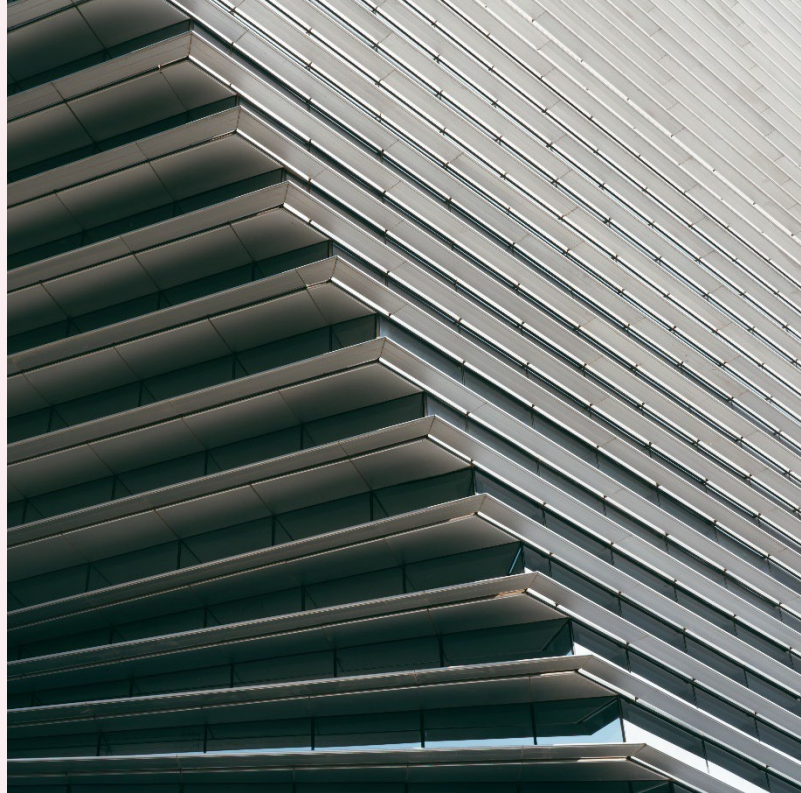


## Píldoras legales sobre protección de consumidores (I)

Los servicios de atención al cliente en la normativa de protección de los consumidores: La Ley 10/2025

14 de abril de 2026



Comenzamos una serie de publicaciones de actualidad sobre el régimen legal general de protección a los consumidores y usuarios con un primer análisis sobre los servicios de atención al cliente, a través de la nueva Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela.

### Aspectos clave

- 1 Sujetos obligados
- 2 Finalidad de la norma
- 3 Categorías de empresarios
- 4 Normativa sectorial
- 5 Entrada en vigor
- 6 Requisitos generales
- 7 Parámetros de calidad
- 8 Sistema anual de evaluación
- 9 Entidades Financieras
- 10 Requisito de procedibilidad

## **¿Qué empresas tienen obligación de disponer de un servicio de atención al cliente?**

Los empresarios que venden productos o prestan servicios onerosos a consumidores están obligados a disponer de un servicio de atención al cliente, identificado claramente respecto de las demás actividades de la empresa, y que no puede utilizarse para el ejercicio de actividades de comunicación comercial. Este servicio debe ser universalmente accesible, y ofrecer medios alternativos para garantizar el acceso de los consumidores. Deberá ajustarse a las normas del artículo 21 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Ello es independiente de que le sea aplicable o no la Ley 10/2025.

## **¿Cuál es la finalidad de la Ley 10/2025?**

Su finalidad es mejorar la eficacia de los servicios de atención al cliente (la Ley 10/2025 utiliza el término "clientela"), aunque no se aplica a todas las empresas. En particular, establece parámetros de calidad, y sistemas de evaluación y auditoría de tales servicios.

## **¿A qué empresas aplica la Ley 10/2025?**

La Ley 10/2025 aplica, en general, a dos categorías de empresarios:

- Los que desarrollen un servicio de carácter básico de interés general, sea cual sea su tamaño (se entienden como tales los servicios de suministro y distribución de agua, gas y electricidad, el transporte aéreo de pasajeros, el transporte de viajeros por ferrocarril, el transporte de pasajeros por mar o vías navegables, el transporte de viajeros en autobús o autocar, los servicios postales, los servicios de comunicaciones electrónicas y los servicios financieros).
- Los que desarrollen otras actividades de venta o prestación de servicios destinados principalmente a consumidores en territorio español, cuando sean grandes empresas (esto es, que en el ejercicio económico anterior, a nivel individual o consolidado, hayan ocupado al menos a 250 trabajadores, 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). Por tanto, el cálculo tiene en cuenta otras empresas del grupo.

Aunque también aplica al sector público, cuando desarrolle estas actividades, llama la atención que la regulación general de los servicios de atención al ciudadano sea mucho más pobre y limitada que las obligaciones que se imponen, en esta materia, a las empresas. Debería abrirse un debate sobre la coherencia de las reglas que se autoimpone la Administración en las relaciones con los ciudadanos, y las que exige a las entidades privadas.

## **¿Qué ocurre con las normas sectoriales que regulan los servicios de atención al cliente?**

Tales normas son de aplicación preferente, sin perjuicio de la supletoriedad de la Ley 10/2025 (con ciertas excepciones para los servicios financieros).

## **¿Cuándo será obligatorio dar cumplimiento a las exigencias de la Ley 10/2025?**

Como regla general, el 27 de diciembre de 2026.

## **¿Qué requisitos generales deben cumplir los servicios de atención a la clientela, según la Ley 10/2025?**

La Ley 10/2025 enumera diferentes requisitos que podemos resumir, de manera sintética, entre otros, en:

- El servicio debe atender las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias de manera gratuita y universalmente accesible. No podrá cobrarse cantidad alguna por tales acciones.
- Deberá comunicar al cliente cualquier incidencia relativa a la prestación del servicio, a través de los canales indicados por el cliente, mediante soporte duradero. Pendiente de desarrollo reglamentario, la información deberá incluir las indemnizaciones que procedan en su caso.
- Debe informarse en el contrato, en las facturas o en la web, de manera fácilmente identificable, los canales de comunicación con el servicio de atención a la clientela. En cualquier caso, se establece una información mínima sobre el servicio que debe comunicarse antes de la firma del contrato.

## **¿Cuáles son los parámetros mínimos de calidad?**

- Las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias podrán plantearse por los consumidores a través del mismo canal mediante el que se inició la relación contractual y, en todo caso, al menos, por vía postal, telefónica y por un medio de comunicación electrónica. Si la empresa dispone de establecimientos fijos abiertos al público, propios o franquiciados, deberá admitir las consultas, quejas o incidencias en el propio establecimiento.
- Se asegurará el derecho del consumidor a ser atendido en castellano o, cuando la empresa preste servicios en comunidades autónomas con otra lengua oficial, en la que solicite el consumidor.
- Se prohíbe la atención con contestadores automáticos o medios análogos como medio exclusivo de atención a la clientela. A solicitud del consumidor, deberá garantizarse la atención personalizada en el canal telefónico, que, de media, deberá prestarse al menos en el 95% de las ocasiones antes de tres minutos desde la solicitud del consumidor.
- El consumidor tiene derecho a que le transfieran la comunicación a un supervisor, en caso de insatisfacción con la atención del operador.

- Los operadores deberán disponer de formación suficiente, al menos en materia de accesibilidad universal y de los idiomas oficiales que correspondan.
- Las llamadas telefónicas deben ser atendidas de forma efectiva (lo cual significa que puedan exponer el motivo de la comunicación y solicitar atención personalizada), de media, en un plazo inferior a tres minutos.
- Las personas con discapacidad auditiva tendrán derecho a un canal telefónico accesible que deba complementarse, a elección de la persona con discapacidad, con un sistema alternativo de mensajería instantánea o con un sistema de video interpretación en lengua de signos.
- Las personas de 65 años o más, así como las personas con discapacidad tendrán atención prioritaria en el canal telefónico.
- El servicio deberá entregar al consumidor un justificante en soporte duradero de la queja, reclamación o incidencia, cuando lo solicite el consumidor o así se determine reglamentariamente. También deberá entregarse este justificante cuando se trate de consultas relacionadas con un contrato suscrito.
- La resolución a las quejas, reclamaciones e incidencias deberá realizarse en el plazo máximo de quince días hábiles desde su presentación, salvo que la norma sectorial establezca otra cosa. No obstante, cualquier consulta o incidencia relativa a la continuidad del servicio, en los casos de servicios de carácter básico de interés general, deberá resolverse en dos horas. Las consultas o reclamaciones sobre cobros indebidos deberán ser respondidas en un plazo máximo de cinco días.
- El servicio debe estar claramente identificado y diferenciarse de las demás actividades de la empresa, y deberá tener un código numérico específico, diferente del utilizado para prestar servicios comerciales, cuando se trate del canal telefónico de atención al cliente.
- Las empresas deberán implantar un sistema de valoración de la satisfacción del cliente por el trato recibido por el servicio.

### **¿Deben las empresas evaluar la calidad del servicio de atención a la clientela?**

Sí, están obligados a llevar un sistema anual de evaluación del nivel de calidad del servicio, aunque las empresas que no tengan la consideración de grandes empresas podrán realizarlo cada dos años. Deberá ponerse a disposición de la Administración la documentación del sistema de evaluación al final del primer trimestre del año siguiente al de la evaluación.

Con la misma periodicidad, las empresas deberán auditar, a través de una empresa auditora debidamente acreditada, la fiabilidad y la precisión de las mediciones del sistema de evaluación. Tanto la auditoría como la documentación del sistema de evaluación se publicarán en la página web de la empresa.

## ¿Qué novedades introduce la Ley 10/2025 en relación con los servicios de atención al cliente de las entidades financieras?

La Ley 10/2025 introduce novedades relevantes en la regulación de los servicios de atención al cliente de las entidades financieras contenida en la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, entre las que destacan:

- Se amplía su ámbito subjetivo de aplicación, incluyendo, entre otros, a los establecimientos financieros de crédito, entidades de pago, entidades que prestan servicios de pago, entidades de dinero electrónico, las sociedades gestoras de instituciones de inversión colectiva, prestamistas inmobiliarios que no sean entidades de crédito e intermediarios de crédito, cuando estos últimos operen en el ámbito geográfico superior al de una comunidad autónoma, lo que supone la inclusión de un colectivo sumamente heterogéneo pudiendo resultar complejo para las entidades de menor tamaño cumplir con los requerimientos legales.
- Se imponen los principios de accesibilidad, igualdad de trato y no discriminación, garantizando el acceso a personas con discapacidad o a personas de edad avanzada, mediante la prestación de asistencia personalizada en función de la edad, nacionalidad, discapacidad, en su caso, y competencias digitales del cliente.
- Se exige la garantía de la prestación de un servicio de una atención de forma continuada las 24 horas del día todos los días del año en relación con las incidencias relativas al mantenimiento de aquellos servicios que exijan una prestación continuada.
- En caso de atención telefónica, el coste de la llamada no podrá ser superior al de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar, y si se deriva el servicio a terceros, queda prohibido que ello suponga un incremento del coste para el cliente. No obstante, la norma no admite la presentación de reclamaciones por vía telefónica.
- Se profundiza en la exigencia de autonomía de los servicios de atención a la clientela.
- Se refuerzan las obligaciones de información de las entidades a través de sus oficinas y web.

## ¿Cómo juega la reclamación ante los servicios de atención a la clientela con el requisito de procedibilidad de los MASC?

De conformidad con la Disposición Adicional Séptima de la Ley Orgánica 1/2025, de 2 de enero, de medidas en materia de eficiencia del Servicio Público de Justicia, que introdujo como requisito de procedibilidad de carácter general en el ámbito civil el empleo de un medio adecuado de solución de controversias ("**MASC**"), en los litigios en que se ejerciten acciones individuales promovidas por consumidores o usuarios, este requisito se entenderá cumplido por la reclamación extrajudicial previa a través de los servicios de atención a la clientela, sin haber obtenido respuesta o habiendo obtenido una respuesta no satisfactoria.



**María Guinot**

Socia,  
L&DR, Madrid

Email: maria.guinot@cliffordchance.com  
Mobile: +34 656288015

This publication does not necessarily deal with every important topic or cover every aspect of the topics with which it deals. It is not designed to provide legal or other advice.

cliffordchance.com

Clifford Chance, Paseo de la Castellana 110, 28046 Madrid, Spain

© Clifford Chance 2026

Clifford Chance, S.L.P.



**Jaime Almenar**

Socio,  
Derecho Público, Madrid

Email: jaime.almenar@cliffordchance.com  
Mobile: +34 680602966

Abu Dhabi • Amsterdam • Barcelona • Beijing • Brussels • Bucharest\*\* • Casablanca • Delhi • Dubai • Düsseldorf • Frankfurt • Hong Kong • Houston • Istanbul • London • Luxembourg • Madrid • Milan • Munich • Newcastle • New York • Paris • Perth • Prague\*\* • Riyadh\* • Rome • São Paulo • Shanghai • Singapore • Sydney • Tokyo • Warsaw • Washington, D.C.

\*AS&H Clifford Chance, a joint venture entered into by Clifford Chance LLP.

\*\*Clifford Chance has entered into association agreements with Clifford Chance Prague Association SRO in Prague and Clifford Chance Badea SPRL in Bucharest.

Clifford Chance has a best friends relationship with Redcliffe Partners in Ukraine.



**Laura del Campo**

Abogada Senior,  
L&DR, Madrid

Email: laura.delcampo@cliffordchance.com  
Mobile: +34 657417662



**Laura García-Valdecasas**

Abogada,  
L&DR, Madrid

Email:  
laura.garciavaldecasa@cliffordchance.com  
Mobile: +34 649145586