
LA NUEVA LEY DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA: PRINCIPALES CAMBIOS PARA LAS EMPRESAS

La Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela ya entró en vigor el 28 de diciembre de 2025 si bien las empresas disponen de doce meses para adaptar sus servicios a los estándares legales.

Esta nueva regulación se dirige, en particular, a los servicios de carácter básico y de interés general y responde a una concepción reforzada de la atención a la clientela como elemento clave en la protección de los consumidores y usuarios y en la resolución eficaz de conflictos. En este contexto, la atención a la clientela deja de ser un mero canal operativo y pasa a integrarse plenamente en la relación contractual, desde la fase precontractual hasta la gestión y resolución de incidencias, consultas y reclamaciones, con estándares mínimos de calidad jurídicamente exigibles.

Sujetos obligados

El ámbito subjetivo de la ley es amplio y va más allá de los sectores tradicionalmente asociados a servicios de atención regulados.

Quedan incluidas, en particular:

- Las empresas que prestan servicios básicos de interés general, como suministro y distribución de agua, gas y electricidad, transporte de viajeros, servicios postales, comunicaciones electrónicas y servicios financieros, con las especialidades derivadas de su normativa sectorial.
- Las empresas que venden bienes o prestan servicios a consumidores y usuarios y que, en el ejercicio económico anterior, superen determinados umbrales de plantilla o volumen de negocio, ya sea de forma individual o dentro de un grupo empresarial.
- La Administración General del Estado, así como sus organismos y entidades dependientes, en la medida en que se encuentren comprendidos en el ámbito de aplicación de la ley.

Asimismo, la ley contempla expresamente a las entidades sin ánimo de lucro dentro de su ámbito subjetivo. No obstante, en su caso, la aplicación efectiva de las obligaciones previstas queda supeditada a la entrada en vigor del desarrollo reglamentario que adapte el contenido de la norma a las particularidades de este tipo de entidades.

Información obligatoria antes de contratar

Determinados elementos del servicio de atención a la clientela pasan a formar parte del contenido mínimo que debe ponerse a disposición del consumidor con carácter previo a la contratación y mantenerse accesible durante toda la relación contractual.

En particular, las empresas deberán facilitar información clara, comprensible y fácilmente accesible sobre:

- Los canales de atención disponibles (telefónica, electrónica, postal u otras) y las condiciones de uso de cada una de ellas.
- La forma de presentar consultas, quejas o reclamaciones.
- Los mecanismos de seguimiento del estado de la reclamación.
- Los plazos máximos de resolución.
- El medio por el que se notificará la respuesta.
- Los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos a los que puede acudir el consumidor.

Esta información debe figurar no solo en el contrato, sino también en la web corporativa, en las facturas y en los puntos presenciales de atención al público.

Atención personalizada y uso de sistemas automáticos

El refuerzo del derecho a una atención personalizada implica que no resulta suficiente ofrecer exclusivamente atención automatizada mediante contestadores, bots conversacionales o sistemas basados en inteligencia artificial.

La atención prestada por una persona física debidamente identificada debe estar disponible desde el inicio del proceso, con independencia de que se utilicen soluciones automatizadas de apoyo. Este enfoque obliga a revisar los modelos de atención híbridos, la organización interna del servicio y el grado de dependencia de herramientas automáticas en la gestión de consultas, incidencias y reclamaciones.

Estándares de calidad en la atención telefónica

La atención telefónica queda sujeta a estándares objetivos de calidad que obligan a revisar tanto la organización del servicio interno como los acuerdos con proveedores externos.

En particular, deberán cumplirse, entre otros, los siguientes parámetros:

- La atención personalizada deberá garantizar, de media, al menos el 95 % de las llamadas sean atendidas en un plazo inferior a tres minutos.
- Prestación del servicio telefónico sin coste superior al de una llamada estándar para el consumidor.
- Formación y capacitación adecuada del personal que preste atención personalizada, orientada a garantizar una gestión eficaz.
- Disponibilidad de canales accesibles para personas con discapacidad auditiva, como sistemas de mensajería escrita o interpretación mediante vídeo en lengua de signos.
- Atención prioritaria a personas de edad avanzada o con discapacidad cuando utilicen el canal telefónico, frente a otras personas consumidoras y usuarias.

Plazos de resolución de consultas y reclamaciones

La Ley 10/2025 establece plazos máximos de resolución que constituyen uno de los principales cambios operativos para las empresas:

- 15 días hábiles para resolver consultas, quejas o reclamaciones con carácter general, salvo que la normativa sectorial establezca otro plazo.
- 5 días hábiles en supuestos de facturación o cobros indebidos.
- En el caso de incidencias que afecten a la continuidad de servicios básicos, la empresa debe responder en un máximo de 2 horas, manteniendo el servicio disponible las 24 horas, todos los días del año.

Además, a solicitud del cliente, deberá facilitarse un justificante de la reclamación con indicación de fecha y hora, y la respuesta deberá ser motivada y dar contestación a todas las cuestiones planteadas, utilizando el canal elegido por el consumidor.

Separación entre atención al cliente y comunicaciones comerciales

Determinadas prácticas habituales en la gestión de la atención a la clientela quedan expresamente limitadas.

En particular:

- Las llamadas de atención al cliente y las llamadas comerciales deben estar claramente diferenciadas mediante códigos distintos.
- Se prohíbe aprovechar una consulta o reclamación para realizar ofertas comerciales, salvo que sea el propio cliente quien lo solicite expresamente.

Evaluación y control de la calidad del servicio

Finalmente, la ley obliga a las empresas a implantar sistemas de evaluación de la calidad del servicio de atención a la clientela, con el objetivo de detectar causas de insatisfacción y mejorar el funcionamiento del servicio. Estos sistemas deberán ser medibles y documentados y, en determinados casos, someterse a auditorías realizadas por terceros independientes, con las correspondientes obligaciones de conservación y publicidad de la información.

Régimen sancionador

El incumplimiento de las obligaciones previstas se sanciona conforme al régimen general en materia de consumo, con aplicación preferente de la normativa sectorial cuando resulte de aplicación. Las infracciones relacionadas con el tratamiento de datos personales se sancionarán de acuerdo con el Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD) y en la Ley Orgánica 3/2018, resultando especialmente relevante en aquellos supuestos en los que la gestión de reclamaciones implique el tratamiento intensivo de datos de clientes. El régimen sancionador tiene en cuenta, entre otros factores, la reincidencia y el resarcimiento del daño, lo que refuerza la importancia de una correcta implantación y documentación de los servicios de atención a la clientela.

Un proceso de adaptación que exige análisis previo

La adaptación a este nuevo marco no se limita a la incorporación de requisitos formales, sino que exige una revisión transversal de la forma en que las empresas gestionan su relación con la clientela. Procedimientos internos, contratos con proveedores externos, herramientas tecnológicas y políticas corporativas pasan a formar parte del análisis necesario para garantizar el cumplimiento de los nuevos estándares. Un enfoque anticipado y personalizado permite no solo minimizar riesgos, sino también afrontar el proceso de adaptación de forma ordenada y coherente con la estructura y actividad de cada organización.