

Dossier jurídico
Derecho Mercantil

Regulación de los servicios de atención a la clientela



tirant
PRIME

Regulación de los servicios de atención a la clientela. TOL10834124

El BOE del 27/12/2025 ha publicado la Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela. TOL10834125

. – Justificación de la norma.

El preámbulo de la Ley 10/2025, de 26 de diciembre, justifica la necesidad de una norma que regule los servicios de atención a la clientela a partir de un diagnóstico crítico sobre la ineficacia sistémica de los actuales servicios de atención al cliente, señalando que una gran parte de las reclamaciones administrativas y judiciales actuales se evitarían si las empresas resolvieran los conflictos de manera directa y eficiente. Según el preámbulo, los servicios vigentes han mostrado carencias graves, como la reiteración de llamadas, el suministro de información contradictoria y la falta de entrega de claves identificativas que permitan al consumidor seguir su trámite. Estas deficiencias, agravadas por el auge del comercio electrónico tras la pandemia, no solo perjudican a la ciudadanía, sino que desprestigian la imagen del mercado en su conjunto.

Los puntos clave de la regulación son:

- **Alcance y exclusiones:** La ley se impone a grandes empresas (más de 250 trabajadores o gran volumen de negocio) y a prestadores de **servicios básicos de** interés general, como agua, energía, finanzas, correos y transportes. No obstante, el preámbulo establece un complejo principio de especialidad, según el cual la normativa sectorial previa (especialmente en finanzas y telecomunicaciones) prevalece sobre esta ley, que actúa solo de forma supletoria en esos casos.
- **Intervención humana frente a la automatización:** Aunque se permite el uso de inteligencia artificial y *bots*, el texto subraya la obligación de ofrecer atención personalizada por una persona física siempre que el cliente lo solicite. Además, se imponen tiempos medios de espera para evitar que la tecnología actúe como una barrera que desincentive la reclamación.
- **Derechos específicos y vulnerabilidad:** Se enfatiza la protección de personas consumidoras vulnerables, incluyendo a personas con discapacidad y de edad avanzada, exigiendo que los canales de comunicación consideren sus competencias digitales y necesidades específicas. Asimismo, se prohíbe el corte de suministros de tracto sucesivo mientras exista una reclamación en curso directamente relacionada con el motivo de la suspensión.
- **Régimen de auditoría y control:** Para evitar que los estándares de calidad queden en meras declaraciones de intención, la ley obliga a las empresas a implantar sistemas de evaluación anuales. Estos sistemas deben ser auditados por entidades externas acreditadas para garantizar que los datos de calidad y tiempos de respuesta publicados por las empresas sean veraces.

- **Particularidades del sector financiero:** El preámbulo justifica la exclusión de ciertos artículos en este sector para evitar el solapamiento con los mecanismos de control ya ejercidos por el Banco de España, la CNMV y la Dirección General de Seguros. Se busca mantener la supervisión en manos de los reguladores sectoriales tradicionales.

En esencia, la norma se presenta como una respuesta a la disparidad de criterios de atención entre sectores y como una herramienta para reducir la litigiosidad mediante la imposición de parámetros mínimos de calidad obligatorios y evaluables.

La ley se estructura en cuatro capítulos que agrupan un total de veintitrés artículos, una disposición adicional, una disposición transitoria, una disposición derogatoria y ocho disposiciones finales.

. – Disposiciones generales: Objeto, ámbito, definiciones, principios. (Capítulo I: artículos 1 a 5).

El Capítulo I (artículos 1 al 5) establece los principios regulatorios para los servicios de atención a la clientela, definiendo quiénes están obligados a cumplirla y bajo qué principios básicos de calidad.

1. Objeto de la norma (Artículo 1)

La ley tiene como fin primordial regular los niveles mínimos de calidad y los sistemas de evaluación que deben aplicar obligatoriamente las empresas para atender a sus clientes.

2. Ámbito de aplicación (Artículo 2)

La normativa no afecta a todas las empresas por igual, sino que se centra en dos grupos específicos:

- **Empresas de servicios básicos de interés general:** Incluye a las empresas que operan en sectores de suministro de agua, gas y electricidad; transporte (aéreo, ferroviario, marítimo y por autobús); servicios postales; comunicaciones electrónicas y servicios financieros. Se incluyen aquí también a las Administraciones públicas cuando actúen como empresarios.
- **Grandes empresas:** Aquellas que, independientemente de su sector, cuenten con más de 250 trabajadores, un volumen de negocios superior a 50 millones de euros o un balance anual que exceda los 43 millones de euros.
- **Flexibilidad:** Se prevé una aplicación adaptada para cooperativas y entidades sin ánimo de lucro de menor tamaño.
- **Principio de especialidad:** la normativa sectorial previa (especialmente en banca y telecomunicaciones) tiene preferencia, actuando esta ley de forma supletoria. No obstante, al sector financiero se le excluyen explícitamente varios

artículos de esta ley (como el sistema de auditoría o ciertos principios de resolución) para evitar duplicidades con sus reguladores propios.

3. Definiciones clave (Artículo 3)

El artículo 3 establece un marco conceptual para garantizar la claridad en la aplicación de la norma. A continuación, se estructura esta regulación categorizando las definiciones según su naturaleza:

1. Sujetos de la relación de consumo

- **Clientela:** Define a las personas consumidoras o usuarias que han comprado un bien, recibido una oferta personalizada o celebrado un contrato, manteniendo esta condición hasta que se extingan los efectos contractuales. Se incluyen específicamente casos de altas sin consentimiento, facturaciones tras solicitar la baja y productos aún en periodo de garantía.
- **Empresa o empresario:** Remite a la definición de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, incluyendo explícitamente a la Administración General del Estado y sus organismos dependientes cuando actúen como tales.
- **Operador:** Es la persona física que presta atención especializada, debiendo contar con formación y capacitación adecuada al sector.
- **Colectivos específicos:**
 - **Personas con discapacidad:** Según lo definido en el Real Decreto Legislativo 1/2013.
 - **Personas de edad avanzada:** Aquellas de **65 años o más**.
 - **Personas consumidoras vulnerables:** Según la definición del Real Decreto Legislativo 1/2007.

2. Tipos de interacciones y gestiones

- **Consulta:** Solicitud de información o asesoramiento. Se distinguen entre las que se resuelven al momento y aquellas que requieren acciones posteriores, las cuales se equiparan legalmente a las quejas o reclamaciones en cuanto a su gestión.
- **Incidencia:** Cualquier gestión sobre la ejecución del contrato u oferta, como averías, solicitudes de baja, cambios de tarifas o planes de precios.
- **Queja o reclamación:** Manifestación de una provisión defectuosa del producto o servicio, o un incumplimiento de la oferta, independientemente de cómo la denomine internamente la empresa.

- **Oferta comercial personalizada:** Práctica dirigida a un consumidor específico mediante sus datos personales, con precios o características adaptadas a sus circunstancias.

3. El servicio y sus estándares de calidad

- **Servicios de atención a la clientela:** Organización de medios materiales y personales para gestionar consultas, quejas e incidencias. La ley exige que permitan la atención por persona física a demanda del cliente, prohibiendo un sistema exclusivamente automático.
- **Niveles mínimos de calidad:** Parámetros objetivos de calidad que tienen carácter imperativo para las empresas obligadas.
- **Soporte duradero:** Todo instrumento que permita al consumidor almacenar información de forma accesible para futuras referencias (según la definición del RDL 1/2007).

4. Principios generales (Artículo 4)

El servicio debe ser gratuito, eficaz, universalmente accesible, inclusivo y evaluable. Entre las obligaciones más destacadas figuran:

- **Prohibición de suspender el servicio:** En contratos de tracto sucesivo (como luz o teléfono), la empresa no puede cortar el suministro mientras haya una reclamación en curso directamente relacionada con el motivo del corte, salvo riesgo para la seguridad.
- **Identificación y justificante:** El cliente tiene derecho a recibir una clave identificativa y un justificante por escrito (en soporte duradero) de cualquier queja o consulta que requiera acciones posteriores.
- **Atención a la vulnerabilidad:** Las empresas deben garantizar asistencia individualizada y personal a personas con discapacidad o personas mayores (65 años o más), considerando sus competencias digitales.
- **Carga de la prueba:** Corresponde siempre a la empresa demostrar que ha cumplido con las obligaciones impuestas por esta ley.

5. Información sobre el servicio (Artículo 5)

Las empresas tienen el deber de informar de forma clara sobre sus canales de atención:

- **Ubicación:** La información debe estar en el contrato, en las facturas y en un lugar destacado de la página de inicio de su web.
- **Accesibilidad:** Debe utilizarse un lenguaje de fácil lectura, pictogramas y formatos accesibles para personas con discapacidad auditiva o vocal (como sistemas de mensajería instantánea o videollamada).

- **Contenido mínimo:** Antes de contratar, el cliente debe conocer los canales disponibles, el tiempo máximo de resolución (que no puede superar los 15 días hábiles generales) y los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos.

. – Parámetros mínimos de calidad (Capítulo II; artículos 6 a 20)

El **Capítulo II** de la Ley establece los niveles mínimos de calidad que las empresas deben garantizar en sus servicios de atención a la clientela.

La regulación de los parámetros mínimos de calidad se regula en los artículos 6 al 20, cuyo contenido podemos agrupar de la siguiente forma:

Disponibilidad y Medios de Comunicación

- **Artículo 6. Parámetros mínimos de calidad:** Obliga a las empresas a cumplir con los estándares de calidad definidos en este capítulo para asegurar una atención adecuada.
- **Artículo 7. Medios de comunicación a disposición:** Las empresas deben permitir el uso del mismo canal por el que se contrató el servicio, además de ofrecer obligatoriamente la vía postal, telefónica y electrónica. Se garantiza el derecho a ser atendido en castellano o en las lenguas cooficiales de las comunidades autónomas. Los establecimientos físicos también deben aceptar reclamaciones y entregar una clave identificativa.
- **Artículo 14. Disponibilidad del servicio:** El horario debe ajustarse al horario comercial de la empresa. Sin embargo, para servicios básicos de interés general (agua, energía, etc.), la atención para incidencias de continuidad del servicio debe estar disponible 24 horas al día, los 365 días del año.

Intervención Humana y Atención Personalizada

- **Artículo 8. Atención personalizada:** Se prohíbe el uso exclusivo de contestadores automáticos. El cliente tiene derecho a solicitar hablar con una persona física desde el menú principal, y la empresa debe garantizar que el 95% de estas solicitudes se atiendan en menos de tres minutos de media. Si el cliente no está satisfecho, puede pedir ser transferido a un supervisor en la misma llamada.
- **Artículo 9. Medios materiales y humanos:** Las empresas deben dotar al servicio de personal formado específicamente en el sector, en accesibilidad universal y en atención a personas vulnerables, mayores o con discapacidad.
- **Artículo 10. Régimen de atención telefónica:** El coste de la llamada no puede superar el de una línea estándar geográfica o móvil. Se prohíbe derivar teléfonos gratuitos a números de pago. Para personas con discapacidad auditiva, el canal debe complementarse con mensajería instantánea o video interpretación en lengua de signos.

Gestión de Consultas, Quejas y Reclamaciones

- **Artículo 11. Tramitación centralizada:** Se debe entregar siempre una clave identificativa que permita al cliente seguir el estado de su trámite de forma ágil.
- **Artículo 12. Constancia de la gestión:** La empresa debe facilitar un justificante por escrito (en soporte duradero) que acredite el contenido, fecha y hora de la recepción. Con consentimiento expreso, las llamadas o videollamadas pueden grabarse como prueba.
- **Artículo 13. Resolución y notificación:** Las respuestas deben ser motivadas, respondiendo a todas las cuestiones planteadas sin usar fórmulas genéricas. Si la resolución es desestimatoria, se debe informar sobre los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos.
- **Artículo 17. Plazos de resolución:** El plazo general máximo es de 15 días hábiles. No obstante, las incidencias de continuidad del servicio (cortes de luz o agua) deben responderse en un máximo de dos horas, y las de facturación en cinco días.

Protección y Calidad del Servicio

- **Artículo 15. Accesibilidad:** Los servicios deben diseñarse bajo principios de accesibilidad universal. Se presumirá vulnerabilidad si el consumidor así lo manifiesta.
- **Artículo 16. Prestación diferenciada:** El servicio de atención debe estar claramente separado de la actividad comercial. Se prohíbe ofrecer nuevos productos o servicios durante una reclamación, salvo que supongan una mejora directa relacionada con el problema. Además, los operadores deben bloquear llamadas comerciales no solicitadas o irregulares.
- **Artículo 18. Valoración de la satisfacción:** Las empresas deben implantar un sistema para medir el grado de satisfacción del cliente, pero no antes de que se haya resuelto su reclamación.
- **Artículo 19. Colaboración:** Se fomenta la creación de marcos de colaboración estables entre las empresas, las asociaciones de consumidores y las Administraciones públicas.
- **Artículo 20. Tratamiento de datos:** Todo proceso debe cumplir estrictamente con el RGPD y la normativa nacional de protección de datos personales.

. – Sistemas de evaluación (Capítulo III; artículos 21 y 22)

El Capítulo III (artículos 21 y 22) regula los mecanismos de control para garantizar que los estándares de calidad no sean meras declaraciones de intenciones, imponiendo un sistema de autoevaluación y una auditoría externa obligatoria.

Según el artículo 2.5, este capítulo no es aplicable al sector financiero, ya que este ya cuenta con sus propios mecanismos de auditoría y control interno supervisados por el Banco de España, la CNMV y la DGSFP.

Artículo 21. Sistemas de evaluación

Obliga a las empresas a medir de forma objetiva su desempeño mediante un sistema documentado.

- **Periodicidad y alcance:** Las empresas deben implantar un sistema de evaluación anual que cubra la totalidad del territorio nacional donde operen.
- **Flexibilidad para empresas menores:** Aquellas empresas con menos de 250 trabajadores y un volumen de negocio inferior a 50 millones de euros (o balance inferior a 43 millones) pueden aplicar este sistema de forma bienal, siempre que lo justifiquen por su bajo volumen de consultas o quejas.
- **Conservación y disponibilidad:**
 - La documentación debe conservarse durante al menos cinco años.
 - Debe estar a disposición de la Administración competente al finalizar el **primer trimestre** del año siguiente a la evaluación.
 - La entrega debe poder realizarse por vía telemática en formatos ofimáticos comunes.
- **Transparencia:** Las empresas tienen la obligación de hacer pública la documentación descriptiva de su sistema y el resultado de su auditoría a través de su página web.
- **Actualización obligatoria:** El sistema debe corregirse siempre que sea necesario para subsanar deficiencias detectadas por la propia Administración o por las auditorías externas.

Artículo 22. Auditoría relativa al sistema de evaluación

Para garantizar que los datos publicados por las empresas sean veraces, la ley impone una supervisión externa.

- **Contratación de auditoría:** Las empresas deben contratar una auditoría externa (anual o bienal, siguiendo los mismos criterios de tamaño del artículo anterior) para verificar la precisión de sus mediciones.
- **Objetivos de la verificación:** La auditoría debe certificar dos puntos fundamentales:
 1. Que el sistema aplicado coincide con el que se entregó a la Administración.

2. Que el **margen de error** en la medición de los parámetros de calidad (como los tiempos de espera o resolución) no es superior al 5% respecto al valor real.

- **Acreditación de los auditores:** No cualquier entidad puede realizar este trabajo; la empresa auditora debe estar debidamente acreditada por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) para asegurar su solvencia técnica.
- **Deber de colaboración:** La empresa auditada está obligada a facilitar el acceso de los auditores a todo el personal, lugares, equipos y datos necesarios, respetando siempre la normativa de **protección de datos**.

. – **Infracciones y sanciones (Capítulo IV; artículo 23)**

El Capítulo IV se centra exclusivamente en el régimen de infracciones y sanciones, estableciendo las consecuencias legales por el incumplimiento de los estándares de calidad y obligaciones impuestos en los capítulos anteriores. Este capítulo se compone únicamente del artículo 23, el cual articula cómo deben castigarse las conductas contrarias a esta norma.

1. Calificación y Marco Normativo (Art. 23.1)

El incumplimiento de las disposiciones de esta ley se considera, de forma genérica, una infracción en materia de consumo. La ley no crea un catálogo de sanciones nuevo desde cero, sino que remite a dos marcos legales existentes para su aplicación:

- El régimen sancionador general del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (Real Decreto Legislativo 1/2007).
- La **legislación autonómica** que resulte de aplicación según la ubicación y competencias correspondientes.

2. Principio de Especialidad (Art. 23.2)

Para garantizar la seguridad jurídica, la ley establece que si un mismo hecho puede ser sancionado tanto por esta norma como por una normativa sectorial específica (y ambos protegen el mismo interés público), se aplicará de forma preferente la normativa sectorial. Esto refuerza el carácter supletorio de la Ley 10/2025 en sectores con regulación propia, como telecomunicaciones o energía.

3. Infracciones en Protección de Datos (Art. 23.3)

Debido a la sensibilidad de la información manejada en los servicios de atención al cliente (como grabaciones de llamadas o datos personales), cualquier infracción relacionada con la privacidad no se rige por la normativa de consumo, sino específicamente por el Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD) y la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

4. Criterios de Graduación (Art. 23.4)

Para determinar la cuantía o gravedad de la sanción, las autoridades competentes deben considerar dos factores clave:

- **Agravante:** La reincidencia en la conducta infractora.
- **Atenuante:** El resarcimiento del daño causado al consumidor antes o durante el proceso sancionador.

Exclusión del Sector Financiero

Según lo dispuesto en el artículo 2.5 y el preámbulo de la propia ley, el artículo 23 no es aplicable al sector financiero. La supervisión y sanción de las entidades financieras en materia de atención al cliente recae exclusivamente sobre sus reguladores naturales: el Banco de España, la CNMV y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

. – Distribución de competencias en el ámbito autonómico.

La **Disposición adicional única** de la Ley 10/2025 regula la convivencia entre esta normativa y las facultades propias de las comunidades autónomas, estructurándose la competencia de acuerdo con los siguientes aspectos:

- **Supeditación a los regímenes competenciales:** La ley establece que su aplicación en las comunidades autónomas será efectiva siempre que no se oponga a los regímenes de competencias ya definidos en sus respectivos Estatutos de Autonomía.
- **Deber de colaboración administrativa:** En aquellos casos donde la aplicación de la ley involucre a órganos pertenecientes a diversas administraciones públicas, el texto impone la obligación de establecer mecanismos de colaboración entre ellas.
- **Prioridad de coordinación en el ámbito sancionador:** Los mecanismos de colaboración deben articularse con carácter previo a la aplicación de la norma en el ámbito sancionador.

. – Derogación normativa.

La disposición derogatoria única establece que *«Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan, contradigan o resulten incompatibles con lo dispuesto en la presente ley y, en particular los artículos 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16 de la Orden ECO/734/2004, de 11 de marzo, sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y el defensor del cliente de las entidades financieras.»*

. – Modificaciones normativas.

1. Modificación de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal

La Disposición final primera introduce un nuevo apartado 9 en el artículo 27 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, por la cual considera prácticas

engañosas aquellas que «9. *Se dirijan a las personas consumidoras de forma individualizada, habiéndose personalizado sobre la base de una toma de decisiones automatizada, sin informar sobre los parámetros utilizados para tal personalización o sobre las fuentes de datos utilizadas en los casos de ofertas relativas a contratos por productos o servicios del sector financiero.»*

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

La disposición final segunda modifica la sección 1.^a del capítulo V de la Ley 44/2002 de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, con el objetivo de elevar los niveles de protección de la clientela financiera y armonizar sus servicios de atención con los estándares de calidad de la nueva ley, pero manteniendo las particularidades del sector.

1. Organización del Servicio (Art. 29)

- **Obligatoriedad:** Todas las entidades financieras (bancos, aseguradoras, gestoras de fondos, entidades de pago, etc.) están obligadas a disponer de un departamento o servicio de atención a la clientela para resolver quejas y reclamaciones.
- **Defensor de la Clientela:** Las entidades pueden designar, además, a un experto independiente de reconocido prestigio cuyas decisiones, si son favorables a la reclamación del cliente, vincularán a la entidad.
- **Independencia:** El servicio de atención debe estar estrictamente separado de los servicios comerciales y operativos para evitar conflictos de interés y garantizar decisiones autónomas.

2. Estándares de Atención y "Prestación Personalizada" (Art. 29)

- **Disponibilidad:** El servicio funcionará en horario comercial, pero deberá estar disponible 24 horas al día para incidencias relacionadas con servicios de prestación continuada.
- **Atención personalizada:** Las entidades deben aplicar este principio considerando la edad, discapacidad, nivel de competencias digitales y zona geográfica del cliente.
- **Intervención humana:** Se prohíbe el uso exclusivo de contestadores automáticos. Si el cliente utiliza canales telefónicos o electrónicos, tiene derecho a ser atendido por un operador humano que asegure una interacción fluida.
- **Costes telefónicos:** El uso de la línea de atención no puede superar el coste de una llamada estándar. Si se usa tarificación especial, debe informarse siempre de un número geográfico alternativo.

3. Procedimiento de Reclamación (Arts. 29 bis a 29 ter)

- **Forma de presentación:** Las quejas pueden presentarse en papel o por medios electrónicos/telemáticos que permitan su conservación. No pueden presentarse quejas por vía telefónica (debido a la necesidad de aportar información contractual), aunque sí se pueden realizar consultas por ese medio.
- **Plazo de resolución:** Las entidades disponen de un plazo máximo de un mes para dictar resolución (o los plazos específicos de la normativa de servicios de pago).
- **Lugar:** Se pueden presentar en cualquier oficina abierta al público, webs, aplicaciones o correos electrónicos habilitados.

4. Tramitación y Admisión (Arts. 29 quater a 29 sexies)

- **Justificante y clave:** Al recibir la reclamación, la entidad debe entregar un justificante con fecha y hora y asignar una clave identificativa para que el cliente siga el estado de su trámite.
- **Causas de inadmisión:** Se podrá rechazar la reclamación si faltan datos esenciales no subsanables, si el asunto está en manos de jueces o árbitros, o si han pasado más de 5 años desde los hechos.
- **Allanamiento:** Si la entidad rectifica a satisfacción del cliente antes de resolver, se archivará el expediente.

5. Finalización y Protección de los Supervisores (Arts. 29 septies a 30)

- **Resolución motivada:** La respuesta debe ser escrita, estar debidamente motivada y contestar a todas las cuestiones planteadas, basándose en el contrato y las buenas prácticas financieras.
- **Segunda instancia:** Si la respuesta es negativa o el cliente no está satisfecho, la entidad debe informar expresamente de la posibilidad de acudir a los servicios de reclamaciones del Banco de España, la CNMV o la Dirección General de Seguros.
- **Ventanilla única:** Los supervisores financieros funcionarán bajo el principio de ventanilla única, remitiéndose las reclamaciones entre ellos según su competencia.

6. Cooperativas y Cajas de Ahorro (apartado dos Disp. Final)

- Para las **Cooperativas de Crédito y Cajas de Ahorro**, se prevé una aplicación flexibilizada de los requisitos de notificación en diferentes lenguas hasta que un desarrollo reglamentario específico adapte la norma a su tamaño y naturaleza.

3. Modificación del 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.

La disposición final tercera modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (RDL 1/2007) con el objetivo de elevar la transparencia y los derechos de los consumidores y usuarios.

1. Transparencia en Precios y Ofertas Comerciales (Art. 20)

Las empresas deben ahora desglosar con exactitud el precio final completo, incluyendo impuestos, descuentos y cualquier potencial gasto de gestión. Si el precio no puede fijarse de antemano, se debe informar sobre la base de cálculo que permita al usuario comprobarlo.

- **Personalización algorítmica:** En contratos a distancia, se debe informar si el precio ha sido personalizado mediante **toma de** decisiones automatizada.
- **Prohibición de sobrecostes por urgencia:** Se prohíbe aumentar precios basándose en la demanda en contextos de emergencia de protección civil, riesgo o necesidad del consumidor.

2. Control y Fiabilidad de las Reseñas (Art. 20.4)

Para combatir el fraude en las valoraciones, el empresario debe informar si garantiza o no que las reseñas publicadas provienen de consumidores que realmente han adquirido o usado el bien.

- **Plazo y derecho a réplica:** Las reseñas deben referirse a productos usados en los **30 días naturales** anteriores.
- **Eliminación de reseñas falsas:** El empresario puede solicitar la eliminación de una reseña si acredita de forma fehaciente que el autor no compró ni utilizó el producto o que la valoración es engañosa.

3. Fortalecimiento de los Servicios de Atención (Art. 21)

Se imponen estándares más estrictos para asegurar la eficacia de las reclamaciones:

- **Atención personal directa:** Cuando se utilicen medios telefónicos o electrónicos, se garantiza el derecho a una atención personal directa, prohibiendo depender exclusivamente de medios técnicos automáticos.
- **Gratuidad en servicios básicos:** Las empresas de suministros (agua, energía), financieros, seguros, correos, transporte y sanitarios deben disponer de un teléfono de atención gratuito. Para el resto de las empresas, el coste no puede superar el de una llamada estándar geográfica o móvil.
- **Separación de actividades:** Se prohíbe utilizar el servicio de atención para difundir comunicación comercial de cualquier tipo.

- **Plazo de resolución:** Las reclamaciones deben responderse en el plazo más breve posible, con un máximo de 15 días.

4. Consentimiento e Infracciones (Arts. 47, 48, 62 y 97)

- **Nulidad por llamadas no deseadas:** Se presumirá que no existe voluntad de contratar (siendo el contrato nulo) si se suscribe vía telefónica incumpliendo la normativa de llamadas no solicitadas. El consentimiento para estas llamadas debe renovarse expresamente cada dos años.
- **Renovaciones de contratos:** En contratos de duración determinada sujetos a renovación, la empresa debe informar al usuario con 15 días de antelación al vencimiento del plazo para cancelar la prórroga.
- **Régimen sancionador:** El incumplimiento de las obligaciones de atención al cliente se tipifica ahora de forma específica como infracción, pudiendo calificarse como leve o grave según la naturaleza del incumplimiento.

4. Modificación de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

La disposición final cuarta modifica el apartado 1 del artículo 23 de la Ley Orgánica 3/2018 (LOPDGDD), centrando su regulación en la licitud del tratamiento de datos para evitar comunicaciones comerciales no deseadas.

- **Licitud del tratamiento:** Se establece como lícito el tratamiento de datos personales cuyo objetivo sea evitar el envío de publicidad a aquellas personas que hayan manifestado su negativa u oposición a recibirlas.
- **Creación de sistemas de exclusión:** Para hacer efectivo este derecho, la ley permite la creación de sistemas de información (generales o sectoriales) por parte de asociaciones u organismos que cuenten con una alta representatividad.
- **Limitación de datos:** En estos sistemas únicamente se podrán incluir los datos que resulten estrictamente imprescindibles para identificar a las personas afectadas que no desean recibir publicidad.
- **Servicios de preferencia:** Los sistemas podrán incorporar mecanismos para que los ciudadanos no solo rechacen la publicidad de forma general, sino que puedan limitar la recepción de comunicaciones únicamente a aquellas procedentes de empresas determinadas.
- **Desarrollo reglamentario:** Las medidas específicas para la creación y el mantenimiento de estos sistemas de exclusión publicitaria se establecerán mediante un futuro desarrollo reglamentario.

5. Modificación de la Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones

La disposición final quinta modifica el apartado 2 del artículo 65 de la Ley 11/2022, General de Telecomunicaciones, con el fin de adaptar los servicios de atención al cliente de este sector a los nuevos estándares de calidad.

1. Obligaciones generales del servicio

- **Gratuidad y alcance:** Los operadores deben disponer de un servicio de atención a la clientela que sea totalmente gratuito para los usuarios finales. Su objetivo es facilitar información y resolver incidencias, consultas, quejas y reclamaciones.
- **Organización:** Las empresas pueden decidir si sus oficinas físicas y locales comerciales forman parte del sistema de atención. Además, los grupos económicos tienen permitido establecer un departamento único para todo el grupo.
- **Identificación de gestiones:** El operador está obligado a facilitar al usuario un número de referencia para cualquier reclamación, queja, petición o gestión realizada.

2. Marco conceptual específico. Para este sector, se definen los siguientes conceptos:

- **Incidencia:** Gestiones sobre la ejecución del contrato, como solicitudes de baja, altas en nuevas ofertas o cambios en comisiones.
- **Consulta:** Solicitud de asesoramiento sobre el bien o servicio contratado u ofertado.
- **Queja o reclamación:** Manifestación de un servicio defectuoso o incumplimiento de la oferta, sin importar cómo la denomine internamente la empresa.

3. Interacción y canales de comunicación

- **Uso de medios automáticos:** Se permite el empleo de contestadores automáticos o medios análogos, pero con la condición de que el operador debe garantizar, en última instancia, una atención personalizada. A diferencia de otros sectores regulados por la ley general, en telecomunicaciones esta atención personalizada no implica el derecho a acceder a una persona física supervisora.
- **Canales obligatorios:** El operador debe aceptar siempre la misma vía por la que se contrató el servicio, además de la vía telefónica para todas las gestiones con incidencia contractual.
- **Garantías documentales y grabaciones:** Si se usa el teléfono, el operador debe informar al cliente de su derecho a recibir un documento que acredite la gestión en soporte duradero. Asimismo, la empresa está obligada a grabar un número significativo de llamadas, según se determine reglamentariamente.

4. Efectos sobre el impago y la suspensión del servicio

La presentación de una reclamación (ya sea ante la empresa o ante un sistema de resolución extrajudicial):

- **No suspende las acciones de gestión de cobro** por parte del operador.
- **No impide la suspensión temporal** del servicio si el retraso en el pago supera el mes desde la facturación.
- **No impide la interrupción definitiva** del servicio y resolución del contrato si el retraso supera los tres meses o si se producen dos suspensiones temporales por mora.

.- Entrada en vigor. (Disp. Final octava) y régimen transitorio

La norma entra en vigor al día siguiente al de su publicación.

No obstante, hay que tener en cuenta el **régimen transitorio de la disposición transitoria única que** establece los plazos y condiciones bajo los cuales las empresas deben adaptarse a las nuevas exigencias de calidad en sus servicios de atención a la clientela.

Se distinguen los siguientes plazos:

- **Plazo general de adaptación:** De forma genérica, todas las empresas que entren dentro del ámbito de aplicación de la ley disponen de un plazo de doce meses desde su entrada en vigor para realizar los ajustes necesarios en sus servicios de atención.
- **Entidades sin ánimo de lucro:** Para las cooperativas y entidades sin ánimo de lucro que presten servicios básicos de interés general (según el artículo 2.1), la ley no será exigible hasta que entre en vigor el desarrollo reglamentario de la norma.
- **Criterios de tráfico irregular en telecomunicaciones:** Los operadores afectados por la regulación sobre el bloqueo de llamadas comerciales irregulares (artículo 16.4) tienen un plazo de un mes desde la entrada en vigor para notificar a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales los criterios técnicos que emplean para detectar dicho tráfico.
- **Exenciones temporales para comercializadoras de energía y telefonía:** Existe un régimen especial para empresas de luz, gas y telefonía que no alcancen una cuota de mercado nacional del 5% y no tengan la consideración de "gran empresa" (según el artículo 2.2). Para estas entidades, no serán de aplicación inmediata las obligaciones relativas a:
 - La disponibilidad del servicio las **24 horas** para incidencias de continuidad (Art. 14.2).

- La **prohibición de ofertas comerciales** durante una reclamación y las reglas sobre códigos numéricos diferenciados o bloqueo de llamadas (Art. 16.2, 16.3 y 16.4).
- Para controlar este umbral, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) publicará anualmente (antes de marzo) un informe con las cuotas de mercado y el tamaño de las empresas del sector del ejercicio previo.

z

