en las páginas web de las empresas y en el propio medio de transporte o documento de compra, garantizando la accesibilidad universal, incluida la accesibilidad digital y cognitiva mediante lectura fácil y/o pictogramas.

Antes de que la persona consumidora o usuaria quede vinculada por un contrato u oferta comercial, la empresa deberá facilitarle, de forma clara, comprensible y en formato universalmente accesible, la información previa sobre el servicio de atención a la clientela: **canales de comunicación disponibles**, incluidos los específicos para comunicar la resolución de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias; un **mechanismo que garantice, en soporte duradero, la constancia** de su presentación y contenido; un **medio que permita el seguimiento del estado de tramitación** cuando no se haya resuelto en la comunicación inicial; en el caso de **servicios básicos de interés general prestados de forma continuada**, los **plazos máximos de resolución previstos**; los **sistemas de resolución extrajudicial de conflictos** a los que pueda acceder la clientela y, en su defecto, la información sobre los **organismos competentes para la defensa de sus derechos**; y el **horario del servicio de atención a la clientela**.

Cuando la atención se preste por vía telefónica, esta información deberá facilitarse también mediante locuciones informativas accesibles y sin coste, disponibles de forma voluntaria, y complementarse con sistemas de mensajería instantánea y videollamada que permitan la comunicación de personas con dificultades de comunicación oral o auditiva. Asimismo, deberá ofrecerse un medio alternativo de contacto para personas con discapacidad, en particular con problemas de audición o de expresión oral.

4) Niveles mínimos de calidad

Ese nivel mínimo de calidad pasa por:

-Poner a disposición de la clientela los medios de comunicación a su disposición. Las empresas deberán admitir para la presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias la utilización del mismo canal a través del que se inició la relación contractual, así como, al menos, la vía postal, telefónica y por un medio de comunicación electrónica, garantizando la accesibilidad universal. Además, cuando la clientela esté establecida en comunidades autónomas que dispongan de lenguas oficiales, se asegurará que el consumidor **pueda ser atendido en castellano o en cualquiera de las lenguas oficiales.**

Los establecimientos fijos abiertos al público, incluso franquiciados, también deberán aceptar las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias de los clientes, entregándoles la clave identificativa. Y si dichas empresas disponen de un servicio centralizado y gratuito, podrán facilitar el acceso al mismo en sus establecimientos físicos por medios eficaces, debiendo garantizarse, en todo caso, la entrega de la clave identificativa correspondiente.

-Las empresas deben prestar atención personalizada, quedando prohibido usar **contestadores automáticos** u otros medios similares como único canal de atención. Cuando se empleen estos sistemas (bots, contestadores, etc.), deben permitir al cliente solicitar atención personalizada en cualquier momento.

La atención personalizada deberá prestarse con la mayor brevedad, garantizando que el **95 %** de las solicitudes sean atendidas, de media, en menos de **tres minutos** desde la solicitud. (No se especifica como se calcula esa media, ni si es anual, mensual, diaria... ademáis de no definir el momento exacto en que empieza a contar el tiempo).

Si el cliente no queda satisfecho con la atención recibida, podrá solicitar comunicarse con un supervisor o departamento de calidad, quien deberá atenderle en el mismo contacto.

Además, las empresas no podrán interrumpir la comunicación por motivo de tiempo de espera.

-Coste sin incremento de las llamadas telefónicas. Las empresas deberán asegurar que el uso de la atención telefónica no suponga un coste superior al coste de una llamada estándar. Asimismo, se prohíbe la derivación de un teléfono gratuito a números que impliquen coste y es que, el servicio de atención a la clientela en ningún caso proporcionará ingresos adicionales.

A estos efectos, **los operadores deberán elaborar sistemas y procedimientos técnicos que permitan identificar de forma objetiva y razonable las llamadas comerciales** previa autorización expresa de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales. Esta autorización

permitirá a los **operadores proceder al bloqueo** de la transmisión del tráfico irregular identificado, sin necesidad de nueva autorización individual, siempre que se notifique dicha actuación en el plazo máximo de dos días hábiles y, en su caso, a los operadores o proveedores afectados, aportando la información justificativa.

–Realizar una tramitación centralizada de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias. Los servicios de atención a la clientela comunicarán la clave identificativa de la consulta, en su caso, queja, reclamación o incidencia, **siempre que no puedan ser contestadas durante el transcurso de la propia comunicación**, de modo que la simple referencia a esta permita a la clientela seguir el estado de su tramitación. Asimismo, cuando el cliente así lo solicite expresamente o en los casos que reglamentariamente se determine, las empresas proporcionarán un justificante con el contenido, la fecha y la hora de recepción.

Si la consulta, queja, reclamación o incidencia se presenta por llamada telefónica, videollamada o mensajería instantánea y la clientela da su consentimiento expreso, la empresa deberá grabar la comunicación e informar en el justificante del medio para acceder a ella. Asimismo, deberá conservar copia de la grabación o de su transcripción al menos hasta que la clientela haya sido notificada de la resolución.

–Plazos de resolución. Las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias, sea cual sea el medio de presentación, deberán resolverse lo antes posible y en todo caso, en un plazo máximo de **quince días hábiles** desde su presentación, salvo que la normativa sectorial disponga otro plazo.

En los contratos de trato sucesivo relacionados con servicios básicos de interés general, las consultas o incidencias sobre la continuidad del servicio, como cortes o suspensiones, deberán resolverse en un plazo máximo de **dos horas**, proporcionando la información disponible sobre las causas de la incidencia y el plazo estimado de restauración del servicio.

Finalmente, en el caso de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias relacionadas con facturación o cobros indebidos deberán ser respondidas en el plazo máximo de **cinco días**.

–Motivación y notificación de la resolución. La resolución deberá responder a todas las cuestiones planteadas por la clientela e incluir una motivación completa en caso de no acceder a sus pretensiones, quedando prohibidas las contestaciones genéricas. El medio para comunicar la resolución será el mismo por el que se presentó la consulta o el elegido por la clientela entre los disponibles. Si la resolución se comunica por llamada telefónica, videollamada o mensajería instantánea y la clientela da su consentimiento

expreso, la empresa deberá grabarla e indicar en el justificante cómo acceder a ella, adoptando las precauciones necesarias sobre los datos personales contenidos. Cuando la empresa no acceda a las pretensiones de la clientela, deberá informar sobre los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos disponibles y cómo acceder a ellos.

–Suspensión de las gestiones de cobro del servicio durante la tramitación del procedimiento extrajudicial. El sometimiento de una queja, reclamación o incidencia a un sistema extrajudicial de resolución de conflictos suspenderá las acciones de gestión de cobro o la suspensión del servicio en contratos de trato sucesivo, hasta que la persona consumidora o usuaria reciba la resolución expresa y motivada, salvo que la normativa sectorial aplicable disponga lo contrario.

–Averías que afecten de manera simultánea y masiva a una pluralidad de clientes de los servicios de suministro y distribución de agua y energía y servicios de telecomunicaciones. La respuesta a las incidencias se dará simultáneamente a todos los afectados mediante los canales digitales de la empresa, como correo electrónico, redes sociales, web o aplicaciones, y, si procede, por los medios de comunicación correspondientes.

–Horario del servicio atención al cliente. Se ajustará al horario comercial de la empresa, salvo que se trate de servicios básicos de interés general que se presten de forma continuada, en cuyo caso 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. Cuando la actividad se realice por vía electrónica, el horario comercial vendrá determinado por el período en que sea posible realizar transacciones.

–La actividad de atención a la clientela como prestación diferenciada. En ningún caso, salvo que el cliente así lo solicite, se aprovechará la formulación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias relacionadas con la continuidad o interrupción en los servicios básicos de interés general por la clientela para ofrecer bienes, servicios u ofertas comerciales de la empresa reclamada, salvo que estén relacionadas con la resolución de la consulta, queja, reclamación o incidencia y, además, impliquen una mejora para la clientela en las condiciones de prestación del servicio o del precio.

En los casos en los que el servicio de atención a la clientela se preste por el canal telefónico, dicho servicio tendrá un **código numérico específico y diferenciado** del código utilizado para prestar servicios comerciales a través del canal telefónico, que también será específico para estos servicios.

–Implantación de un sistema de valoración de la satisfacción del cliente. Las empresas deberán implantar y documentar un sistema para medir la

satisfacción de la clientela respecto al trato recibido, identificando las causas de insatisfacción, especialmente si derivan de la prestación del servicio y no de la atención al cliente. Asimismo, deberán garantizar que los servicios de atención cuenten con los medios humanos, materiales, técnicos y organizativos adecuados, incluyendo el respeto a los derechos lingüísticos de la clientela.

5) Evaluación anual y auditoría externa

Las empresas deberán implantar un sistema anual de evaluación del nivel de calidad del servicio, documentado y con medición de los parámetros específicos, conservando la documentación por cinco años, poniéndola a disposición de la Administración y publicándola en su página web. Este sistema deberá someterse a auditoría anual por entidad acreditada por ENAC.

6) Reseñas de consumidores

La Ley modifica los apartados 1 y 4 del artículo 20 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, con el objeto de que los empresarios garanticen la autenticidad de las reseñas, asegurando que provienen de consumidores que realmente han adquirido o utilizado el bien o servicio, e informar de forma clara sobre el método de verificación y el tratamiento de dichas reseñas.

Las reseñas deben referirse a productos o servicios adquiridos o utilizados en los treinta días naturales anteriores a su publicación, y el empresario puede eliminar las que sean falsas o engañosas, una vez acreditada su falta de veracidad. Esto busca incrementar la transparencia y reducir prácticas desleales que puedan inducir a error al consumidor.

Además, se tipifica como infracción administrativa el incumplimiento de las obligaciones sobre atención al cliente y reseñas cuando afecte a consumidores en situación de vulnerabilidad, especialmente personas mayores o con discapacidad, reforzando el marco sancionador y la exigencia de diligencia empresarial en la gestión de canales de comunicación y en la veracidad de la información comercial.

7) Información sobre el precio final

El precio final deberá incluir todos los impuestos, desglosando incrementos o descuentos aplicables y los gastos adicionales, incluidos posibles gastos de gestión. Si no puede fijarse con exactitud el precio por la naturaleza del bien o servicio, se deberá **informar de la base de cálculo** que permita comprobarlo. Cuando los gastos adicionales no puedan calcularse de antemano por razones objetivas, se informará de su existencia y, si se conoce, del importe estimado.

En los contratos a distancia o fuera del establecimiento, el comerciante deberá facilitar información clara sobre el precio cuando se haya personalizado mediante decisiones automatizadas. Esta personalización no podrá incrementar el precio final en situaciones de urgencia, riesgo o necesidad de la persona consumidora, entendidas como emergencias de protección civil según la Ley 17/2015. En todo caso, el precio final deberá respetar la normativa reguladora aplicable, con referencia expresa a ella y a los parámetros utilizados.

8) Entrada en Vigor

Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de la presente ley deberán adaptar sus servicios de atención a la clientela a las disposiciones de la misma en el plazo de doce meses desde su entrada en vigor (28 de diciembre de 2025).

No obstante, en el caso de las entidades sin ánimo de lucro, las estipulaciones de la ley no resultarán de aplicación en tanto en cuanto no entre en vigor el desarrollo reglamentario de la norma que adapte su contenido.

En una materia muy sensible como es la utilización de comunicaciones telefónicas con coste para la gestión de estos servicios, los operadores afectados deberán notificar a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales en el plazo de un mes desde la entrada en vigor de esta ley los criterios empleados para la detección del tráfico irregular que opera de ese modo.

Finalmente, en el caso de las **empresas comercializadoras** de luz, gas y de servicios telefónicos, ciertas estipulaciones (Disposición transitoria única), no resultarán de aplicación en tanto en cuanto no alcance la empresa prestadora del servicio o grupo de empresas al que pertenezca una **cuota del mercado nacional del 5 %** y no pertenezca a la categoría de empresas que se definen en art. 2. A estos efectos, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia presentará anualmente, antes del mes de marzo de cada año,

un informe analizando las cuotas de mercado y del tamaño de las empresas de los sectores de la comercialización de luz y gas en el ejercicio anterior.

Puede consultar la normativa completa en el siguiente [enlace](#).

Área de Competitividad, Comercio y Consumo

“La información contenida en esta nota informativa tiene únicamente carácter informativo y general. No constituye asesoramiento legal, financiero, ni profesional de ningún tipo”

Liderar
Defender
Impulsar
Promover

■

**Digitalización, Innovación,
Comercio e Infraestructuras**

NOTA RESUMEN

Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela.

Tras su aprobación definitiva en el Congreso de los Diputados el pasado 11 de diciembre, la **Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela**, ha sido publicada en el *Boletín Oficial del Estado* el sábado 27 de diciembre. Esta norma aborda de manera integral la regulación de los servicios de atención a la clientela de las empresas, estableciendo unos parámetros mínimos de calidad de obligado cumplimiento, lo que se traduce en un nuevo conjunto de obligaciones para las empresas.

Su objeto, según se explicita en el texto, es establecer parámetros mínimos de calidad y un sistema de evaluación obligatoria para los servicios de atención a la clientela de determinadas empresas con el fin de reforzar la protección de los consumidores y mejorar la eficiencia del mercado en la resolución temprana de controversias de consumo.

La norma introduce una regulación detallada de los servicios de atención a la clientela, estableciendo parámetros mínimos de calidad de obligado cumplimiento para todas las empresas. Este enfoque conlleva la incorporación de nuevas exigencias operativas, técnicas y organizativas que inciden directamente en la gestión de los canales de atención y en los procedimientos internos de las empresas.

1) Ámbito de aplicación

La Ley 10/2025 se aplica a todas las empresas y grupos de sociedades que operen en España o en cualquier otro Estado, que vendan bienes o presten servicios destinados principalmente a personas consumidoras y usuarias en territorio español, y que, en el ejercicio económico anterior, cumplan al menos uno de los siguientes umbrales:

- Haber ocupado al menos 250 personas trabajadoras.
- Tener un volumen de negocios anual superior a 50 millones de euros.
- Haber superado un balance anual de 43 millones de euros.

Estos criterios se aplican de forma individual o considerando el conjunto del grupo de sociedades, en línea con el artículo 42 del Código de Comercio.

Asimismo, la Ley alcanza a todas las empresas que ejecuten **servicios básicos de interés general**, independientemente de su tamaño, que incluyen:

- Suministro y distribución de agua, gas y electricidad.

- Transporte de pasajeros: aéreo, ferroviario, marítimo o por autobús/autocar.
- Servicios postales.
- Servicios de comunicaciones electrónicas, incluidos servicios telefónicos.
- Servicios financieros.

En relación con los servicios de comunicaciones electrónicas y financieros, la atención a la clientela se rige preferentemente por la normativa sectorial específica, manteniéndose la Ley 10/2025 como supletoria. Igualmente, quedan incluidas las **empresas prestadoras de servicios públicos** de las Administraciones cuando exista relación de consumo con su clientela.

La Ley se aplica con independencia del canal utilizado para la atención (presencial o a distancia), de la externalización del servicio o de la ubicación del punto de contacto con la clientela, reforzando su alcance transversal. En todo caso, rige el principio de especialidad, de modo que la normativa sectorial prevalece sobre la Ley 10/2025, y la aplicación de esta será supletoria respecto de otras leyes generales de consumo y de normas sectoriales específicas. Además, se contemplan exclusiones expresas para determinados preceptos en el sector financiero y se atribuye la supervisión a las autoridades competentes de cada sector.

2) Clientela

Son clientela las personas consumidoras o usuarias que hayan comprado un bien, a las que se le haya dirigido una oferta comercial personalizada o hayan celebrado un contrato con una empresa prestadora de servicios, independientemente de su carácter oneroso o gratuito y de que hagan uso efectivo del servicio, y hasta que se extingan definitivamente todos los efectos de dicho contrato.

También serán considerados clientes a los efectos de esta ley:

- Las personas consumidoras y usuarias que hayan sido dadas de alta en la prestación de servicios sin su consentimiento.
- Las personas consumidoras y usuarias que siguen recibiendo facturas de un servicio para el que han solicitado la baja o que no han contratado, o a las que se exija, de forma directa o indirecta, un pago por dichos servicios.
- Las personas consumidoras y usuarias que hayan adquirido un producto y el mismo siga cubierto por el plazo legal o comercial de garantía.

3) Obligaciones de atención y calidad

Las empresas deben disponer de un servicio de atención a la clientela que permita el **registro y seguimiento** de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias, así como la **gestión de devoluciones o compensaciones** cuando proceda. Dicho servicio deberá ser **gratuito, eficaz, universalmente accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable**.

Ese **servicio** deberá poder utilizarse, al menos para:

- La presentación de quejas, reclamaciones, incidencias o consultas, así como para la recepción de la comunicación de su resolución.
- Reclamar con celeridad en caso de error, defecto, deterioro o cualquier otra incidencia.
- Tener constancia de las consultas que requieran de acciones posteriores, quejas, reclamaciones e incidencias presentadas, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en un soporte duradero a elección de la clientela.
- Cuando resulte legalmente procedente, obtener la devolución equitativa del precio 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.
- La posibilidad de elegir, por parte las personas consumidoras vulnerables y, en especial, por parte de las personas con discapacidad en atención a la discapacidad acreditada, el formato de comunicación con el servicio de atención a la clientela.

Además, los servicios de atención a la cliente de las **empresas prestadoras de servicios**, deberán permitir:

- Asegurarse de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del servicio o producto contratado u ofertado de forma personalizada a las personas consumidoras y usuarias.
- Acceder a una información veraz, eficaz, suficiente, transparente y actualizada sobre cualquier incidencia surgida en torno a la normal prestación del servicio.
- Conocer los niveles mínimos de calidad y los mecanismos existentes para la acreditación de su cumplimiento, así como hacer efectivas las garantías de calidad o nivel de prestación ofrecidos.

-En el caso del suministro de energía, solicitar información sobre las medidas de ahorro y eficiencia energética, así como las posibilidades de contratar energía procedente de fuentes renovables.

Los canales de atención a la clientela deberán figurar en el contrato, en las facturas o en la página web de la empresa, en un apartado específico y fácilmente identificable, con información universalmente accesible, de fácil lectura y situada en un lugar destacado, debiendo figurar, en el caso de las páginas web, en la página de inicio.

Cuando el contrato se formalice en un título de transporte o documento de compra cuyo tamaño no permita incluir dichos canales, estos deberán estar visibles en los puntos de venta, en las páginas web de las empresas y en el propio medio de transporte o documento de compra, garantizando la accesibilidad universal, incluida la accesibilidad digital y cognitiva mediante lectura fácil y/o pictogramas.

Antes de que la persona consumidora o usuaria quede vinculada por un contrato u oferta comercial, la empresa deberá facilitarle, de forma clara, comprensible y en formato universalmente accesible, la información previa sobre el servicio de atención a la clientela: **canales de comunicación disponibles**, incluidos los específicos para comunicar la resolución de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias; un **mechanismo que garantice, en soporte duradero, la constancia** de su presentación y contenido; un **medio que permita el seguimiento del estado de tramitación** cuando no se haya resuelto en la comunicación inicial; en el caso de **servicios básicos de interés general prestados de forma continuada**, los **plazos máximos de resolución previstos**; los **sistemas de resolución extrajudicial de conflictos** a los que pueda acceder la clientela y, en su defecto, la información sobre los **organismos competentes para la defensa de sus derechos**; y el **horario del servicio de atención a la clientela**.

Cuando la atención se preste por vía telefónica, esta información deberá facilitarse también mediante locuciones informativas accesibles y sin coste, disponibles de forma voluntaria, y complementarse con sistemas de mensajería instantánea y videollamada que permitan la comunicación de personas con dificultades de comunicación oral o auditiva. Asimismo, deberá ofrecerse un medio alternativo de contacto para personas con discapacidad, en particular con problemas de audición o de expresión oral.

4) Niveles mínimos de calidad

Ese nivel mínimo de calidad pasa por:

-Poner a disposición de la clientela los medios de comunicación a su disposición. Las empresas deberán admitir para la presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias la utilización del mismo canal a través del que se inició la relación contractual, así como, al menos, la vía postal, telefónica y por un medio de comunicación electrónica, garantizando la accesibilidad universal. Además, cuando la clientela esté establecida en comunidades autónomas que dispongan de lenguas oficiales, se asegurará que el consumidor **pueda ser atendido en castellano o en cualquiera de las lenguas oficiales.**

Los establecimientos fijos abiertos al público, incluso franquiciados, también deberán aceptar las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias de los clientes, entregándoles la clave identificativa. Y si dichas empresas disponen de un servicio centralizado y gratuito, podrán facilitar el acceso al mismo en sus establecimientos físicos por medios eficaces, debiendo garantizarse, en todo caso, la entrega de la clave identificativa correspondiente.

-Las empresas deben prestar atención personalizada, quedando prohibido usar **contestadores automáticos** u otros medios similares como único canal de atención. Cuando se empleen estos sistemas (bots, contestadores, etc.), deben permitir al cliente solicitar atención personalizada en cualquier momento.

La atención personalizada deberá prestarse con la mayor brevedad, garantizando que el **95 %** de las solicitudes sean atendidas, de media, en menos de **tres minutos** desde la solicitud. (No se especifica como se calcula esa media, ni si es anual, mensual, diaria... ademáis de no definir el momento exacto en que empieza a contar el tiempo).

Si el cliente no queda satisfecho con la atención recibida, podrá solicitar comunicarse con un supervisor o departamento de calidad, quien deberá atenderle en el mismo contacto.

Además, las empresas no podrán interrumpir la comunicación por motivo de tiempo de espera.

-Coste sin incremento de las llamadas telefónicas. Las empresas deberán asegurar que el uso de la atención telefónica no suponga un coste superior al coste de una llamada estándar. Asimismo, se prohíbe la derivación de un teléfono gratuito a números que impliquen coste y es que, el servicio de atención a la clientela en ningún caso proporcionará ingresos adicionales.

A estos efectos, **los operadores deberán elaborar sistemas y procedimientos técnicos que permitan identificar de forma objetiva y razonable las llamadas comerciales** previa autorización expresa de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales. Esta autorización

permitirá a los **operadores proceder al bloqueo** de la transmisión del tráfico irregular identificado, sin necesidad de nueva autorización individual, siempre que se notifique dicha actuación en el plazo máximo de dos días hábiles y, en su caso, a los operadores o proveedores afectados, aportando la información justificativa.

–Realizar una tramitación centralizada de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias. Los servicios de atención a la clientela comunicarán la clave identificativa de la consulta, en su caso, queja, reclamación o incidencia, **siempre que no puedan ser contestadas durante el transcurso de la propia comunicación**, de modo que la simple referencia a esta permita a la clientela seguir el estado de su tramitación. Asimismo, cuando el cliente así lo solicite expresamente o en los casos que reglamentariamente se determine, las empresas proporcionarán un justificante con el contenido, la fecha y la hora de recepción.

Si la consulta, queja, reclamación o incidencia se presenta por llamada telefónica, videollamada o mensajería instantánea y la clientela da su consentimiento expreso, la empresa deberá grabar la comunicación e informar en el justificante del medio para acceder a ella. Asimismo, deberá conservar copia de la grabación o de su transcripción al menos hasta que la clientela haya sido notificada de la resolución.

–Plazos de resolución. Las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias, sea cual sea el medio de presentación, deberán resolverse lo antes posible y en todo caso, en un plazo máximo de **quince días hábiles** desde su presentación, salvo que la normativa sectorial disponga otro plazo.

En los contratos de trato sucesivo relacionados con servicios básicos de interés general, las consultas o incidencias sobre la continuidad del servicio, como cortes o suspensiones, deberán resolverse en un plazo máximo de **dos horas**, proporcionando la información disponible sobre las causas de la incidencia y el plazo estimado de restauración del servicio.

Finalmente, en el caso de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias relacionadas con facturación o cobros indebidos deberán ser respondidas en el plazo máximo de **cinco días**.

–Motivación y notificación de la resolución. La resolución deberá responder a todas las cuestiones planteadas por la clientela e incluir una motivación completa en caso de no acceder a sus pretensiones, quedando prohibidas las contestaciones genéricas. El medio para comunicar la resolución será el mismo por el que se presentó la consulta o el elegido por la clientela entre los disponibles. Si la resolución se comunica por llamada telefónica, videollamada o mensajería instantánea y la clientela da su consentimiento

expreso, la empresa deberá grabarla e indicar en el justificante cómo acceder a ella, adoptando las precauciones necesarias sobre los datos personales contenidos. Cuando la empresa no acceda a las pretensiones de la clientela, deberá informar sobre los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos disponibles y cómo acceder a ellos.

–Suspensión de las gestiones de cobro del servicio durante la tramitación del procedimiento extrajudicial. El sometimiento de una queja, reclamación o incidencia a un sistema extrajudicial de resolución de conflictos suspenderá las acciones de gestión de cobro o la suspensión del servicio en contratos de trato sucesivo, hasta que la persona consumidora o usuaria reciba la resolución expresa y motivada, salvo que la normativa sectorial aplicable disponga lo contrario.

–Averías que afecten de manera simultánea y masiva a una pluralidad de clientes de los servicios de suministro y distribución de agua y energía y servicios de telecomunicaciones. La respuesta a las incidencias se dará simultáneamente a todos los afectados mediante los canales digitales de la empresa, como correo electrónico, redes sociales, web o aplicaciones, y, si procede, por los medios de comunicación correspondientes.

–Horario del servicio atención al cliente. Se ajustará al horario comercial de la empresa, salvo que se trate de servicios básicos de interés general que se presten de forma continuada, en cuyo caso 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. Cuando la actividad se realice por vía electrónica, el horario comercial vendrá determinado por el período en que sea posible realizar transacciones.

–La actividad de atención a la clientela como prestación diferenciada. En ningún caso, salvo que el cliente así lo solicite, se aprovechará la formulación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias relacionadas con la continuidad o interrupción en los servicios básicos de interés general por la clientela para ofrecer bienes, servicios u ofertas comerciales de la empresa reclamada, salvo que estén relacionadas con la resolución de la consulta, queja, reclamación o incidencia y, además, impliquen una mejora para la clientela en las condiciones de prestación del servicio o del precio.

En los casos en los que el servicio de atención a la clientela se preste por el canal telefónico, dicho servicio tendrá un **código numérico específico y diferenciado** del código utilizado para prestar servicios comerciales a través del canal telefónico, que también será específico para estos servicios.

–Implantación de un sistema de valoración de la satisfacción del cliente. Las empresas deberán implantar y documentar un sistema para medir la

satisfacción de la clientela respecto al trato recibido, identificando las causas de insatisfacción, especialmente si derivan de la prestación del servicio y no de la atención al cliente. Asimismo, deberán garantizar que los servicios de atención cuenten con los medios humanos, materiales, técnicos y organizativos adecuados, incluyendo el respeto a los derechos lingüísticos de la clientela.

5) Evaluación anual y auditoría externa

Las empresas deberán implantar un sistema anual de evaluación del nivel de calidad del servicio, documentado y con medición de los parámetros específicos, conservando la documentación por cinco años, poniéndola a disposición de la Administración y publicándola en su página web. Este sistema deberá someterse a auditoría anual por entidad acreditada por ENAC.

6) Reseñas de consumidores

La Ley modifica los apartados 1 y 4 del artículo 20 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, con el objeto de que los empresarios garanticen la autenticidad de las reseñas, asegurando que provienen de consumidores que realmente han adquirido o utilizado el bien o servicio, e informar de forma clara sobre el método de verificación y el tratamiento de dichas reseñas.

Las reseñas deben referirse a productos o servicios adquiridos o utilizados en los treinta días naturales anteriores a su publicación, y el empresario puede eliminar las que sean falsas o engañosas, una vez acreditada su falta de veracidad. Esto busca incrementar la transparencia y reducir prácticas desleales que puedan inducir a error al consumidor.

Además, se tipifica como infracción administrativa el incumplimiento de las obligaciones sobre atención al cliente y reseñas cuando afecte a consumidores en situación de vulnerabilidad, especialmente personas mayores o con discapacidad, reforzando el marco sancionador y la exigencia de diligencia empresarial en la gestión de canales de comunicación y en la veracidad de la información comercial.

7) Información sobre el precio final

El precio final deberá incluir todos los impuestos, desglosando incrementos o descuentos aplicables y los gastos adicionales, incluidos posibles gastos de gestión. Si no puede fijarse con exactitud el precio por la naturaleza del bien o servicio, se deberá **informar de la base de cálculo** que permita comprobarlo. Cuando los gastos adicionales no puedan calcularse de antemano por razones objetivas, se informará de su existencia y, si se conoce, del importe estimado.

En los contratos a distancia o fuera del establecimiento, el comerciante deberá facilitar información clara sobre el precio cuando se haya personalizado mediante decisiones automatizadas. Esta personalización no podrá incrementar el precio final en situaciones de urgencia, riesgo o necesidad de la persona consumidora, entendidas como emergencias de protección civil según la Ley 17/2015. En todo caso, el precio final deberá respetar la normativa reguladora aplicable, con referencia expresa a ella y a los parámetros utilizados.

8) Entrada en Vigor

Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de la presente ley deberán adaptar sus servicios de atención a la clientela a las disposiciones de la misma en el plazo de doce meses desde su entrada en vigor (28 de diciembre de 2025).

No obstante, en el caso de las entidades sin ánimo de lucro, las estipulaciones de la ley no resultarán de aplicación en tanto en cuanto no entre en vigor el desarrollo reglamentario de la norma que adapte su contenido.

En una materia muy sensible como es la utilización de comunicaciones telefónicas con coste para la gestión de estos servicios, los operadores afectados deberán notificar a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales en el plazo de un mes desde la entrada en vigor de esta ley los criterios empleados para la detección del tráfico irregular que opera de ese modo.

Finalmente, en el caso de las **empresas comercializadoras** de luz, gas y de servicios telefónicos, ciertas estipulaciones (Disposición transitoria única), no resultarán de aplicación en tanto en cuanto no alcance la empresa prestadora del servicio o grupo de empresas al que pertenezca una **cuota del mercado nacional del 5 %** y no pertenezca a la categoría de empresas que se definen en art. 2. A estos efectos, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia presentará anualmente, antes del mes de marzo de cada año,

un informe analizando las cuotas de mercado y del tamaño de las empresas de los sectores de la comercialización de luz y gas en el ejercicio anterior.

Puede consultar la normativa completa en el siguiente [enlace](#).

Área de Competitividad, Comercio y Consumo

“La información contenida en esta nota informativa tiene únicamente carácter informativo y general. No constituye asesoramiento legal, financiero, ni profesional de ningún tipo”