

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

Análisis.:

Objeto: La regulación de los niveles mínimos de calidad y de la evaluación de los servicios de atención a la clientela de las empresas que presten determinados servicios de carácter básico de interés general y de las grandes empresas.

Niveles mínimos de calidad

Sistemas de evaluación

Infracciones y sanciones

MODIFICA:

Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

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

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.

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

Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones.

"LEY DE SERVICIOS A LA CLIENTELA"

Se incorpora al **Área de Administración Local** de DAPP

A la GUIA LEGAL DEL SECRETARIO MUNICIPAL

DAPPGuía Legal del
SECRETARIO MUNICIPAL

en los Nodos de:

ORGANIZACION

Servicios públicos

RESPONSABILIDAD PATRIMONIAL

TEXTO ORIGINAL

FELIPE VI

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley:

PREÁMBULO

I

De conformidad con el artículo 51 de la Constitución Española, los poderes públicos deben garantizar la defensa de las personas consumidoras y usuarias, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de las mismas.

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 las personas consumidoras y usuarias.

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 las personas consumidoras y usuarias 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 personas consumidoras 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 incumplimiento o cumplimiento defectuoso. A fin de salvaguardar estos derechos básicos de las personas consumidoras, esta norma ha establecido ciertas exigencias en relación a los servicios de atención a la clientela.



En concreto, el mencionado artículo 21 contempla la obligación para las empresas de que sus oficinas y servicios de información y atención a la clientela aseguren a esta 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.

Asimismo, la aprobación de la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, impone a las administraciones la obligación de velar por la protección de los derechos de las personas consumidoras vulnerables.

Estas exigencias impuestas con carácter general, se concretan en la normativa sectorial en relación con ciertos servicios básicos y de especial trascendencia económica, como son las telecomunicaciones, el suministro y distribución de agua y energía, los servicios financieros y el transporte. Para estos servicios, la atención a la clientela se debería definir como un parámetro más que determine la calidad de la prestación del servicio.

Con todo, la normativa vigente ha puesto de manifiesto la necesidad de nuevas actuaciones, pues la práctica administrativa revela que un importante número de reclamaciones que atienden las autoridades competentes podrían ser resueltas a través de los servicios de atención a la clientela. Asimismo, se prevé que los servicios de atención a la clientela sean cada vez más importantes en el futuro como paso previo a la decisión de acudir a la vía judicial por parte de las personas consumidoras, por lo que resulta necesaria su modernización y adaptación a los diferentes usos comerciales.

II

La práctica muestra que muchas de las quejas y reclamaciones formuladas ante los servicios de protección de las personas consumidoras y usuarias no se presentarían si las empresas dispusieran de servicios de atención a la clientela más eficaces. Asimismo, el propio Informe Anual del Defensor del Pueblo, correspondiente al ejercicio 2020, señala que, en el ámbito de consumo, las quejas en esta materia se refirieron, en particular, al funcionamiento de los servicios de atención a la clientela. El servicio de atención a la clientela es clave para garantizar una buena imagen comercial de la empresa y determinante del grado de satisfacción de las personas consumidoras y usuarias. Estos servicios debieran ser respetuosos y acordes con los criterios emanados de los pronunciamientos de las autoridades competentes, así como de la jurisprudencia. Tan importante como maximizar la calidad técnica de los servicios prestados, tales como la continuidad del servicio, el cumplimiento de las ofertas, los contratos celebrados o los niveles de cobertura, es mejorar la relación con la clientela a través de los servicios de atención.

En un alto número de quejas y reclamaciones presentadas ante los servicios de protección de las personas consumidoras y usuarias se observa la reiteración de llamadas a servicios de atención a la clientela, atendidos por personal que, en ocasiones, no ha recibido formación específica, que da información diversa e incluso discrepante y que no facilita claves o números identificativos como se dispone en el artículo 21 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Tales carencias no solo generan la insatisfacción de las personas consumidoras y usuarias, sino que, a su vez, desprestigian la imagen comercial de las empresas, con el consecuente perjuicio anejo a las mismas en el seno del mercado.

Esta percepción generalizada de las múltiples carencias de los servicios de atención a la clientela se hace especialmente grave en relación con aquellas empresas que prestan servicios de tracto sucesivo, que son básicos para la ciudadanía, como ocurre con las telecomunicaciones, los suministros y otros de análoga naturaleza.

Además, como consecuencia de la pandemia del COVID-19, se han generado importantes cambios en los hábitos y dinámicas de consumo de las personas consumidoras y usuarias en nuestro país, con un significativo aumento de las compras de bienes *online*, así como de la contratación de servicios por esta misma vía.

En tal sentido se consideró necesario la adopción de medidas al efecto mediante el Real Decreto-ley 37/2020, de 22 de diciembre, de medidas urgentes para hacer frente a las situaciones de vulnerabilidad social y económica en el ámbito de la vivienda y en materia de transportes. Esta norma se vincula, en particular, al auge de las relaciones comerciales a distancia, que se han visto incrementadas con motivo de la pandemia, lo que hacía necesario eliminar trabas para el efectivo ejercicio de los derechos de las personas consumidoras y usuarias. Así, se procedió a modificar el texto



refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias con la finalidad, entre otras, de garantizar que las oficinas y servicios de información y atención a la clientela sean diseñados utilizando medios y soportes que salvaguarden los principios de accesibilidad universal y se prevé que, en el supuesto de que el empresario ponga a disposición de las personas consumidoras y usuarias una línea telefónica a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el uso de tal línea no suponga para las personas consumidoras y usuarias un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar. Además, en aquellos servicios básicos de interés general, las empresas prestadoras de los mismos deben disponer de un teléfono gratuito de atención a su clientela.

En función de estas consideraciones, con el objetivo fundamental de mejorar la protección de las personas consumidoras y usuarias y en línea con la Nueva Agenda del Consumidor de la Comisión Europea, adoptada el 13 de noviembre de 2020, por medio de esta ley se procede a abordar de manera integral la regulación de los servicios de atención a la clientela de las empresas, estableciendo unos parámetros mínimos de calidad que estos servicios deberán cumplir obligatoriamente, prestando una especial atención a los derechos e intereses de las personas consumidoras vulnerables.

III

Esta ley se estructura en un preámbulo, cuatro capítulos que agrupan un total de veintitrés artículos, una disposición adicional única, una disposición transitoria única, una disposición derogatoria única y ocho 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 a la clientela, que tendrán carácter obligatorio para las empresas.

El artículo 2 delimita el ámbito de aplicación de la ley por razón de la actividad: venta de bienes y prestación de determinados servicios. Además, se especifica que la ley solo se aplicará a los servicios de interés general prestados por las Administraciones públicas cuando medie una relación de consumo con la clientela, esto es, cuando las Administraciones públicas actúen en calidad de empresarios.

El criterio definitorio de las empresas que quedan excluidas del ámbito de aplicación de esta ley, salvo para los mencionados servicios de carácter básico de interés general que están en todo caso incluidos, parte de 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 ocupen a menos de 250 trabajadores 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», a las que seguirán resultando de aplicación, no obstante, las disposiciones al respecto contenidas en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. No obstante, en aras a la proporcionalidad, este criterio se ha modulado de tal forma que la presente ley resulte de aplicación a todas aquellas empresas que cumplan alguno de dichos requisitos, no considerándolos de forma cumulativa, así como para hacer alusión al concepto de grupo de sociedades en el sentido del artículo 42 del Código de Comercio. Con esta modulación se busca incluir también, dentro del ámbito de aplicación de esta ley, a los proveedores de bienes o prestadores de servicios que operan a través de distintas sociedades pero que, en su conjunto, tienen capacidad económica y recursos para hacer frente a las disposiciones de la norma.

Respecto del ámbito de aplicación de la norma, es preciso tener en cuenta que hay sectores que ya cuentan en la actualidad con normativa propia que regula determinados aspectos de los servicios de atención a la clientela. Es por ello por lo que, en aras de la seguridad jurídica, en el apartado 4 del artículo 2 se positiviza el principio de especialidad. A tal efecto, resultarán de aplicación preferente las normativas sectoriales que regulen los aspectos incluidos en esta norma. Este principio de especialidad opera tanto respecto de las normativas nacionales de ámbito sectorial, algunas de las cuales son modificadas por la propia ley en virtud de sus disposiciones finales, como de Reglamentos de la Unión Europea, que resultan de aplicación directa.

Del mismo modo, en el ámbito de las entidades del sector financiero se prevé la aplicación de la normativa sectorial en materia de servicios de atención a la clientela, con el objetivo de garantizar los más altos niveles de protección también en este sector y la adecuación al principio de proporcionalidad en la aplicación de las obligaciones que se recogen en su normativa sectorial, siendo el presente texto de carácter supletorio.



Además, debe establecerse expresamente la no aplicación de determinados preceptos de esta norma, debido a las particularidades del sector financiero y con el único objetivo de salvaguardar la seguridad jurídica. Sería el caso, en primer lugar, de los apartados concretos de los artículos 4 y 13 al no ser compatibles con el funcionamiento de los servicios de atención a la clientela en el ámbito financiero. En segundo lugar, en lo relativo a los artículos 18 y 19, las particularidades del sector financiero hacen que su aplicación se solape con la regulación sectorial. En relación con los artículos 21 y 22, se produce un solapamiento con los mecanismos de control, evaluación y auditoría interna a los que ya están sometidas las entidades financieras, que ya garantizan altos estándares de protección al consumidor financiero. Y, por último, la exclusión del artículo 23 se deriva de la necesidad de garantizar que la supervisión y sanción en la materia recaiga sobre el Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, en función del tipo de entidad supervisada de que se trate, y como se indica en el apartado 5 del artículo 2.

La ley establece los principios generales que han de regir los servicios de atención a la clientela, prestando especial atención a las empresas prestadoras de servicios y, más concretamente, a aquellas que tienen un impacto directo y significativo sobre el medio ambiente como son las empresas de suministro de energía. Además, exige que los medios de interlocución de atención a la clientela figuren en los contratos. Por último, se establece la obligación para las empresas de que la respuesta a las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias se lleve a cabo en la misma lengua en la que se realizaron estas.

En el capítulo II se aborda la regulación de los niveles mínimos de calidad exigible a los servicios de atención a la clientela de las empresas, regulándose aspectos básicos de estos servicios tales como los medios mínimos que las empresas deben poner a disposición de su clientela. En este sentido, se considera básico que el servicio se preste, al menos, a través del mismo medio por el que se inició la relación contractual, pues se considera que es el más idóneo para que la clientela pueda llevar a cabo estas comunicaciones, dado que fue el elegido por su parte inicialmente. No obstante, en aras de facilitar la comunicación independientemente del lugar de residencia de la clientela, también se deberá permitir el inicio de comunicaciones por parte de la clientela a través de medios de comunicación a distancia, tales como la vía postal, telefónica o a través de medios electrónicos.

En este punto, se pretende que la norma abarque los desarrollos tecnológicos tanto presentes como futuros, pudiéndose hacer uso de sistemas de inteligencia artificial que faciliten y sistematicen las comunicaciones entre las partes. No obstante, se considera fundamental que la clientela pueda acceder, si así lo desea, a una atención personalizada por parte de la empresa, que deberá ser prestada por personas formadas para ello.

Con independencia de los medios elegidos por la empresa para prestar el servicio, el artículo 10 contempla disposiciones específicas respecto de la atención telefónica, pues suele ser el medio más habitual puesto a disposición de la clientela por parte de las empresas para llevar a cabo las comunicaciones entre las partes.

Este capítulo también contempla los requisitos mínimos para la tramitación y resolución de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias, incluidos los medios materiales y humanos, a los que se deberá formar de manera suficiente y proporcional para garantizar los derechos previstos en la norma, atendiendo a las características de la clientela de la empresa en su conjunto.

Por su parte, 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 evaluación del nivel de calidad del servicio conseguido, que incluirá, en todo caso, los parámetros que se contemplan en el capítulo II y una copia actualizada de la documentación descriptiva de dicho sistema que deberá estar a disposición de la Administración competente en materia de consumo. Este sistema de evaluación deberá ser auditado de forma anual en aras de comprobar la fiabilidad y precisión de las mediciones publicadas por las empresas. Ante el amplio espectro de sectores a los que aplica la norma, las empresas auditoras que lleven a cabo estos trabajos deberán estar acreditadas ante la Entidad Nacional de Acreditación, para garantizar su solvencia técnica y conocimientos de los distintos sectores auditados.

El capítulo IV 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 derechos e intereses de las personas consumidoras y usuarias, 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, así como en la legislación autonómica que resulte de aplicación según corresponda.

Asimismo, se recoge en la ley una disposición transitoria única, que establece un período de seis meses desde la entrada en vigor de la misma para la adaptación a las novedades establecidas y una disposición derogatoria única.

Igualmente, en aras de la seguridad jurídica, se incorporan cuatro disposiciones finales tendentes a modificar la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, y la Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones.

En lo que tiene que ver con la modificación del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, se modifican los apartados 1 y 4 del artículo 20 para incluir una previsión que permite al consumidor o usuario conocer todos los componentes que incluye el precio final completo y que permitirán comprobar su exactitud. Por otro lado, se recoge una previsión sobre las reseñas que permite aumentar su fiabilidad al obligar al empresario a garantizar que las reseñas publicadas han sido efectuadas por consumidores y usuarios que verdaderamente han utilizado o adquirido el bien o servicio.

Se modifica por su parte el artículo 62 para garantizar que la voluntad del consumidor o usuario se manifiesta de forma inequívoca.

En cuanto a la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, se modifica el artículo 27 para añadir una nueva práctica considerada como desleal por engañosa, esto es, que se dirijan a las personas consumidoras de forma individualizada y personalizada sin informar en la misma comunicación de los parámetros utilizados para dicha personalización.

En el ámbito financiero se debe garantizar la máxima protección a la clientela y una elevada seguridad jurídica. Por ello, se modifica la regulación sectorial de protección a la clientela recogida en la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, con el objetivo de actualizar y elevar los niveles de protección a la clientela, en línea con la presente norma, pero asegurando la prevalencia de la normativa sectorial. Así, se elevan los requisitos materiales que deben ser alcanzados por los servicios de atención a la clientela en el sector financiero, pero teniendo en consideración las particularidades del mismo.

A nivel sectorial, la articulación del sistema de protección del consumidor financiero se apoya en dos niveles complementarios: el primero basado en los servicios de atención a la clientela, un primer nivel de defensa, que se refuerza a nivel material y formal con la modificación recogida en la presente ley, y un segundo nivel basado en los servicios de reclamaciones de los supervisores sectoriales.

En este sentido, la naturaleza de las incidencias y consultas en el sector financiero hace que deba particularizarse su tratamiento en los servicios de atención a la clientela. La amplia red de oficinas físicas y de medios de comunicación electrónicos de que se dispone en el sector hace que se articule un primer nivel de contacto con los usuarios financieros, que permite a estos, con mayor agilidad, resolver las posibles consultas e incidencias en relación con los servicios contratados. No obstante, dicha resolución pudiera, en determinados casos, no ser satisfactoria para el usuario, lo que genera la necesidad de conectar esa primera línea de contacto con el usuario con los servicios de atención a la clientela, que en este sector podrán resolver también las quejas y reclamaciones que se deriven de incidencias o consultas no resueltas satisfactoriamente por la oficina o departamento que hubiera prestado el servicio, asegurando así la máxima protección de los consumidores. Además, si la petición no fuera atendida o fuera desestimada, se podrá acudir a los servicios de reclamaciones del Banco de España, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores y de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Estos servicios sí que podrán resolver directamente las consultas planteadas por los consumidores, pero de una naturaleza distinta a la que se pueda plantear por este en el marco del servicio prestado, ya que se centran en las normas aplicables en materia de transparencia y protección a la clientela, así como sobre los cauces legales existentes para el ejercicio de sus derechos, siendo de diferente naturaleza a las previstas por esta ley.

La exclusión financiera o falta de acceso a servicios y productos financieros apropiados para llevar una vida social normal es un fenómeno complejo en el que se interrelacionan factores como la distribución de la población en el territorio, su estructura de edad, sus características socioeconómicas o los canales de distribución de los servicios financieros disponibles. Un número sustancial de municipios españoles



carece de una oficina bancaria y, en ocasiones, las alternativas de atención presencial no siempre están disponibles. En otros casos, los canales digitales y telemáticos no se adaptan al nivel de familiaridad, uso y conocimiento de algunos segmentos de la población, con respecto a estas tecnologías, impidiendo en la práctica su uso.

En general, la información estadística disponible muestra una menor capacitación digital de las personas de más edad, menor renta y que vive en municipios de menor tamaño. Son estos grupos, por tanto, los más vulnerables frente a la falta de acceso a los servicios financieros y la exclusión financiera.

Se hace necesario, por todo ello, aplicar también al ámbito del servicio de atención al cliente el principio de prestación personalizada de servicios financieros, que debe tener en consideración circunstancias personales de los clientes, como la edad, la situación de discapacidad, la condición de persona extranjera y su situación administrativa y el nivel de competencias digitales, además de las características de la zona geográfica en la que reside, entre otras. Así, se exige a las entidades financieras que aseguren que el canal que ponen a disposición del público para el servicio de atención a la clientela, ya sea presencial, telefónico o telemático, o una combinación de los mismos, es el más adecuado teniendo en cuenta dichas características.

También el régimen de atención telefónica se recoge en la normativa sectorial, por su importancia en la mejora de las condiciones materiales del servicio de atención a la clientela, pero con las debidas adaptaciones a las particularidades del sector financiero. Es preciso destacar que no cabe la presentación de quejas y reclamaciones por esta vía debido a la necesaria información contractual que debe aportar la clientela a la hora de iniciar el proceso.

Por último, se garantiza en esta ley que la supervisión en materia de atención a la clientela de las entidades del sector financiero se siga ejerciendo por los supervisores sectoriales, la Comisión Nacional del Mercado de Valores, el Banco de España y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, manteniendo los altos estándares de cumplimiento que vienen exigiendo los supervisores sectoriales.

En el sector de las telecomunicaciones, partiendo de la prevalencia de la normativa sectorial que recoge esta ley, se reforma la Ley 11/2022, de 28 de junio, en aras de garantizar la seguridad jurídica. Se busca con ello adaptar el contenido de la ley al sector de las telecomunicaciones teniendo en consideración las particularidades del mismo.

Finalmente, se regula pormenorizadamente los títulos competenciales que amparan su promulgación, las facultades de desarrollo y su entrada en vigor.

IV

Esta iniciativa legislativa cumple los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia establecidos en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Su necesidad y eficacia se justifican por la necesidad de una mayor protección de las personas consumidoras y usuarias y la mejora del funcionamiento del mercado de bienes y servicios, además de la idoneidad del instrumento normativo elegido para garantizar la correcta adaptación de nuestro derecho modificando la legislación estatal existente. Se pretende garantizar que los servicios de atención a la clientela implementados por las empresas constituyan de una forma efectiva un mecanismo de resolución de los conflictos que puedan derivarse de la ejecución de los contratos, mejorando el bienestar de las personas consumidoras y usuarias, contribuyendo al mismo tiempo a reducir la litigiosidad actualmente existente.

La proporcionalidad de la iniciativa se justifica por la actual disparidad de criterios y sistemas establecidos por las empresas en distintos sectores, lo que conlleva la necesidad de implementar unas garantías mínimas para la protección integral de las personas consumidoras y usuarias independientemente de la relación de consumo de la que se trate. Las nuevas obligaciones impuestas a los operadores económicos tienen como única finalidad garantizar que la clientela pueda ejercer de forma efectiva sus derechos en el ámbito de consumo, siendo tales obligaciones las mínimas necesarias para tal garantía. Esta flexibilidad en aras de la proporcionalidad también se extiende al cumplimiento de los nuevos requisitos administrativos en relación con las pequeñas y medianas empresas.

Asimismo, se garantiza la seguridad jurídica en relación con la normativa que regula los servicios de atención a la clientela tanto horizontal como sectorial. A tales efectos, se incide en la preminencia de la normativa sectorial sobre la horizontal y se llevan a cabo modificaciones de la normativa sectorial de aplicación en aras de garantizar unos derechos análogos a las personas consumidoras independientemente del sector de que se trate.



Esta iniciativa cumple también con el principio de eficiencia, al no suponer cargas administrativas innecesarias y racionalizar la gestión de los recursos de las autoridades de consumo en aras de conseguir una protección integral eficiente de los derechos de las personas consumidoras y usuarias. Las obligaciones impuestas a los operadores económicos son lo suficientemente flexibles para permitir la asignación eficiente de sus recursos y la adaptación al sector en el que operen.

Por último, en cuanto al principio de transparencia, se ha dado cumplimiento a los trámites de consulta pública previa y de audiencia e información pública, de conformidad con las exigencias del artículo 26 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno.

Este texto normativo contribuye a dar cumplimiento al hito 436, perteneciente a la Reforma 3 del Componente 11 de la Decisión de Ejecución del Consejo (CID por sus siglas en inglés), relativa a la aprobación de la evaluación del Plan de Recuperación y Resiliencia de España, definiendo las acciones que garanticen a los clientes el ejercicio de sus derechos en relación con los contratos suscritos y estableciendo normas de calidad y exigencias de control o auditoría para verificar la aplicación de dichas acciones.

Esta ley se dicta al amparo del artículo 149.1. 1.ª, 6.ª, 8.ª, 11.ª y 13.ª de la Constitución Española, que atribuyen al Estado, respectivamente, la competencia sobre la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de sus derechos; la competencia exclusiva sobre legislación mercantil; en materia de bases de las obligaciones contractuales; de bases de la ordenación de crédito, banca y seguros y la competencia sobre las bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto.

Esta ley tiene por objeto la regulación de los niveles mínimos de calidad y de la evaluación de los servicios de atención a la clientela de las empresas que presten determinados servicios de carácter básico de interés general y de las grandes empresas.

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

1. Esta ley será de aplicación a todas las empresas, establecidas en España o en cualquier otro Estado, que lleven a cabo la ejecución efectiva de los siguientes servicios de carácter básico de interés general, ofrecidos o prestados en territorio español:

- a) Servicios de suministro y distribución de agua, gas y electricidad;
- b) Servicios de transporte aéreo de pasajeros, de transporte de viajeros por ferrocarril, de transporte de pasajeros por mar o por vías navegables y de transporte de viajeros en autobús o autocar;
- c) Servicios postales;
- d) Servicios de comunicaciones electrónicas, incluidos los servicios telefónicos que se regirán por su normativa sectorial de aplicación y, en particular, por la Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones; y
- e) Servicios financieros, que se regirán por su normativa sectorial de aplicación y, en particular, por la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero.

Se incluyen en el ámbito de aplicación de esta ley a las empresas prestadoras de los servicios públicos prestados por las Administraciones públicas en los sectores citados en este apartado cuando medie una relación de consumo con su clientela.

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.

En aras de la proporcionalidad, se adaptarán los requisitos previstos en esta norma para su aplicación flexibilizada a aquellas cooperativas y entidades sin ánimo de lucro que presten, aun de forma eventual, servicios de carácter básico de interés general y que ocupen menos de 250 trabajadores y trabajadoras.

2. Esta ley será de aplicación a las empresas y grupos de sociedades, en el sentido del artículo 42 del Código de Comercio, establecidos en España o en cualquier otro Estado, que lleven a cabo la venta de bienes o la prestación de servicios diferentes a los recogidos en el apartado anterior en territorio español destinados principalmente a personas consumidoras y usuarias conforme al artículo 3 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, siempre y cuando, en el ejercicio económico anterior, de forma individual o en el seno del grupo de sociedades del que formen parte, hayan ocupado al menos a 250 personas trabajadoras, su volumen de negocios anual haya



excedido de 50 millones de euros, o su balance de negocios anual haya excedido de 43 millones de euros.

3. La ley será de aplicación independientemente del canal de comunicación elegido, de la inclusión del servicio de atención a la clientela en la estructura organizativa de la empresa o en la de un tercero o de la ubicación geográfica del punto de comunicación con las personas consumidoras y usuarias.

4. Lo establecido en esta ley se aplicará con carácter supletorio respecto de lo dispuesto en otras leyes generales para la defensa de las personas consumidoras y usuarias o en la normativa sectorial que regula los servicios de atención a la clientela, considerando siempre de aplicación preferente la normativa sectorial.

5. En particular, los servicios financieros se regirán en lo referido a la atención a la clientela por la normativa sectorial que les sea de aplicación en cada momento, siendo la presente norma de aplicación supletoria. No obstante, no serán de aplicación al sector financiero el apartado 8 del artículo 13, ni los artículos 18, 19, 21, 22 y 23.

La supervisión de la normativa en materia de servicios de atención a la clientela en el sector financiero recaerá, en todos los casos, en las autoridades supervisoras competentes que regule la propia normativa sectorial.

6. Asimismo, los servicios de comunicaciones electrónicas se regirán en lo referido a la atención a la clientela por la normativa sectorial que les sea de aplicación en cada momento, siendo la presente norma de aplicación supletoria.

7. Esta ley será también aplicable a la Administración General del Estado y sus organismos y empresas dependientes.

8. De acuerdo con la normativa general de protección al consumidor, esta ley es de aplicación a la oferta onerosa de productos y servicios, cuando el consumidor o usuario los contrate a cambio de una contraprestación.

Artículo 3. Definiciones.

A los efectos de esta ley se entenderá por:

1. 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.

A los efectos de aplicación de esta ley, también serán considerados clientes:

a) Las personas consumidoras y usuarias que hayan sido dadas de alta en la prestación de servicios sin su consentimiento;

b) 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.

c) Las personas consumidoras y usuarias que hayan adquirido un producto y el mismo siga cubierto por el plazo legal o comercial de garantía.

2. Consulta: solicitud de información o asesoramiento realizada por la clientela en relación con el bien o servicio contratado u oferta comercial personalizada. Asimismo, y en el caso de suministros de servicios energéticos, se incluirán en esta categoría las consultas relacionadas con ahorro, eficiencia energética y energía renovable.

A estos efectos, se distinguen dos tipos de consultas:

a) Consultas que se resuelven al momento.

b) Consultas que para su resolución requieren de acciones posteriores, que se equiparan, salvo en lo relativo a la entrega del justificante y clave identificativa, a las quejas o reclamaciones.

3. Empresa o empresario: los definidos como empresario en el artículo 4 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.

A efectos de su inclusión en esta norma se considerará que la mención a «empresa o empresas» incluye también a la Administración General del Estado y sus organismos o entidades dependientes.

4. 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, el cambio de tarifas o del plan de precios y otras análogas.



5. Niveles mínimos de calidad: parámetros objetivos de calidad que tienen carácter imperativo para toda empresa que lleve a cabo la venta de bienes o la prestación de servicios incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley.

6. Oferta comercial personalizada: práctica comercial dirigida de forma expresa a un consumidor o usuario, identificado mediante sus datos personales, que, de un modo adecuado al medio de comunicación utilizado, incluya información sobre las características del bien o servicio y su precio adaptado a las circunstancias personales de dicho consumidor o usuario, de tal forma que le permita tomar una decisión sobre la contratación de los mismos.

7. Personas con discapacidad: son las definidas en el artículo 4 del texto refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre.

8. Personas consumidoras vulnerables: son las definidas en el apartado 2 del 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.

9. Personas consumidoras y usuarias: las personas definidas en el apartado 1 del 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.

10. Queja o reclamación: cualquier manifestación relativa a la defectuosa provisión del producto o prestación del servicio objeto del contrato suscrito o del incumplimiento o cumplimiento defectuoso de la oferta realizada, comunicada por la clientela al servicio de atención, independiente de su calificación interna como queja, reclamación, incidencia u otras denominaciones análogas.

11. Servicios de atención a la clientela: la organización de medios materiales y personales que la empresa pone a disposición de la clientela, cuya finalidad es la recepción de consultas, gestión y resolución de quejas o reclamaciones, averías o cualquier otra incidencia técnica, comercial o administrativa relativa a la venta de bienes o a la prestación de servicios, independientemente de que sean gestionados por la propia empresa o por un tercero.

Los canales de comunicación que utilicen las empresas podrán incluir la comunicación presencial (establecimientos abiertos al público, visitas de agente comercial), siempre que no esté expresamente prohibido en la normativa sectorial que resulte de aplicación, y cualquier forma de comunicación a distancia para la interlocución (correo ordinario, atención telefónica, correo electrónico, formulario web u otras formas de comunicación electrónica). En cualquier caso, deberá tenerse en consideración la obligación de atención por persona física (no de modo automático o maquina), a demanda del cliente.

12. Soporte duradero: el soporte definido como tal en la letra q) del apartado 1 del artículo 59 bis 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.

13. Personas de edad avanzada: aquellas personas de 65 años o más.

14. Operador: persona física que presta la atención especializada en el servicio de atención a la clientela, con formación y capacitación adecuada en función del sector de la actividad.

Artículo 4. Principios generales.

1. Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley deberán disponer de un servicio de atención a la clientela gratuito, eficaz, universalmente accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable.

2. El servicio de atención a la clientela al que se refiere el apartado anterior, además de cumplir los requisitos que establece el artículo 21 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, deberá permitir a la clientela:

a) La presentación de quejas, reclamaciones, incidencias o consultas y la recepción de la comunicación de su resolución;

b) Reclamar con celeridad en caso de error, defecto, deterioro o cualquier otra incidencia;

c) 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;

d) 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.



e) 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 de acuerdo con lo previsto en el artículo 15.

3. En el caso de las empresas prestadoras de servicios, el servicio de atención a la clientela deberá permitir, además:

a) 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;

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

c) 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;

d) 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.

4. En el supuesto de contratos de servicios de tracto sucesivo, no podrá suspenderse la prestación del servicio por parte del empresario con posterioridad a la presentación de la reclamación si la reclamación está directamente relacionada con el motivo de la pretendida suspensión, salvo que el mantenimiento del servicio pudiera afectar a la seguridad de las personas o de las cosas y en tanto no tenga lugar la comunicación a la persona consumidora de la resolución expresa y motivada de aquella, salvo en los casos en los que así lo determine la normativa sectorial que resulte de aplicación. Esta prohibición de suspensión de las prestaciones de servicios de tracto sucesivo se extenderá en el caso de que la queja, reclamación o incidencia sea elevada por la clientela a otros sistemas de resolución extrajudicial de conflictos contemplados en el apartado 7 del artículo 13.

5. Las empresas deberán informar a sus clientes de las incidencias que afecten a la prestación del servicio o a su continuidad a través de los canales o datos de contacto preferente indicados por la clientela en el contrato, debiendo informar de la incidencia en un soporte duradero, en función del canal de comunicación elegido. A tales efectos, los clientes deberán mantener actualizados sus datos de contacto.

Las empresas distribuidoras de electricidad, agua y gas natural deberán informar, de forma inmediata y completa (origen de la incidencia, afectación, medidas adoptadas y plazo de resolución y restauración del suministro) a las empresas comercializadoras de posibles incidencias que afecten al suministro.

Reglamentariamente, la administración competente determinará las condiciones en que deberá suministrarse esta información, que deberá ser veraz y precisa, incluyendo los derechos e indemnizaciones que en su caso procedan, y será comunicada por las empresas de forma inmediata, una vez que tengan conocimiento de la incidencia y sin necesidad de que le sea requerida expresamente por el usuario. En aquellos sectores en los que exista la obligación de separación de actividades, cuando la empresa que recibe una queja, reclamación o incidencia no sea la única responsable de su gestión, se aplicarán las responsabilidades diferenciadas que se establezcan en las normativas sectoriales que regulen los aspectos incluidos en esta norma.

6. Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley deberán garantizar la accesibilidad a los servicios de atención a la clientela a las personas consumidoras vulnerables, en especial a las personas con discapacidad y a las personas de edad avanzada, atendiendo, de forma específica, al nivel de competencias digitales de estas personas. Cuando una persona consumidora vulnerable formule una queja, reclamación o comunicación de incidencia de forma presencial, la empresa deberá poner a disposición de la persona consumidora que lo solicite los medios de apoyo y prestarle la asistencia individualizada y personal que pudiera requerir a tal efecto. En el ámbito de aplicación de esta ley se tendrán en cuenta los principios de igualdad de trato, no discriminación y accesibilidad universal.

7. Las empresas asumirán la carga de la prueba del cumplimiento de las obligaciones que les impone esta ley.

Artículo 5. Información sobre el servicio de atención a la clientela.

1. 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. En estos soportes, dicha información deberá ser universalmente accesible y contar con un tamaño, presentación y formato que permita su fácil lectura por parte del cliente incorporando también formato de lectura fácil y pictogramas y estar ubicada en un lugar destacado, debiendo figurar, en el caso de las páginas web, en la página de inicio. A tales efectos, la



información deberá cumplir, al menos, con los requisitos establecidos en la letra b) del apartado 1 del artículo 80 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.

En el caso de que la información al usuario esté contenida en medios audiovisuales, estos deben ser accesibles.

Si el servicio de atención al cliente se presta de manera presencial, los mostradores de puntos de atención deberán disponer de medidas que faciliten la accesibilidad a la información y a la comunicación.

2. Cuando el contrato se formalice en un título de transporte, o documento de compra, cuyo tamaño imposibilite que figuren en el mismo los canales de comunicación de atención a la clientela habilitados por la empresa, estos estarán visibles en los lugares de venta de los productos o servicios adquiridos, en las páginas web de las empresas proveedoras de bienes o prestadoras de servicios y en el propio medio de transporte o documento de compra, con arreglo a las exigencias de accesibilidad previstas en el apartado anterior y todo ello en términos de accesibilidad universal, incluida la accesibilidad digital y la accesibilidad cognitiva mediante formato de lectura fácil y/o pictogramas.

3. Sin perjuicio de las demás obligaciones de información que establece 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, así como la normativa sectorial que resulte de aplicación, antes de que la persona consumidora o usuaria quede vinculada por un contrato u oferta comercial correspondiente, la empresa le facilitará de forma clara y comprensible y en formato universalmente accesible la siguiente información sobre el servicio de atención a la clientela:

a) Canales de comunicación disponibles, incluyendo, como mínimo, los indicados en el apartado 1 del artículo 7 de acuerdo con la normativa que resulte de aplicación en cada caso.

b) Mecanismo que garantice a la clientela, a través de un soporte duradero, la constancia de la formulación o presentación y del contenido de las consultas, quejas o reclamaciones e incidencias.

c) Medio que facilite a la clientela el seguimiento del estado de tramitación del procedimiento en el que esté interesado y que no haya sido resuelto de forma telefónica o por medios telemáticos en la comunicación inicial del cliente, que ha de ser inteligible, viable, sencillo, gratuito y fácilmente accesible, en atención a las características particulares de la clientela en todos los formatos atendiendo a las necesidades de la clientela.

d) En el caso de los servicios básicos de interés general previstos en el apartado 1 del artículo 2 que se presten de forma continuada en el tiempo, el tiempo máximo previsto para la resolución de los distintos tipos de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias posibles que, en ningún caso, podrá ser superior al establecido en la normativa general o sectorial de aplicación.

e) Canales de comunicación disponibles para comunicar la resolución de las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias que deberá incluir, como mínimo, los indicados en el apartado 1 del artículo 7.

f) Sistemas de resolución extrajudicial de conflictos a los que la clientela puede tener acceso y cómo puede acceder a ellos. Aquellas empresas que no estén adheridas a estos sistemas de resolución deberán informar a sus clientes, en caso de conflicto con la empresa, acerca de los organismos a los que pueden acudir para defender sus derechos y, al menos, acerca de los organismos sectoriales y de aquellos acreditados en su territorio en virtud de la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.

g) Horario del servicio de atención a la clientela.

4. La información sobre el servicio de atención a la clientela a que hace referencia el apartado anterior formará parte integrante de los contratos celebrados por la empresa y, sin perjuicio de otros soportes informativos, se incluirá, en todo caso, en su página web, si la hubiese, así como en las facturas que se emitan en relación con el contrato.

5. En caso de que el medio utilizado sea la atención telefónica, deberá suministrarse la información prevista en el apartado 3 y, además, se introducirán locuciones informativas, a las que se podrán acceder voluntariamente, que, sin coste adicional para la persona que efectúa la llamada, faciliten nuevamente el acceso a dicha información, de forma inteligible, comprensible, fácilmente accesible y con sistemas de mensajería instantánea y videollamada que posibiliten la comunicación tanto de consumidores y usuarios con problemas de comunicación oral o auditivos como de personas con parálisis cerebral sin comunicación oral o disartria asociada. Además, deberá ofrecerse un medio alternativo para que las



personas con discapacidad, particularmente aquellas con problemas de audición y de expresión oral, puedan contactar con el servicio de atención a la clientela.

CAPÍTULO II

Niveles mínimos de calidad

Artículo 6. Parámetros mínimos de calidad.

Los servicios de atención a la clientela de las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley deberán garantizar el nivel mínimo de calidad que se corresponde con el cumplimiento de los parámetros de calidad que se relacionan en este capítulo.

Artículo 7. Medios de comunicación a disposición de la clientela.

1. 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 siempre la accesibilidad universal.

2. Se asegurará que el consumidor, en la presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias de las empresas que prestan servicios en comunidades autónomas con lengua oficial diferente al castellano se realice en castellano, o en cualquiera de las lenguas oficiales cuando el servicio de atención a la clientela sea dirigido a clientela sita en comunidades autónomas que dispongan de lenguas oficiales.

3. En el caso de que se facilite una dirección postal a los efectos de esta ley, y la misma sea distinta de la correspondiente con el domicilio social de la empresa o de la que aparezca en su página web, será válida la consulta, queja, reclamación o incidencia presentada en cualquier de esas direcciones.

4. Los establecimientos fijos abiertos al público, sean propios o franquiciados, de las empresas en el ámbito de aplicación de esta ley también deberán aceptar las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias de los clientes, entregándoles la clave identificativa, correspondiente en los términos establecidos en los artículos 11 y 12. En el caso de que dichas empresas dispongan de un servicio centralizado y gratuito, adaptado a la presente norma, de atención a las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias de sus clientes, 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.

Artículo 8. Atención personalizada.

1. Se prohíbe el empleo de contestadores automáticos u otros medios análogos como medio exclusivo de atención a la clientela.

2. A solicitud de la persona consumidora o usuaria, cuando una consulta, queja, reclamación o comunicación de incidencia se formule vía telefónica o electrónica, la empresa ha de garantizar una atención personalizada desde las opciones que ponen a disposición del cliente en su menú principal del canal telefónico. En este sentido, la utilización de contestadores automáticos, *bots* conversacionales u otros medios análogos deberá ofrecer a la clientela la posibilidad de solicitar una atención personalizada desde las opciones que ponen a disposición del cliente en su menú principal, en cualquier momento de la interacción, desde su inicio.

A tales efectos, se considera atención personalizada la ofrecida directamente a través de una persona física operadora que contesta en tiempo real a la clientela, que deberá identificarse, en todo caso, al inicio de la conversación. La identificación del operador u operadora respetará, en cualquier caso, la normativa vigente sobre protección de datos personales.

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 desde que la clientela efectúe la solicitud.

3. 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. Cuando no sea posible dicha transferencia en un plazo inferior a tres minutos, la empresa podrá contactar con posterioridad, siempre dentro del mismo día laborable en que recibe dicha comunicación.

4. Las empresas no podrán cortar una comunicación con el cliente por razón de tiempo de espera elevado.



5. Cuando un consumidor o usuario en situación de vulnerabilidad formule una queja, reclamación o comunicación de incidencia de forma presencial, la empresa deberá poner a su disposición los medios de apoyo y prestarle la asistencia individualizada y personal que pudiera requerir a tal efecto.

6. A solicitud de la persona consumidora o usuaria sita en comunidades autónomas que dispongan de varias lenguas oficiales, se asegurará la atención en el idioma oficial que se solicite, siempre y cuando la empresa preste servicios en aquellas comunidades autónomas que disponen de lengua oficial diferente al castellano y la lengua utilizada sea oficial en dicha comunidad autónoma.

Artículo 9. Medios materiales y humanos.

1. 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, independientemente de que dicho servicio sea prestado de forma directa o no, pudiendo adaptar sus medios técnicos y humanos a las distintas necesidades temporales del ejercicio de su actividad.

Asimismo, las empresas asegurarán la transmisión de información requerida por este departamento al resto de departamentos de la empresa y la coordinación entre los mismos, con pleno respeto a la protección de datos de carácter personal.

2. El personal que preste atención personalizada a la clientela, así como quien diseñe y gestione los medios automatizados que se puedan utilizar a tales efectos, deberá contar con una formación y capacitación adecuada, en función del sector o de la actividad, que garantice la eficacia en la gestión que realice, incluyendo una formación específica previa en idiomas cooficiales y accesibilidad universal, en atención a personas consumidoras vulnerables y usuarias en situación de vulnerabilidad y, en especial, a personas con discapacidad o de edad avanzada. A tal efecto, la empresa será responsable de proporcionar al personal la formación y capacitación continuada que sea necesaria para adaptar sus conocimientos sobre la actividad a las lenguas cooficiales, a las variaciones tecnológicas y necesidades del mercado incluyendo, en cualquier caso, formación sobre accesibilidad universal.

Artículo 10. Régimen de atención telefónica.

1. Las empresas pondrán a disposición de la clientela un servicio de atención telefónica a los efectos de esta ley y deberán asegurar que el uso de la atención telefónica no suponga para la persona consumidora y usuaria un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar. Asimismo, las empresas podrán poner a disposición de los clientes un servicio de mensajería instantánea para resolver dudas al tiempo que se formaliza la prestación del servicio.

2. En el supuesto de utilizarse, de acuerdo con el apartado anterior, una línea telefónica de tarificación especial que suponga un coste para la persona consumidora o usuaria, el empresario le facilitará, junto con la información sobre dicha línea telefónica de tarificación especial, y en igualdad de condiciones, información sobre un número geográfico o móvil alternativo, e informando sobre el coste del servicio asociado a cada numeración.

3. La comunicación iniciada por la clientela vía telefónica deberá ser atendida de forma efectiva por la empresa a la mayor brevedad, garantizando que el 95 % de las llamadas recibidas sean atendidas, de media, en un plazo inferior a tres minutos.

A los efectos de este apartado, no se considerará que una comunicación iniciada por vía telefónica ha sido atendida de forma efectiva cuando dicha atención no permita a la clientela exponer el motivo de la comunicación y solicitar la atención personalizada por parte de un operador.

4. Se prohíbe la derivación de un teléfono gratuito a números que impliquen un coste para la clientela, ya sea vía telefónica, mediante mensajes de texto u otros análogos para la atención de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias. El servicio de atención a la clientela en ningún caso proporcionará ingresos adicionales, ni directos ni indirectos, a la empresa a costa de la clientela.

5. En el supuesto de personas con discapacidad auditiva, el canal telefónico será accesible y deberá complementarse, a elección de la persona con dicha discapacidad, con un sistema alternativo de mensajería escrita instantánea por aplicación de dispositivo móvil de uso generalizado o bien con un sistema de vídeo interpretación en lengua de signos u otro sistema de análoga naturaleza que permita cumplir con lo dispuesto en el artículo 15.

6. En el supuesto de personas de edad avanzada o con discapacidad el canal telefónico deberá ofrecerse y garantizarse la atención prioritaria respecto de otras personas consumidoras y usuarias.

Artículo 11. Tramitación centralizada de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias.



1. Las empresas deberán proporcionar a la clientela una clave identificativa de cualquier consulta, queja, reclamación o incidencia transmitida por las personas consumidoras o usuarias o, en caso de servicios de tracto sucesivo, deberán tener un método de identificación por usuario que les permita identificar fácilmente el usuario y la consulta, queja, reclamación o incidencia transmitida por la persona consumidora o usuaria.

En el caso de consultas, la clave identificativa únicamente será preceptiva en el supuesto de que las mismas requieran de acciones posteriores o se encuentren en el supuesto primero del artículo 12, no puedan ser contestadas durante el transcurso de la propia comunicación.

2. Los servicios de atención a la clientela comunicarán a la clientela, durante la interlocución relacionada con cada consulta, en su caso, queja, reclamación o incidencia, la clave identificativa de la misma, de modo que la simple referencia a esta permita a la clientela seguir el estado de su tramitación, de forma fácilmente accesible, viable y ágil.

Artículo 12. Constancia de la consulta, queja, reclamación o incidencia.

1. Cualquiera que sea el medio de presentación de la consulta, queja, reclamación o incidencia y, sin perjuicio de la asignación de una clave identificativa para facilitar su seguimiento, deberá entregarse por parte de la empresa, en el transcurso de la comunicación, cuando el cliente así lo solicite expresamente o en los casos que reglamentariamente se determine, un justificante de la consulta, queja, reclamación o incidencia presentada que permita la constancia del contenido, la fecha y la hora de su recepción por el destinatario. Dicho justificante será facilitado por la empresa entre los disponibles por la empresa, y en un soporte duradero, salvo que el cliente solicite de forma expresa un medio distinto al inicialmente propuesto por la empresa.

En el caso de consultas, a los efectos de este artículo, únicamente será preceptiva la entrega del justificante a la clientela siempre que implique la apertura de una solicitud de información concreta cuando la contestación a las mismas, por parte del servicio de atención a la clientela, tenga relación con un contrato previamente suscrito.

En caso de que la consulta, en su caso, queja, reclamación o incidencia sea presentada a través de una llamada telefónica, videollamada o mensajería instantánea, y si la clientela da su consentimiento expreso, la empresa deberá grabar la llamada con la finalidad establecida en este apartado e informará del medio para acceder a ella en el justificante que se remita. En estos supuestos, la empresa deberá conservar copia de esta grabación, o de su transcripción, al menos, hasta que la clientela haya sido notificada de la resolución de la consulta, queja, reclamación o incidencia de la que trae causa.

2. La entrega del justificante se realizará por la misma vía por la que se haya presentado la consulta, queja, reclamación o incidencia o por aquella que quien inicie la comunicación hubiera elegido de entre las puestas a disposición de la clientela por la empresa.

3. Quien inicie la comunicación deberá facilitar los datos necesarios para la entrega del justificante. En cualquier caso, se solicitarán por parte de la empresa cuando no hayan sido facilitados directamente por quien inicie la comunicación.

Artículo 13. Resolución y notificación.

1. La resolución de las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias deberá estar debidamente motivada. En tal sentido, la resolución deberá dar contestación a todas las cuestiones expuestas por la clientela e incorporar una motivación precisa y completa respecto de ellas en el caso de no acceder a las pretensiones de la clientela, sin que quepan contestaciones genéricas.

2. En ningún caso se podrá cerrar la tramitación de una consulta, queja, reclamación o incidencia por el transcurso del plazo fijado para su resolución que no sea imputable a la clientela.

3. En aquellos casos en los que la consulta, queja, reclamación o incidencia no sea presentada de forma completa, la empresa concederá un plazo no inferior a diez días hábiles a la clientela para su subsanación. Será a partir de la subsanación cuando se inicie el plazo de resolución de la consulta, queja, reclamación o incidencia. En caso de no subsanación por parte de la clientela de la consulta, reclamación o incidencia, se considerará resuelta.

4. En aquellos casos en que la empresa alegue el transcurso del plazo para la resolución por causas imputables a la clientela, la empresa asumirá la carga de la prueba. La prueba incluirá, asimismo, la constatación de haber informado previamente a la clientela de las consecuencias del transcurso del plazo, así como del otorgamiento del plazo indicado en el apartado anterior para su subsanación.

5. El medio utilizado para comunicar la resolución de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias a la clientela será el mismo por el que se haya presentado la consulta, queja, reclamación o incidencia o



por aquel que la clientela hubiera elegido de entre los puestos a disposición de la clientela por la empresa. En caso de que la reclamación se cierre a través de una llamada telefónica, videollamada o mensajería instantánea y si el cliente da su consentimiento expreso, la empresa deberá grabar la llamada con la finalidad establecida en este artículo e informará del medio para acceder a ella en el justificante que se remita y tomando las debidas precauciones respecto a los datos de carácter personal que contienen dichas grabaciones.

6. La respuesta a la consulta, queja, reclamación o incidencia deberá hacerse en la misma lengua en la que se haya presentado la consulta, queja, reclamación o incidencia por parte de la clientela de acuerdo con lo previsto en el apartado 2 del artículo 7.

7. En el caso de que en la resolución la empresa no acceda a las pretensiones de la clientela, deberá informar en la resolución sobre los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos a los que la clientela puede tener acceso y cómo puede acceder a ellos. Aquellas empresas que no estén adheridas a estos sistemas de resolución deberán informar a sus clientes en la resolución desestimatoria acerca de los organismos a los que pueden acudir para defender sus derechos y, al menos, acerca de los organismos sectoriales y de aquellos acreditados en su territorio en virtud de la Ley 7/2017, de 2 de noviembre.

8. El sometimiento de la queja, reclamación o incidencia a un sistema extrajudicial de resolución de conflictos dará lugar a la suspensión de las acciones de gestión de cobro o suspensión del servicio, en el caso de servicios de tracto sucesivo, relacionadas con ella, suspensión que deberá mantenerse en tanto no tenga lugar la comunicación a la persona consumidora o usuaria de la resolución expresa y motivada, salvo en aquellos casos en los que así lo determine la normativa sectorial aplicable.

9. La respuesta a las incidencias basadas en 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 se realizará, atendiendo a su propia y específica naturaleza, de manera simultánea y actualizada a todos los afectados a través del canal digital de la empresa, incluyendo correo electrónico, redes sociales, sitios web y/o aplicaciones móviles, y en su caso, a través de los oportunos medios de comunicación.

En cualquier caso, para aquellas incidencias presentadas a través de un medio no digital, la respuesta se llevará a cabo en el mismo formato en el que hubiese sido presentada la incidencia y, al menos, a través de vía SMS.

Artículo 14. Disponibilidad del servicio de atención a la clientela.

1. El horario del servicio atención al cliente se ajustará al horario comercial de la empresa, independientemente de si la actividad económica se lleva a cabo a través de establecimientos físicos o por vía electrónica. En el caso de que la actividad se lleve a cabo por vía electrónica, determinarán su horario comercial a estos efectos por el tiempo en que sea posible la realización de transacciones comerciales con los consumidores.

2. En todo caso, para los servicios básicos de interés general previstos en el apartado 1 del artículo 2 de esta norma que se presten de forma continuada, 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.

A los efectos de este apartado, se entenderá que los servicios básicos de interés general se prestan de forma continuada cuando el proveedor del servicio se obligue a realizar una sola prestación continuada en el tiempo o pluralidad de prestaciones sucesivas, periódicas o intermitentes, por tiempo determinado o indefinido, que se repiten, a fin de satisfacer intereses de la clientela de carácter sucesivo, periódico o intermitente de forma más o menos permanente en el tiempo.

Artículo 15. Accesibilidad a los servicios de atención a la clientela.

1. Los servicios de atención a la clientela serán diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de accesibilidad universal, igualdad de trato y no discriminación. Cuando excepcionalmente exista imposibilidad técnica, se preverán medios complementarios para garantizar el acceso a los mismos, en igualdad de condiciones, a personas consumidoras vulnerables y, en especial, a personas con discapacidad o a personas de edad avanzada, al menos a través del mismo medio por el que se inició la relación contractual.

En el supuesto de que el servicio de atención a la clientela se preste de manera presencial, los mostradores y puntos de atención deberán disponer de medidas que faciliten la accesibilidad a la información y a la comunicación.



2. A los efectos del apartado anterior, se presumirá la existencia de una situación de vulnerabilidad si esta se pone de manifiesto por la persona consumidora.

Artículo 16. Prestación diferenciada de la actividad de atención a la clientela.

1. El servicio de atención a la clientela deberá estar claramente identificado y diferenciado de las otras actividades de la empresa, de manera que la clientela pueda identificar claramente que este servicio tiene como finalidad resolver consultas, quejas, reclamaciones o incidencias.

2. 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 del artículo 2 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.

3. 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.

4. Deberán bloquearse por parte del operador que recibe la llamada las llamadas de servicios de comunicación vocal provenientes de números de tarifas especiales o inteligentes atribuidos a servicios distintos de los previstos en el apartado anterior.

De igual modo, el operador que origina o reciba la llamada bloqueará por iniciativa propia, o cuando así sea solicitado por la autoridad competente, cualquier comunicación vocal dirigida desde un número de teléfono del que hubiera indicios de originar llamadas comerciales sin código numérico específico o sin cumplir con lo previsto en el apartado 1 del artículo 66 de la Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones.

A tal efecto, los operadores deberán elaborar sistemas y procedimientos técnicos que permitan identificar de forma objetiva y razonable las llamadas comerciales identificadas en el párrafo anterior. Su utilización requerirá autorización expresa mediante resolución motivada dictada por la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales.

Una vez autorizados, el cumplimiento de estos criterios técnicos 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 a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales y, en su caso, a los operadores o proveedores afectados, aportando la información que justifique la medida adoptada.

Artículo 17. Plazo de resolución de consultas, quejas, reclamaciones e incidencias.

1. Las consultas, quejas, reclamaciones o incidencias, independientemente del medio a través del que se presenten, serán resueltas en el plazo más breve posible en función de la naturaleza del problema y, en todo caso, en el plazo máximo de quince días hábiles desde su presentación, salvo que la normativa sectorial establezca un plazo distinto.

2. No obstante lo anterior, en el supuesto de contratos de tracto sucesivo vinculados a los servicios de carácter básico de interés general indicados en el artículo 2, las consultas o incidencias que versen sobre la continuidad del servicio, tales como cortes o suspensión del servicio, deberán ser respondidas en el plazo máximo de dos horas, proporcionando la información de que se disponga sobre las causas que han provocado la incidencia y han afectado a la continuidad del servicio, así como del plazo estimado para la restauración del servicio.

3. 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.

Artículo 18. Implantación de un sistema de valoración de la satisfacción del cliente.

1. Las empresas deberán implantar y documentar un sistema que permita definir el grado de satisfacción de su clientela respecto al trato recibido por parte del servicio que le ha atendido, que permita identificar las causas de insatisfacción, especialmente si estas se derivan de la mala prestación del servicio y no de la atención al cliente. Las empresas llevarán un registro de la información que resulte de la implantación de este sistema. Este sistema habrá de diseñarse bajo los presupuestos de accesibilidad universal, atendiendo entre otros a criterios de accesibilidad cognitiva, contando igualmente con el sistema de video interpretación Svisual y un sistema alternativo de mensajería escrita instantánea, así como soportes accesibles que permitan el uso a las personas consumidoras vulnerables.



La implantación de este sistema deberá realizarse de acuerdo con la normativa laboral y, especialmente conforme a lo previsto en los apartados 4.d) y 5.f) del artículo 64 del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

2. En ningún caso podrán realizarse encuestas de satisfacción del servicio con anterioridad a la resolución de la consulta, queja, reclamación o incidencia.

Artículo 19. Colaboración con las asociaciones de consumidores y Administraciones públicas.

Las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley deberán establecer marcos estables de colaboración con las asociaciones de consumidores y usuarios más representativas en su ámbito territorial, bien de forma general, bien de forma sectorial, en relación con los servicios de atención a la clientela y el mantenimiento de su calidad y eficacia.

La Administración fomentará la colaboración de los órganos consultivos en materia de consumo y las asociaciones de consumidores que los integran, con las organizaciones de empresarios y las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley con objeto de establecer marcos estables de colaboración, bien de forma general, bien de forma sectorial, en relación con los servicios de atención a la clientela y el mantenimiento de su calidad y eficacia.

Estos marcos estables de colaboración se regirán por lo establecido 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, para los convenios o acuerdos de colaboración de las asociaciones de consumidores y usuarios con empresas, agrupaciones o asociaciones de empresas, fundaciones o cualquier organización sin ánimo de lucro, así como por la normativa autonómica que resulte de aplicación, en su caso.

Las Administraciones públicas, dentro de sus competencias de protección a las personas consumidoras, podrán implementar canales de comunicación con las empresas en aras de mejorar la calidad y eficacia de los servicios de atención a la clientela.

Artículo 20. Tratamiento de datos.

Todo tratamiento de los datos de carácter personal que se realice para la prestación del servicio de atención a la clientela deberá cumplir con lo previsto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y en su normativa de desarrollo.

CAPÍTULO III

Sistemas de evaluación

Artículo 21. Sistemas de evaluación.

1. 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 el capítulo II, sin perjuicio de la normativa sectorial vigente que, en su caso, complementará lo dispuesto en el presente apartado. El ámbito geográfico de medición de los parámetros será la totalidad del territorio nacional o, en su caso, la parte de este en la que lleven a cabo su actividad.

De forma justificada en atención al volumen de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias recibidas en relación con el total de servicios prestados, las empresas que ocupan a menos de 250 personas 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 en el ejercicio económico anterior podrán implementar el sistema de evaluación definido en este artículo de forma bienal.

2. El sistema de evaluación del nivel de calidad deberá estar debidamente documentado y desarrollado de forma suficiente, mediante soportes que garanticen su integridad e idoneidad para permitir tanto su inspección por los servicios pertinentes de la Administración competente, como su auditoría por una entidad externa. Las empresas deberán conservar la documentación correspondiente durante al menos cinco años.

3. Las empresas deberán tener a disposición de la Administración competente, al final del primer trimestre del año siguiente al que se haya realizado la evaluación, una copia actualizada de la documentación descriptiva referida 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 pública la documentación descriptiva y su correspondiente auditoría a través de su página web.

5. El sistema de evaluación del nivel de calidad del servicio de atención a la clientela 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 correspondiente o en el informe de auditoría al que se refiere el artículo 22 en relación con el sistema de evaluación.

Artículo 22. Auditoría relativa al sistema de evaluación.

1. Sin perjuicio de la normativa sectorial vigente, que complementará lo dispuesto en el presente apartado, 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 y, en particular, para verificar que:

a) La empresa auditada dispone y aplica un sistema de evaluación del nivel de calidad de servicio, implantado conforme a lo dispuesto en esta ley, debidamente documentado y que coincide con la versión puesta a disposición de la Administración competente en aplicación de lo dispuesto en el artículo 21.

b) El sistema de evaluación del nivel de calidad del 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.

De forma justificada en atención al volumen de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias recibidas en relación con el total de servicios prestados, las empresas que ocupan a menos de 250 personas 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 en el ejercicio económico anterior podrán llevar a cabo la auditoría descrita en este apartado de forma bienal.

2. La auditoría indicada en el apartado 1 deberá ser realizada por una empresa auditora debidamente acreditada por la Entidad Nacional de Acreditación. A tal efecto, se podrán desarrollar normas técnicas que concreten los esquemas de evaluación acreditada.

3. La empresa 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 normativa vigente en materia de protección de datos.

CAPÍTULO IV

Infracciones y sanciones

Artículo 23. Infracciones y sanciones.

1. 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 las personas consumidoras y usuarias previsto en el libro primero del título IV 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, y por la normativa autonómica que resulte de aplicación.

2. Cuando el mismo hecho y en función de idéntico ataque a los intereses públicos pueda ser calificado como infracción con arreglo a esta norma y otras normas sancionadoras de carácter sectorial, se aplicará de forma preferente la normativa sectorial.

3. Las infracciones en materia de protección de datos se sancionarán conforme a lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.

4. Este régimen de infracciones y sanciones tendrá en cuenta la reincidencia de la conducta, así como el resarcimiento del daño, a fin de proceder a la agravación o la atenuación de la sanción, respectivamente.

Disposición adicional única. Aplicación de la ley en el ámbito autonómico.

Esta ley se aplicará en las comunidades autónomas en lo que no se oponga a los regímenes competenciales existentes en los respectivos Estatutos de Autonomía.

Cuando de la aplicación de la norma resultasen competentes órganos de diversas administraciones, se establecerán mecanismos de colaboración con carácter previo a la aplicación de la norma en el ámbito sancionador.

Disposición transitoria única. Régimen transitorio.



1. 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.
2. En el caso de las entidades sin ánimo de lucro referidas en el apartado 1 del artículo 2, las estipulaciones de la presente ley no resultarán de aplicación en tanto en cuanto no entre en vigor el desarrollo reglamentario de la norma que adapte su contenido.
3. Los operadores afectados por el ámbito de aplicación del apartado 4 del artículo 16 notificarán 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 identificado en dicho apartado.
4. En el caso de las empresas comercializadoras de luz, gas y de servicios telefónicos referidas en el apartado 1 del artículo 2, las estipulaciones previstas en el apartado 2 del artículo 14 y en los apartados 2, 3 y 4 del artículo 16, 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 el apartado 2 del artículo 2. A tales 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.

Disposición derogatoria única. Derogación normativa.

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.

Disposición final primera. Modificación de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

Se introduce un nuevo apartado 9 en el artículo 27 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, con la siguiente redacción:

«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.»

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

Se modifica la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, en los siguientes términos:

Uno. Se modifica la sección 1.ª del capítulo V, que queda redactada como sigue:

«Artículo 29. Departamento de atención a la clientela y Defensor de la Clientela.

1. Las entidades de crédito, los establecimientos financieros de crédito, las entidades de pago, las entidades acogidas a lo establecido en los artículos 14 y 15 del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera, las entidades de dinero electrónico, las sociedades gestoras de instituciones de inversión colectiva, las sociedades de correduría de seguros, los corredores de seguros, las entidades gestoras de fondos de pensiones, con las precisiones establecidas en la disposición adicional primera 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, los prestamistas inmobiliarios que no sean entidades de crédito, los intermediarios de crédito, cuando operen en el ámbito geográfico superior al de una comunidad autónoma, las entidades financieras que operen en España en régimen de libre prestación de servicios, las entidades aseguradoras, las empresas de servicios de inversión y las sucursales en España de las entidades enumeradas con domicilio social en otro Estado estarán obligadas a atender y resolver las quejas y reclamaciones que los usuarios de servicios financieros puedan presentar, relacionados con sus intereses y derechos legalmente reconocidos, incluidas aquellas que se deriven de incidencias o consultas no resueltas satisfactoriamente por la oficina o departamento que hubiera prestado el servicio.

A estos efectos, las entidades deberán contar con un departamento o servicio de atención a la clientela encargado de atender y resolver las quejas y reclamaciones. Las entidades que formen parte del mismo



grupo económico podrán disponer de un departamento o servicio de atención a la clientela único para todo el grupo.

Dichos servicios de atención a la clientela, que deben garantizar el nivel mínimo de calidad en atención al cumplimiento de lo dispuesto en la presente ley, serán diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de accesibilidad universal, igualdad de trato y no discriminación, garantizando el acceso a personas con discapacidad o a personas de edad avanzada.

A los efectos de esta ley, se entenderá por queja o reclamación: cualquier manifestación relativa a la defectuosa prestación del servicio o del incumplimiento o cumplimiento defectuoso de la oferta realizada, comunicada por la clientela al servicio de atención, independiente de su calificación interna como queja, reclamación u otras análogas.

Igualmente, se entenderán como tales las que se deriven de incidencias o consultas no resueltas satisfactoriamente por la oficina o departamento que hubiera prestado el servicio.

Dicho servicio de atención a la clientela, que será gratuito, eficaz, universalmente accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable, se prestará en horario de atención comercial. No obstante, se deberá garantizar la prestación de un servicio de una atención de forma continuada las 24 horas del día todos los días del año, cuando sea necesario para atender las quejas o reclamaciones derivadas de la desatención de las incidencias relativas al mantenimiento de aquellos servicios que exijan una prestación continuada.

Las entidades asegurarán a su clientela la disponibilidad de canales presenciales, ya sea permanentes o intermitentes, o telefónicos o telemáticos para el servicio de atención al cliente, atendiendo al principio de prestación personalizada.

Se entiende por prestación personalizada aquella que tiene en consideración la edad, la situación de discapacidad, la condición de persona extranjera y su situación administrativa de la persona que se dirige al servicio de atención al cliente, las características de la zona geográfica en la que reside la persona en términos de población y el nivel de competencias digitales de dicha persona, entre otras cuestiones.

Las entidades que, en su caso, pongan a disposición de la clientela un servicio de atención telefónica o electrónica, deben garantizar una atención personalizada por parte de los servicios de atención a la clientela, ofrecida a través de un operador o agente del mismo, que asegure una interacción fluida. Los agentes del servicio de atención a la clientela contarán con supervisores o superiores jerárquicos que gestionarán las posibles quejas que pudiera generar la atención recibida. De forma específica, deberá disponerse por las entidades de los recursos adecuados que, a través de la atención telefónica, puedan prestar una atención personalizada específica a personas vulnerables o en riesgo de exclusión financiera, asistiéndoles en el acceso al servicio de atención a la clientela.

En el caso de que los servicios de atención a la clientela utilicen la atención telefónica o electrónica para llevar a cabo sus funciones, se prohíbe el empleo de contestadores automáticos u otros medios análogos como medio exclusivo de atención a la clientela, sin perjuicio de la presentación de la queja o reclamación en soporte papel o por medios informáticos, electrónicos o telemáticos, de conformidad con el artículo 29 ter.

Las empresas que, en su caso, pongan a disposición de la clientela un servicio de atención telefónica a los efectos de esta ley, deberán asegurar que el uso de la atención telefónica no suponga para el consumidor un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar. En caso contrario, se le deberá informar sobre un número geográfico o móvil alternativo e informar sobre el coste del servicio asociado a cada numeración.

La comunicación iniciada por la clientela vía telefónica deberá ser atendida de forma efectiva por la empresa a la mayor brevedad posible, dentro de los medios técnicos y humanos de que disponga el servicio de atención a la clientela. No se considerará que una comunicación iniciada por vía telefónica ha sido atendida de forma efectiva cuando dicha atención no permita a la clientela exponer el motivo de la comunicación y solicitar la atención personalizada por parte de un operador.

En todo caso, se prohíbe la derivación, por cualquier medio, de un teléfono gratuito a números que impliquen un coste para la clientela.

En el caso de personas con discapacidad auditiva, dicho canal telefónico será accesible y deberá complementarse con los mecanismos adecuados que garanticen la debida comunicación con la persona afectada.

Dichas entidades podrán, bien individualmente, bien agrupadas por ramas de actividad, proximidad geográfica, volumen de negocio o cualquier otro criterio, designar un Defensor de la Clientela, que habrá



de ser una entidad o experto independiente de reconocido prestigio, y a quien corresponderá atender y resolver los tipos de reclamaciones que se sometan a su decisión en el marco de lo que disponga su reglamento de funcionamiento, así como promover el cumplimiento de la normativa de transparencia y protección de la clientela y de las buenas prácticas y usos financieros.

2. La decisión del Defensor de la Clientela favorable a la reclamación vinculará a la entidad. Esta vinculación no será obstáculo a la plenitud de tutela judicial, al recurso a otros mecanismos de solución de conflictos ni a la protección administrativa.

3. Las entidades deberán adoptar las medidas necesarias para separar el departamento o servicio de atención a la clientela de los restantes servicios comerciales u operativos de la organización, de modo que se garantice que aquél tome de manera autónoma sus decisiones referentes al ámbito de su actividad y, asimismo, se eviten conflictos de interés, permitiendo a la clientela la percepción de este servicio como aquel cuya finalidad sea facilitar información o resolver, quejas o reclamaciones. En la adopción de dichas medidas se deberá tener en cuenta los criterios marcados por las guías supervisoras de las autoridades de supervisión correspondientes.

Sin perjuicio de lo establecido en el párrafo anterior, las entidades adoptarán las medidas oportunas para garantizar que los procedimientos previstos para la transmisión de la información requerida por el departamento o servicio de atención a la clientela al resto de servicios de la organización respondan a los principios de rapidez, seguridad, eficacia y coordinación.

En ningún caso los servicios de atención a la clientela de las entidades aprovecharán la formulación de quejas o reclamaciones para ofrecer bienes, servicios u ofertas comerciales, salvo que estas estuvieran directa y claramente relacionadas con la resolución de la queja o reclamación, e implicara, en todo caso, una mejora en las condiciones de prestación del servicio o del precio.

4. Las entidades se asegurarán de que sus departamentos o servicios de atención a la clientela están dotados de los medios humanos, materiales, técnicos y organizativos adecuados para el cumplimiento de sus funciones.

En particular, adoptarán las acciones necesarias para que el personal al servicio de dichos departamentos cuente con una formación y capacitación especializada, en función del sector o de la actividad, que garantice la eficacia en la gestión que realice, incluyendo una formación específica previa en atención a personas consumidoras vulnerables y, en especial, a personas con discapacidad o de edad avanzada, proporcionando la formación y capacitación continuada que sea necesaria para adaptar sus conocimientos sobre la actividad a las variaciones tecnológicas y necesidades del mercado.

5. Las entidades pondrán a disposición de su clientela, en todas y cada una de las oficinas abiertas al público, así como en sus páginas web, en un apartado específico de fácil identificación, la información siguiente sobre el servicio de atención a la clientela:

- a) La existencia de dicho departamento de atención a la clientela y, en su caso, de un defensor de la clientela, con indicación de su dirección postal y electrónica.
- b) La obligación por parte de la entidad de atender y resolver las quejas y reclamaciones presentadas por su clientela, en el plazo de un mes desde su presentación. En los casos de reclamaciones que versen sobre servicios de pago será de aplicación el régimen de plazo de resolución previsto en el artículo 69 del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre.
- c) Los canales de comunicación disponibles con el departamento de atención a la clientela, así como los mecanismos habilitados para asegurar el registro y constancia de la reclamación o queja presentada, y del contenido de la misma.
- d) Mecanismos para facilitar el seguimiento de la tramitación de las quejas y reclamaciones presentadas por el interesado.
- e) Medios elegidos para comunicar la resolución de las quejas y reclamaciones que deberá realizar por escrito, bien en papel o por medios informáticos, electrónicos o telemáticos.
- f) El reglamento de funcionamiento del servicio de atención a la clientela y, en su caso, del defensor de la clientela.
- g) Referencias a la normativa de transparencia y protección de la clientela de servicios financieros.
- h) Horario del servicio de atención a la clientela.

6. En aras de la proporcionalidad, reglamentariamente se adaptarán los requisitos previstos en relación con los departamentos de atención a la clientela para su aplicación flexibilizada por parte de las Cooperativas de Crédito y Cajas de Ahorro.

**Artículo 29 bis. Procedimiento para la presentación, tramitación y resolución de las quejas y reclamaciones.**

1. El presente procedimiento será exigible en la tramitación de las quejas y reclamaciones cuyo conocimiento se atribuya al defensor de la clientela, de acuerdo con lo que disponga cada reglamento de funcionamiento, y siempre que aquéllas no hayan sido resueltas previamente por la oficina o servicio objeto de la reclamación o por el departamento o servicio de atención a la clientela.
2. Los clientes que presenten quejas y reclamaciones cuyo conocimiento se atribuya al departamento o servicio de atención a la clientela, podrán solicitar que aquéllas sean tramitadas conforme se establece en esta sección.
3. En todo caso, las entidades recogidas en el apartado primero del artículo 29 dispondrán de un plazo de un mes, o, en el caso de los servicios de pago, del plazo de resolución previsto en el artículo 69 del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, a contar desde la presentación ante ellas de la queja o reclamación, para dictar un pronunciamiento.

Artículo 29 ter. Forma, contenido y lugar de la presentación de las quejas y reclamaciones.

1. La presentación de las quejas y reclamaciones podrá efectuarse, personalmente o mediante representación, en soporte papel o por medios informáticos, electrónicos o telemáticos, siempre que éstos permitan la lectura, impresión y conservación de los documentos, no pudiendo presentarse las quejas o reclamaciones por vía telefónica.

La utilización de medios informáticos, electrónicos o telemáticos deberá ajustarse a las exigencias previstas en la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

2. La presentación de quejas y reclamaciones podrá realizarse en castellano, así como en cualquiera de las lenguas cooficiales cuando el servicio de atención a la clientela sea dirigido a clientela sita en comunidades autónomas que dispongan de lenguas cooficiales.
3. El procedimiento se iniciará mediante la presentación de un documento en el que se hará constar:
 - a) Nombre, apellidos y domicilio del interesado y, en su caso, de la persona que lo represente, debidamente acreditada; número del documento nacional de identidad para las personas físicas y datos referidos al registro público para las jurídicas.
 - b) Motivo de la queja o reclamación, con especificación clara de las cuestiones sobre las que se solicita un pronunciamiento.
 - c) Oficina u oficinas, departamento o servicio donde se hubieran producido los hechos objeto de la queja o reclamación.
 - d) Que la persona reclamante no tiene conocimiento de que la materia objeto de la queja o reclamación está siendo sustanciada a través de un procedimiento administrativo, arbitral o judicial.
 - e) Lugar, fecha y firma.

La persona reclamante deberá aportar, junto al documento anterior, las pruebas documentales que obren en su poder en que se fundamente su queja o reclamación.

4. Las quejas y reclamaciones podrán ser presentadas ante los departamentos o servicios de atención a la clientela, ante el defensor de la clientela, en su caso, en cualquier oficina abierta al público de la entidad, a través de cualquier aplicación o servicio en línea cuya finalidad consista en la prestación de servicios a la clientela, así como en la dirección de correo electrónico que cada entidad habrá de habilitar a este fin.

Artículo 29 quater. Admisión a trámite.

1. Recibida la queja o reclamación por la entidad, ésta será remitida al departamento o servicio de atención a la clientela, quien, cuando proceda de acuerdo con el reglamento de funcionamiento, la remitirá, a su vez, al defensor de la clientela. Si la queja o reclamación hubiera sido presentada ante el defensor de la clientela no tratándose de un asunto de su competencia, se remitirá por éste al departamento o servicio de atención a la clientela. Deberá informarse a la persona reclamante sobre la instancia competente para conocer su queja o reclamación.

Lo establecido en el párrafo anterior se entenderá sin perjuicio de que el cómputo del plazo máximo de resolución comenzará a contar desde la presentación ante las entidades afectadas de la queja o reclamación.

En todo caso, se deberá acusar recibo por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero, y dejar constancia del contenido, la hora y la fecha de presentación a efectos del cómputo de dicho plazo. La entrega del justificante se realizará por la misma vía por la que se haya presentado la queja o reclamación



o por aquella que quien inicie la comunicación hubiera elegido de entre las legalmente posibles. La entidad se asegurará de disponer de los datos necesarios para la entrega del justificante, solicitándolos al interesado cuando no hayan sido facilitados directamente por este.

A tal fin, se asignará una clave identificativa a cualquier queja o reclamación interpuesta por el cliente, que le será comunicada al mismo. Dicha clave permitirá el seguimiento por el cliente del estado de tramitación de su reclamación o queja.

Recibida la queja o reclamación por la instancia competente para su tramitación, se procederá a la apertura de expediente.

La queja o reclamación se presentará una sola vez por el interesado, sin que pueda exigirse su reiteración ante distintos órganos de la entidad.

2. Si no se encontrase suficientemente acreditada la identidad de la persona reclamante, o no pudiesen establecerse con claridad los hechos objeto de la queja o reclamación, se requerirá al firmante para completar la documentación remitida en el plazo de diez días naturales, con apercibimiento de que si así no lo hiciese se archivará la queja o reclamación sin más trámite.

El plazo empleado por la persona reclamante para subsanar los errores a que se refiere el párrafo anterior interrumpirá el cómputo del plazo previsto en el artículo 29 bis.

3. Sólo podrá rechazarse la admisión a trámite de las quejas y reclamaciones en los casos siguientes:

- a) Cuando se omitan datos esenciales para la tramitación no subsanables.
- b) Cuando se pretendan tramitar como queja o reclamación, recursos o acciones distintos, cuyo conocimiento sea competencia de los órganos administrativos, arbitrales o judiciales, o la misma se encuentre pendiente de resolución o litigio o el asunto haya sido ya resuelto en aquellas instancias.
- c) Cuando los hechos, razones y solicitud en que se concreten las cuestiones objeto de la queja o reclamación no se refieran a operaciones concretas.
- d) Cuando se formulen quejas y reclamaciones que reiteren otras anteriores resueltas, presentadas por el mismo cliente en relación a los mismos hechos.
- e) Cuando hubiera transcurrido el plazo para la presentación de quejas y reclamaciones que establezca el reglamento de funcionamiento.
- f) Cuando haya transcurrido el plazo de prescripción de acciones o derechos que de conformidad con lo previsto en los contratos o en la normativa reguladora que resulte de aplicación pueda ejercitar quien presente o aquel en cuya representación se presente la reclamación o queja de que se trate y en todo caso cuando haya transcurrido un plazo de 5 años desde la producción de los hechos sin que se haya presentado la reclamación o queja.

Cuando se tuviera conocimiento de la tramitación simultánea de una queja o reclamación y de un procedimiento administrativo, arbitral o judicial sobre la misma materia, deberá abstenerse de tramitar la primera.

4. Cuando se entienda no admisible a trámite la queja o reclamación, por alguna de las causas indicadas, se pondrá de manifiesto al interesado mediante decisión motivada, dándole un plazo de diez días naturales para que presente sus alegaciones. Cuando el interesado hubiera contestado y se mantengan las causas de inadmisión, se le comunicará la decisión final adoptada. Dicho plazo de diez días interrumpirá el cómputo del plazo máximo de resolución recogido en el artículo 29 bis.

Artículo 29 quinquies. Tramitación.

1. Los departamentos o servicios de atención a la clientela y los defensores de la clientela podrán recabar en el curso de la tramitación de los expedientes, tanto de la persona reclamante como de los distintos departamentos y servicios de la entidad afectada, cuantos datos, aclaraciones, informes o elementos de prueba consideren pertinentes para adoptar su decisión.

2. En el caso de que el asunto sea conocido por el defensor de la clientela, se habilitará un plazo, cuya duración será fijada en el reglamento de funcionamiento, para que la entidad afectada presente sus alegaciones.

Artículo 29 sexies. Allanamiento y desistimiento.

1. Si a la vista de la queja o reclamación, la entidad rectificase su situación con la persona reclamante a satisfacción de éste, deberá comunicarlo a la instancia competente y justificarlo documentalmente, salvo que existiere desistimiento expreso del interesado. En tales casos, se procederá al archivo de la queja o reclamación sin más trámite.

2. Los interesados podrán desistir de sus quejas y reclamaciones en cualquier momento. El desistimiento dará lugar a la finalización inmediata del procedimiento en lo que a la relación con el



interesado se refiere. No obstante, el defensor de la clientela podrá acordar la continuación del mismo en el marco de su función de promover el cumplimiento de la normativa de transparencia y protección de la clientela y de las buenas prácticas y usos financieros.

Artículo 29 septies. Finalización y notificación.

1. El expediente deberá finalizar en el plazo máximo de un mes, o en el plazo de resolución previsto en el artículo 69 del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, a partir de la fecha en que la queja o reclamación fuera presentada por el cliente ante la entidad.

En los casos en los que no sea posible resolver las quejas o reclamaciones en los plazos indicados, por motivos no imputables a la empresa que forma parte de la relación contractual, se informará a la persona interesada de las medidas adoptadas para su resolución dentro de ese mismo plazo.

2. La decisión estará siempre debidamente motivada y contendrá unas conclusiones claras sobre la solicitud planteada en cada queja o reclamación, contestando a todas las cuestiones expuestas por la clientela y fundándose en las cláusulas contractuales, las normas de transparencia y protección de la clientela aplicables, así como las buenas prácticas y usos financieros.

En el caso de que la decisión se aparte de los criterios manifestados en expedientes anteriores similares, deberán aportarse las razones que lo justifiquen.

En caso de ser contraria a las pretensiones de la clientela, se comunicará en la misma de forma expresa la posibilidad abierta al cliente de acudir a servicios de reclamaciones del Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, así como el modo de hacerlo.

3. La decisión será notificada a los interesados en el plazo de diez días naturales a contar desde su fecha, por escrito o en cualquier otro soporte duradero, a través del canal indicado expresamente para hacerlo en la comunicación inicial o, en caso de no haberlo indicado, a través del utilizado para la presentación de la reclamación o queja.

4. La notificación se realizará en la misma lengua en la que se haya presentado la queja y reclamación por parte de la clientela.

Artículo 30. Presentación de reclamaciones, quejas y consultas ante el Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

1. Los servicios de reclamaciones del Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, hasta la creación de la entidad a la que se refiere la disposición adicional primera de la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo, atenderán las quejas y reclamaciones que presenten los usuarios de servicios financieros, que estén relacionadas con sus intereses y derechos legalmente reconocidos, y que deriven de presuntos incumplimientos por las entidades reclamadas, de la normativa de transparencia y protección de la clientela o de las buenas prácticas y usos financieros.

Los servicios de reclamaciones atenderán también las consultas que formulen los usuarios de servicios financieros sobre las normas aplicables en materia de transparencia y protección a la clientela, así como sobre los cauces legales existentes para el ejercicio de sus derechos.

La organización y el funcionamiento de los servicios de reclamaciones se ajustarán a los principios de independencia, transparencia, contradicción, eficacia, legalidad, libertad y representación.

Los servicios de reclamaciones funcionarán bajo el principio de ventanilla única, debiendo remitir al competente las reclamaciones que no sean de su competencia.

Los servicios de reclamaciones informarán a los servicios de supervisión correspondientes cuando aprecien indicios de incumplimientos graves o reiterados de las normas de transparencia y protección a la clientela o de las buenas prácticas y usos financieros por parte de una misma entidad.

2. Los servicios de reclamaciones del Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones resolverán las quejas y reclamaciones a las que se refiere el apartado anterior, mediante informes motivados, que no tendrán en ningún caso carácter de acto administrativo recurrible.

3. La persona titular del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa desarrollará el procedimiento de presentación de reclamaciones ante los servicios de reclamaciones del Banco de España, la Comisión



Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, que deberá ajustarse a las siguientes reglas:

a) Para la admisión y tramitación de reclamaciones será imprescindible acreditar haberlas formulado previamente, por escrito, dirigido al departamento o servicio de atención a la clientela o, en su caso, al Defensor de la Clientela de la entidad contra la que se reclame. Éstos deberán acusar recibo por escrito de las reclamaciones que se les presenten y resolverlas o denegarlas igualmente por escrito y motivadamente. Asimismo, la persona reclamante deberá acreditar que ha transcurrido el plazo de un mes desde la fecha de presentación de la reclamación sin que haya sido resuelta o que ha sido denegada la admisión de la reclamación o desestimada su petición.

b) Recibida la reclamación por el servicio de reclamaciones competente por razón de la materia se verificará la concurrencia de las circunstancias previstas en los apartados anteriores y, si se cumplen los requisitos necesarios, se procederá a la apertura de un expediente por cada reclamación, en el que se incluirán todas las actuaciones relacionadas con la misma; en caso contrario, se requerirá a la persona reclamante para completar la información en el plazo de diez días naturales, con apercibimiento de que si así no lo hiciese se le tendrá por desistido de su reclamación.

El plazo máximo para la resolución del expediente será de 90 días naturales contados desde la fecha de la presentación de la reclamación o, en su caso, desde la fecha en que conste en soporte duradero que se ha recibido la documentación completa y necesaria para tramitar el procedimiento.

c) Formulado el correspondiente informe, y si éste fuera desfavorable a la entidad reclamada, ésta estará obligada a informar al servicio de reclamaciones competente si ha procedido a la rectificación voluntaria en un plazo no superior a un mes desde su notificación.

4. El Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones publicarán anualmente en su página web una memoria de sus respectivos servicios de reclamaciones en la que, al menos, deberá incluirse el resumen estadístico de las consultas y reclamaciones atendidas y los criterios mantenidos por dichos servicios, en relación con las materias sobre las que versan las reclamaciones presentadas, así como las entidades afectadas, con indicación en su caso del carácter favorable o desfavorable del informe.

Artículo 31. Habilitación para desarrollo reglamentario.

La persona titular del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa establecerá los requisitos a respetar por el departamento o servicio de atención a la clientela y el Defensor de la Clientela, así como el procedimiento a que someta la resolución de las reclamaciones, pudiendo a tal fin exigir, en su caso, las adecuadas medidas de separación de sus integrantes de los restantes servicios comerciales u operativos de las entidades, someter a verificación administrativa su reglamento de funcionamiento o cualesquiera otras características del servicio, y exigir la inclusión, en una memoria anual de las entidades, de un resumen con los aspectos más destacables de la actuación del departamento o servicio de atención a la clientela y el Defensor de la Clientela durante el ejercicio que corresponda.»

Dos. Se añade una letra e) a la disposición final tercera, con la siguiente redacción:

«e) En el caso de las Cooperativas de Crédito y Cajas de Ahorro referidas en el apartado 6 del artículo 29, lo previsto en las estipulaciones de los apartados 3 y 4 del artículo 29 septies no resultarán de aplicación en tanto en cuanto no entre en vigor el desarrollo reglamentario de la norma que adapte su contenido a este precepto, realizándose hasta entonces la notificación a la que se refiere en la misma lengua en la que se haya celebrado el contrato o se haya dirigido personalmente la oferta comercial al consumidor y usuario, o bien se haya presentado la queja y reclamación por parte de este.»

Disposición final tercera. 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.

Se modifica 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, en los siguientes términos:

Uno. Se modifica la letra c) del apartado 1 y el apartado 4 del artículo 20, que quedan redactados como sigue:

«c) El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales, incluidos los potenciales gastos de gestión, que se repercutan al consumidor o usuario.



En el resto de los casos en que, debido a la naturaleza del bien o servicio, no pueda fijarse con exactitud el precio en la oferta comercial, deberá informarse sobre la base de cálculo que permita al consumidor o usuario comprobar el precio. Igualmente, cuando los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario no puedan ser calculados de antemano por razones objetivas, debe informarse del hecho de que existen dichos gastos adicionales y, si se conoce, su importe estimado.

En los contratos celebrados a distancia o fuera del establecimiento comercial, el comerciante facilitará de forma clara y comprensible información sobre el precio cuando este haya sido personalizado sobre la base de una toma de decisiones automatizada. Esta personalización no podrá derivar en incrementos del precio final de venta cuando se produzca un incremento de la demanda en contextos de urgencia, riesgo o necesidad de la persona consumidora.

A los efectos de lo previsto en el párrafo anterior, se entenderá por contexto de urgencia, riesgo o necesidad de la persona consumidora, el derivado de cualquier situación que pueda ser calificada como emergencia de protección civil, en los términos regulados en la Ley 17/2015, de 9 de julio, del Sistema Nacional de Protección Civil.

En todo caso, el precio final ofertado deberá respetar la normativa reguladora de precios que resulte de aplicación, en su caso, con referencia expresa a dicha normativa y los parámetros utilizados para la fijación del precio final conforme a la misma.»

«4. Las prácticas comerciales en las que un empresario facilite el acceso a las reseñas de los consumidores y usuarios sobre bienes y servicios deberán contener información sobre el hecho de que el empresario garantice o no que dichas reseñas publicadas han sido efectuadas por consumidores y usuarios que han utilizado o adquirido realmente el bien o servicio. A tales efectos, el empresario deberá facilitar información clara a los consumidores y usuarios sobre la manera en que se procesan las reseñas. En cualquier caso, a efectos del apartado anterior, las reseñas emitidas deberán referirse a productos o servicios adquiridos o utilizados en los treinta días naturales anteriores a la fecha de la reseña y el empresario que comercialice el bien o servicio al que se refiera una reseña estará facultado para responder a la misma a través del mismo canal.

En el supuesto de que una o varias reseñas no sean formuladas por un consumidor o usuario que haya adquirido o utilizado efectivamente el bien o servicio al que se refiere o sea engañosa, el empresario a cuyo bien o servicio se refiera la reseña estará facultado para solicitar la eliminación de esta, para lo que deberá acreditar, de forma fehaciente, que la reseña no ha sido publicada por un consumidor o usuario que haya comprado o utilizado el bien o servicio.»

Dos. Se modifican los apartados 2 y 3 del artículo 21, que quedan redactados como sigue:

«2. Las oficinas y servicios de información y atención al cliente que las empresas pongan a disposición del consumidor y usuario deberán asegurar que éste tenga constancia de sus quejas y reclamaciones, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero. 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.

Las oficinas y servicios de información y atención al cliente serán diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de accesibilidad universal y, en su caso, medios alternativos para garantizar el acceso a los mismos.

Se deberán identificar claramente los servicios de atención al cliente en relación a las otras actividades de la empresa, prohibiéndose expresamente la utilización de este servicio para la utilización y difusión de actividades de comunicación comercial de todo tipo.

En caso de que el empresario ponga a disposición de los consumidores y usuarios una línea telefónica a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el uso de tal línea no podrá suponer para el consumidor y usuario un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar.

En el supuesto de utilizarse, de acuerdo con el párrafo anterior, una línea telefónica de tarificación especial que suponga un coste para el consumidor o usuario, el empresario facilitará al consumidor, junto con la información sobre dicha línea telefónica de tarificación especial y en igualdad de condiciones, información sobre un número geográfico o móvil alternativo.

Adicionalmente, en los supuestos de servicios de carácter básico de interés general, las empresas prestadoras de los mismos deberán disponer, en cualquier caso, de un teléfono de atención al consumidor gratuito. A estos efectos, tendrán la consideración de servicios de carácter básico de interés general los



de suministro y distribución de agua y energía, financieros y de seguros, postales, transporte aéreo de pasajeros, transporte de viajeros por ferrocarril, transporte de viajeros en autobús o autocar, los sanitarios, así como aquellos que legalmente se determinen.

3. En todo caso, y con pleno respeto a lo dispuesto en los apartados precedentes, los empresarios pondrán a disposición de los consumidores y usuarios información sobre los medios a través de los cuales puedan interponer, cualquiera que sea su lugar de residencia, sus quejas y reclamaciones o solicitar información sobre los bienes o servicios ofertados o contratados, que deberá incluir, al menos, el medio por el que se inició la relación contractual, así como la vía postal, telefónica y un medio de comunicación electrónica. Los empresarios comunicarán además su dirección legal si esta no coincidiera con la dirección habitual para la correspondencia.

Los empresarios deberán dar respuesta a las reclamaciones recibidas en el plazo más breve posible y, en todo caso, en el plazo máximo de quince días desde la presentación de la reclamación.»

Tres. Se modifica la letra q) del apartado 1 del artículo 47, que queda redactada como sigue:

«q) El incumplimiento de las obligaciones en relación con los servicios de atención al cliente incluidas en esta norma y en su normativa específica.»

Cuatro. Se modifican las letras a) y b) del apartado 2 del artículo 48, que quedan redactadas como sigue:

«a) Las infracciones de los apartados f), g), i), k), m), n), ñ), p), q) y t) del artículo 47 se calificarán como leves, salvo que tengan la consideración de graves de acuerdo con el apartado tercero de este artículo.

b) Las infracciones de los apartados d), e), h), j), l) o), r) y s) se calificarán como graves, salvo que tengan la consideración de muy graves de acuerdo con el apartado tercero de este artículo.»

Cinco. Se modifica el apartado 1 del artículo 62, que queda redactado como sigue:

«1. En la contratación con consumidores y usuarios debe constar de forma inequívoca su voluntad de contratar o, en su caso, de poner fin al contrato.

Se presumirá que no existe voluntad de contratar, deviniendo nulo el contrato, en aquellos contratos suscritos vía telefónica con incumplimiento de lo previsto en la normativa relativa a llamadas no solicitadas. En cualquier caso, se entenderá que no existe consentimiento para la realización de la llamada que da lugar a la contratación si este no ha sido obtenido o renovado de forma expresa en los dos años anteriores a la comunicación.

Como excepción a lo previsto en el párrafo anterior, en la contratación de préstamos o créditos con entidades financieras en los que se haya perfeccionado el contrato y entregado las sumas prestadas, el incumplimiento de lo previsto en la normativa relativa a llamadas no solicitadas supondrá la aplicación al contrato de los intereses legales del dinero. Si el interés pactado fuese inferior al legal, se mantendrán los intereses pactados.»

Seis. Se modifican las letras f) y p) del apartado 1 del artículo 97, que quedan redactadas como sigue:

«f) Cuando proceda, que el precio ha sido personalizado sobre la base de una toma de decisiones automatizada, que debe mantenerse invariable durante todo el proceso de compra, así como los parámetros que se han tenido en cuenta para llevar a cabo tal personalización, o sobre las fuentes de datos utilizadas en los casos de contratación de productos o servicios del sector financiero, que, en ningún caso, podrán ser discriminatorios ni explotar situaciones de urgencia o necesidad.»

«p) La duración del contrato, cuando proceda, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución.

En aquellos contratos de duración determinada, sujetos a renovación, se informará al consumidor o usuario, con quince días de antelación de forma previa al vencimiento del plazo para comunicar la voluntad de no renovación, del vencimiento de dicho plazo y de las consecuencias de no comunicar la cancelación de la renovación.»

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

Se modifica el apartado 1 del artículo 23 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, que queda redactado como sigue:

«1. Será lícito el tratamiento de datos personales que tenga por objeto evitar el envío de comunicaciones comerciales a quienes hubiesen manifestado su negativa u oposición a recibirlas.

A tal efecto, podrán crearse sistemas de información, generales o sectoriales, por parte de las asociaciones y organismos a los que se refiere el apartado 2 del artículo 40 del Reglamento



(UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) que cuenten con una alta representatividad en los que solo se incluirán los datos imprescindibles para identificar a los afectados. Estos sistemas también podrán incluir servicios de preferencia, mediante los cuales los afectados limiten la recepción de comunicaciones comerciales a las procedentes de determinadas empresas. Para la creación y mantenimiento de estos sistemas se observarán las medidas que se establezcan mediante desarrollo reglamentario.»

Disposición final quinta. Modificación de la Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones.

Se modifica el apartado 2 del artículo 65 de la Ley 11/2022, de 28 de junio, que queda redactado como sigue:

«2. Los operadores deberán disponer de un servicio de atención a la clientela, gratuito para los usuarios finales, que tenga por objeto facilitar información y atender y resolver las incidencias, consultas, quejas y reclamaciones de sus clientes. Los operadores decidirán si sus oficinas y locales comerciales abiertos al público, ya sean propios o mediante alguna modalidad de contratación mercantil, forman parte o no del servicio de atención al cliente para la presentación y resolución de las quejas y reclamaciones de sus clientes. Las entidades que formen parte del mismo grupo económico podrán disponer de un departamento o servicio de atención a la clientela único para todo el grupo.

A los efectos de esta ley, se entenderá por:

- a) Incidencia: cualquier gestión relativa a la ejecución del contrato o de la oferta comercial realizada, tales como la solicitud de baja del servicio en su conjunto o de alguna de las prestaciones adicionales, el alta en una nueva oferta, el cambio de comisiones y otras análogas.
- b) Consulta: solicitud de asesoramiento a la clientela en relación con el bien o servicio contratado o que sea ofertado por la empresa.
- c) Queja o reclamación: cualquier manifestación relativa a la defectuosa prestación del servicio o del incumplimiento o cumplimiento defectuoso de la oferta realizada, comunicada por la clientela al servicio de atención, independiente de su calificación interna como queja, reclamación, incidencia u otras análogas.

El operador estará obligado a comunicar al usuario final el número de referencia de las reclamaciones, quejas, peticiones o gestiones.

Los titulares del departamento o servicio de atención al cliente serán los encargados de relacionarse, en su caso, con el servicio administrativo de solución de controversias a que se refiere el artículo 78 y al que remitirán la información que les sea requerida, con indicación del número de referencia asignado a la correspondiente reclamación.

La presentación de una reclamación por parte del usuario final, ya sea ante el operador o ante algún sistema de resolución extrajudicial de conflictos, incluido el servicio administrativo de solución de controversias a que se refiere el artículo 78, no impedirá o suspenderá las acciones de gestión de cobro relacionadas con ella que ejercite el operador. Igualmente, la presentación de una reclamación por parte del usuario final, ya sea ante el operador o ante algún sistema de resolución extrajudicial de conflictos, incluido el servicio administrativo de solución de controversias a que se refiere el artículo 78, no impedirá que, en caso de retraso en el pago total o parcial por el usuario durante un período superior a un mes desde la presentación a éste del documento de cargo correspondiente a la facturación del servicio de comunicaciones electrónicas, el operador pueda acordar, previo aviso al usuario, su suspensión temporal. Asimismo, la presentación de una reclamación por parte del usuario final, ya sea ante el operador o ante algún sistema de resolución extrajudicial de conflictos, incluido el servicio administrativo de solución de controversias a que se refiere el artículo 78, no impedirá que, en caso de retraso en el pago total o parcial del servicio por un período superior a tres meses o la suspensión temporal, en dos ocasiones, del contrato por mora en el pago de los servicios correspondientes, el operador pueda acordar, previo aviso al usuario, la interrupción definitiva del servicio y la correspondiente resolución del contrato.

El operador podrá prestar el servicio de atención a la clientela mediante el empleo de contestadores automáticos u otros medios análogos, si bien, en última instancia, deberá garantizar una atención personalizada, sin que ello implique el derecho a acceder a una persona física supervisora.

El operador deberá admitir, en todo caso, la misma vía por la que se inició la relación contractual, así como la vía telefónica para la presentación de incidencias, consultas, quejas o reclamaciones, con



incidencia contractual. Si el medio habilitado por el operador para la atención de incidencias, consultas quejas o reclamaciones con incidencia contractual es telefónico, éste estará obligado a informar al consumidor de su derecho a solicitar un documento que acredite la presentación y contenido de la incidencia, consulta, queja o reclamación mediante cualquier soporte duradero que permita tal acreditación. El operador, si utiliza el medio telefónico, deberá grabar el número significativo de llamadas que se determine reglamentariamente.»

Disposición final sexta. Título competencial.

Esta ley se dicta al amparo del artículo 149.1. 1.ª, 6.ª, 8.ª, 11.ª y 13.ª de la Constitución Española, que atribuyen al Estado, respectivamente, la competencia sobre la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de sus derechos; la competencia exclusiva sobre legislación mercantil; en materia de bases de las obligaciones contractuales; de bases de la ordenación de crédito, banca y seguros, y la competencia sobre las bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

Disposición final séptima. Habilitación para el desarrollo reglamentario.

Se autoriza al Gobierno a dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de esta ley. En particular, las personas titulares de los Ministerios de Economía, Comercio y Empresa, y para la Transformación Digital y de la Función Pública podrán dictar, respectivamente, las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de esta ley en el ámbito del sector financiero y del sector de las telecomunicaciones.

Disposición final octava. Entrada en vigor.

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

Por tanto,

Mando a todos los españoles, particulares y autoridades, que guarden y hagan guardar esta ley.

26 de diciembre de 2025.

FELIPE R.

El Presidente del Gobierno,

PEDRO SÁNCHEZ PÉREZ-CASTEJÓN