

Entra en vigor la Ley de Servicios de Atención a la Clientela

Con fecha 27 de diciembre, el Boletín Oficial del Estado ha publicado la Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela, impulsada por el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 en materia de protección de los derechos de los consumidores¹.

Entre sus medidas contempla la limitación de las llamadas comerciales no solicitadas (*spam*), así como la regulación de los gastos de gestión inesperados, las reseñas falsas o a las renovaciones de contrato no consentidas. Además, incluye mejoras para una atención telefónica gratuita, ágil, justa y personalizada, al tiempo que establece derechos y obligaciones para que las empresas actúen con transparencia y respeto hacia los consumidores.

De acuerdo con la norma, las empresas estarán obligadas a identificar sus llamadas comerciales con un código numérico (prefijo telefónico), específico y a identificar con otro código distinto las llamadas de atención al cliente. Los operadores de telecomunicaciones deberán bloquear todas las llamadas de empresas que no utilicen estos códigos, evitando el bombardeo de llamadas comerciales no consentidas.

Además, se declararán nulos los contratos que se cierran en llamadas telefónicas no consentidas, una medida que busca evitar que las personas consumidoras se sientan presionadas en este tipo de llamadas comerciales, así como desincentivar a las empresas a hacer llamadas no deseadas.

Las empresas deberán ofrecer, desde el principio de la transacción, la totalidad del precio del bien o servicio, incluyendo los gastos de gestión y otras cuestiones o costes que puedan repercutir en el adquiriente. Con ello se pretende evitar que las empresas comuniquen esos precios de forma parcial, desagregada o sucesiva, como ocurre, por ejemplo, con la compra de entradas o billetes. De esta manera, la ley garantiza que el comprador pueda conocer desde el primer momento cuál es la totalidad del precio que paga y qué es lo que cubre sin que al final de la operación se produzcan incrementos de precio inesperados.

Se reconoce el derecho de las personas a conocer cuáles son los parámetros que se utilizan para personalizar los precios y la publicidad que reciben a través de aplicaciones o plataformas digitales. Los algoritmos utilizados deberán ser transparentes y accesibles,

¹ https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2025-26698

y no podrán utilizarse parámetros discriminatorios o que exploten situaciones de urgencia o necesidad.

Un aspecto importante de la norma es la prohibición de la utilización de números de tarificación adicional como medio de comunicación con los clientes y las empresas. Éstas tendrán que garantizar que el 95% de las llamadas telefónicas que reciban de sus clientes son atendidas, de media, en un plazo inferior a 3 minutos. Además, tienen prohibido atender estas llamadas exclusivamente a través de contestadores automáticos o inteligencia artificial, de modo que los clientes puedan solicitar hablar directamente con un operador especializado en cualquier momento de la consulta o reclamación.

Las reclamaciones de los clientes deberán ser atendidas en un plazo máximo de 15 días, lo que reduce a la mitad el plazo actual vigente de 30 días. Asimismo, las reclamaciones derivadas de cobros indebidos a la clientela deben ser resueltas en un plazo de 5 días.

La norma también establece que las empresas deben garantizar la accesibilidad a los servicios de atención por parte de las personas consumidoras vulnerables, como son, por ejemplo, aquellas con discapacidad o de edad avanzada. En el caso de aquéllas con más de 250 empleados que facturen más de 50 millones de euros y operen en territorios que dispongan de lenguas cooficiales, tendrán que garantizar que la presentación de consultas, quejas, reclamaciones o incidencias pueda realizarse y responderse tanto en castellano como en cualquiera de las lenguas cooficiales de dicha comunidad autónoma.

La Ley prohíbe la compraventa de reseñas y establece el requisito de publicar las mismas dentro de los 30 días posteriores a la adquisición del bien o servicio, con el objetivo de garantizar que se corresponden con la opinión real y reciente de una persona consumidora de ese bien o servicio. Además, la empresa que recibe la reseña tendrá garantizada la posibilidad de réplica y de solicitar su eliminación cuando pueda acreditar que quien firma la reseña no ha comprado el producto o disfrutado el servicio, demostrando que el contenido de la reseña no es verídico.

Las empresas quedan obligadas a comunicar con 15 días de antelación la fecha en la que se producirá la renovación automática de un servicio o suscripción que haya sido contratado de forma online, además de facilitar la baja voluntaria en caso de que el consumidor lo desee. De este modo, se pretende garantizar por ley que todos los consumidores puedan tomar decisiones conscientes y evitar las renovaciones automáticas de contratos no deseados sin que las personas consumidoras tengan tiempo a decidir si quieren seguir abonados o no a los servicios ofrecidos.