

Publicada la Ley servicios de atención a la clientela

El 27 de diciembre de 2025 se publicó en el BOE la Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela, con el objetivo de mejorar la protección a los consumidores y usuarios, estableciendo parámetros mínimos de calidad para los servicios de atención. Las empresas deberán adaptarse antes del 28 de diciembre de 2026.

Empresas afectadas

La Ley 10/2025 resulta de aplicación a las empresas establecidas en España o en cualquier otro Estado, que ofrezcan o presten servicios de carácter básico de interés general en territorio español:

- a) Servicios de suministro y distribución de agua, gas y electricidad;
- b) Servicios de transporte de pasajeros;
- c) Servicios postales;
- d) Servicios de comunicaciones electrónicas, incluidos los servicios telefónicos; y
- e) Servicios financieros.

La Ley 10/2025 será de aplicación también a las empresas y grupos de sociedades que lleven a cabo la venta de bienes o la prestación de servicios diferentes a los indicados destinados principalmente a personas consumidoras y usuarias, siempre y cuando, en el ejercicio económico anterior, de forma individual o en el seno del grupo de sociedades del que formen parte cumplan cualquiera de los siguientes requisitos: (i) hayan ocupado al menos a 250 personas trabajadoras, (ii) su volumen de negocios anual haya excedido de 50 millones de euros, o (iii) su balance de negocios anual haya excedido de 43 millones de euros.

Nuevas obligaciones

Las medidas previstas en la Ley afectan tanto a la fase precontractual como a la gestión de las consultas y reclamaciones de los consumidores. Algunas de las principales novedades son las siguientes:

- **Información sobre el servicio de atención a la clientela.** Los canales de comunicación de atención a la clientela habilitados por la empresa deberán figurar bien en el propio contrato, en las facturas que emita a los clientes o en su página web, en un apartado específico de fácil identificación.
- **Información precontractual.** Las empresas deben facilitar, de forma clara y comprensible y en formato universalmente accesible, la siguiente información antes de que la persona consumidora o usuaria quede vinculada por un contrato u oferta comercial:
 - a) Canales de comunicación disponibles.
 - b) Mecanismo que garantice la constancia de la presentación y contenido de las consultas, quejas o reclamaciones.
 - c) Medio que facilite el estado de tramitación del procedimiento, que ha de ser gratuito.

- d) El tiempo máximo revisto para la resolución (en el caso de los servicios básicos de interés general).
 - e) Canales de comunicación disponibles para comunicar la resolución.
 - f) Sistemas de resolución extrajudicial de conflictos.
 - g) Horario del servicio de atención a la clientela.
- **Medios de comunicación a disposición de la clientela.** 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. Además, cuando el servicio de atención a la clientela sea dirigido a clientela sita en comunidades autónomas que dispongan de lenguas oficiales, las empresas deben asegurar que la comunicación se realice en castellano o en cualquiera de las lenguas oficiales. Las empresas pondrán a disposición de la clientela un servicio de atención telefónica y deberán asegurar que el uso de la atención telefónica no suponga para la persona consumidora y usuaria un coste superior al de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar.
 - **Medios materiales y humanos.** 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 y para garantizar los derechos lingüísticos de la clientela.
 - **Atención personalizada.** Se introducen diversas obligaciones:
 - Se prohíbe el empleo de contestadores automáticos o medios análogos como medio exclusivo de atención a la clientela.
 - A solicitud de la persona consumidora o usuaria, la empresa ha de garantizar atención personalizada desde las opciones que ponen a disposición del cliente en su menú principal del canal telefónico. Se considera atención personalizada la ofrecida directamente a través de una persona física operadora que contesta en tiempo real a la clientela.
 - La utilización de contestadores automáticos, bots conversacionales o medios análogos deberá ofrecer a la clientela la posibilidad de solicitar una atención personalizada, en cualquier momento de la interacción, desde su inicio.
 - La atención personalizada se prestará a la mayor brevedad posible desde su solicitud por parte de la clientela, garantizando que el 95 % de las solicitudes de atención personalizadas sean atendidas, de media, en un plazo inferior a tres minutos.
 - En caso de insatisfacción con la atención recibida por parte del operador, quien haya iniciado la comunicación podrá solicitar que se transfiera la comunicación a una persona física supervisora o a un departamento específico de calidad, que deberá atenderle en el transcurso de esa misma comunicación.
 - **Clave identificativa y constancia de la consulta.** Las empresas deben facilitar al cliente una clave identificativa para facilitar el seguimiento de la consulta o incidencia y, siempre que el cliente lo solicite, un justificante que permita la constancia del contenido, fecha y hora de su recepción por el destinatario, en soporte duradero.

- **Resolución.** Las consultas o incidencias deben ser resueltas en el plazo más breve posible y, en todo caso, en el máximo de quince días hábiles desde su presentación, salvo que la normativa sectorial establezca un plazo distinto y salvo las relacionadas con facturación o cobros indebidos, que deberán ser respondidas en el plazo máximo de cinco días. La Ley establece determinados requisitos sobre el contenido de la resolución.
- **Sistema de evaluación.** Las empresas deberán implantar y documentar un sistema anual de evaluación del nivel de calidad del servicio de atención a la clientela conseguido, que incluirá los parámetros a los que se refiere la Ley. Además, las empresas deberán contratar la realización de una auditoría anual para comprobar la fiabilidad y precisión de las mediciones publicadas por la empresa respecto a la calidad de sus servicios de atención a la clientela.

Entrada en vigor

Aunque la Ley entró en vigor el 28 de diciembre de 2025, las empresas disponen de un plazo de doce meses para adaptar sus servicios de atención a la clientela a las disposiciones de la Ley, esto es, hasta el 28 de diciembre de 2026.

